



studio verna
società professionale

a fianco dell'impresa dal 1974



LETTERA GIALLA n. 15 del 2022

IMPRESE ALLA RICERCA DI NUOVO LOOK PER IL FINANZIAMENTO BANCARIO

Il ricorso al credito bancario, soprattutto in Italia, costituisce la fonte primaria, il canale prevalente di finanziamento delle PMI: la comunicazione, meglio il flusso di informazioni che scorre dall'impresa alla banca, merita quindi un'attenzione particolare, direi professionale, nel senso che le informazioni che dall'impresa giungono all'istituto di credito devono essere guidate con perizia.

La banca nella concessione del credito analizza tradizionalmente quattro fattori: la condotta del cliente manifestata nel rapporto creditizio; la qualità della sua attività, sovente rilevata attraverso moduli standard; i dati di bilancio; le informazioni concernenti il settore e il luogo di attività. Tranne le informazioni evidenziate dal bilancio, di appannaggio dell'impresa, sulle altre tre l'influenza della PMI è pressoché nulla. Si è inoltre radicalmente ridotta, soprattutto nei rapporti con gli istituti di maggiori dimensioni, la rilevanza di elementi soggettivi, quali la conoscenza, l'empatia, il rapporto interpersonale, talché può affermarsi che la concessione del credito si muove verso un'omogeneità di trattamento e gli automatismi basati sul *rating*.

Merita appena segnalare, banalmente, che il dato del bilancio, su cui si sofferma in special modo l'attenzione delle banche, è l'ultimo, il *risultato d'esercizio*, comparato con quello dell'anno precedente; non sempre l'analisi si spinge a dare la rilevanza che meritano il variare dell'indebitamento complessivo, il riscontro dei componenti straordinari che hanno inciso sulla ordinaria redditività e il rapporto fra l'ammontare delle giacenze di magazzino degli ultimi due esercizi con quello dei ricavi per rilevare i tempi di rotazione delle scorte e talvolta la possibile esistenza di stock immobilizzati.

Alcune banche, quelle che più di altre valorizzano i dati che provengono dall'impresa, lamentano una penuria di informazioni, soprattutto qualitative. I bilanci (presentati peraltro di norma solo una volta all'anno!) sono ricchi di informazioni standard spesso inespressive (basti pensare alla serie di inutili *negazioni* circa l'esistenza di partecipazioni, di debiti assistiti da garanzie reali, di impegni verso società controllate o collegate, di operazioni con parti correlate, di cambiamenti di principi contabili, di emissione di strumenti finanziari, di finanziamenti da parte dei soci, di investimenti in derivati, di patrimoni destinati a specifici affari, di inosservanza di norme di legge, ecc.) o persino l'indicazione di poste di bilancio con valori zero anche nell'esercizio precedente: insomma una serie di *non-informazioni* che occupano spazio e rendono meno scorrevole la lettura.

società semplice di
Sergio Vaglieri
Giuseppe Verna
Stefano Verna
Marco Rubino
dottori commercialisti
dott. Laura Restelli
ragionere commercialista

associata
Letizia Giovinazzo *

collaboratori associati
Luana Caputi
Fabrizio Saporito

dottori commercialisti

Milano

Corso di Porta Vittoria, 18
20122 - Milano
T. +39.02.80230.1
F. +39.02.89012162
milano@studioverna.it
www.studioverna.it
milano@studioverna.legalmail.it
SDI: USAL8PV
c.f., p. iva e r.i. 12588400155

Busto Arsizio

Corso XX Settembre, 29
21052 - Busto Arsizio
T. +39.0331.1391360
busto@studioverna.it

Roma

Via Giulio Caccini, 1
00198 Roma
roma@studioverna.it

Monza*

Via Trieste, 33/A
20835 Muggiò (MB)
T. +39.039.9111600
monza@studioverna.it



È invece crescente il novero delle banche che lamentano l'insufficienza delle *informazioni cd. "storiche"*, attinenti cioè il passato. Da tre anni sono entrati in vigore per tutte le imprese gli articoli 2086, co. 2, e 2475, ult. co., cod. civ., che hanno esteso alle srl i *piani strategici, economici e finanziari* (inizialmente previsti dall'art. 2381, co. 3, solo per le spa), norme che impongono a tutte le imprese l'istituzione di un *assetto organizzativo, amministrativo e contabile* (conosciuto sotto l'acronimo *OrAmCo*), adeguato alla natura e alle dimensioni dell'impresa. Ne consegue il crescente interesse delle banche verso *dati prospettici*, ovvero verso *budget economici e finanziari*, documenti più adatti ad evidenziare la sostenibilità/vulnerabilità nel futuro prossimo dell'iniziativa perseguita dall'impresa da finanziare.

Da qui l'opportunità per l'impresa sana, che necessita di ulteriori affidamenti per sviluppare il proprio *business*, di indirizzare nuove e maggiori informazioni. Innanzi tutto l'impresa sana deve offrire un *nuovo look*, migliorare cioè il proprio profilo ed evidenziare comportamenti virtuosi, fornendo nel corso dell'esercizio incisive e brevi informazioni (*pillole*) su alcuni obiettivi di successo raggiunti o su migliorati rapporti di *performance* (per esempio, ammodernamento della struttura industriale, adozione di nuovi sistemi gestionali, riduzione del costo del venduto, diminuzione del contenzioso, aumento delle ore di lavoro a parità di occupazione, concessione di *benefits* ai dipendenti a dimostrazione di attenzione al capitale umano dell'azienda, adozione di un codice etico, certificazioni, ecc.).

Alcune banche, specialmente le più grandi, nell'esaminare la sostenibilità dell'investimento finanziario richiesto, aggiungono un quinto fattore di analisi ai quattro indicati all'inizio di questa lettera: il cd. fattore *ESG*, acronimo di *Environment Social and Governance*. L'azienda deve cioè dimostrare gli sforzi, compiuti nell'attività produttiva, per rispettare *criteri ambientali e climatici*, le attenzioni rivolte al *capitale umano* attraverso il miglioramento delle condizioni di lavoro, salute e sicurezza nonché le iniziative intraprese per adeguare sempre più l'*assetto OrAmCo* alla natura e dimensioni dell'impresa, anche favorendo la periodica raccolta ed analisi di informazioni economico-finanziarie. La cura del fattore ESG si basa su uno sperimentato assioma: le imprese hanno maggiori probabilità di successo e di generare profitti se creano *valore* per tutti i soggetti coinvolti, non solo per i proprietari, ma anche per dipendenti, clienti, fornitori e per il settore ambientale.

Ecco la necessità che l'impresa si doti di un *nuovo look*, modifichi la propria strategia d'informazione quantitativa e qualitativa, invii segnali accattivanti di ammodernamento ed efficienza e si affidi quindi a professionisti con particolari sensibilità verso dati economico-finanziari da valorizzare non solo per fini gestionali, ma anche per un *market oriented approach*.

Milano, 10 maggio 2022

studio verna società professionale