

STRUMENTI DI ACCESSO AL CREDITO NELLA MEETING INDUSTRY

Il factoring presentato quale efficace strumento per risolvere i problemi di liquidità in un seminario organizzato da Federcongressi in BTC.

Si è tenuto oggi, nell'ambito di BTC (la fiera di riferimento della meeting & incentive industry, in corso a Rimini) il seminario **Strumenti per le imprese della meeting industry: credito e pagamento dilazionato dell'evento**, organizzato da Federcongressi e moderato dal vicepresidente **Alan Pini CMP CMM**, con la partecipazione di **Massimiliano Rigon**, rappresentante Banca d'Italia (sede di Milano), divisione Analisi e ricerca economica territoriale, di **Mario Nolli**, presidente di Incentive Factor, di **Daniele De Prato**, sales manager di UBI Factor, e di **Simona Savoldo**, financial manager Unical SpA.

I presupposti

Il credito erogato alle imprese ha fortemente rallentato a partire dall'ultimo trimestre del 2008. La flessione dei tassi di espansione dei finanziamenti alle imprese è proseguita per tutto il 2009 e anche nella prima parte del 2010. Con questo seminario si è presentata una breve rassegna delle ultime evidenze relative all'accesso al credito delle imprese e dei rapporti tra banche e imprese, rilevate attraverso le indagini condotte dalla Banca d'Italia. Ciò per permettere di capire meglio quali sono i fattori di domanda e di offerta che hanno inciso sulle dinamiche dei prestiti, nonché di fare luce sulle relazioni tra mondo del credito e settori produttivi, le cui molteplici sfaccettature sono spesso messe in ombra dall'attenzione posta ai dati aggregati e agli andamenti medi.

L'intervento di Massimiliano Rigon

I tassi di crescita dei prestiti dalla fine del 2007 sono crollati, sino a diventare negativi dal 2009. Ma questo dato non va inteso in senso pessimistico. Quando l'economia riprende, l'ultima cosa che cresce è l'erogazione del credito, dunque il fatto che ancora i tassi siano negativi non significa che non ci sia la ripresa. La restrizione creditizia riguarda tutte le tipologie d'impresa. Tutto sommato le piccolissime imprese (famiglie produttrici) hanno tenuto di più (i tassi di crescita per loro sono ancora positivi). Le imprese del mezzogiorno hanno pure beneficiato di una restrizione meno stretta (anche per loro i tassi hanno ripreso a crescere). Tutto ciò, peraltro, riflette l'andamento dell'economia reale: le banche fronteggiano situazioni in cui i crediti persi sono raddoppiati nel giro di due anni (da 1,25 a 2,48%). Ma

questo stato di cose dipende dalle banche o dalle imprese? Sono cioè le banche che non erogano o le imprese che non chiedono più fondi? Per tutte i tassi di interesse sono elevati, **in special modo per le imprese considerate più a rischio**. Peraltro, a partire dall'esplosione della crisi la domanda di credito è crollata. Da ciò si evince che il fenomeno nel suo complesso ha sia una componente di offerta sia una componente di domanda. Le imprese hanno ridotto la loro domanda di credito perché non fanno più investimenti, hanno ridotto la loro accumulazione di capitale, non fanno più operazioni di *mergers & acquisitions*. **Fanno domanda di credito solo per ristrutturare il proprio debito**: cioè per dilazionare i tempi di rimborso. Va detto anche che le imprese molto indebitate hanno subito più facilmente un inasprimento delle condizioni, al pari di quelle che hanno un peso più elevato degli oneri finanziari sui margini operativi.

L'intervento di Mario Nalli

Incentive Factor è un'agenzia in attività finanziaria autorizzata dalla Banca d'Italia che svolge la sua attività sul mercato Mice in collaborazione con UBI Factor SpA, società di factoring del gruppo UBI Banca. Ha stipulato accordi di collaborazione con le principali aziende Mice che consentono ai loro clienti di pagare posticipatamente gli eventi. Il servizio è del tutto innovativo in quanto nel settore Mice i pagamenti avvengono abitualmente in forma anticipata. Propone dunque, per la prima volta nel comparto, **la possibilità di dilazionare il pagamento, a condizioni particolarmente vantaggiose**. Il principio è semplice: la società Mice emette la fattura con una certa scadenza, il factor la salda subito e alla data di scadenza il debitore (cioè il cliente della società Mice) la rimborsa al factor, accollandosene i relativi oneri finanziari. Per cui la società cedente non ha interessi da pagare.

L'intervento di Daniele De Prato

Il factoring è una combinazione di servizi finanziari e di gestione del credito, che consente a una società di rafforzare il proprio portafoglio crediti, incrementare le proprie risorse, garantirsi affidabilità e sicurezza, far crescere la propria capacità di penetrazione sul mercato. Si rivolge alle aziende operanti su mercati industriali e commerciali, con tassi di crescita superiori alla media di mercato, con una clientela ricorrente di buona qualità e con tipologie di prodotto in prevalenza standardizzate. I vantaggi: col factoring si può sfruttare la qualità del portafoglio crediti per ottenere finanziamenti, avere un maggiore controllo sulla qualità del credito commerciale, garantito sia dalle modalità di gestione sia dalla disponibilità di servizi a carattere assicurativo, affiancare o sostituire alla propria struttura interna di gestione incasso crediti una struttura specializzata, e ottenere sia una protezione di rischio creditizio sulla propria clientela sia vantaggi competitivi verso clientela e fornitori più che proporzionali rispetto al costo del servizio.

Vari i prodotti: 1) **Factoring pro solvendo** (gestione del credito e possibilità di anticiparlo); 2) **Pro soluto** (con la società di factoring che garantisce la solvibilità del debitore); 3) **Pro soluto a titolo definitivo**, che va a pagare il cedente. Pensiamo per

esempio a una dilazione di tre mesi. L'Euribor è pari allo 0,75%, con 1,25% di spread su base annua, che per tre mesi ovviamente si riduce allo 0,50%, cui aggiungere infine un punto di commissione sul credito venduto. In totale, pertanto, gli interessi ammontano appena all'1,5%. In controtendenza col macrosistema di cessione del credito, negli ultimi mesi i crediti così ceduti sono aumentati di oltre il 13%.

L'intervento di Simona Savoldo

Unical produce caldaie e altri impianti di riscaldamento. Il fatturato consolidato è di 60 milioni di euro con circa 280 dipendenti. Noi utilizziamo molto i viaggi incentive, perché li riteniamo efficaci strumenti di marketing: consentono di fidelizzare il cliente e sono stimoli per raggiungere obiettivi importanti. Sono però investimenti significativi sia in termini economici sia finanziari. **Noi siamo rimasti molto soddisfatti del factoring:** pagamento dilazionato a costo zero, che ci ha consentito oltretutto di fidelizzare il nostro fornitore di viaggi incentive. E anche l'aspetto burocratico è minimo, niente a che vedere con la complessità dei contratti bancari.

Visitate il sito www.federcongressi.it!

Federcongressi, organizzazione senza fine di lucro nata nel 2004, è l'associazione nazionale delle imprese pubbliche e private e dei professionisti che svolgono attività connesse con il settore dei congressi, convegni, seminari ed eventi aggregativi, di incentivazione e di comunicazione. A seconda dell'attività principale svolta, gli associati sono inclusi nelle seguenti categorie funzionali: *Destination marketing, Meeting management, Incentive and Motivation programs management, Venues, Transport, Meeting support.*

Federcongressi si propone di rappresentare la meeting & incentive industry italiana in tutte le sue espressioni e presso tutte le sedi istituzionali, accrescendone l'immagine e il prestigio, anche a livello comunitario e internazionale, con l'obiettivo di creare rapporti stabili con le Istituzioni e le associazioni europee e mondiali. Si propone altresì di valorizzare l'attività congressuale e degli eventi di incentivazione, di promuoverne nella forma più ampia lo sviluppo quale fatto economico, sociale e culturale, di studiare forme di promozione dell'Italia congressuale all'estero, favorire una nuova normativa di settore, sostenere la qualificazione delle risorse professionali e patrocinare studi e analisi di comparto, divulgando in tal modo nozioni sugli aspetti giuridici, normativi e organizzativi relativi alle professioni della filiera.

A tali fini, le attività dell'associazione sono gestite da un **Management board** costituito dal Presidente e da tre Coordinatori di altrettante aree: *Attività strategiche* (che include il Comitato di coordinamento *Italia for Events*, il coordinamento delle attività delle Delegazioni regionali e delle attività promozionali della Federazione, nonché la ricerca degli sponsor), *Attività di gestione ordinaria* (comprensiva dei progetti di Communication-motivation-marketing by events, dei rapporti con le altre associazioni – italiane e internazionali – di settore, della comunicazione istituzionale di Federcongressi, dell'Educazione Continua in Medicina e degli eventi medico-scientifici, delle politiche e della fiscalità di settore, del Codice Etico, delle norme di comportamento e della Camera arbitrale) e *Progetti speciali* (concentrata su tre studi di fattibilità,

relativi rispettivamente ai costituendi *Learning center* e Centro studi e ricerche, e a un nuovo progetto di struttura finanziaria).

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Federcongressi

Stefano Ferri

tel. 349.5506421 – press@federcongressi.it

Sostengono l'attività di Federcongressi

