Aumentare o non aumentare (i prezzi)? Questo è il dilemma nel mondo dei servizi alla persona!

di Luca Bianchi

Pubblicato il 9 Aprile 2022

Aumentare i prezzi di listino? Nel periodo che stiamo vivendo, tra pandemia e rincaro dei prezzi delle principali fonti energetiche, trovare una risposta adeguata non è facile...A cura di Gianrico Quattrocolo, Cecilia Vendemini e Luca Bianchi

Due anni fa la pandemia iniziò a sconvolgere i bilanci di una fetta consistente di attività. Da lì, la cronaca recente ci ha via via disabituato alla tranquillità, rendendo inattendibile qualsiasi previsione fatta con largo anticipo.

Ora stiamo vivendo un periodo che vede, oltre al perdurare della pandemia, il rincaro di molte materie prime e un aumento record dei costi delle fonti energetiche.

Insieme alle tensioni inflazionistiche, questo mix di fattori, sta andando ad intaccare direttamente i margini di guadagno delle imprese e sta frenando ancora una volta la tanto sperata ripresa economica.

Per fronteggiare al meglio questa situazione, la stragrande maggioranza degli imprenditori si sta chiedendo che tipo di strategia attuare, ossia:

È conveniente aumentare i prezzi di listino oppure no?

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

La risposta è … "dipende!".

DIPENDE da numerosi fattori.

I principali sono due:

- il livello dei prezzi applicati dall'azienda;
- l'incidenza delle spese che hanno subito un considerevole incremento di prezzo, sul totale dei costi.

Partiamo con l'analizzare la situazione dal punto di vista delle *tariffe applicate*.

Il livello dei prezzi applicati dall'azienda

L'impennata dei costi energetici sta comportando e lo farà nel prossimo futuro, **una riduzione (per TUTTI) dei margini di guadagno, MA il suo peso è diversa da azienda ad azienda.**

Se un'impresa ha tariffe medio-basse, la sua redditività, è ordinariamente già ai limiti della sostenibilità. In questo caso, l'enorme rincaro dei prezzi contribuisce ulteriormente alla sua corrosione, facendo schizzare verso il basso una marginalità già compromessa.

Ritoccare i listini può essere un'occasione per migliorare la redditività, scaricando a monte le responsabilità (non dimenticando la riduzione dei costi).

Il margine di guadagno di chi si colloca nella parte medio-alta del proprio mercato, invece, dovrebbe risultarne colpito solo residualmente e quindi sarebbe preferibile non aumentare le tariffe ma lavorare sulla fidelizzazione (di clienti già abituati a *"spendere"* e a scegliere prodotti/servizi di alta qualità) e sulla razionalizzazione delle risorse, ponendo maggiore attenzione ai consumi.

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Incidenza sui costi delle spese che hanno subito un considerevole aumento di prezzi

L'altra componente da tenere in considerazione nella valutazione è quanto *incide* sul totale dei costi, la quota parte delle *spese* che ha subito il caro-prezzi.

Nessuno si salva.

Il caro-materie prime pesa su parrucchieri, estetiste, bar, pizzerie, … ma alcuni settori sono indubbiamente più penalizzati di altri.

Tra i più svantaggiati ci sono le lavanderie, i ristoranti e tutte quelle attività il cui core business ruota attorno all'utilizzo di strumenti e apparecchiature ad alto consumo di energia.

Laddove, come ad esempio nella vendita (o distribuzione), incidono in maniera residuale (a meno che non ci sia un aumento dei prezzi delle materie prime), non serve alzare i listini ma sarebbe auspicabile attivare azioni per aumentare i volumi per singolo cliente, in modo da sfruttare economie di scale e di esperienza.

Nel mondo dei servizi, dipende dalla tipologia di offerta … laddove i macchinari e le apparecchiature rivestono un ruolo importante e fanno parte del core business dell'azienda, è probabile che le spese lievitino in modo considerevole.

Facciamo un esempio...

Se l'energia elettrica incide per l'1% delle spese, anche se raddoppia, inciderà per il 2% rimanendo comunque residuale.

Al contrario, se essa incide per il 10-15%, raddoppiando, raggiungerà valori importanti, che andranno ad intaccare in maniera importante la marginalità complessiva.

Se nel primo caso la riposta è NO, nel secondo sarà indubbiamente SI.

Come sempre, un bravo imprenditore che si occupa di fare intrapresa, dovrebbe re-Agire piuttosto che subire.

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Quali sono allora le iniziative da attivare e le opportunità da sfruttare per attutire l'impatto inflativo, cercando di contenere i costi e salvaguardare il margine di guadagno?

- valutazione e comparazione delle offerte dei vari fornitori (produttori vs. distributori, paese di origine delle materie prime, costi accessori, …);
- rinvio di investimenti posticipabili e non prioritari;
- riduzione delle voci di spesa *"non necessarie"*;
- qualsiasi attività di efficientamento energetico (strutturale o relativa alle strumentazioni);
- riduzione ed efficientamento (se possibile a parità di risultato) dei tempi di utilizzo delle apparecchiature ad alto consumo di energia.

È allora conveniente ritoccare i prezzi di listino oppure no?

Un quesito dalle mille sfaccettature al quale è fondamentale trovare una risposta SU MISURA, ponderata in base alle peculiarità e alle specificità della singola impresa, per dare spazio, anche se il periodo è oggettivamente complicato, a spiragli di crescita e rilancio nel prossimo futuro.

A cura di Gianrico Quattrocolo, Cecilia Vendemini e Luca Bianchi

Sabato 9 aprile 2022

Aumentare o non aumentare (i prezzi)?

Questo è il dilemma nel mondo dei servizi!

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Corso Online in Diretta

Relatore: Prof. Gianrico Quattrocolo

Quando: mercoledì **20/04/2022**, ore 15.00-18.00

Accreditamento: in fase di accreditamento per Commercialisti (3 CFP).

L'acquisto include: accesso al corso in diretta, accesso alla registrazione per 365 giorni, accesso all'eventuale materiale fornito dai relatori.

Chiusura iscrizioni: ore 13:00 del 20/04/2022.

SCOPRI DI PIU' >

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D