



ASSOLOMBARDA
Confindustria Milano Monza e Brianza

Bancopass

Il servizio per farsi conoscere meglio dalle banche e ottenere risposte più veloci, da soli o con l'assistenza di Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza.



Difficoltà di dialogo e di accesso al credito. Un tema innovativo?

*Sicuramente non è un
tema nuovo.*



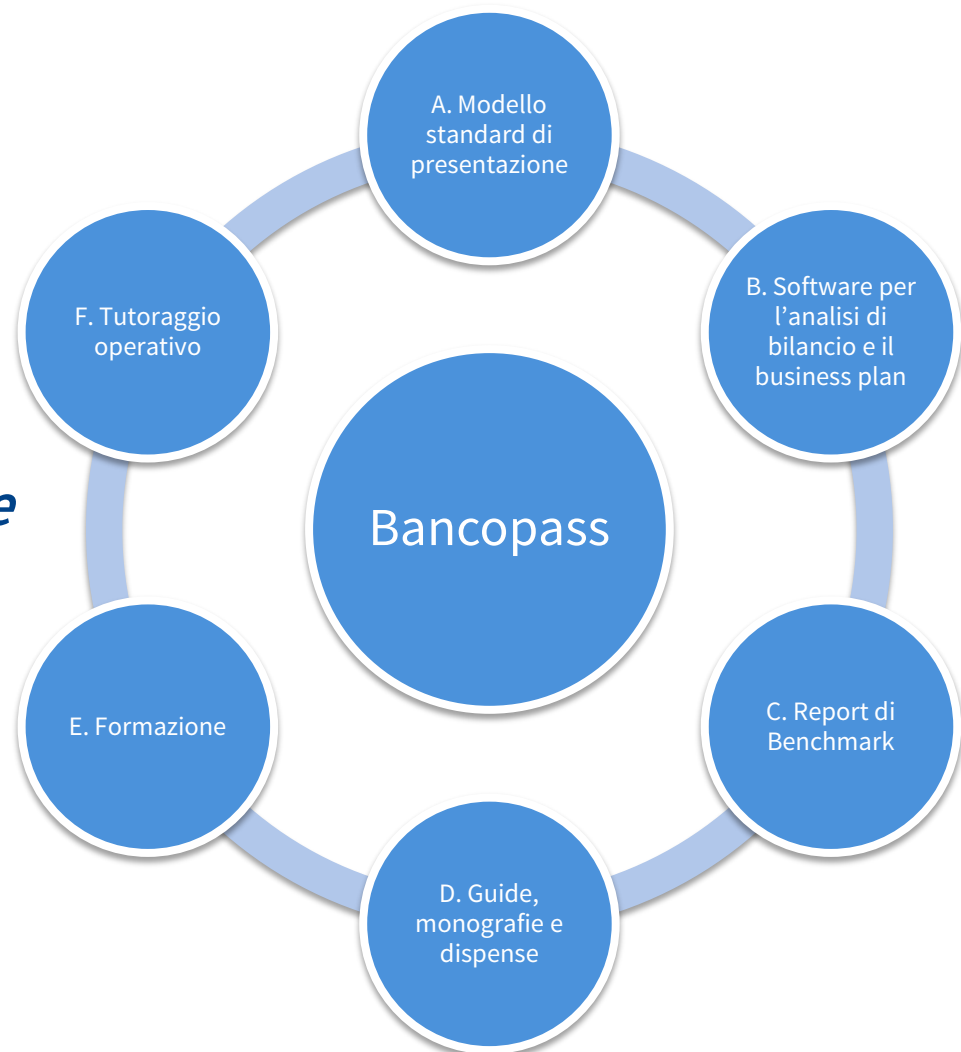
Tuttavia, negli ultimi anni molti eventi (crisi economica, cambiamenti nella regolamentazione e nella vigilanza bancaria...) hanno portato alla necessità di modificare il modo in cui viene vista la relazione banca e impresa e sviluppare nuove soluzioni che possano facilitare il rapporto e i benefici di entrambe le parti.

Cos'è Bancopass?

È un insieme di strumenti, condivisi con i principali stakeholder finanziari, che l'Associazione mette a disposizione delle imprese per gestire meglio la relazione con banche e finanziatori.

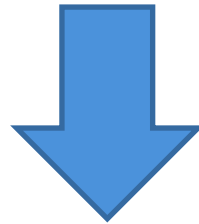
Fino ad ora, ha consentito a oltre 1.550 imprese di standardizzare la comunicazione con oltre 30 stakeholder finanziari (banche, società di factoring, un fondo di minibond e una piattaforma di equity crowdfunding), valorizzando al meglio i propri aspetti qualitativi e producendo una serie di report personalizzati

Da cosa è composto?



Quali sono i principali vantaggi?

- *Aiuta l'azienda a monitorare il proprio stato e il contesto competitivo;*
- *aumenta le possibilità che la banca accolga le richieste di affidamento o di finanziamento;*
- *facilita l'individuazione di scelte strategiche per sviluppare l'attività in modo organico, equilibrato e sostenibile, intervenendo su più fronti (produzione, personale, finanza, redditività, modello di business, sviluppo commerciale ecc.);*
- *permette alle banche e ad altri soggetti esterni 'non addetti ai lavori' di capire meglio l'azienda, le sue logiche, il suo 'stato di salute' e le sue prospettive.*



MIGLIORA E RENDE PIU' EFFICACE LA COMUNICAZIONE FINANZIARIA

I partner di Bancopass



L'esito di un percorso... (1/2)

Bancopass rappresenta la tappa più recente del percorso di Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza per aumentare la qualità dei servizi offerti alle aziende e per supportarle nella relazione con le banche.

2008

**Aspetti
quantitativi**


Prima versione del nostro software di analisi finanziaria che ha dato la possibilità a tutte le imprese che si rivolgevano all'Associazione di ottenere gratuitamente un check up della loro situazione economico finanziaria.

2009

**Aspetti
qualitativi**

Attraverso la campagna «Più trasparenza, più fiducia» abbiamo costruito un questionario qualitativo, condiviso con alcune banche del territorio, per facilitare il trasferimento delle informazioni aziendali ulteriori al bilancio nei questionari qualitativi delle diverse banche.

L'esito di un percorso... (2/2)

- 
- 2011**
Andamentale ***Abbiamo attivato un servizio per aiutare le imprese a leggere e interpretare la propria Centrale dei Rischi.***
- 2012** ***Nasce Bancopass, la sintesi dell'esperienza e delle best practice sviluppate negli anni precedenti.***
- 2014** ***Bancopass è inserito tra i progetti del Piano Strategico dell'Associazione per Far Volare Milano con l'intento di dare un ulteriore impulso allo strumento.***
- 2016** ***Ad oggi, lo hanno utilizzato da oltre 1.550 imprese e oltre 30 stakeholder finanziari lo riconoscono come strumento efficace di dialogo, impegnandosi a dare alle aziende che lo utilizzano tempi di risposta massimi e certi e, in alcuni casi, anche condizioni economiche migliori.***

Principali componenti dello strumento

A. La guida interattiva per l'analisi di bilancio e il business plan

A. Il software per l'analisi di bilancio e il business plan

Viene inviato all'impresa precompilato con dati anagrafici e con gli ultimi 3 bilanci recuperabili attraverso la collaborazione con Bureau van Dijk. L'azienda può poi in qualsiasi momento aggiornare o modificare i dati.

Permette a chi lo usa di:

- analizzare i propri numeri, averli tutti a portata di mano, ordinati e ben organizzati, recuperarli facilmente ogni volta che servono, inviarli ad Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza per confrontarsi e approfondire l'analisi;*
- velocizzare il rapporto con le banche, producendo in modo veloce e automatico una serie di report (sintetici e approfonditi) necessari alle banche per valutare l'impresa;*
- essere guidato nella creazione di business plan.*

Principali componenti dello strumento

B. Il modello di presentazione

B. Il modello di presentazione

Il modello di presentazione è stato costruito partendo dalle best practice raccolte dalle aziende e completato raccogliendo i suggerimenti di banche e finanziatori, in modo che contenesse anche tutti gli elementi necessari agli uffici preposti alla valutazione del merito di credito.

Permette all'azienda di raccontarsi in maniera organica, valorizzando al meglio tutte le proprie particolarità e fornendo tutte le informazioni aggiuntive

La struttura del modello di presentazione (1 di 6)

Il modello è composto da una scaletta standard minima, ma i contenuti e il livello di approfondimento degli stessi possono variare da caso a caso.

1 Profilo aziendale

Si comincia raccontando la storia, la mission, valorizzando alcuni aspetti intangibili e non derivabili dai bilanci, quali l'esperienza delle persone che lavora in azienda e le certificazioni:

1.1 La storia

1.2 Missione e visione aziendale

1.3 Le persone

1.4 Le certificazioni

La struttura del modello di presentazione (2 di 6)

2 Analisi del mercato e del contesto competitivo

Si passa poi a raccontare cosa fa l'azienda, come lo fa, qual è la sua arena competitiva e un'analisi strategica sintetica che faccia capire i punti di forza, di debolezza, le minaccia e le opportunità che l'azienda ha limitatamente a quel particolare settore:

2.1 Il comparto: nome

2.1.1 I prodotti/servizi

2.1.2 La concorrenza

2.1.3 SWOT Analysis

2.2 Eventuali altri comparti

La struttura del modello di presentazione (3 di 6)

3 Le performance degli ultimi anni

La parte più «quantitativa» non è finalizzata a sostituire il lavoro di un'analista finanziario, ma a fornire tutti gli elementi utili a una corretta interpretazione dei valori di bilancio e delle loro variazioni nel tempo o della situazione dei rapporti con le banche:

3.1 Fatturato

3.2 Marginalità e risultato d'esercizio

3.3 Struttura finanziaria

3.4 Indebitamento tributario e previdenziale

3.5 La Centrale Rischi (CR) e i rapporti con le banche

3.6 Profilo delle garanzie

La struttura del modello di presentazione (4 di 6)

4 Analisi e presidio dei rischi aziendali

La conoscenza dei rischi ai quali un'azienda è sottoposta, rappresenta un valore importante per le imprese. Conoscere significa intervenire per minimizzare i rischi.

La quarta parte si focalizza proprio su questi aspetti:

4.1 Rischio di tasso

4.2 Rischio di cambio

4.3 Rischio da liti/cause legali

4.4 Rischi socio-ambientali

4.5 Rischio prezzo materie prime

4.6 Rischio di credito (commerciale)

4.7 Altri rischi

La struttura del modello di presentazione (5 di 6)

5 Sintesi delle principali strategie

Le penultima parte guarda al futuro e presenta le strategie e i numeri dell'impresa sotto le 3 diverse lenti della sostenibilità, per dare un'occasione in più alle imprese di esprimere meglio anche il proprio valore futuro «intangibile».

5.1 Economica

5.1.1 Prospettive di mercato

5.1.2 Fatturato e marginalità

5.1.3 Costi

5.2 Sociale

5.2.1 Il personale

5.2.2 La comunità

5.3 Ambiente

5.4 Ulteriori interventi straordinari

La struttura del modello (6 di 6)

6 I fabbisogni finanziari

7 Elenco degli allegati

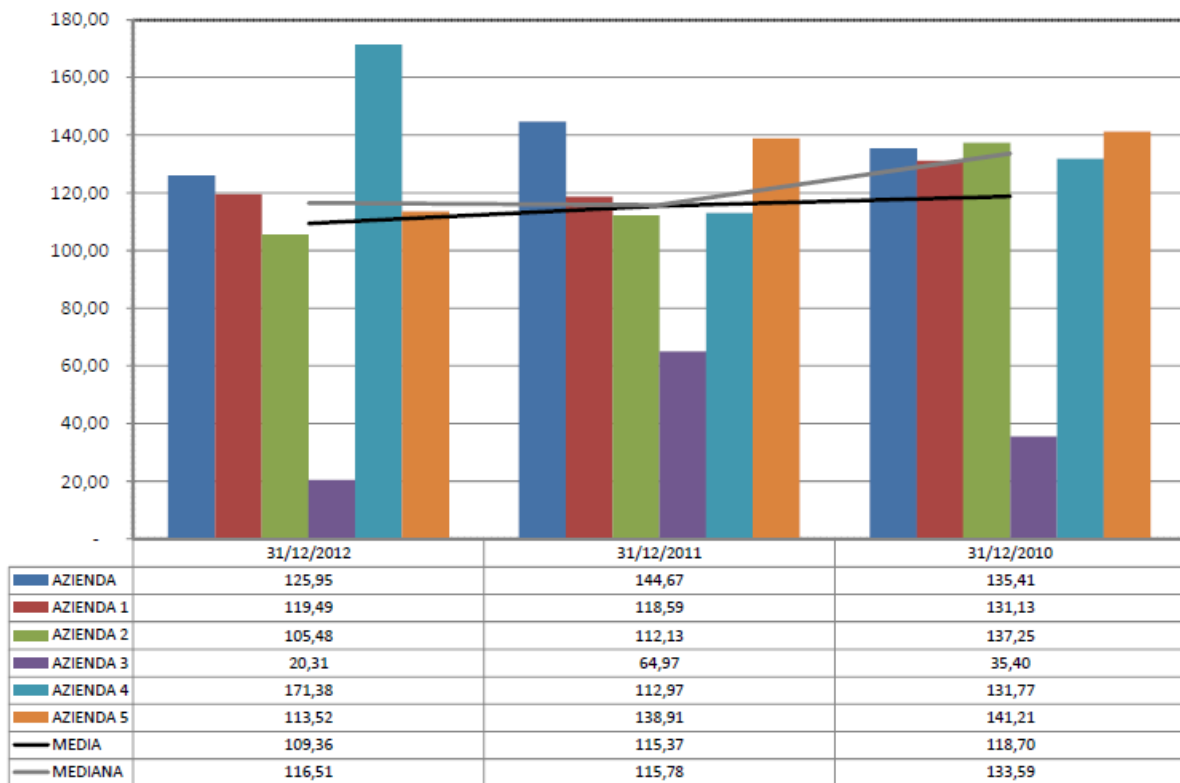
Infine, l'azienda, dopo aver spiegato chi è, cosa fa, come lo fa, presenta il suo fabbisogno finanziario a 360° e l'elenco di tutti gli ulteriori allegati che servono a rendere il fascicolo informativo completo.

Principali componenti dello strumento

C. Il report di benchmarking

C. Il report di benchmark

Tempi medi di incasso dei crediti commerciali



Il servizio permette di ottenere un report che paragona le proprie performance con quelle di massimo altri 5 concorrenti/aziende selezionati dall'azienda stessa, analizzando oltre 20 indicatori.

Il set informativo completo

REPORT SINTETICO

AZIENDA 1

Dati aggiornati al:
31/12/2011

Il seguente report ha il solo scopo di supportare la presentazione dell'impresa. Assolombarda non garantisce la correttezza, l'accuratezza e la completezza delle informazioni in esso contenute, in quanto provenienti da fonti terze.

Copyright © 2012 Assolombarda

Report sintetico

ELENCO ALLEGATI PER OPERAZIONI DI FINANZIAMENTO DEL CIRCOLANTE

Il seguente report ha il solo scopo di supportare la presentazione dell'impresa. Assolombarda non garantisce la correttezza, l'accuratezza e la completezza delle informazioni in esso contenute, in quanto provenienti da fonti terze.

Copyright © 2012 Assolombarda

Proposta elenco di allegati

REPORT APPROFONDITO

AZIENDA 1

2011

Dati riferiti al: 31/12/2011

Il seguente report ha il solo scopo di supportare la presentazione dell'impresa. Assolombarda non garantisce la correttezza, l'accuratezza e la completezza delle informazioni in esso contenute, in quanto provenienti da fonti terze.

Copyright © 2012 Assolombarda

Report approfondito

AZIENDA 1

PRESENTAZIONE AZIENDALE

11 MARZO 2013

Il seguente report ha il solo scopo di supportare la presentazione dell'impresa. Assolombarda non garantisce la correttezza, l'accuratezza e la completezza delle informazioni in esso contenute, in quanto provenienti da fonti terze.

Copyright © 2012 Assolombarda

Presentazione aziendale

ANALISI DI BENCHMARK

AZIENDA

1 - AZIENDA 1

2 - AZIENDA 2

3 - AZIENDA 3

4 - AZIENDA 4

5 - AZIENDA 5

Dati AIDA riferiti al:
2012

Il seguente report ha il solo scopo di supportare la presentazione dell'impresa. Assolombarda non garantisce la correttezza, l'accuratezza e la completezza delle informazioni in esso contenute, in quanto provenienti da fonti terze.

Copyright © 2012 Assolombarda

Report di benchmark

Score Fondo di Garanzia per le PMI

AZIENDA 1

Il Fondo di garanzia per le PMI

B. MODELLO DI VALUTAZIONE PER LE IMPRESE IN CONTABILITÀ ORDINARIA OPERANTI NEI SETTORI: COMMERCIO, SERVIZI ED ALBERGHI (SOCIETÀ ALBERGHIERE LOCATARIE DELL'IMMOBILE)

	Penultimo anno 2011		Ultimo Anno 2012	
	Importo	%	Importo	%
SINTESE DI STATO PATRIMONIALE				
Crediti verso soci	-	0,00%	-	0,00%
Immobilizzazioni	4.424.538,00	50,29%	4.554.891,00	50,09%
Rimanenze	33.425,00	0,44%	26.412,00	0,31%
Altro attivo circolante	4.335.110,00	49,27%	4.510.321,00	49,60%
Totale attivo	8.793.074,00	100,00%	9.093.624,00	100,00%
Mezzi Propri	5.557.995,00	63,17%	5.587.162,00	61,44%
Passivo a ML termine	783.352,00	8,90%	1.114.402,00	12,25%
Passivo circolante	2.455.724,00	27,92%	2.392.060,00	26,30%
Totale passivo	8.798.074,00	100,00%	9.093.624,00	100,00%
DATI DI CONTO ECONOMICO				
Fatturato (*)	9.099.597,00		9.318.916,00	
Ammortamenti	449.752,00		416.865,00	
Margine Operativo Lordo (MOL)	1.297.371,00		1.280.345,00	
Oneri Finanziari lordi	1.329,00		179,00	
Utile (perdita) di periodo	116.147,00		29.169,00	

Il seguente report ha il solo scopo di supportare la presentazione dell'impresa. Assolombarda non garantisce la correttezza, l'accuratezza e la completezza delle informazioni in esso contenute, in quanto provenienti da fonti terze.

Copyright © 2012 Assolombarda

Proiezioni di CE e Business Plan

AZIENDA 1

Proiezioni 2012 - 2013

Il seguente report ha il solo scopo di supportare la presentazione dell'impresa. Assolombarda non garantisce la correttezza, l'accuratezza e la completezza delle informazioni in esso contenute, in quanto provenienti da fonti terze.

Copyright © 2012 Assolombarda

Ulteriori informazioni

Sul servizio:

- www.bancopass.it
- www.assolombarda.it/servizi/bancopass

Parlano di Bancopass:

- [Evaluation of Market Practices and Policies on SME Rating \(pag. 55\): indagine della Commissione Europea sulle modalità con cui le banche assegnano rating alle PMI e sulle azioni a livello europeo per promuovere trasparenza e feedback:](#)
- [https://www.youtube.com/watch?v=GLV811TluFI.](https://www.youtube.com/watch?v=GLV811TluFI)

Per ulteriori chiarimenti, informazioni o qualsiasi altra necessità:

- [Alessandro Bielli \(+39 02 58370.481, alessandro.bielli@assolombarda.it\)](mailto:alessandro.bielli@assolombarda.it)
- [Marialuisa Francesconi \(+39 0258370.411, marialuisa.francesconi@assolombarda.it\)](mailto:marialuisa.francesconi@assolombarda.it)
- [Stefania Rossi \(+39 02 58370.661, stefania.rossi@assolombarda.it\)](mailto:stefania.rossi@assolombarda.it)
- [Sara De Faveri \(+39 039 3638257, sara.defaveri@assolombarda.it\)](mailto:sara.defaveri@assolombarda.it)



ASSOLOMBARDA

Confindustria Milano Monza e Brianza

www.assolombarda.it

www.farvolaremilano.it

www.assolombardanews.it

 [@assolombarda](https://twitter.com/assolombarda)

 [company/assolombarda](https://www.linkedin.com/company/assolombarda)

 [AssolombardaTV](https://www.youtube.com/AssolombardaTV)

 [@assolombarda](https://www.instagram.com/assolombarda)