

# ACCESSO AL CREDITO NELL'ERA DIGITALE IL RUOLO DEL COMMERCIALISTA NELLE PRATICHE DI FINANZIAMENTO

*Benvenuti!*

---

# Obiettivo

Individuare le nuove opportunità professionali nell'ambito della Consulenza Finanziaria per **l'accesso al credito**



# Sommario

- **Accesso al credito e opportunità di business**
- Target di riferimento e trend dei finanziamenti
- Elementi valutativi per la concessione del credito
  - Valutazione del modello di business
  - Rating Aziendale (Centrale Bilanci)
  - Rating Finanziario (Centrale Rischi)
  - Rating Bancario
- Altre informazioni quali-quantitative
- Identità digitale e onboarding del cliente
- Conclusioni

Perché le imprese per accedere al credito hanno la necessità di essere assistite da un professionista specializzato?



# Perché le imprese per accedere al credito hanno la necessità di essere assistite da un professionista specializzato?

- Non conoscono le **nuove regole del mercato**
- Non conoscono **parametri e standard utilizzati per la delibera**
- Non conoscono i **nuovi strumenti finanziari**
- **Si rivolgono al professionista troppo tardi e troppo poco spesso**

# Come cambia la professione del commercialista

- Progressiva globalizzazione dei mercati;
- Digitalizzazione dei processi contabili e fiscali

**MINACCIA**



- Digitalizzazione dei processi contabili
- Consulenza Finanziaria Professionale

**OPPORTUNITA'**

# Cosa richiedono gli operatori finanziari alle aziende

- **Consulenti finanziari specialisti** in attività **di prevenzione**
- Un **protocollo unico** e definito su tutto il territorio
- **Documentazione leggibile, aggiornata, completa**
- **Documentazione accreditata**
- **Eliminazione del cartaceo** a favore del digitale
- **Interlocutori preparati** e che comprendano il loro linguaggio
- Conoscere la **situazione del cliente in tempo reale**



Sarà fondamentale e indispensabile per  
l'operatore finanziario essere in grado di  
**calcolare il rischio** che si assume su ogni cliente



# Le normative che influenzeranno le decisioni degli operatori finanziari

## MIFID 2

Ha come obiettivo lo sviluppo di un mercato unico dei servizi finanziari in Europa, nel quale siano assicurate la trasparenza e la protezione degli investitori.



# Le normative che influenzeranno le decisioni degli operatori finanziari

## BASILEA

Accordo internazionale di vigilanza prudenziale strutturato in tre "pilastri":

- Requisiti patrimoniali;
- Controllo delle Autorità di vigilanza;
- Disciplina di mercato e Trasparenza.



# Le normative che influenzeranno le decisioni degli operatori finanziari

## IFRS 9

Impone alle banche italiane ed europee di orientare in ottica risk-based l'intero processo del credito, con impatti rilevanti su definizione dei contratti.

Le nuove regole, implicando una valutazione prospettica dei crediti aggiornata regolarmente, incideranno sul business model degli istituti e quindi avranno un riflesso importante sulla modalità di gestione del credito da parte delle banche verso imprese e persone.



# Le normative che influenzeranno le decisioni degli operatori finanziari

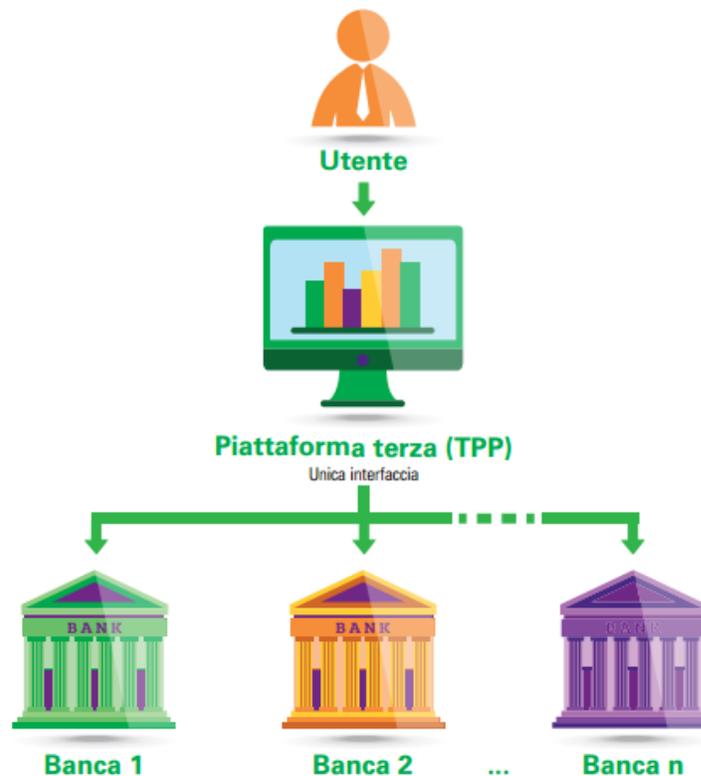
## PSD2

Permetterà di abbattere le barriere all'ingresso di nuovi operatori contribuendo a rafforzare la sicurezza del sistema, abilitando nuovi servizi di pagamento, garantendo trasparenza ed una corretta concorrenza a tutto vantaggio dei consumatori.



# Le normative che influenzeranno le decisioni degli operatori finanziari

PSD2

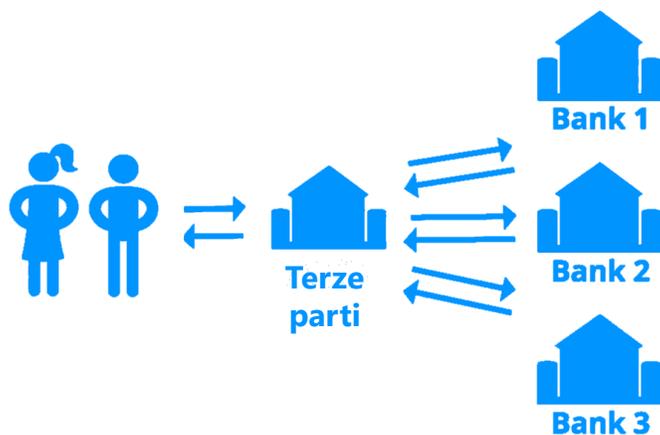


Fonte: KPMG



# Le normative che influenzeranno le decisioni degli operatori finanziari

## PSD2



Le terze parti potranno operare con le banche senza avere alcun rapporto contrattuale con loro



Scambio di informazioni standardizzato e sicuro

1. PISP (Payment Initiation Service Provider)
2. AISP (Account Information Service Provider)
3. CISP (Card Issuer Service Provider)



# Le normative che influenzeranno le decisioni degli operatori finanziari

## GDPR

Introduce l'obbligo per le aziende di nominare un Data Protection Officer (DPO) che avrà il compito di osservare, valutare e gestire il trattamento dei dati personali.



# Quali sono gli elementi indispensabili per una consulenza efficace?



# Elementi indispensabili per una consulenza efficace

Protocolli

Competenze e Normative

Strumenti di Analisi

Tecnologia

Consulenza

Standard finanziari internazionali

Formazione

Report e Dati

Piattaforme

Professionisti certificati\*

\*Legge 4/2013 - Attestato di qualità dei servizi

## Riassumendo

- Gli operatori, nella concessione dei finanziamenti daranno preferenza ai clienti seguiti da Consulenti specializzati ed accreditati che conoscano in maniera approfondita procedure e standard utilizzati dagli operatori finanziari;
- Gli operatori ricercano consulenti specializzati ed accreditati a cui affidare le attività di consulenza relative alla gestione del merito creditizio.

**Tutti i commercianti possono accedere  
a questa specializzazione**

## Ciente fai da te?

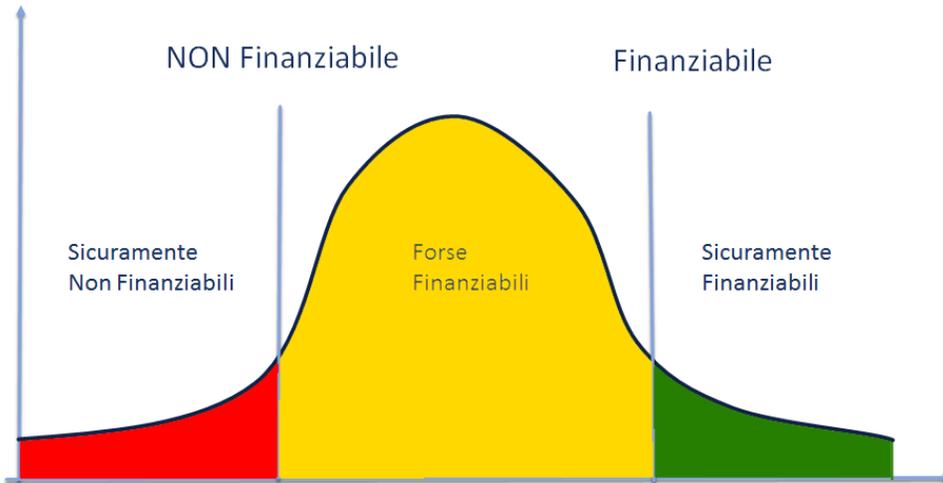
C'è sempre più bisogno di consulenza...



# Sommario

- Accesso al credito e opportunità di business
- **Target di riferimento e trend dei finanziamenti**
- Elementi valutativi per la concessione del credito
  - Valutazione del modello di business
  - Rating Aziendale (Centrale Bilanci)
  - Rating Finanziario (Centrale Rischi)
  - Rating Bancario
- Altre informazioni quali-quantitative
- Identità digitale e onboarding del cliente
- Conclusioni

# Target di riferimento



Oltre **4 milioni** di soggetti hanno l'esigenza di accedere al credito e di minimizzare i costi

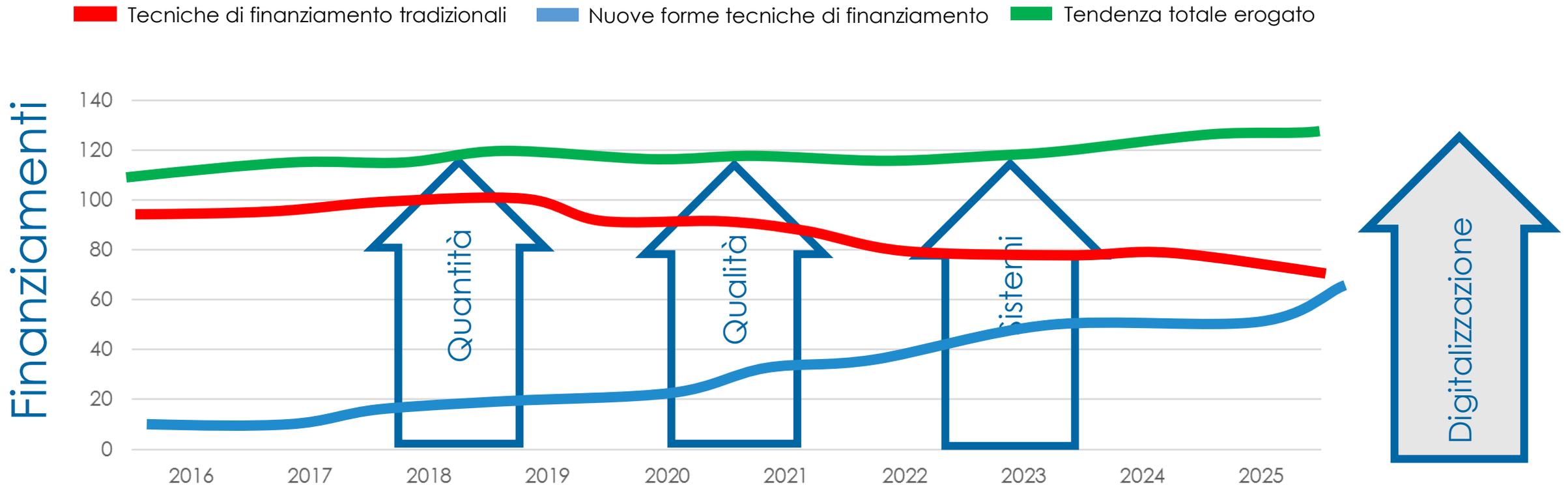
Oltre 77 milioni di richieste di finanziamento

# Target di riferimento

- Ditte individuali
- Società di persone
- Società di capitale
- Contabilità semplice o ordinaria - senza deposito di bilancio
- Deposito di bilancio ordinario o abbreviato

**PRATICAMENTE TUTTE!**

# Cattive notizie e buone notizie

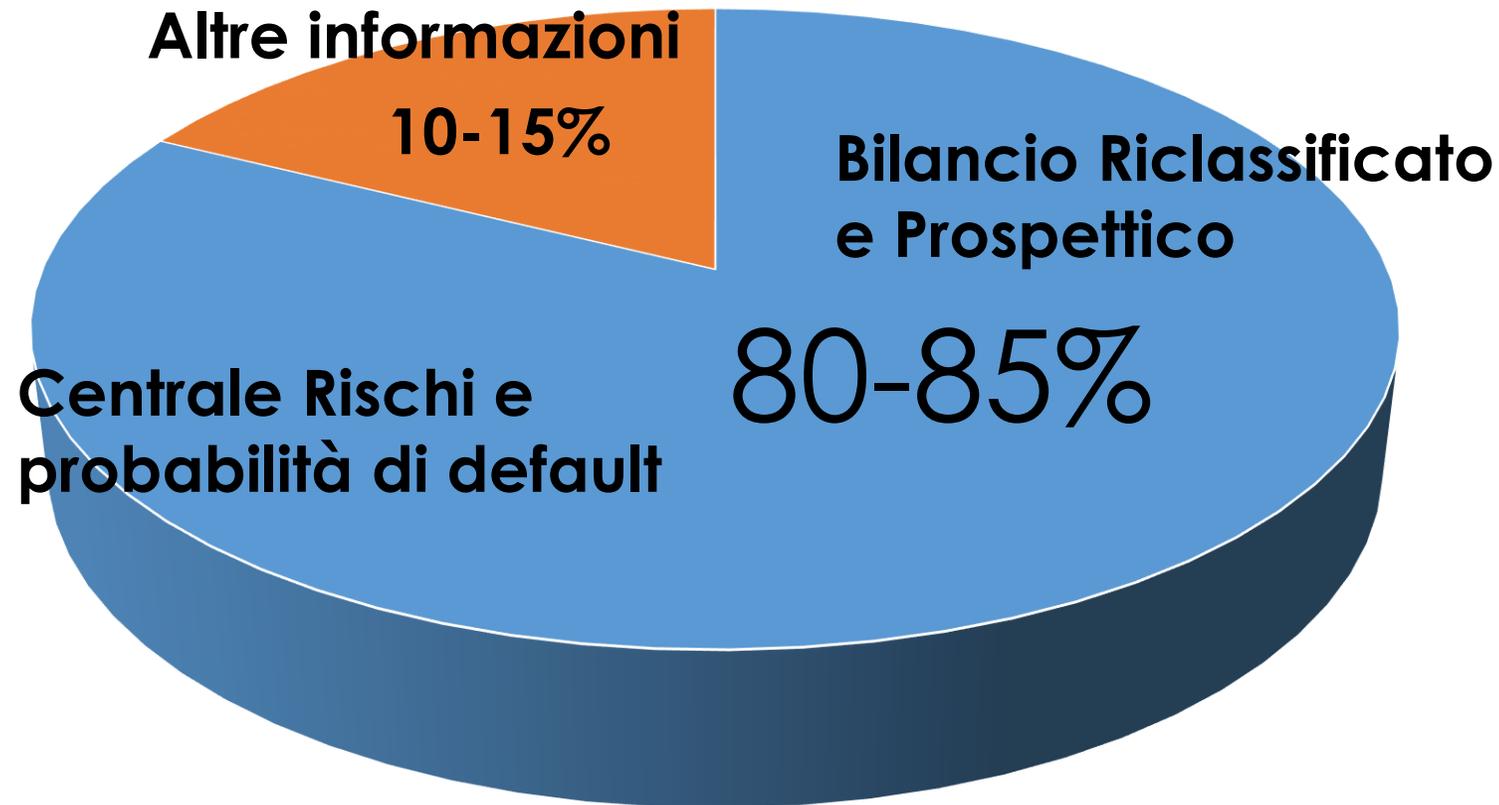


# Sommario

- Accesso al credito e opportunità di business
- Target di riferimento e trend dei finanziamenti
- **Elementi valutativi per la concessione del credito**
  - Valutazione del modello di business
  - Rating Aziendale (Centrale Bilanci)
  - Rating Finanziario (Centrale Rischi)
  - Rating Bancario
- Altre informazioni quali-quantitative
- Identità digitale e onboarding del cliente
- Conclusioni

# Incidenza nella determina della delibera

Criteria strategici e tattici per la concessione del credito



# Elementi valutativi utilizzati dagli operatori finanziari

## Soluzioni digitali per l'accesso al credito

- **Analisi del Modello di Business dell'Impresa**
- Rating Aziendale - Riclassificazione Centrale Bilanci
- Rating Finanziario/Andamentale - Base dati CR
- Rating Bancario - Gestione del rischio di fallimento della banca ed effetti della diversificazione

# Analisi del Modello di Business dell'Impresa

## Criteri strategici e tattici per la concessione del credito

Comprendere ed analizzare il problema strategico dell'impresa e approfondirne la complessità, sia rispetto alla formulazione che alle implicazioni organizzative con specifico riferimento alla comunicazione esterna verso gli operatori finanziari.

Il processo di avvio o di rinnovamento dell'impresa presuppone sia capacità creative per l'identificazione di nuove opportunità, sia di tipo manageriale per l'identificazione e implementazione di un nuovo o rinnovato modello di business e, nondimeno, di capacità relazionali e comunicative per convincere e coinvolgere i diversi attori interni ed esterni coinvolti.

# Analisi del Modello di Business dell'Impresa

## Criteri strategici e tattici per la concessione del credito

Cosa ci serve:

Una rappresentazione del modello di business dell'impresa o di un eventuale nuova idea di sviluppo dell'azienda per valutarne e dimostrarne la sostenibilità.

# Analisi del Modello di Business dell'Impresa

## Criteria strategici e tattici per la concessione del credito

# Professione storyteller: il racconto che trasforma il brand in un mito

Giampaolo Colletti

**P**rofessione brand reporter. Oggi il nuovo professionista che comunica in azienda ha un profilo ibrido. In parte comunicatore, ma sempre più spesso giornalista. E poi blogger ed esperto di social media. «D'altronde Buzzfeed si ripresenta come azienda tecnologica, General Electric si ridisegna come editore. Non c'è migliore sintesi per descrivere cosa sta succedendo nel mondo sottosopra della comunicazione». Lo sostiene Joshua Benton del Nieman Journalism Lab dell'Università di Harvard, centro all'avanguardia sui trend del giornalismo digitale.

Una rivoluzione che si riverbera nelle strategie di comunicazione.

«Le competenze chiave sono la multimedialità, la capacità di creare contenuti giornalistici per il web e l'aggiornamento costante. La rete ha trasformato il cliente da target ad interlocutore: le piattaforme di conversazione sociale ci consentono di parlare direttamente con i brand, senza mediazione dei giornali», precisano Cennamo e Fornaro.

### Uno storyteller in azienda

Storie che informano, emozionano, vanno oltre il prodotto o servizio. Red Bull definisce la sua redazione di nove professionisti e decine di contributori esterni una "media house" e scommette su contenuti multimediali di qualsiasi formato, dalla gif animata al docufilm da cinquantadue minuti in logica long-journalism. I prodotti

### LE ESPERIENZE E I CONSIGLI

#### AVIO AÉRO

Raccontare luoghi e persone d'azienda



C'è il ricercatore del laboratorio di Bari che sviluppa tecniche di riparazione all'avanguardia per motori aerei. E c'è il supervisore brindisino DJ e produttore del Boom Da Bash. Storie che dall'interno vengono raccontate ai pubblici esterni. Non solo profili, ma anche luoghi dell'innovazione per About, magazine di Avio Aero, colosso aerospaziale italiano di proprietà di General Electric Aviation, una squadra di 4.300 profili prevalentemente meccanico-aerospaziali e un giro di affari di circa 2 miliardi di euro. L'headquarter è a Rivalta di Torino, dove c'è anche il più grande insediamento produttivo.

Ma la presenza è distribuita tra Brindisi, Pomigliano d'Arco e Cameri, nel novarese. «Il nostro digital magazine è nato per le persone di Avio Aero: racconta le loro passioni, le storie di successo e gli eventi più importanti. Di fatto col tempo è diventato anche una fucina di storie per la stampa», racconta Yari Bovalino, giornalista e direttore di About. Nel team sei collaboratori, di cui due giornalisti. «Applichiamo lo storytelling alla digitalizzazione, contaminando con i social e puntando su contenuti multimediali. Prediligiamo Instagram, Facebook, Twitter e LinkedIn».

Da Il Sole 24 Ore  
 del 22 giugno

# Il Business Model Canvas

Progettato per:

Progettato da:

Il:

Iterazione:

## Partner chiave



Chi sono i nostri Partner chiave?  
Chi sono i nostri fornitori chiave?  
Quali Risorse chiave stiamo acquisendo dai partner?  
Quali Attività chiave svolgono i partner?

Modello di Business Plan / La Funzione di  
Olimpiade e risparmio  
Educazione del cliente e dell'azienda  
Acquisizione di particolari risorse e servizi

## Attività chiave



Quali sono le attività necessarie  
per il nostro valore offerto?  
I nostri canali di distribuzione?  
Le relazioni con i clienti?  
I ricavi?

Caratteristiche  
Produzione  
Acquisizione di prodotti  
Partecipazione / Rete

## Valore offerto



Che tipo di valore forniamo ai clienti?  
Quale problema dei nostri clienti stiamo aiutando a risolvere?  
Quale pacchetto di prodotti e servizi stiamo offrendo ai clienti?  
Quali bisogni dei clienti stiamo soddisfacendo?

Canali di distribuzione  
Canali  
Prodotti  
Produttore  
"Standard"  
Design  
Materie / Servizi speciali  
Ricarica  
Educazione del cliente  
Educazione del cliente  
Assicurazione  
Comunità / Clientela

## Relazioni con i clienti



Che tipo di relazione vuole che stabiliamo e manteniamo,  
ognuno dei nostri segmenti clientela?  
Quali relazioni abbiamo stabilito?  
Come sono integrati con il resto del nostro Business Model?  
Quanto costano?

Canali  
Assicurazione personale  
Assicurazione personale  
"Standard"  
Servizi accessori  
Comunità  
Comunità in rete

## Segmenti di clientela



Per chi stiamo creando valore?  
Chi sono i nostri clienti più importanti?

Modello di Business  
Modello di Business  
Modello di Business  
Partecipazione multi-utente

## Risorse chiave



Quali sono le risorse necessarie  
per il nostro valore offerto?  
I nostri canali di distribuzione?  
Le relazioni con i clienti?  
I ricavi?

Canali di distribuzione  
Canali  
Prodotti  
Produttore  
"Standard"  
Design  
Materie / Servizi speciali  
Ricarica  
Educazione del cliente  
Educazione del cliente  
Assicurazione  
Comunità / Clientela

## Canali



Attraverso quali canali vogliono essere  
raggiunti i nostri clienti?  
In che modo li stiamo raggiungendo?  
Come sono integrati i nostri canali?  
Quali funzionano meglio?  
Quali sono i più efficienti, a livello di costi?  
Come li stiamo integrando con le abitudini dei clienti?

Canali di distribuzione  
Canali  
Prodotti  
Produttore  
"Standard"  
Design  
Materie / Servizi speciali  
Ricarica  
Educazione del cliente  
Educazione del cliente  
Assicurazione  
Comunità / Clientela

## Struttura dei costi



Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model?  
Quali delle Risorse chiave sono le più costose?  
Quali delle Attività chiave sono le più costose?

Modello di Business Plan / La Funzione di  
Olimpiade e risparmio  
Educazione del cliente e dell'azienda  
Acquisizione di particolari risorse e servizi

Canali di distribuzione  
Canali  
Prodotti  
Produttore  
"Standard"  
Design  
Materie / Servizi speciali  
Ricarica  
Educazione del cliente  
Educazione del cliente  
Assicurazione  
Comunità / Clientela

## Flussi di ricavi



Per quale valore, i nostri clienti vogliono veramente pagare?  
Per che cosa pagano?  
In che modo stanno pagando?  
Come preferirebbero pagare?  
Quanto contribuisce ai ricavi ogni flusso di ricavi?

Canali di distribuzione  
Canali  
Prodotti  
Produttore  
"Standard"  
Design  
Materie / Servizi speciali  
Ricarica  
Educazione del cliente  
Educazione del cliente  
Assicurazione  
Comunità / Clientela

# Elementi valutativi utilizzati dagli operatori finanziari

## Soluzioni digitali per l'accesso al credito

- Analisi del Modello di Business dell'Impresa
- **Rating Aziendale - Riclassificazione Centrale Bilanci**
- Rating Finanziario/Andamentale - Base dati CR
- Rating Bancario - Gestione del rischio di fallimento della banca ed effetti della diversificazione

# Rating Aziendale

Criteri strategici e tattici per la concessione del credito

Sostenibilità economica, patrimoniale e finanziaria del modello di business dell'impresa

- Solidità
- Redditività
- Liquidità



# Rating Aziendale

Criteri strategici e tattici per la concessione del credito

Il rating aziendale è evidenziato dagli **indicatori** formulati sulla base della **classificazione standard** del bilancio

## INDICI DI REDDITIVITÀ

- ROE (Return on Equity)
- ROI (Return on Investment)
- ROS (Return on Sales)
- MOL (Margine Operativo Lordo)
- ...

## INDICI PATRIMONIALI E DI LIQUIDITÀ

- IF (Indipendenza Finanziaria)
- MARGINE DI STRUTTURA PRIMARIO E SECONDARIO
- INDICE DI DISPONIBILITÀ
- INDICE DI LIQUIDITÀ O TESORERIA
- ...

# Rating Aziendale - Riclassificazione CeBi

Criteri strategici e tattici per la concessione del credito

Standard per l'analisi storica e prospettica del profilo economico, patrimoniale e finanziario delle imprese

Standard per tutte le banche definito dall'European Committee of Central Balance-Sheet Data Offices

# SCORING

**OBBLIGO NORMATIVO**



## Chi è Ce.Bi.



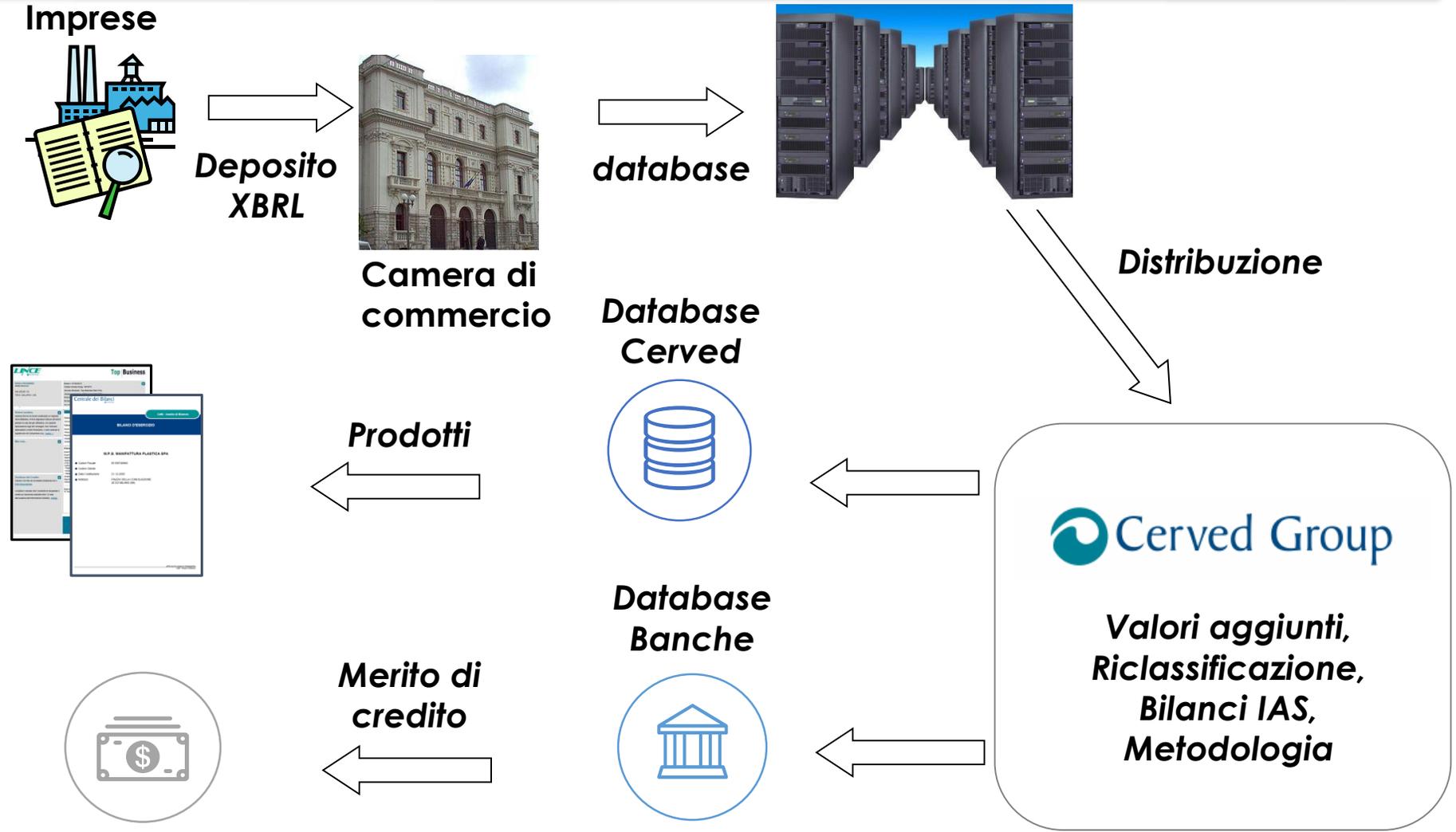
è la **piattaforma sviluppata dall'area Centrale dei Bilanci** di Cerved Group Spa per la gestione integrata delle informazioni economico-finanziarie (acquisizione, memorizzazione, controllo, riclassificazione e valutazione)

è il **software leader nel sistema bancario** ed è utilizzato per alimentare i sistemi interni. L'archivio di Sistema CEBI è una delle principali fonti di alimentazione per i processi di valutazione del merito di credito (alimenta la PEF, i sistemi di rating interni, i sistemi di marketing..)

è **un progetto permanente** (la sua origine risale agli anni 80) ed è costantemente aggiornato alle modifiche della legislazione in materia di bilanci, agli aggiornamenti dei principi contabili nazionali ed internazionali, alle novità metodologiche degli schemi di analisi

è disponibile, per i clienti non bancari, su una **piattaforma web** residente presso Cerved con con accesso riservato e protetto

# Normativa



# Rating Aziendale - Riclassificazione CeBi

Criteria strategici e tattici per la concessione del credito

Indici	Formulazione Standard	Formulazione CeBi
ROE	●	●
ROI	●	●
ROS	●	●
MOL	●	●
IIF	●	●
MS	●	●
ID	●	●
IL	●	●

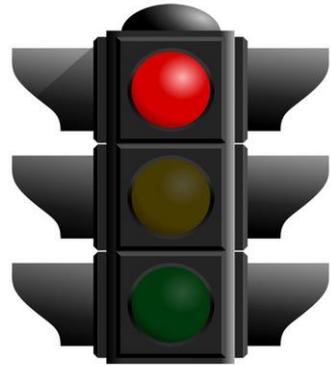


Gli operatori finanziari utilizzano gli stessi indicatori ma li calcolano sui bilanci riclassificati secondo gli **standard CeBi**

# Rating Aziendale - Riclassificazione CeBi

Criteri strategici e tattici per la concessione del credito

Riclassificazione CeBi



**CFP** CONSULENTE  
FINANZIARIO  
PROFESSIONISTA



Per raggiungere  
questo obiettivo il  
professionista  
diventa la  
**figura chiave**

# Rating Aziendale - Riclassificazione CeBi

Criteri strategici e tattici per la concessione del credito

- Conoscere a fondo **come funziona la riclassificazione**
- Conoscere **perché vengono richiesti in quel modo**
- Sapere **perché i dati CEBI possono essere peggiorativi**
- Conoscere **il peso** di questi dati nella valutazione ai fini della delibera

Che valore possono avere queste informazioni se date nel **modo e nei tempi corretti?**

# Rating Aziendale - Riclassificazione CeBi

Criteri strategici e tattici per la concessione del credito

Cosa ci serve:

Insieme di report che **analizzano i fattori basati su dati provenienti dalle stesse fonti utilizzate dagli operatori finanziari** - fra cui, ad esempio i bilanci riclassificati CEBI - utili a fornire al cliente e a noi stessi indicazioni per migliorare il merito creditizio del nostro assistito, aumentando la quantità dei finanziamenti, la probabilità di ottenerli e la possibilità di diminuire i costi degli stessi

# Rating Aziendale - Riclassificazione CeBi

Criteri strategici e tattici per la concessione del credito

Nel dettaglio:

- **Bilancio riclassificato** con lo standard utilizzato dalle banche;
- **Calcolo aggregati** rilevanti nell'analisi di rischio effettuata dalla banca (Es. Patrimonio Netto Tangibile, MOL, EBIT, Cash Flow Operativo, Capitale Circolante Operativo, etc...);
- **Posizionamento indicatori** (analisi per margini e per indici) patrimoniali, economici e finanziari utilizzati dal sistema bancario per alimentare i modelli di rating certificati;

# Rating Aziendale - Riclassificazione CeBi

Criteri strategici e tattici per la concessione del credito

Nel dettaglio:

- Elaborazione **Probability of default** (PD) ad 1, 3 e 5 anni calcolata parametrando le performance rinvenienti dai bilanci con il settore di appartenenza :
  - Calcolo principali indicatori patrimoniali, economici e finanziari e loro parametrizzazione con il settore;
  - Commenti sintetici;
  - Grafici facilmente comprensibili.
- Riclassificazione di bilancio e calcolo indici, fasce etc..., ai fini delle richieste di intervento del **Fondo di Garanzia**;

# Rating Aziendale - Riclassificazione CeBi

Criteri strategici e tattici per la concessione del credito

Nel dettaglio:

- Opportunità utilizzo del **simulatore**, e cioè la possibilità di vedere come viene valutato un bilancio prima di essere depositato, ossia se il progetto di sviluppo di una azienda possa trovare risposte positive nella valutazione del sistema finanziario.

# Elementi valutativi utilizzati dagli operatori finanziari

## Soluzioni digitali per l'accesso al credito

- Analisi del Modello di Business dell'Impresa
- Rating Aziendale - Riclassificazione Centrale Bilanci
- **Rating Finanziario/Andamentale - Base dati CR**
- Rating Bancario - Gestione del rischio di fallimento della banca ed effetti della diversificazione