



Al fine di condurre con successo un'operazione di Cessione d'Azienda è fondamentale la definizione di una strategia generale, e la sua costante verifica nel corso dell'attuazione e lo studio di dettaglio di strategie di "micro-fase"  
 Obiettivo di sintesi che l'Advisor deve proporre al cliente cedente è realizzare il massimo valore nel minor tempo possibile nell'ambito di una corretta valutazione dell'azienda e delle aspettative del cedente

La Strategia di azione deve essere condivisa pienamente dal cedente e deve comunque essere:

- Essenziale nella elaborazione tenendo ed essere estremamente coerente con il business e flessibile al fine di essere concreta e quindi tenere conto che le variabili in gioco sono in minima parte prevedibili e valutabili almeno nei primi steps dell'operazione.
- Garantisca al venditore la facoltà di esercitare un costante controllo sull'andamento della transazione al fine di permettergli di guidare l'operazione nel pieno rispetto delle esigenze emerse e stabilite nelle fasi di analisi delle motivazioni, del mercato/partner target e di elaborazione della strategia
- Sia efficace nel mettere i potenziali acquirenti in concorrenza tra loro evitando speculazioni al ribasso ma anche all'eccessivo rialzo che potrebbero essere ugualmente dannose e/o non coerenti con le esigenze del venditore quantomeno in termini di prezzo/tempo di chiusura è professionalità dell'Advisor.

**STRATEGIA**  
Cessione d'Azienda

METODI / STRUMENTI PER LA CESSIONE

**QUOTAZIONE IN BORSA**

- E' una **vendita pubblica** quindi alcune esigenze del venditore devono necessariamente essere accantonate (ad. Esempio il timing, la riservatezza, l'economicità nel breve, la semplicità dell'operazione, il non coinvolgimento dell'impresa, l'autonomia operativa etc.)
- I vantaggi di questo tipo di approccio alla cessione di azienda sono direttamente proporzionali alla **difficoltà di individuare un possibile acquirente** per ragioni che possono essere collegate al valore della transazione, al tipo di settore, alla tipologia di acquirente potenziale, al timing richiesto, ad esigenze del cedente etc.
- La collocazione in borsa al fine di cedere l'azienda è valutabile anche nel caso in cui il venditore ed i suoi Advisor sono certi che l'azienda sia vendibile e che potrebbe beneficiare di un **premio di capitalizzazione di borsa** che non si potrebbe ottenere con altre modalità più selettive dell'acquirente; è comunque un passo che se non analizzato in dettaglio e in prospettiva può addirittura penalizzare il valore dell'azienda.

**Nota:**  
vedi " IBS Merchant Spa- Progetto Quotazione in Borsa

**TRATTATIVA PRIVATA**

- Tale metodologia si attua mediante una "**procedura a ventaglio**" che prevede il contatto con un pool di potenziali acquirenti selezionati sulla base di una accurata ricerca di mercato e successivo screening progressivo.
- A seconda della **specificità dell'operazione** e del numero e composizione del pool può essere opportuna una trattativa singola o con un numero variabile dei potenziali acquirenti.
- La **soluzione ottimale non è oggettiva** ma dipende da altre variabili che possono giocare a favore della cedente quali ad esempio la concorrenza tra gli acquirenti, l'omogeneità o meno dei settori in cui operano, la possibilità di una cessione ad un pool, una strategia diretta a valutare le variabili di valutazione del prezzo, la possibilità di speculazioni al rialzo etc.
- In genere tale tipo di approccio è caratterizzato da una elevata "**Segretezza**" sia nella fase di ricerca che di trattativa.
- E' consigliabile quando **l'azienda è molto appetibile e monetizzabile** (strategica, redditiva, ad alto potenziale etc.) , quando la capitalizzazione è maggiore di quella ottenibile con altri strumenti quali ad es. la quotazione in borsa, quando il valore della transazione non è eccessivamente alto anche in relazione al rischio o quando semplicemente si ritiene, sulla base anche delle valutazioni iniziali, non è efficace seguire altre alternative.

**ASTA RISTRETTA**

- L'asta ristretta prevede che alcuni potenziali acquirenti vengano invitati a fare la loro offerta sulla base di un "**promemoria di vendita**" più o meno dettagliato a seconda del numero, tipologia, settore e motivazioni dei potenziali acquirenti da scremare.
- In questo tipo di metodo di collocazione è opportuno che l'Advisor del cedente imponga una **tempistica precisa**, definendo un certo tempo per le trattative ed assegnando una scadenza entro cui devono pervenire le offerte che dovranno essere valutate sotto vari aspetti.
- Le offerte possono essere più o meno vincolanti nelle prime fasi in cui il promemoria di vendita è generalmente essenziale. Le **offerte divengono progressivamente vincolanti** all'aumentare del contenuto del "promemoria di vendita" e al diminuire dei potenziali acquirenti, fino a divenire definitive e irrevocabili nelle fasi conclusive delle trattative.
- L'asta ristretta sottende a minori requisiti rispetto alla vendita pubblica ed **unisce i vantaggi** di una asta competitiva a quelli di una trattativa privata.
- E' fondamentale una **accurata pianificazione** ed organizzazione dei potenziali acquirenti ed è più vantaggiosa quando **l'azienda è molto appetibile**.