



Mercoledì 08/10/2025

## I numeri chiave per guidare la PMI - ROS (return on sales): misurare l'efficienza delle vendite e la redditività di ogni euro fatturato

A cura di: AteneoWeb S.r.l.

Nel percorso che conduce dai ricavi all'utile netto, una delle mete più significative è il reddito operativo.

Il ROS, acronimo di "return on sales", è l'indicatore che misura precisamente la redditività di questa tappa fondamentale.

Calcolato come rapporto tra il reddito operativo e i ricavi di vendita, il ROS esprime in percentuale quanto profitto è in grado di generare un'azienda dalla sua gestione caratteristica per ogni euro fatturato, dopo aver coperto tutti i costi operativi, inclusi gli ammortamenti.

Per un'impresa, e in particolare per una PMI dove ogni vendita conta, il ROS è una cartina di tornasole dell'efficienza commerciale e produttiva. Non misura semplicemente "quanto" si vende, ma "come" si vende, svelando la capacità dell'azienda di trasformare il fatturato in profitto operativo.

La formula per il calcolo del ROS è diretta:

$$\text{ROS} = (\text{Reddito Operativo (EBIT}) / \text{Ricavi di Vendita}) - 100$$

Al numeratore troviamo il reddito operativo, conosciuto anche come EBIT ("earnings before interest and taxes"), che rappresenta il risultato della gestione tipica dell'impresa, al netto degli ammortamenti e degli accantonamenti. Al denominatore ci sono i ricavi netti, ovvero il valore totale delle vendite. Il risultato è una percentuale che risponde a una domanda cruciale: "per ogni 100 euro che incasso dai miei clienti, quanti me ne rimangono come profitto dalla mia attività principale, prima di pagare gli interessi alle banche e le tasse?".

Un ROS del 10% indica che ogni 100 euro di fatturato generano 10 euro di reddito operativo.

L'importanza del ROS per una PMI risiede nella sua capacità di diagnosticare la salute del core business. A differenza dell'EBITDA margin, che esclude gli ammortamenti, il ROS li include, offrendo una visione più completa e prudente della redditività operativa. Gli ammortamenti, infatti, pur non essendo un'uscita di cassa immediata, rappresentano il costo del consumo dei beni strumentali (macchinari, impianti, attrezzature) necessari per produrre e vendere. Includerli nel calcolo significa tener conto della necessità di rinnovare in futuro il capitale fisso. Un ROS elevato è generalmente indice di una forte posizione competitiva: può significare che l'azienda ha un brand forte che le consente di praticare prezzi di vendita più alti (premium price), oppure che ha una struttura di costi estremamente efficiente, o una combinazione di entrambi.

### Easy alert PMI

Il software per monitorare i segnali interni di crisi d'impresa, sia contabili che extracontabili, delle Micro, Piccole e Medie imprese. Con Easy Alert PMI si riducono al minimo i tempi per predisporre un report accurato per le dimensioni dell'azienda, personalizzato in base all'attività svolta ed ulteriormente personalizzabile da parte di chi conosce meglio i punti focali dell'impresa.

Clicca qui per approfondire

Analizzare il ROS e le sue variazioni nel tempo è un esercizio fondamentale per il management di una PMI.

Un ROS in calo può essere un campanello d'allarme che segnala diversi problemi. Potrebbe essere causato da una crescente pressione competitiva che costringe a ridurre i prezzi di vendita, oppure da un aumento dei costi delle materie prime o del lavoro che l'azienda non riesce a trasferire sui clienti. Potrebbe anche indicare una perdita di efficienza nei processi produttivi o un aumento dei costi generali e amministrativi.



Al contrario, un ROS in crescita Ã“ un segnale di salute, indicando che le strategie commerciali, le politiche di prezzo o le iniziative di controllo dei costi stanno avendo successo.

Per migliorare il proprio ROS, un'impresa puÃ² agire su due leve principali. La prima Ã“ quella dei ricavi: si puÃ² cercare di aumentare i prezzi di vendita, a patto che il mercato lo consenta, oppure modificare il mix di prodotti venduti, spingendo quelli a piÃ¹ alta marginalitÃ .

La seconda leva Ã“ quella dei costi operativi: si puÃ² intervenire per rendere piÃ¹ efficiente il processo produttivo, rinegoziare i contratti con i fornitori, ottimizzare le spese commerciali o contenere i costi amministrativi. L'analisi del ROS, quindi, non si ferma al semplice calcolo, ma diventa il punto di partenza per una serie di domande strategiche che toccano il cuore della gestione aziendale.

Come per tutti gli indicatori, anche il ROS va interpretato nel contesto. Il suo valore "ottimale" varia enormemente da settore a settore: un'azienda di software con bassi costi variabili avrÃ un ROS strutturalmente piÃ¹ alto di un supermercato, che lavora su grandi volumi e margini risicati. Per questo, il confronto piÃ¹ utile Ã“ quello con il proprio andamento storico e con i principali concorrenti.

In definitiva, il ROS non Ã“ solo un numero, ma un potente strumento di controllo che aiuta l'imprenditore a capire se la sua macchina operativa sta girando al meglio, trasformando efficacemente gli sforzi di vendita in solida redditivitÃ .

Leggi anche i precedenti articoli della rubrica:- I numeri chiave per guidare la PMI - La riclassificazione dello stato patrimoniale: una mappa per la soliditÃ della PMI- I numeri chiave per guidare la PMI - La riclassificazione del Conto Economico per svelare e comprendere la redditivitÃ della PMI- I numeri chiave per guidare la PMI - Seguire il flusso di cassa: il rendiconto finanziario per la PMI- I numeri chiave per guidare la PMI - ROI (return on investment): la guida definitiva per misurare il successo del capitale investito- I numeri chiave per guidare la PMI - ROE (return on equity): perchÃ© l'indicatore piÃ¹ amato da soci e imprenditori- I numeri chiave per guidare la PMI - EBITDA e EBITDA margin: come valutare la pura redditivitÃ operativa della tua PMI