DIMICHELE & CO.
ristrutturazioni aziendali

PROMEMORIA DI VENDITA

Cosa è?

- Il promemoria di vendita o "selling memorandum" è un documento informativo diretto a promuovere la conoscenza dell'azienda da parte di terzi.
- Il livello di approfondimento varia in relazione alla potenziale appetibilità della azienda sul mercato e si può strutturare su vari livelli e contenuti .

Caratteristiche

- Il promemoria di vendita è opportuno sia strutturato secondo i seguenti criteri:
- dovrebbe essere sintetico ma sufficientemente dettagliato per poter rispondere alle domande principali dell'acquirente e quindi favorire un primo screening del target.
- Deve essere semplice ma non superficiale e soprattutto concreto attenendosi rigorosamente ai fatti in maniera obiettiva e tralasciando aspetti che potrebbero avere un contenuto valutabile con criteri prevalentemente soggettivi

Contenuto

- Il contenuto e la lunghezza del promemoria dipendono dalle dimensioni e dalla complessità dell'azienda in oggetto.
- In questa fase, è opportuno omettere informazioni di forte valenza commerciale. Queste potranno essere rese eventualmente disponibili al ricevimento di una "lettera di riservatezza".
- Il promemoria può essere completato con l'inserimento di appendici contenenti i più recenti bilanci dell'azienda, piani futuri, copie di opuscoli di vendita, listini e rassegne stampa.
- Lo scopo è presentare l'opportunità e fornire informazioni solo a reali potenziali acquirenti evitando un "annacquamento" e/o una polverizzazione del target.

Obiettivi

- Il promemoria di vendita è fondamentale anche nell'ottica di essere preparato per evitare ritardi causati da un flusso informativo spezzato e non collegato.
- Deve essere costruito in modo tale da aiutare il venditore a tenere l'iniziativa nelle sue mani
- Deve essere capace di dimostrare ai potenziali acquirenti la seria intenzione di vendere e di gestire la cessione con modalità operative estremamente professionali anche a garanzia della validità dell'operazione sotto tutti gli aspetti , sia nel corso della trattativa che a cessione avvenuta.

- Facilitare il contatto con il target selezionato.
- Permettere uno screening di base del target.
- Essere la base per ulteriori integrazioni ad avanzamento delle trattative.
- Risparmiare tempo e mantenere il controllo dell'esigenza i segretezza e riservatezza.
- Essere un segnale di concretezza e di garanzia di professionalità e serietà.

Il promemoria di vendita è di fatto il "biglietto da visita" dell'operazione e dei suoi promotori ed "advisor" .