

Milano

e Piccole e medie imprese tornano a scena. E dal primo gennaio del prossimo anno dovranno fare i conti con i voti delle banche o di agenzie specializzate. Che giudicheranno il grado di affidabilità dell'azienda alla quale si dovranno concedere i prestiti. La nuova impostazione dell'importo tra le imprese e gli istituti di credito nasce dall'entrata in vigore, prevista a inizio 2007, di un sistema di norme, meglio conosciuto come Basilea 2. Ogni azienda riceverà un voto che rispecchia il suo grado di affidabilità e le banche dovranno finanziarla tenendo presente il relativo rischio che si accolla. Si tratta di misure che comporteranno una diversa prospettiva nel concedere il credito, soprattutto alle piccole e medie imprese non abitate ad avere a che fare con il rating.

Basilea 2 rappresenta una complessa evoluzione della metodologia della valutazione degli attivi. Non sarà più sufficiente un assorbimento del capitale indistinto per qualunque tipo di impresa finanziata, ma le banche dovranno destinare risorse in proporzione al merito creditizio di ciascun creditore, misurato in maniera più secentesca. Finanziare una buona azienda valutata tripla A sarà insomma diverso da finanziare un'azienda mediocre giudicata doppia B. Un procedimento, quello della valutazione, da sempre applicato ai grandi



Jean-Claude Trichet, presidente della Bce

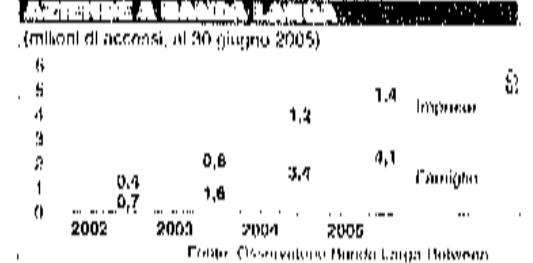
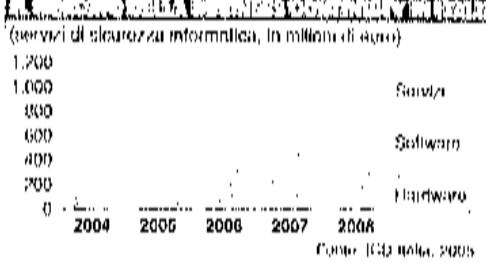
gruppi e che dal 2007 diventerà obbligatorio anche per le Pmi.

Il primo accordo di Basilea, che ha introdotto un coefficiente patrimoniale sul totale degli attivi ponderati, risale al 1988 e in estrema sintesi prevedeva che ogni attività (prestato o garantita) della banca venisse ponderata per un fattore di rischio (in genere il 100% per il corporate, il 50% per mutui residenziali e il 20% per le banche) e a fronte di tale ammontare la banca dovesse avere a disposizione l'8% di capitale. Con Basilea 1, ogni 100 euro prestati alle imprese le banche dovevano disporre di mezzi

propri pari a 8 euro, ovvero una ponderazione pari al 100%. Ora invece con Basilea 2 la ponderazione varierà da 0 fino al 150% a

seconda del merito creditizio. Per fare un esempio un'azienda con rating tripla A, quindi elevato, avrà una ponderazione del

10% per ogni 100 euro prestati a questa impresa, la banca dovrà avere mezzi propri pari a 0,8 euro e non più a 8 euro. La ponderazione ovviamente aumenterà in proporzione al rischio della controparte. Il punto di indifferenza rispetto ai parametri attuali è una valutazione BBIBI, un giudizio basso che richiederà una ponderazione pari al 100%. «Basilea 2 sarà sicuramente un cambiamento positivo per l'intero sistema e migliorerà il rapporto banca - impresa», afferma Giacomo Caputo Nassetto, direttore generale Divisione Global Market di Deutsche Bank Ag. S'intitola un cambiamento epocale perché costringerà le banche a valutare in modo ancor più oggettivo i loro clienti.



Fonte: Observatorio Bando Langa Borsaex

Una gestione efficace del ciclo di vita del prodotto fa crescere le PMI

La capacità di innovare i propri prodotti rappresenta la chiave del successo, della leadership e della crescita di un'azienda, grande, media o piccola che sia. L'integrazione tra i processi aziendali e le informazioni di prodotto consente di ottenere il massimo valore in ciascuna fase - dall'ideazione, allo sviluppo, dal lancio all'obsolescenza. Lo sviluppo di un mercato globale fortemente dinamico ha accresciuto la complessità operativa per le aziende manifatturiere di qualsiasi settore industriale e di qualsiasi dimensione. Le condizioni di mercato possono variare improvvisamente. I clienti sono sempre più esigenti e differenti. Le normative cambiano ed aumentano costantemente di numero. La concorrenza può mutare inaspettatamente attraverso fusioni, nuovi modelli di business e innovazioni. Queste condizioni rendono più difficile bilanciare la necessità di soddisfare mercati sempre più esigenti, con l'aumento dei ricavi mantenendo, allo stesso tempo, i costi sotto controllo. I costi operativi sono stati ridotti drasticamente grazie all'introduzione dell'Information Technology nelle aziende. In questa fase, quindi, è importante concentrarsi su un aspetto emergente: le funzioni e i processi che sono alla base dei prodotti. La capacità di gestire in maniera efficace il ciclo di vita del prodotto è qualsiasi aspetto ad esso relativo, dall'ideazione, all'obsolescenza fino al riciclo. Rappresenta una nuova e inesplorata fonte di valore per le aziende. UGS ritiene che un'efficace gestione del ciclo di vita del prodotto, PLM, sia alla base della capacità di innovare processi e prodotti su scala mondiale.

Cos'è il PLM?

La gestione del ciclo di vita del prodotto è una strategia basata sull'informazione, che consente di velocizzare l'innovazione e il lancio sul mercato di prodotti vincenti. Il PLM si fonda sull'accesso condiviso a una base comune di informazioni da cui attingere dati e processi relativi al prodotto. Il PLM è una strategia di business che consente all'impresa estesa di apportare innovazione durante tutto il ciclo di vita del prodotto, dalla fase di sviluppo al riciclo, come se ad operare fosse un'unica azienda. Mediante l'acquisizione di best practice e di esperienze, il PLM crea un archivio di capitale intellettuale rintracciabile in qualsiasi momento. È una strategia tipica dell'Information Technology basata su una struttura di dati coerenti, che consente in tempo reale la collaborazione e la condivisione delle informazioni tra team distribuiti geograficamente. Consente alle aziende di armonizzare i sistemi esistenti e di capitalizzare gli investimenti fatti. Grazie all'apertura e all'adozione di standard di mercato, riduce i problemi di conversione dei dati fornendo accesso alle informazioni e visibilità a coloro che sono coinvolti nei flussi di lavoro e nelle attività in qualsiasi fase del ciclo di vita del prodotto. Il risultato è una migliore capacità, da parte delle aziende, di soddisfare le cinque principali esigenze di business:

- Aumentare il rendimento delle innovazioni di prodotto e di processo
- Ridurre il time-to-market
- Gestire efficacemente la dualità del business ottimizzando alle normative e minimizzando i costi relativi
- Ottimizzare le risorse per aumentare l'efficienza
- Maximizzare i vantaggi della globalizzazione

UGS è leader nel fornire sistemi aperti e formati PLM standard che permettono ai propri clienti di ottimizzare il processo di innovazione e di raggiungere gli obiettivi di crescita. Da oltre quarant'anni, UGS investe in ricerca e sviluppo, realizzando importanti innovazioni nelle tecnologie software PLM. Attualmente le soluzioni UGS gestiscono oltre il 40% dei dati 3D del pianeta. Le più grandi aziende nel mondo si affidano a UGS per perseguire le loro strategie globali d'innovazione. Tra queste: General Motors, Fiat Auto, Boeing, Procter & Gamble, Italtzini, Nuova Pignone, Nokia, Magneti Marelli e Avio Group per citarne solo alcune. Le soluzioni UGS, fortemente orientate al mercato, sono state adottate da 46.000 clienti e sono utilizzate da circa quattro milioni di utenti in tutto il mondo.

UGS e le PMI

Un recente rapporto internazionale di AMR Research rivela che la media industria manifatturiera è il segmento dove la spesa per applicazioni CAD/PLM registra i tassi di crescita più elevati, che scatenano sul 12% ogni anno, superiori alla media complessiva del mercato (9%). UGS pronta nel captare i segnali e le tendenze del mercato, ha lanciato UGS Velocity Series™ la prima soluzione PLM che mette a disposizione delle PMI un portafoglio pre-configurato di soluzioni di facile utilizzo e a costi di gestione contenuti, basato sull'esperienza maturata presso le maggiori aziende manifatturiere del mondo. In questo modo UGS si afferma quale unico fornitore mondiale di soluzioni PLM, integrate e uniche, per aziende di ogni tipo e dimensione. Le medie imprese si devono quotidianamente confrontare con situazioni che presentano molte similitudini con quelle affrontate dalle aziende più grandi. Ad esempio, devono gestire le problematiche di approvvigionamento su scala mondiale, la continua ricerca di innovazione e personalizzazione dei prodotti, ottemperare a norme e regolamenti sempre più complessi, fornire quotazioni precise e tempestive. Questo porta alla necessità di gestire e utilizzare un'enorme quantità di dati di prodotto sempre più articolati. Quindi, se fino a ieri erano sufficienti software di sviluppo e gestione dei dati di prodotto, oggi è necessario disporre di un portafoglio PLM completo.

UGS Velocity Series

UGS Velocity Series™ è un set completo di soluzioni modulari rivolto alle aziende di medie dimensioni che vogliono dotarsi di una soluzione PLM in linea con le loro esigenze, che possa evolvere al crescere delle necessità. Le soluzioni PLM di UGS permettono di ottenere i massimi risultati in tempi brevi e sono state largamente adottate in tutto il mondo in virtù delle loro caratteristiche: elevate prestazioni, interoperabilità e notevole caratterizzazione in funzione del settore industriale. Il nostro approccio basato su soluzioni aperte e standard permette alle aziende di realizzare soluzioni che soddisfano i loro specifici requisiti. Grazie a UGS, un'azienda può far crescere il proprio fatturato attraverso prodotti vincenti che garantiscono una posizione di vantaggio rispetto alla concorrenza. UGS si rivolge da sempre direttamente alle grandi imprese. Recentemente ha deciso di allargare il proprio mercato di riferimento alle PMI, introducendo nell'autunno 2004 il Global Channel Program, di nuovo programma rivolto ai partner dedicati alla vendita e fornitura di soluzioni PLM di livello enterprise per le aziende manifatturiere di medie dimensioni. Con questo Programma, i rivenditori potranno offrire ai propri clienti soluzioni più flessibili e di alto profilo, attraverso strutture di vendita formate e certificate da UGS, aumentando la soddisfazione del cliente. Il target di riferimento di UGS per Velocity Series è quello delle aziende con un numero di progettisti variabile da 5 a 50 unità e un fatturato fino a 250 milioni di euro. Per questa fascia di mercato, UGS ritiene di poter fornire, attraverso la propria soluzione PLM dedicata, un valido strumento per affrontare e vincere le sfide del mercato: globalizzazione, innovazione e fiducia del time-to-market, conformità, qualità.

«La conseguenza più immediata è il lancio per le imprese italiane di una nuova sfida, che ha come elementi essenziali il rafforzamento del capitale aziendale e il buon equilibrio della struttura finanziaria: gli imprenditori devono quindi intendere Basilea 2 soprattutto come un'opportunità, quella di avviare consapevolmente un processo destinato a migliorare il posizionamento di mercato della propria azienda», sostiene Gabriele Gori, responsabile Finanza M&T della Direzione Imprese del Simepolo IMI.

Basilea 2 divide le aziende sostanzialmente in tre classi: "grandi imprese", le cosiddette corporate, le Pmi, Piccole e medie imprese con fatturato compreso tra 5 e 50 milioni di euro, e le aziende Refut, con un giro d'affari inferiore ai 5 milioni di euro. I maggiori impatti saranno per le Pmi che dovranno arretrarsi per avere un rating, e per quelle imprese grandi o piccole, ma con profili sedentari, in quanto ci sarà una più stretta correlazione fra tassi di finanziamento e rischiosità delle controparti. Per andare incontro alle imprese,

solto il profilo de l'offerta.

Sampolo finisce

Un'occasione importante per migliorare la posizione delle realtà produttive sul mercato

l'imprese ha identificato due tipi di finanziamento a medio lungo termine destinato rispettivamente al rafforzamento patrimoniale (Basilea Equity) e al miglioramento della struttura finanziaria dell'impresa, con riguardo alle poste passive

del bilancio (Basilea Finanza), spiega Gori.

Quanto al rating, il punto di partenza per capire lo stato delle Pmi sarà sempre il bilancio societario, tanto meglio se certificato da una società di revisione. Il Comitato di Basilea però non ha mancato di indicire alcune informazioni aggiuntive, necessarie per offrire una migliore conoscenza dell'impresa, come la redditività annuale e prospettica, la struttura finanziaria, la gestione del circolante, i fattori comportamentali e la posizione competitiva. E non è nemmeno da escludere che le banche stesse richiedano ai propri clienti traggia gli ancora più approfonditi. Il giudizio si potrà basare su standard interni a ciascuna banca, che però in ogni caso dovranno essere approvati dalla Banca d'Italia e comunque obbedire ai criteri richiesti dagli accordi di Basilea. «Se avranno delle valutazioni più oggettive», afferma Caputo Nassetto, «non sarà più sostenibile a lungo termine vedere una banca locale attribuire a un'azienda un rating A, quando per tutte le altre banche quella azienda vale B».