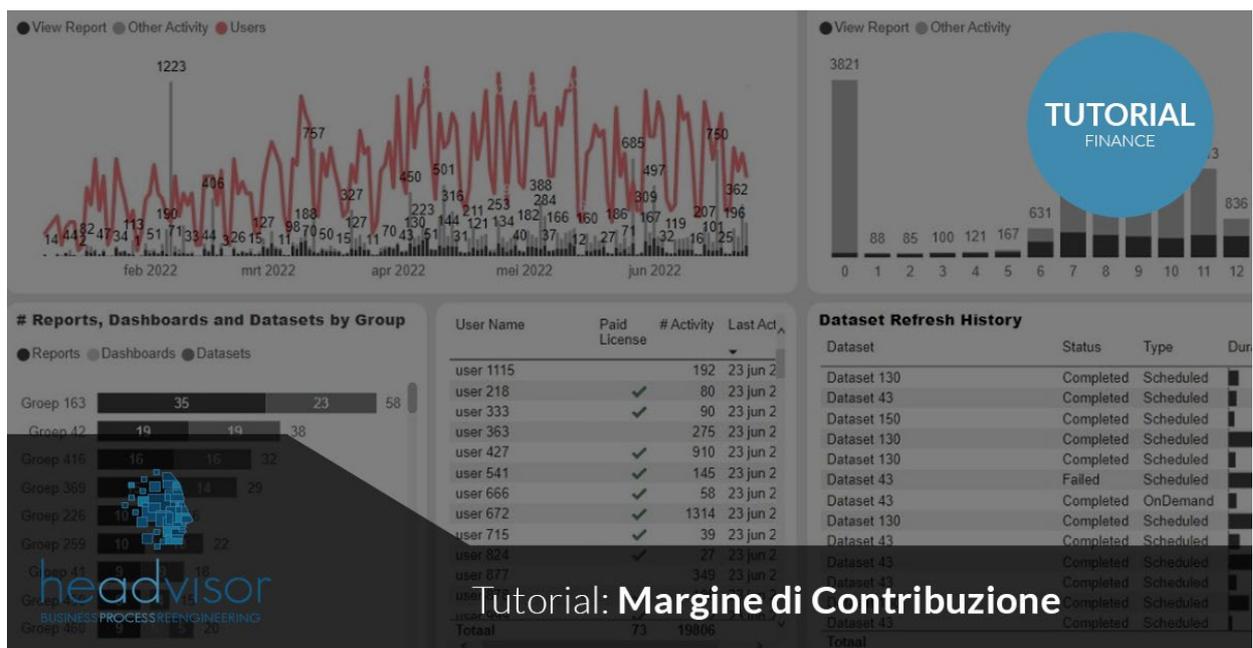


Margine di Contribuzione: Cos'è, Calcolo ed Esempi

Indice

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Definizione di Margine di Contribuzione
Pagina 2 2. Componenti del calcolo MC
Pagina 2 3. Importanza del Margine di Contribuzione
Pagina 3 | <ol style="list-style-type: none"> 4. Calcolo del Margine di Contribuzione
Pagina 4 5. Utilizzo del Margine di Contribuzione
Pagina 4 6. Limiti del margine di contribuzione
Pagina 5 7. Margine di contribuzione: conclusioni
Pagina 6 |
|---|---|



Il **margin**e di **contribuzione** è un concetto fondamentale nell'ambito dell'analisi dei costi e dei profitti di un'azienda. Fornisce una visione chiara della capacità di un'azienda di coprire i suoi **costi fissi** e generare un profitto attraverso la vendita di beni o servizi.

Può essere usato anche in un'analisi di bilancio, come **indice di bilancio** per comprendere quanto la produzione totale di un'impresa sia in grado di generare reddito.

Definizione di Margine di Contribuzione

Il **margin**e di **contribuzione** rappresenta la differenza tra il **prezzo di vendita di un prodotto o servizio** e i **costi variabili** associati alla sua produzione o erogazione. In altre parole, è il contributo che ciascuna unità venduta fornisce per coprire i **costi fissi** e generare un profitto.

Il **margin**e di **contribuzione** è un indicatore cruciale per la gestione aziendale poiché aiuta a valutare la redditività di un'attività specifica o di una linea di prodotti.

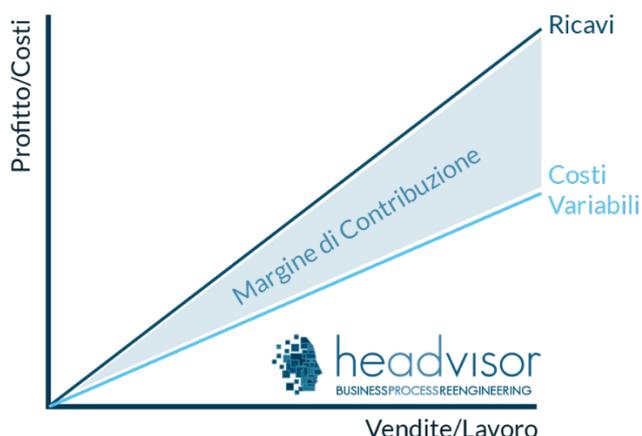
Si tratta di un **indice di bilancio**, appartenente alla famiglia degli **indici di redditività**, come il **ROI**, il **ROA** e il **ROS**, ed è molto utilizzato da imprenditori e analisti per comprendere quali tipologie di prodotti garantiscono il maggior livello di redditività, diventando uno strumento utile nella gestione aziendale.

Cos'è il Margine di Contribuzione



Componenti del calcolo MC

Per comprendere appieno il **margin**e di **contribuzione**, è essenziale suddividerlo nelle sue componenti principali:



1. Prezzo di Vendita (PV)

Il **prezzo di vendita** rappresenta il valore monetario per cui un prodotto o servizio viene venduto ai clienti. Questo valore è determinato dal mercato e dalle strategie di pricing dell'azienda.

È importante notare che il prezzo di vendita può variare a seconda del segmento di mercato, della concorrenza e delle condizioni economiche.

2. Costi Variabili (CV)

I **costi variabili** sono quelli che dipendono direttamente dal livello di produzione o delle vendite. Questi costi includono **materie prime, energia, manodopera diretta e altre spese direttamente correlate alla produzione o all'erogazione del prodotto o servizio.**

I **costi variabili** aumentano o diminuiscono in proporzione alle unità prodotte o vendute. Scopri di più su **costi fissi** e **costi variabili** leggendo i contenuti del nostro blog.

3. Margine di Contribuzione (MC)

Il **margin** di **contribuzione** è il risultato della sottrazione dei **costi variabili** dal prezzo di vendita. La formula per calcolare il **margin** di **contribuzione** è la seguente: $MC = PV - CV$

$$MC_{\text{Margine di Contribuzione}} = PV_{\text{Prezzo di Vendita}} - CV_{\text{Costi Variabili}}$$

Importanza del Margine di Contribuzione

Il **margin** di **contribuzione** è un indicatore cruciale per diverse ragioni:

1. Valutazione della Redditività

Per valutare la redditività di un prodotto, di una linea di prodotti o di un'attività specifica, è fondamentale calcolare il **margin** di **contribuzione**. **Se è positivo, significa che l'attività sta generando un contributo positivo per coprire i **costi fissi** e contribuire al profitto complessivo dell'azienda.**

Un'azienda che produce diversi prodotti, può valutare la redditività delle singole produzioni attraverso il **margin** di **contribuzione**, valutando la presenza di prodotti che potrebbero essere eliminati.

2. Decisioni di Pricing

Conoscere il margine di contribuzione aiuta l'azienda a prendere decisioni informate sul pricing dei prodotti o dei servizi. Se è troppo basso rispetto ai costi fissi, l'azienda potrebbe dover aumentare il prezzo di vendita o ridurre i [costi variabili](#) per mantenere la redditività e raggiungere il [Break Even Point \(punto di pareggio\)](#).

3. Gestione dei Costi Variabili

Il margine di contribuzione evidenzia l'importanza della gestione dei costi variabili. **Riducendo i costi variabili, un'azienda può aumentare il margine di contribuzione** e quindi migliorare la sua redditività.

Calcolo del Margine di Contribuzione

Il calcolo del margine di contribuzione è una procedura relativamente semplice, ma richiede una comprensione chiara dei [costi variabili](#) e del prezzo di vendita. Ecco un esempio illustrativo: Immaginiamo di essere responsabili della gestione di una fabbrica che produce rulli in acciaio inox utilizzati nell'industria alimentare. Ogni rullo viene venduto al prezzo di €200, ma ci sono vari costi associati alla loro produzione.

I [costi variabili](#) includono il costo dell'acciaio inox utilizzato per fabbricare il rullo, la manodopera diretta per la lavorazione, l'energia elettrica per le macchine e altre spese direttamente legate alla produzione. In totale, questi [costi variabili](#) ammontano a €80 per ogni rullo prodotto.

Margine di contribuzione formula

Utilizzando la formula del margine di contribuzione:

$MC = \text{Prezzo di Vendita} - \text{Costi Variabili} = €200 - €80 = €120$

$$MC_{\text{Margine di Contribuzione}} = PV_{\text{Prezzo di Vendita}} - CV_{\text{Costi Variabili}}$$
$$€ 200_{PV} - € 80_{CV} = € 120_{MC}$$

Il margine di contribuzione per ogni rullo in acciaio inox è di €120. Questo significa che ogni unità venduta contribuisce con €120 per coprire i [costi fissi](#) dell'azienda, come l'affitto delle strutture di produzione, gli stipendi dei dipendenti non direttamente coinvolti nella produzione, i costi del marketing, canoni e utenze in generale e altre spese fisse.

Con un margine di contribuzione positivo, possiamo valutare la redditività di questo prodotto. Se riusciamo a vendere abbastanza rulli in acciaio inox per coprire i [costi fissi](#) e generare un profitto aggiuntivo, l'attività sarà redditizia. Inoltre, possiamo prendere in considerazione strategie per aumentare il margine di contribuzione, ad esempio negoziando prezzi migliori per l'acciaio inox o migliorando l'efficienza del processo produttivo.

Per migliorare il margine di contribuzione si potrebbe anche aumentare il prezzo di vendita dei prodotti, ma in questo modo si correrebbe il rischio di diminuire i volumi di vendita. Diventa quindi importante sfruttare il margine di contribuzione e altre variabili per definire in modo oculato il prezzo di vendita.

Utilizzo del Margine di Contribuzione

Una volta calcolato il **margin** di **contribuzione**, l'azienda può utilizzare questa informazione per prendere decisioni strategiche. Ad esempio:

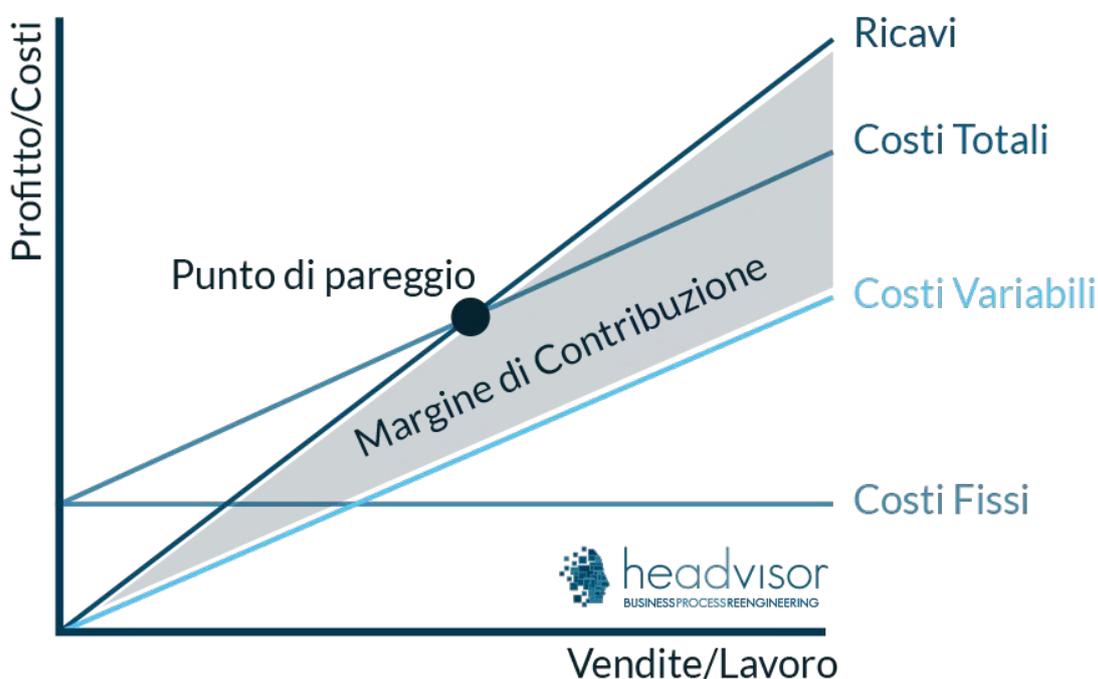
- Se il **margin** di **contribuzione** è elevato, l'azienda può considerare l'espansione della produzione o l'allocazione di risorse aggiuntive a quella linea di prodotti.
- Se il **margin** di **contribuzione** è basso, l'azienda potrebbe cercare modi per ridurre i **costi variabili** o aumentare il prezzo di vendita.

Nel caso in cui il **margin** di **contribuzione** sia negativo, l'azienda dovrebbe valutare attentamente se continuare o meno con una determinata attività, poiché questa sta contribuendo a coprire solo parzialmente i **costi fissi**.

Il calcolo del **margin** di **contribuzione** diventa la base per il calcolo del **analisi del punto di pareggio (Break Even Point)**. Questa analisi potrà poi essere sfruttata per la pianificazione dei costi aziendali e per determinare il prezzo di vendita ottimale dei prodotti.

Inoltre, è possibile effettuare delle stime sui livelli di profitto attesi in base ai volumi di vendita.

Margine di Contribuzione e Punto di Pareggio



Limiti del margine di contribuzione

Il calcolo del **margin** di **contribuzione** porta con sé diversi vantaggi, come abbiamo già dimostrato in questo articolo. Tuttavia, in certe situazioni e per certe tipologie di azienda, la sua analisi potrebbe risultare complicate e a volte anche controproducente.

Un esempio lampante è il **calcolo del margine di contribuzione per aziende complesse** che producono molte tipologie di prodotti. **In questo caso diventa complicato suddividere perfettamente i costi di produzione collegati ad un determinato prodotto e escludere quelli che non lo sono.**

Inoltre, esistono molto spesso dei costi comuni a diverse tipologie di prodotti, i quali potrebbero rendere poco veritiera l'analisi.

Tentare di fare ordine in una situazione del genere potrebbe rivelarsi una perdita di tempo e il consiglio è quello di utilizzare altre tipologie di indicatori.

Un altro limite riguarda l'orizzonte temporale tenuto in considerazione dal calcolo. Il margine di contribuzione valuta infatti la redditività immediata dei prodotti, senza considerare il valore a lungo termine.

Dei nuovi prodotti potrebbero aver una bassa redditività immediata, ma un elevato potenziale di crescita del medio-lungo periodo. In questo caso è necessario valutare se il prodotto ha davvero delle potenzialità e capire se conviene attendere che questo raggiunga un buon livello di redditività.

Un altro limite riguarda il **contesto in cui opera l'impresa** sulla quale viene effettuata l'analisi.

Un'azienda che opera in un mercato altamente competitivo potrebbe avere un margine di contribuzione minore rispetto ad un'altra che opera in un mercato poco competitivo, nonostante queste abbiano la stessa struttura di costi.

Durante le analisi e le comparazioni con altre aziende e competitor, andrà tenuto in considerazione il mercato di riferimento e le condizioni alle quali le diverse aziende operano.

Margine di contribuzione: conclusioni

In conclusione, il **margine di contribuzione** è un indicatore fondamentale per valutare la redditività di un'azienda. Fornisce una chiara visione dei contributi generati da ciascuna unità venduta per coprire i **costi fissi** e generare un profitto.

La sua corretta comprensione e il suo utilizzo possono aiutare le aziende a prendere decisioni finanziarie più informate e a ottimizzare la loro gestione dei costi e dei profitti. Pertanto, il margine di contribuzione merita una posizione centrale nell'analisi finanziaria e nella pianificazione strategica delle imprese.

Argomenti correlati:

- [ROA \(Return On Assets\)](#)
- [EBITDA: come calcolarlo e perché è importante](#)
- [EBIT: cos'è, formula e foglio Excel per calcolarlo](#)
- [ROS: Return On Sales](#)
- [ROE: Return On Equity](#)
- [ROI - Return on Investment: calcolare il ritorno sull'investimento](#)
- [Il metodo DCF Discounted Cash Flow](#)
- [WACC Weighted Average Cost of Capital: Il costo medio ponderato del capitale aziendale](#)
- [KPI - Key Performance Indicator, come strutturarli, esempi](#)

