

ORGANIZZAZIONE STUDI E M&A

Come prepararsi all'aggregazione/cessione dello studio professionale?

di Riccardo Conti di MpO & Partners

Convegno di aggiornamento

LE OPERAZIONI DI CESSIONE ED AGGREGAZIONE DI ATTIVITÀ PROFESSIONALI

[Scopri di più >](#)

Ogni professionista avverte, lungo il corso della propria carriera professionale, un momento in cui si rende necessario un cambiamento. Ciò può avvenire per svariate motivazioni, quali ad esempio la pianificazione dell'uscita dall'attività per ragioni di età, la volontà di inserirsi in strutture di più grandi dimensioni, la ricerca di nuove sfide/stimoli, motivazioni personali e/o di salute, interesse a sviluppare altre attività, trasferimenti.

La soluzione comune a tutte le fattispecie sopra menzionate è data dall'aggregazione professionale, nelle sue forme di cessioni, fusioni, acquisizioni, conferimenti e trasformazioni.

Per esempio, mediante la cessione dello studio professionale è possibile salvaguardare i rapporti esistenti sia con la clientela sia con dipendenti e collaboratori, il mantenimento del brand, in buona sostanza di tutte le conoscenze e competenze sviluppate dal Dominus negli anni, che altrimenti andrebbero perse.

Ma non solo, la cessione permette al professionista cedente anche di monetizzare il valore dello studio, ed ottenere una sorta di TFR di fine carriera o, nel caso di professionisti più giovani, il capitale da reinvestire in un nuovo progetto. La monetizzazione dello Studio può, infine, essere anche uno strumento utile per risolvere il problema della liquidazione del TFR dei dipendenti o eventuali problemi di sovraindebitamento creati negli anni.

All'interno di questo articolo verranno fornite alcune "accortezze" che il professionista potrebbe considerare in procinto di trasferire/fondere l'attività a/con terzi, sia per garantire una buona riuscita dell'operazione sia per massimizzare il valore del proprio studio. Va da sé che una maggiore redditività, flussi di cassa positivi, clientela puntuale nei pagamenti andranno a vantaggio anche del professionista acquirente/aggregante.

La prima variabile da considerare è sicuramente la redditività, e il margine reddituale EBITDA (Earnings Before Interest Taxes Depreciation Amortization) è certamente uno tra i più considerati in sede di valorizzazione di uno studio professionale. Si tratterà dunque, di agire sui ricavi, incrementandoli o sui costi riducendoli.

In questo senso, elementi su cui poter lavorare per incrementare il fatturato dello studio sono rappresentati dall'ampliamento del proprio bacino di utenza e dall'applicazione di logiche di *up* e di *cross selling*. In quest'ottica, diviene dunque imprescindibile, ad esempio, ripensare all'attività di webmarketing per promuovere campagne pubblicitarie ad hoc e all'istituzione di un adeguato CRM di studio. Un'altra strategia potrebbe essere quella di definire un nuovo listino prezzi.

Sul fronte costi, riuscire a levigare le componenti di costo più elevate dello studio rappresenta la chiave per incrementarne la redditività. Ad esempio, costi come le utenze energetiche, gas e luce, possono essere portati al ribasso mediante un'accorta azione di riorganizzazione dei locali. A tal fine diviene centrale l'impiego dello smartworking con cui alternare le risorse presenti nello studio e ottimizzare la gestione degli spazi e dei consumi. Anche l'impiego di software gestionali integrati può aiutare facilitando il lavoro ed evitando costi aggiuntivi di funzionalità slegate.

Un altro percorso da seguire è quello di lavorare sull'efficienza del tempo, vale a dire intervenire sulla capacità della struttura di lavorare meglio per produrre di più, a parità di qualità. In questo senso, è importante riconsiderare il peso delle attività non produttive, come ad esempio la parcellazione, la formazione ecc. Infatti, qualora i processi di espletamento legati a queste attività dello studio non fossero ottimizzati, allora ci sarebbe del margine per ridurne i costi.

[**Continua a leggere qui**](#)