

Il Dossier Creditizio Aziendale per le PMI

Le informazioni rilevanti nelle relazioni creditizie

Peso relativo delle informazioni nella valutazione della credit worthiness
(Elaborazione su dati De Laurentis, 1998)

Durante la crisi la fragile condizione finanziaria delle imprese italiane ha portato al razionamento ed all'inasprimento delle condizioni di accesso al credito. Nondimeno, nello stesso periodo le banche che disponevano di migliori informazioni sui clienti e più coinvolte nel finanziamento hanno erogato più credito alle imprese con buone prospettive di crescita (Banca d'Italia, *Fragilità finanziaria e prospettive di crescita: il razionamento del credito alle imprese durante la crisi*, QEF127, 2012).

Per le imprese appaiono sempre più necessari interventi finalizzati non solo al riequilibrio ed al miglioramento della posizione finanziaria, ma anche alla creazione di un sistema di Comunicazione Finanziaria più coerente con il sistema creditizio che si va delineando.

Le informazioni rilevanti nella costruzione del rating creditizio

Come è noto, la normativa bancaria prevede che la concessione di un finanziamento sia accompagnata da un accantonamento patrimoniale proporzionato al Rischio di credito associato. Gli intermediari finanziari analizzano la capacità del debitore di onorare le obbligazioni contrattuali sulla base delle informazioni accessibili, sintetizzando nel *rating* la valutazione del merito creditizio.

Le informazioni che alimentano i modelli di *rating* consentono pertanto alle banche di stimare:

- la probabilità di insolvenza del cliente (*Probability of Default*);
- la *Severity of Loss* (perdita effettiva; funzione del *Recovery Rate* atteso) in caso di *default*.

I dati analizzati sono essenzialmente di tipo:

- quantitativo (*hard informations*): informazioni ricavate principalmente dai bilanci aziendali.
- qualitativo (*soft informations*): informazioni veicolate dalla comunicazione finanziaria aziendale.
- andamentale: informazioni ricavate dalla Centrale dei Rischi di Banca d'Italia, dai Sistemi di gestione delle Informazioni Creditizie SIC e dall'analisi dei rapporti di conto corrente.

Il peso relativo delle informazioni nei sistemi di rating

Secondo uno studio sulla concessione dei fidi di importo medio di De Laurentis, 1998 [citato in Andrea Resti (a cura di) (2001), *Misurare e gestire il rischio di credito nelle banche: una guida metodologica*, Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi], gli elementi che condizionano la misura della *Severity of Loss* in caso di dissesto (consistenza delle garanzie e del patrimonio aziendale) pesano quasi il 20% sulle decisioni di finanziamento. La *Probability of Default* associata alla capacità di reddito dell'impresa incide per il restante 80%. Tra i fattori determinanti la probabilità di *default* l'analisi di bilancio contribuisce alla formazione del giudizio per circa il 24% mentre i dati andamentali sommano circa il 15%. Secondo diversi studi (Varetto 1999; Pastore, Latini, 2000) le informazioni che collocano l'impresa nel suo ambiente competitivo (settore di appartenenza, mercati di riferimento, qualità del management, dell'organizzazione interna, dei programmi di attività) pesano complessivamente poco più del 40%.

Il Dossier Creditizio Aziendale per le PMI

Poiché le decisioni di finanziamento si basano sull'analisi delle informazioni che influenzano la *Probability of Default* e la *Severity of Loss* in caso di *default*, è indispensabile mettere a disposizione dei finanziatori tutti i dati necessari alla valutazione del merito creditizio tempestivamente, con metodi efficienti e che garantiscano l'efficacia della comunicazione.

Per questo motivo nell'attuale scenario di stretta creditizia non è più differibile la creazione di un sistema informativo da utilizzare a supporto delle comunicazioni nelle relazioni creditizie, per consentire alle banche una migliore e più completa valutazione del business aziendale. Il risultato dell'audit interno va sintetizzato nel Dossier Creditizio Aziendale (DCA) che rappresenta in maniera organica ed efficace i principali dati economici, finanziari e patrimoniali passati, attuali e prospettici, le strategie aziendali e le politiche di gestione ai potenziali finanziatori.

Di seguito si forniscono suggerimenti utili alla produzione del DCA, facendo riferimento alle indicazioni del Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili [CNDCEC, Commissione Nazionale Finanza ed Economia degli Intermediari Finanziari (2004) "Il sistema delle informazioni aziendali alla luce di Basilea 2 e del nuovo diritto societario"], alla Legge n. 488/1992 per l'accesso alle agevolazioni finanziarie agli investimenti, ai "Criteri generali di valutazione della capacità di credito - Guida pratica per le PMI" del Consorzio Patti Chiari promosso dall'Associazione Bancaria Italiana ed al Modello di Comunicazione Finanziaria di cui al Protocollo sottoscritto da ABI e Confindustria nel 2012.

Il modello proposto, oltre a valorizzare le informazioni sugli elementi qualitativi aziendali non già rappresentati nella documentazione fiscale e obbligatoria, può essere adottato anche dalle imprese di più piccola dimensione. Se necessario, infatti, il professionista incaricato della consulenza fiscale e/o strategica che normalmente già dispone della stragrande maggioranza dei dati rilevanti, può intervenire a supporto delle risorse interne nella compilazione del documento. I vantaggi in termini di miglioramento delle condizioni di accesso al credito derivanti dalla realizzazione e dall'utilizzo del DCA sono di gran lunga superiori alla limitata quantità di risorse complessivamente necessarie alla sua preparazione e manutenzione.

Struttura della Matrice Informativa nel Modello Abi-Confindustria

All'interno del DCA vanno inserite le informazioni rilevanti in funzione del tipo di operazione da realizzare, secondo lo schema a matrice suggerito dal Modello ABI - Confindustria:

- a) operazioni routinarie e di finanziamento del circolante;
- b) operazioni di finanziamento degli investimenti;
- c) operazioni di finanza straordinaria.

In sintesi andranno trasmesse le informazioni relative ai dati economico-finanziari, alle caratteristiche societarie e del business, alle strategie ed alle politiche di gestione, alla modalità di gestione dei rischi ed alle garanzie attive e attivabili.

Concludendo, la crisi ha indotto un robusto processo di disintermediazione creditizia ed ha messo in luce elementi di criticità nella struttura finanziaria delle PMI e nelle strategie di gestione delle questioni creditizie. Patrimonializzazione inadeguata, eccessiva dipendenza dal credito bancario, opacità informativa nei rapporti con le banche, scarsa proattività nei confronti del progressivo decadimento del *rating*, scarsa consapevolezza dell'importanza che un'adeguata Comunicazione Finanziaria ha sulla qualità delle relazioni creditizie. Questi elementi rappresentano una minaccia allo sviluppo ed è pertanto opportuno che le imprese con un merito creditizio medio/medio-basso intervengano per migliorare il proprio posizionamento nel mercato del credito, diventato assai più competitivo rispetto a prima della crisi. Le informazioni aziendali rilevanti vanno pertanto organizzate in una presentazione chiara, qualificata e di elevato standing a supporto dei piani di sviluppo e per il miglioramento delle condizioni di accesso al credito (quantità di credito, pricing, garanzie).

La valenza di un tale sistema informativo è immediatamente evidente nell'attuale scenario evolutivo del sistema del credito

e del rapporto banca-impresa. Indispensabile *tool* di comunicazione da impiegare nelle relazioni creditizie ed in quelle con i soci ed i potenziali investitori, il Dossier Creditizio Aziendale rappresenta inoltre un efficace pannello di controllo gestionale da aggiornare costantemente per la migliore comprensione della realtà aziendale.

In un'ottica di crescente trasparenza informativa il DCA può essere infine impiegato anche per riqualificare le comunicazioni con clienti e fornitori, scongiurando il rischio di una rappresentazione della realtà aziendale banale o inefficace.

Gilberto Bronzini, Studio Danovi - Milano
Stefano Olgiati, Prof Alessandro Danovi, Università degli studi di Bergamo

Leggi l'articolo completo sulla Digital Edition de Il Distributore Industriale

Rivista IEN Italia

Da oltre 20 anni, IEN Italia è la fonte affidabile che i decision makers scelgono per la ricerca di nuovi prodotti e soluzioni nel campo industriale.



Tutti i diritti riservati © 2014 - [Thomas Industrial Media](#)
[Contatti](#) - [Segui Thomas Industrial Media su LinkedIn](#)