

SUPSI

Daniela Cocca

Valutazione aziendale

Il Caso Novartis

La valutazione aziendale è sempre più argomento di studio e discussione, poiché permette di ottenere un valore che non è altrimenti visibile attraverso la visione dei normali dati contabili, come ad esempio del bilancio. Le aziende hanno appreso con il tempo l'importanza della creazione e del mantenimento del valore, indispensabile per operare con successo nel lungo periodo. Dopo queste riflessioni è nata l'assoluta necessità di conoscere il “*vero valore aziendale*”.

Questo rapporto illustra in modo semplice il complesso percorso che permette di arrivare al valore aziendale attraverso l'applicazione di diverse metodologie, tra le quali anche dei metodi innovativi creati di recente, grazie alla continua ricerca del metodo più idoneo a calcolare il valore delle imprese. La tesi non si limita a un approfondimento teorico di questa tematica e dei suoi relativi metodi, bensì li applica a un reale caso aziendale. Sarà preso in esame il settore farmaceutico, considerato come un settore trainante per l'economia Svizzera, e si andrà a stimare il valore aziendale, attraverso le diverse metodologie viste nella teoria, della seconda più grande casa farmaceutica al mondo: la Novartis. I valori risultanti dall'applicazione delle diverse metodologie, presentano delle informazioni coerenti con le aspettative venutesi a creare dopo aver appreso i concetti teorici. Il valore di mercato della Novartis, pari a 228'024 miliardi, è maggiore del valore trovato con ogni metodologia applicata. Le metodologie cui valore si avvicina maggiormente a quello di mercato sono quelle dei multipli con l'applicazione del multiplo EV/EBITDA(212'329 miliardi), quella finanziaria(180'573 miliardi) e quella dell'*economic value added* (172'519 miliardi). Dalle analisi del settore farmaceutico e dei dati interni alla Novartis risulta una situazione di crescita potenziale, dovuta al continuo aumento delle persone anziane e delle malattie. Novartis è in grado di continuare a operare in una situazione di crescita, soprattutto perché possiede la chiave per il successo di questo specifico settore, ossia l'innovazione continua, che scaturisce da molteplici investimenti in ricerca e sviluppo, e un portafoglio prodotti sempre aggiornato.