

L'IMPRESA

N°7-8
2012

RIVISTA ITALIANA DI MANAGEMENT

N°7-8
LUGLIO-AGOSTO 2012
€ 6,90 + il prezzo del quotidiano.

GRUPPO **24**ORE

www.limpresaonline.net

BIG DATA

Il trend che
rivoluzionerà
il business
del futuro

**CORPORATE
GOVERNANCE**

Il board ideale
per garantire ottime
performance aziendali

BRAND REPUTATION

Il valore economico
e strategico
della reputazione
on line è una realtà

**MANAGER
GLOBETROTTER**

Caccia agli executive
italiani per la guida
di aziende oltreconfine

Solo ed esclusivamente in abbinamento obbligatorio con Il Sole 24 Ore - I prezzi relativi ad altre combinazioni di vendita sono riportati su Il Sole 24 Ore, Anno 53° - N. 7-8/2012 - Luglio-Agosto 2012 - Mensile
Poste Italiane - Spediziona in A.P. - D.L. 353/2003 CONVL.46/2004-ART.1,C.1, DCS, Milano

20007
9 770035 681000

Giuseppe Incarnato

È nata Crif, la prima agenzia di rating europeo, in mezzo alle tre big americane e all'emergente cinese. Obiettivo: le piccole e medie imprese



Le agenzie di rating danno delle valutazioni di merito creditizio alle imprese. Ma oggi non si tratta più soltanto di misurare le imprese sicure: dietro all'emissione di un rating c'è molto di più. Accanto alle tre big americane e all'emergente agenzia di rating cinese, si è affacciata sul mercato la prima agenzia di rating europea. Con carta d'identità italiana.

Crif è la prima e unica società italiana a essere stata registrata, dal dicembre 2011, come agenzia di rating nel nuovo scenario regolamentare, ragion per cui i rating emessi da Crif sono validi in tutto il territorio europeo. Crif ha infatti ottenuto da Consob ed Esma (l'Autorità europea degli strumenti finanziari e dei mercati) la registrazione come Credit Rating Agency (Cra), in conformità al Regolamento che disciplina a livello comunitario l'operatività delle agenzie di rating del credito. Il suo nuovo direttore, Giuseppe Incarnato, dice che le agenzie di rating non sono tutte uguali.

Qual è la differenza tra Crif e Standard & Poor's, Moody's o Fitch Ratings?

La differenza sostanziale tra Crif e le tre big è che queste ultime si focalizzano su aziende con un fatturato di

almeno 1,5 miliardi di euro e hanno un presidio molto profondo negli Stati Uniti. In Italia queste aziende sono meno di una quarantina, mentre il nostro target di riferimento è proprio il tessuto imprenditoriale fatto di piccola e media impresa. Oggi anche il sistema Europa, non solo il sistema Italia, può contare su un'agenzia di rating in grado di valorizzare le sue specificità.

Dunque Crif è un'agenzia di rating tagliata sulla peculiarità del tessuto industriale italiano?

Siamo la prima agenzia europea a matrice italiana. Lo scopo è favorire l'attrazione di investimenti per la Pmi attraverso l'emissione di rating basati su standard internazionali e certificati da organismi internazionali. Per tante aziende quello che proponiamo è una vera rivoluzione.

Come cambia il rapporto tra banche e imprese dopo una valutazione come quella che voi emettete?

Favorisce una concorrenza globale. La capacità di attrarre investimenti è molto più facile per le aziende che sono state "ratate". Un'azienda di Treviso potrà ricevere un finanziamento da una banca piemontese, ma anche da una spagnola. Oggi il mercato dei finanziamenti è troppo legato alla prossimità territoriale.

Il rating serve agli istituti di credito per misurare la solidità di un'azienda e all'impresa per mettersi in relazione con il mercato e confrontarsi con i competitor. Quanto una buona valutazione può rafforzare l'immagine dell'azienda e il suo brand?

Una buona valutazione ha diverse ricadute, come più capitale di rischio e credito commerciale. Inoltre permette a un investitore straniero di farsi un

giudizio positivo su una singola azienda a prescindere dall'ambiente paese e dal rischio paese. Potenzialmente un'azienda di assoluta eccellenza nel suo mercato con un buon rating può trovare un investitore interessato anche in un sistema come quello greco. L'immagine di un'azienda con un rating cambia anche nei confronti di tutti i portatori di interesse, fornitori, clienti. Questo è il vero salto di qualità concettuale. Addirittura il rating può diventare uno strumento di autodiagnosi interno per far conoscere i propri punti di debolezza e generare stimoli per far fare un salto di qualità.

Quali sono gli elementi su cui ci si basa per fare una valutazione complessiva?

Il nostro principale elemento di valutazione è la qualità dei progetti industriali. Analizziamo il business e i numeri del bilancio, ma anche il management e la progettualità, l'investimento in R&S, il grado di innovazione e di internazionalizzazione. In una parola: l'energia dell'impresa.

Come mai non esisteva alcuna credit rating agency in Europa?

C'è stata una difficoltà di maturazione. Tempo fa si era pensato di costituire una sorta di agenzia pubblica di rating. Alla fine si è invece lasciato all'iniziativa privata. Ma c'è da dire che è sorta solo recentemente la necessità di proteggere i mercati di capitali europei.

Dalle prime fotografie scattate sulle imprese che idea vi siete fatti?

Che ci siano aziende italiane di assoluta eccellenza. Ne abbiamo messe sinora 3.000 nella prima fascia: solide, con buoni progetti e che sanno stare dentro alla competizione globale.

Pa.S.