

I molteplici aspetti del merito creditizio

Il merito creditizio per le imprese

Il giudizio sulla situazione finanziaria di un Paese, di un'istituzione finanziaria o di una emissione di titoli si definisce rating. Nello specifico di un'impresa si parla di solito di rating di merito creditizio. Il documento prioritario per elaborare il rating di un'impresa è il bilancio d'esercizio, che deve rappresentare la fotografia, non solo economica, dell'impresa. Il rating non è un indicatore stazionario, ma in continua evoluzione e pertanto deve essere periodicamente monitorato. In italiano si può tradurre con il termine valutazione. Il merito creditizio rappresenta l'affidabilità economico-finanziaria di un soggetto. Tale indicatore è inversamente proporzionale al costo connesso al finanziamento che si intende richiedere: minore è il livello di merito creditizio e maggiore sarà il costo del finanziamento e viceversa, posto che il rendimento preteso dal finanziatore verrà incrementato di un premio al rischio che compensi l'incertezza di rimborso nel caso di un soggetto con merito inferiore alla media, oppure verrà decrementato in ragione della maggiore affidabilità del soggetto che goda di un merito creditizio superiore. Ne consegue che un cliente che vanta un merito creditizio inferiore alla media avrà maggiori probabilità che il finanziatore richieda garanzie per poter avere accesso al credito.

Appare pertanto evidente come il concetto di merito creditizio debba necessariamente essere analizzato sotto due diversi punti di vista, quello aziendale e quello bancario.

Per poter determinare autonomamente all'interno di ciascuna azienda un rating confrontabile con quello bancario è opportuno *in primis* comprendere come nel modello sviluppato da ciascun istituto di credito esistano delle linee e dei criteri di base che vengono comunemente usate e che si fondano sui seguenti parametri:

- livello di indebitamento del soggetto;
- rapporto tra i flussi reddituali e il livello di debito;
- certezza o sulla probabilità di conservazione dei flussi di reddito;
- inesistenza o entità della frequenza di precedenti insoluti;
- disponibilità di risorse finanziarie o patrimoniali alternative;
- probabilità che la disponibilità di risorse finanziarie o patrimoniali alternative permanga per tutta la durata del finanziamento o prestito.

È poi consigliabile che ciascuna azienda periodicamente verifichi il proprio rating aziendale utilizzando dati numerici sempre aggiornati. Tale operazione deve prendere come riferimento l'analisi delle caratteristiche economico-finanziarie dell'azienda (aspetti quantitativi, bilanci degli ultimi tre esercizi) nonché l'analisi del suo settore di appartenenza e del posizionamento strategico che essa riveste in tale ambito (aspetti qualitativi).

LUCA ANTONIO RASIA *

Ordine di Vicenza

Ciò che in ciascun modello di rating bancario esiste è l'analisi sull'andamento dei comportamenti tenuti dalle imprese nei confronti delle banche (analisi storica degli indici, dinamica pagamenti e incassi...) e verso l'intera struttura bancaria (dati segnalati nella Centrale dei Rischi). Tra le possibili anomalie che potrebbero compromettere il rapporto con la banca, ritroviamo gli sconfinamenti di conto corrente, poca movimentazione in entrata e tanta in uscita dal conto corrente, elevata percentuale d'insoluti, emissione di assegni scoperti ecc. Tali informazioni vengono elaborate da ciascun istituto di credito determinando un indice rappresentativo della probabilità di default. Più la probabilità di default è alta, più l'azienda è considerata rischiosa.

Classificazione di rating per valutare il merito creditizio di un cliente da parte di una banca (da merito creditizio alto a scadente, rischioso).

Sicurezza elevata	AAA
Sicurezza	AA
Ampia solvibilità	A
Solvibilità	BBB
Vulnerabilità	BB
Vulnerabilità elevata	B
Rischio	CCC
Rischio elevato	CC
Rischio molto elevato	C

La valutazione del merito creditizio nel credito al consumo

Si parla di merito creditizio anche nel rapporto tra banche e privati. Qualora la situazione di chi richiede credito sia tale da far dubitare della sua capacità restitutoria, la banca dovrebbe astenersi dal concederle. Ad imporre questa condotta sono infatti le regole di sana e prudente gestione, che a salvaguardia della stabilità dell'impresa bancaria escludono la concessione di finanziamenti a soggetti sprovvisti di merito creditizio. Se da questo punto di vista tale dovere non suscita incertezze, meno semplice è chiarire se la regola che consente di concedere finanza solo in presenza di capacità restitutoria possa discendere, oltre che dai principi di sana e prudente gestione dell'impresa erogante, dall'esigenza di salvaguardare gli stessi soggetti sprovvisti di merito creditizio, la cui situazione potrebbe aggravarsi a seguito della concessione di un nuovo finanziamento (si pensi, solo per fare un esempio, ad un prestito destinato a ripagare un preesistente debito, procrastinandone la scadenza ma aggravandone l'onerosità

a motivo dei più elevati tassi di interesse). Tale questione si pone in modo particolare nel caso dei soggetti che, per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta, richiedano finanziamenti destinati a soddisfare il proprio bisogno di beni e servizi. A favore di questi soggetti, che la legge stessa denomina "consumatori", l'ordinamento ha introdotto infatti una serie di disposizioni miranti alla loro protezione, tra le quali quella contenuta nell'art. 124 bis TUB che impone al finanziatore – prima di concedere credito ad un consumatore o prima di procedere ad un incremento significativo del prestito già concesso – di valutarne il merito creditizio, avvalendosi delle informazioni desumibili da una pertinente banca dati oltre che di quelle fornite dallo stesso consumatore. Più di questo la norma però non dice. A fronte di questi esigui contenuti, la dottrina si è divisa in merito alle presumibili finalità dell'obbligo previsto dall'art. 124 bis TUB tra chi ne esclude la valenza sul piano del rapporto tra consumatore e soggetto finanziatore, reputando cioè l'obbligo di verifica del merito creditizio un fatto solo pubblicitario di sana e prudente gestione; e chi all'opposto sostiene che il diligente banchiere dovrebbe astenersi dall'erogare credito in mancanza di merito creditizio, potendo in tal caso la concessione di nuovo credito determinare conseguenze a discapito del consumatore (come succederebbe, ad esempio, al debitore che abbia visto aggravare la propria situazione economica per effetto di nuovi finanziamenti particolarmente onerosi, concessi al solo scopo di coprire precedenti esposizioni verso il medesimo finanziatore; o ancora all'indebitato che abbia visto la propria situazione aggravata da nuovi finanziamenti destinati ad agire da moltiplicatore di precedenti poste di debito laddove, ricevuta la somma, l'abbia subito impiegata per saldare altri debiti a breve, verso precedenti creditori, sostituendoli con altri a più lunga scadenza ma più onerosi; e così via discorrendo). Ma pur ammettendo che tra le due tesi ad essere preferita debba essere quella che ritiene la valutazione del merito creditizio funzionale alla tutela degli interessi (anche) del debitore, i vantaggi che ne discenderebbero per il consumatore rimarrebbero tuttavia incerti, non prevedendo la nostra disciplina esplicite sanzioni per l'ipotesi della violazione dell'obbligo in questione. A differenza di quanto accade in altri paesi, nel nostro ordinamento non si rinvengono infatti disposizioni speciali, quali in particolare quelle di messa nel nulla, anche solo parziale, delle operazioni di finanziamento concesso in modo irresponsabile. Né una sufficiente protezione discenderebbe a favore del consumatore

SEGUE A PAGINA 20

* Intervento realizzato per la Commissione Formazione UGDCEC Vicenza, di cui è membro.

Il merito creditizio

SEGUE DA PAGINA 19

zione discenderebbe a favore del consumatore ove anche si ammettesse l'annullamento del contratto di finanziamento, bastando pensare, a riprova, al caso in cui il creditore, accertata l'invalidità del contratto, agisca immediatamente per la restituzione delle somme erogate. Non restando perciò altra soluzione, a fronte di un'erogazione in violazione dell'obbligo di verifica del merito creditizio, se non l'ipotesi del risarcimento del danno. Che l'erogazione di un credito possa determinare un danno in capo al soggetto finanziato è questione però tutt'altro che semplice da indagare, che la dottrina ha da parte sua approfondito, dividendosi, con riguardo all'analogo caso del finanziamento alle imprese insolventi. Con riferimento a questo caso, infatti, mentre alcuni sostengono che l'erogazione di credito potrebbe danneggiare (solo e soltanto) i terzi in rapporto con il beneficiario del finanziamento, altri ritengono invece che il finanziamento potrebbe danneggiare (o meno) l'impresa insolvente a seconda della destinazione (proficua, o meno) delle somme concesse in finanziamento. Seguendo questo secondo modo di vedere, il discorso potrebbe allora essere lo stesso anche qualora il finanziamento sia stato erogato a favore di un consumatore; nel senso, cioè, che anche in questo caso dovrebbe essere possibile ipotizzare tanto un utilizzo astrattamente proficuo delle somme erogate (come potrebbe essere nel caso di una somma utilizzata per il pagamento di improcrastinabili cure mediche o anche, per rimanere sul piano strettamente patrimoniale, di lavori urgenti per impedire il crollo di una casa) quanto un impiego per l'acquisto di cose futili (come ad esempio nel caso del finanziamento destinato al pagamento di una vacanza o all'ingiustificato acquisto di un bene di gran lusso). Potendosi quindi in conclusione immaginare, con riferimento al finanziamento destinato a quest'ultimo tipo di impiego, che il finanziatore fosse a conoscenza della "futilità" finale, e di conseguenza anche sostenere – in presenza di un mutuatario che versi in condizione economica precaria – la censurabilità della condotta dello stesso finanziatore per aver irresponsabilmente concorso ad aggravare la situazione del debitore.

Big Data e merito creditizio

Il credito resta per la maggior parte delle Banche e degli operatori istituzionali l'attività principale e la maggior fonte di ricavi potenziali. Si è usato il termine "potenziali" in quanto il credito genera entrate quando il debitore rispetta i termini contrattuali e ripaga di capitale ed interessi il creditore secondo lo schema prestabilito, ma purtroppo ciò non sempre avviene. Nella gestione del credito ci si basa sul merito creditizio (scoring o rating sono sinonimi) per definire pricing, accesso ed eventuali rientri/liquidazioni della posizione. La classe di merito creditizio viene definita annualmente sulla base dei documenti societari, tra cui il bilancio e spesso il rendiconto finanziario, a cui si aggiunge la valutazione qualitativa del ge-

store basata su un numero limitato di interazioni con l'azienda. Anche rimanendo nel lecito e non considerando la malafede questa metodologia risulta limitante per due motivi, il periodo di revisione è troppo lungo rispetto alle dinamiche aziendali ed il numero di informazioni qualitative è troppo ridotto rispetto alla necessità di conoscere l'effettivo funzionamento dell'azienda. I Big Data possono aiutare, se correttamente utilizzati, a definire in anticipo:

1. le potenziali problematiche per anticipare le contromisure necessarie;
2. le potenziali opportunità per poter seguire l'azienda verso un'evoluzione virtuosa.

L'utilizzo dei Big Data quindi permette di superare i due limiti sopradescritti, temporale e quantità di informazioni, sostituendo un tempo macchina ad un tempo umano nell'analisi e nella reportistica.

Facebook, Amazon e Google: la visione social del merito creditizio

L'utilizzo dei Big Data è territorio naturale di giganti quali Facebook, Amazon e Google che negli ultimi mesi hanno dichiarato la loro intenzione di avvicinare il mondo bancario ponendosi di fatto come intermediari finanziari, e il settore bancario comincia a tremare. A fronte della licenza ottenuta da Facebook ad operare come intermediario creditizio non più solo a livello americano ma anche a livello europeo, la rete ha già coniato termini quali "Facebook bank". Al momento l'ambizione non è solo costituire una vera e propria banca, ma bensì anche sfruttare i dati in proprio possesso per aumentare la conoscenza degli operatori sui potenziali debitori. È, infatti, ormai noto che questi player dispongono di informazioni sugli utenti più accurate, numerose e tempestive di qualunque provider immaginabile e quindi il passo dall'utilizzo dei dati a scopo di marketing al loro sfruttamento a scopo di profilazione finanziaria appare breve. L'intenzione inizialmente dichiarata è quella di sfruttare i dati sulle persone fisiche per definire più puntualmente l'effettivo merito di credito dei diversi soggetti, ma la possibilità di estendere tale approccio dalle persone fisiche alle imprese non appare più fantascienza. Soprattutto per quanto riguarda il mondo delle PMI – ambito di indiscutibile rilevanza per il contesto italiano e in cui la distinzione tra azienda e persona fisica in molti casi risulta alquanto labile – tale mole informativa sarebbe preziosa. Da anni, infatti, il dibattito sulla rappresentatività degli attuali metodi di definizione del merito creditizio per i piccoli player è acceso e, spesso, i Big Data vengono citati come una possibile fonte informativa per affiancare i parametri meramente finanziari con informazioni soft in larga misura. L'attenzione di player quali Facebook, Amazon e Google su questi temi potrebbe potenzialmente diventare la vera spinta propulsiva, volta a dare accelerazione ad un fenomeno ancora in parte ai blocchi di partenza. Le banche, infatti, sono soggette a vincoli esterni stringenti e procedure consolidate difficili da sradicare, che rendono poco flessibile un cambio di paradigma. Sicuramente è quindi prematuro dire se nei prossimi cinque anni i metodi di merito creditizio saranno totalmente cambiati e rivisti, ma è anche altrettanto vero che il settore sta subendo delle spinte rilevanti e che anche il mondo bancario tradizionale non può più ignorarle. C'è solo da chiedersi se il futuro non sia già qui.

DIREZIONE

DIRETTORE RESPONSABILE
FILIPPO CARLIN
filippocarlin@studiocla.it

VICE DIRETTORE
SILVIA DECARLI
silvia.decarli@studiouber.com

STAFF DI DIREZIONE

EZIO BUSATO
info@studiobusato.it
ADRIANO CANCELLARI
cancellari@euraaudit.it
ALESSIO FRANCH
alessio.franch@gmail.com
FLAVIA GELMINI
flavia.gelmini@tla-partners.com

COMITATO DI REDAZIONE

Belluno
ALESSANDRO BAMPO
alessandro.bampo@bampo.it

Bolzano
LUCIANO SANTORO
luciano@studiols.bz.it

Gorizia
CLAUDIO POLVERINO
claudio@polverino.net

Padova
GIANGIACOMO INDRI RASELLI
giacomo.indri@gmail.com

Pordenone
KETI CANDOTTI
keticandotti@tiscali.it

Rovigo
IRENE BONONI
irene@irenebononi.it

Trento e Rovereto
SILVIA DECARLI
silvia.decarli@studiouber.com

Treviso
ALBERTO DE LUCA
adeluca@deluaccommercialisti.com

Trieste
LAURA ILARIA NERI
laurailaria.neri@studioneri.info

Udine
ELISA NADALINI
nadalini@arkimede.it

Venezia
STEFANO DANESIN
stefanodanesin@studiodanesin.it

Verona
CLAUDIO GIRARDI
c.girardi@dotcomquadranteuropa.it
GIORDANO FRANCHINI
giofrank@mduevr.com

Vicenza
ANTONIO SACCARDO
antoniosaccardo@hotmail.com

Redazione
segreteria@commercialistideltriveneto.org
Via Santuario, 41
35031 Abano Terme (PD)

CV

IL COMMERCIALISTA VENETO

PERIODICO DEI DOTTORI COMMERCIALISTI
E DEGLI ESPERTI CONTABILI DELLE TRE VENEZIE

Anno LIV - N. 248

Poste Italiane spa - Spedizione in Abbonamento Postale D.L. 353/2003

(conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Vicenza

www.commercialistaveneto.org

Sport, non solo passione

di FILIPPO CARLIN

In ricordo di un grande campione

*Quando ce la fai sono tutti con te,
quando perdi li hai tutti contro.
In mezzo non c'è niente.*

Niki Lauda

L'estate è alle porte (stando al calendario e non di certo al termometro!) e con l'estate arriva la sesta edizione del nostro *CV Forum*. Tema di quest'anno sarà uno dei grandi piaceri (insieme alla buona tavola) per noi italiani: lo sport!

Un argomento che farà drizzare le orecchie a tanti perché, diciamocelo, sportivi lo siamo stati un po' tutti, almeno quando eravamo più giovani... Eppoi qualcuno, come me e tanti altri colleghi, ha il coraggio di cimentarsi ancora; ovviamente con risultati spesso alterni e pure al di sotto delle (nostre) aspettative e d'altronde il tempo passa per tutti... e se qualcuno ancora si difende, altri un po' meno!

Ma vi è un *fil rouge* che lega lo sportivo da divano a quello "da campo" ovvero la passione! La passione che, quando è vera, ci fa dimenticare gli impegni, mettere in un angolo le preoccupazioni e cancellare gli appuntamenti. Che sia per la classica partita di calcetto del venerdì con gli amici o che sia per sedersi davanti alla TV per una partita di Champions, poco importa: non c'è tempo per altro!

E proprio perché siamo consapevoli della forza di questa passione, abbiamo provato a coniugare la parola sport con *CV Forum* e ne è nato *#sporteconomy2019*.

Parleremo di sport, questo lo avete capito, però declinato diversamente rispetto alle pratiche delle piccole o grandi associazioni e società che trattiamo quotidianamente nei nostri studi. Non parleremo di statuti e di

398, tanto per intenderci, ma cercheremo di volare un po' più in alto, per entrare nel vero business delle società professionistiche, dei campioni e degli sponsor che ci girano attorno.

Inizieremo con le relazioni di due docenti universitari che ci parleranno del fare impresa con lo sport, di bilanci, di programmazione e di *governance* nelle "aziende" sportive; sarà poi interessante ascoltare le testimonianze, sentire di chi, per anni, si è occupato dei ritorni economici (ovviamente a livello di bilancio) che si possono avere nella gestione dei giovani sportivi. Temi di certo insoliti, resi ancor più attrattivi dal fatto che ce ne occuperemo con un grande campione del recente passato (vi do un indizio: io e Lui abbiamo la stessa età e ci chiamiamo entrambi Filippo!!!) che per anni ha gestito il settore giovanile di una importante società professionistica.

E per finire la tavola rotonda... una tavola rotonda che vedrà protagonisti colleghi, direttori amministrativi e generali di società professionistiche, managers sportivi.

Il tutto, a dire il vero, è un poco spostato sul calcio ma, a certi livelli, determinate strutture organizzative e di *management* non si trovano in tutti gli sport.

A coordinare i lavori sarà Marco Bellinazzo, la penna "sportiva" de "Il Sole 24 Ore", una assoluta eccellenza in questo campo.

Sarà sicuramente un *CV Forum* non interessante bensì interessantissimo e, soprattutto, divertente, non solo per i colleghi sportivi (nel presente e nel passato) ma anche per tutti i colleghi amanti dello sport (perché tifosi) oppure solo perché incuriositi da questo tema.

Eppoi per trovare il pretesto per assentarci dai nostri studi il 5 di luglio un po' di divertimento è il minimo sindacale!

Cari colleghi non è necessario che lo dica: vietato mancare... come se fosse la finale della Coppa del Mondo!!!

BUSINESSCULT

CV FORUM 2019
5 LUGLIO 2019 - ORE 9.00
#sporteconomy2019

Villa Borromeo
Via della Provvidenza, 61 - Rubano (PD)

CV IL COMMERCIALISTA VENETO
PERIODICO DEI DOTTORI COMMERCIALISTI
E DEGLI ESPERTI CONTABILI DELLE TRE VENEZIE

ASSOCIAZIONE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI
E DEGLI ESPERTI CONTABILI DELLE TRE VENEZIE