

LE VARIABILI QUALITATIVE

Le variabili qualitative concorrono, congiuntamente alle variabili quantitative ed andamentali, alla formulazione del giudizio di merito creditizio dell'impresa, vale a dire all'assegnazione della classe di rating. Ciò permetterà di giungere ad un quadro completo e approfondito dell'andamento aziendale con un approccio sia storico che prospettico.

Nell'accordo di Basilea 2 non si individuano specificatamente le variabili qualitative oggetto di analisi, limitandosi a precisare tuttavia che ai fini della valutazione del rischio di credito hanno diritto di asilo "tutte le informazioni rilevanti e significative".

A titolo esemplificativo si esaminano alcune variabili qualitative in grado di influenzare la determinazione del rating. In particolare:

1. Storia e tradizione aziendale
2. Corporate governance
3. Dislocazione geografica
4. Organizzazione e gestione aziendale
5. Settore di appartenenza
6. Posizionamento competitivo
7. Innovazione e investimenti in R&S (Ricerca e Sviluppo)
8. Informazioni commerciali
9. Piani e *Budget* aziendali
10. Indagini degli andamenti di mercato

Storia e tradizione aziendale

Un consolidata tradizione può rappresentare realmente un punto di forza in quanto:

- a seconda del settore in cui opera, l'impresa può distinguersi per qualità e stile, siano essi tradizionali o innovativi, poiché nel lungo periodo acquisisce una competenza capace di incrementare il suo prestigio, la capacità commerciale, la credibilità nei confronti della clientela, il vantaggio competitivo;
- l'azienda che opera da molti anni nel settore con serietà e correttezza migliora i rapporti che instaura con gli interlocutori aziendali, i quali mostrano maggiore fiducia e disponibilità nei suoi confronti;
- l'azienda negli anni e durante i passaggi generazionali acquisisce un'etica professionale capace di massimizzare i profitti e i benefici;
- competenza e serietà aprono spesso la possibilità di realizzare iniziative nuove, impegnative e complesse.

Corporate governance

Questo fattore identifica tutto ciò che riguarda la proprietà e la direzione dell'azienda. E' necessario però specificare che analizzando una micro-impresa tale concetto si restringe alla considerazione della semplice organizzazione dei sistemi gestionali. Tutt'altro accade in relazione alle società, nelle quali la valutazione del governo societario include gli assetti societari, le norme statutarie e le opzioni adottate con riferimento agli organi di amministrazione e controllo. L'importanza della corporate governance aumenta quanto maggiore sarà la dimensione e la complessità della società; permette di valutare la capacità che gli organi amministrativi hanno di indirizzare la gestione aziendale e di controllarne l'evoluzione rispetto alla programmazione dell'azienda stessa. Acquisisce pertanto una particolare importanza, ad esempio, la valutazione organizzativa dei sistemi di controllo interno, di pianificazione e controllo di gestione, nonché la stima della probabilità di rischio derivante da conflitto tra i soci e dell'efficacia delle possibili azioni susseguenti.

Dislocazione geografica

La dislocazione geografica è uno degli elementi qualitativi espressamente indicati dall'art. 410 dell'accordo di Basilea 2. Tenerne conto significa conoscere l'ubicazione aziendale, la dislocazione delle diverse aree d'affari, la situazione politica e finanziaria dei paesi in cui l'azienda opera. Tali valutazioni vengono condotte dalla banca essenzialmente avvalendosi di ricerche statistiche in grado di far acquisire informazioni sull'area geografica di riferimento e di far comprendere gli elementi caratterizzanti, tra cui le proiezioni della domanda e dell'offerta, i tassi di inflazione, i livelli occupazionali e così via.

Organizzazione e gestione aziendale

Organizzazione e gestione aziendale sono due variabili strettamente correlate. Una buona organizzazione è in grado di influire profondamente sul sistema aziendale migliorando efficienza, efficacia operativa, redditività e, di conseguenza, attenuando il rischio d'impresa.

Una valutazione di tali variabili non può prescindere dall'analisi dei seguenti aspetti:

1. l'*organigramma*, che delinea la suddivisione delle funzioni, la distribuzione delle responsabilità e dei poteri decisionali; consente quindi una valutazione della struttura aziendale. Solo in presenza di un'organizzazione caratterizzata da coerenza, omogeneità, congruità, funzionalità è possibile garantire continuità aziendale, efficacia ed efficienza. Per le microimprese, tuttavia, appare velleitario rappresentare l'organigramma perché spesso l'organizzazione è centrata sul solo titolare imprenditore o su eventuali collaboratori familiari.
2. le *procedure operative*, che consentono di delineare la qualità della gestione. Sono connesse quindi alla conduzione degli acquisti e delle vendite, all'organizzazione del magazzino e delle spedizioni, al coordinamento amministrativo e finanziario, al coordinamento delle procedure di produzione. Nello specifico, riguardano le condizioni standard di pagamento, le soglie di qualità e quantità minime vendute e acquistate, la formalizzazione dei listini prezzo, gli sconti per quantità, i controlli sulla regolarità dei pagamenti, ecc.;
3. le *caratteristiche qualitative del personale*, che concerno, in particolare, il numero dei lavoratori, la distribuzione per età, il livello di turn over, il livello di scolarizzazione;
4. il *sistema informativo aziendale*, che permette di conoscere la distribuzione interna/esterna delle informazioni; è tanto più efficace quanto caratterizzato da organicità, tempestività, omogeneità, coerenza rispetto gli obiettivi;
5. il *sistema di controllo della gestione*, che consente all'azienda di pianificare l'evoluzione e tradurre le aspettative in previsioni di flussi economico finanziari, fornendo gli strumenti per valutare le performance aziendali e eventuali scostamenti dei risultati rispetto gli obiettivi.

Settore di appartenenza

La conoscenza del settore di appartenenza dell'azienda è un elemento particolarmente utile per definire quali sono le caratteristiche, le previsioni e l'andamento. Rappresenta così uno degli elementi con cui confrontare gli specifici piani e risultati dell'impresa.

Per l'istituto di credito, che deve definire la rischiosità dell'impresa, acquisiscono particolare rilievo le informazioni inerenti l'andamento della domanda, il ciclo di sviluppo, gli eventuali interventi di regolazione da parte delle autorità dello Stato.

Inoltre, la nuova normativa di Basilea 2 prevede esplicitamente che nelle valutazioni le banche tengano in considerazione il ciclo economico in corso; c'è quindi da presumere che in una fase di recessione o di crisi del settore i parametri di giudizio siano più morbidi che in una fase di crescita.

Posizionamento competitivo

Consiste in particolare nell'analisi del grado di concorrenza del settore, della domanda e dell'offerta del mercato di riferimento dell'azienda, dei punti di forza e di debolezza rispetto ai concorrenti, del posizionamento dell'impresa stessa.

Esistono anche degli strumenti di raffronto competitivo come le principali leve competitive: il prezzo, la qualità, il rapporto qualità/prezzo, l'immagine dell'azienda e del prodotto, il livello di servizio precedente e successivo alla vendita, la promozione e la pubblicità di cui l'azienda si avvale, la dimensione dell'impresa, l'efficienza operativa, la struttura dei costi.

La valutazione si estende quindi ai prodotti/servizi, al bacino di attività e a quanto altro influenza direttamente il comportamento della propria clientela, nonché concerne la stima comparata delle quote di mercato, le previsioni di evoluzioni del mercato stesso.

Attraverso queste analisi è possibile effettuare un controllo periodico della collocazione dell'azienda nel mercato, individuare gli elementi critici da ridurre o eliminare e gli elementi strategici da valorizzare, giungere ad un giudizio sulle competenze e professionalità manageriali.

Far conoscere alla banca le riflessioni strategiche sul posizionamento competitivo può rappresentare un contributo al miglioramento dei rapporti con essa se esposto con prudenza e se risulta essere un metodo di valutazione che l'azienda usa costantemente, che non sia mirato al solo accesso al finanziamento.

Innovazione e investimenti in Ricerca e Sviluppo (R&S)

Negli ultimi anni le innovazioni hanno assunto un'importanza sempre maggiore per tutti i settori di business ed è ormai comunemente sentita la necessità di una costante e mirata attenzione alle opportunità di innovazione di prodotto, di processo, di immagine.

Non necessariamente le innovazioni richiedono ingenti e costosi investimenti ma spesso è dalle analisi del posizionamento competitivo e dell'organizzazione aziendale che scaturiscono numerose idee, semplici ma efficaci per il rinnovo delle strategie.

Affinché la banca possa tener conto delle prospettive di innovazioni e di investimento, è opportuno che l'impresa riesca a rappresentarle adeguatamente, magari attraverso un business plan.

Informazioni commerciali

E' importante la sistematica rilevazione delle informazioni che riguardano il cliente, o altri soggetti con cui opera l'impresa, e che potrebbero mettere a rischio l'affidabilità dell'impresa stessa. Si tratta, ad esempio, di informazioni relative a: presenza di protesti cambiari o di decreti ingiuntivi, messa in liquidazione, apertura di procedure concorsuali, costituzione di fondi patrimoniali. Questi elementi non determinano automaticamente lo spostamento dell'impresa in default, ma l'istituto di credito si muoverà con una maggiore cautela.

Si può attribuire un analogo peso alle informazioni riguardanti il ritardo dei pagamenti nonché alla presenza di eventuali pregiudizievoli in capo alla società, ai soci o agli esponenti aziendali.

Gli istituti di credito, infatti, attraverso banche dati private o pubbliche effettuano ricerche approfondite per ponderare al meglio il rischio di credito.

Piani e budget aziendali

Questi strumenti non rientrano tra quelli delineati dall'accordo di Basilea 2 per determinare il rating, tuttavia essi consentono di giungere a proiezioni economiche e finanziarie attraverso una descrizione dei presupposti operativi e delle strategie aziendali.

I piani e i budget aziendali sono sottoposti prima di tutto ad un controllo di attendibilità e di coerenza dei dati; affinché questo primo fattore risulti positivo la redazione di tali documenti deve avvenire nel rispetto di determinati canoni di redazione:

1. **Parte descrittiva:** in essa vengono descritte le strategie aziendali (spiegando, quindi, la storia dell'azienda, l'immagine, la gamma e qualità dei prodotti, lo scenario concorrenziale, la capacità produttiva, le caratteristiche quantitative e qualitative del personale, ecc.), gli

obiettivi strategici (che ovviamente devono essere coerenti con quanto riportato nella premessa), gli schemi di azione programmati (redatti in coerenza con gli obiettivi previsti), i commenti alle proiezioni economiche finanziarie.

2. Proiezioni di bilancio: sono suddivise in due parti:
 - le proiezioni economico-patrimoniali annuali;
 - le proiezioni economico-patrimoniali pluriennali.

Indagini degli andamenti di mercato

Le indagini statistiche rappresentano una fonte di primaria importanza per la banca ai fini valutativi, in quanto le consentono di effettuare comparazioni spazio-temporali, di disporre di informazioni qualitative di riferimento qualora l'impresa stessa non fosse in grado di fornirle adeguatamente, di arricchire le informazioni quantitative ed andamentali per una lettura integrata della situazione aziendale del cliente da affidare.

La banca, ad esempio, tiene in considerazione alcune grandezze economiche significative ricavate da rilevazioni statistiche campionarie che analizzano: l'evoluzione della domanda, dell'offerta, dell'occupazione, del tasso di inflazione, dei prezzi, dei costi delle materie prime, degli investimenti, dell'occupazione e i costi del personale; la proiezione del fatturato; la previsione dell'impatto della concorrenza di quel settore in diverse aree geografiche, ecc.

CONCLUSIONI

Le informazioni qualitative giocano un ruolo importante nella valutazione dell'impresa, nonostante non possano definirsi oggettive quanto quelle che scaturiscono dai dati quantitativi.

Il loro ruolo, inoltre, varia a seconda delle dimensioni dell'impresa.

Le aziende di maggiori dimensioni dispongono di un numero più elevato di informazione ed hanno generalmente maggiore facilità nella loro rappresentazione e comunicazione esterna, tuttavia per loro il ruolo è secondario. Trattandosi infatti di soggetti obbligati alla redazione del bilancio e degli altri documenti finanziari sono le informazioni quantitative, in virtù della maggiore oggettività che ne deriva, ad avere un peso determinante nella formulazione del rating.

Per le microimprese, invece, anche se difficilmente le informazioni qualitative fino ad ora venivano comunicate alla banca, sarà indispensabile in futuro saperle rappresentare poiché avranno un peso sempre più importante, in particolare per le imprese di piccole dimensioni, per le quali vi sono minori supporti per la valutazione quantitativa.

I fattori qualitativi saranno in grado di modificare al massimo uno o due classi di rating rispetto alle valutazioni scaturite dagli scoring, tuttavia questa valutazione è demandata alla gestione di ogni istituto di credito.