

INDAGINE SULLA DOMANDA DI FACTORING
CONOSCENZA, MODALITÀ DI UTILIZZO, VALUTAZIONE DELLA
CONVENIENZA E PROSPETTIVE DEL FACTORING NELLE IMPRESE
ITALIANE

A cura di
Alessandro Carretta

Rapporto di ricerca per Assifact Associazione Italiana per il Factoring

INDICE

1. Presentazione	3
2. Determinanti e caratteristiche della domanda di factoring	6
2.1 Le variabili che incidono sui bisogni gestionali.	7
2.2 Le variabili che incidono sui bisogni finanziari.....	8
2.3 Le variabili che incidono sui bisogni di garanzia	9
2.3.1 Le caratteristiche ambientali.....	9
2.3.2 Le caratteristiche delle imprese	10
3. L'indagine sulla domanda di factoring	12
3.1 Obiettivi e metodologia	12
3.2 Il ricorso al credito commerciale	16
3.3 Il ricorso al factoring	18
3.4 Il grado di soddisfazione del rapporto di factoring.....	26
3.5 Aspetti gestionali e finanziari del factoring	29
3.6 Il factoring dal punto di vista del debitore ceduto	35
3.7 Il factoring nell'ottica di Basilea II e IAS.....	39
4. Bibliografia	45
A1. Questionario d'indagine	46
A2. I risultati generali dell'indagine.....	61

Alessandro Carretta

1. Presentazione

Il factoring è uno strumento ampiamente consolidato nell'ambito dei sistemi economici e finanziari. A livello mondiale il mercato del factoring cresce con regolarità ed in misura significativa da molti anni. Il mercato europeo rappresenta oltre i due terzi del mercato mondiale e, nell'area dell'Euro, in particolare, il volume d'affari annuo degli operatori del factoring è più o meno pari all'incremento dei finanziamenti corporate delle banche europee.

L'Italia è tra i primi mercati di factoring a livello mondiale. Il factoring italiano rappresenta circa l'8% del PIL e riguarda mediamente oltre il 10% dei crediti commerciali delle imprese e l'11% dei finanziamenti bancari a breve termine.

Nonostante l'importanza assunta dal factoring nel mondo ed in Italia, gli studi sulle caratteristiche della domanda di factoring sono davvero pochi. I lavori significativi finora condotti a livello internazionale (Mian e Smith 1992; Smith e Schnucker 1994; Summers e Wilson 2000; Asselbergh 2002; Klapper 2006) e italiano (Benvenuti e Gallo 2004) mettono in evidenza le caratteristiche delle imprese che ricorrono al factoring, ma lasciano poco spazio all'analisi delle percezioni, delle modalità di utilizzo e degli effetti del factoring dal punto di vista delle imprese.

Nel 1996 l'Associazione Italiana per il Factoring (Assifact) ha condotto una importante indagine sulle caratteristiche della domanda di factoring (Carretta 1997), soffermandosi, in particolare, sulla percezione ed apprezzamento delle caratteristiche del prodotto, sulla natura delle relazioni con le banche e gli intermediari finanziari specializzati che svolgono attività di factoring, sulle implicazioni dell'utilizzo del factoring per la gestione, l'organizzazione e la finanza d'azienda

La presente indagine, compiuta dalla Divisione Ricerche "Claudio Demattè" della Scuola di Direzione Aziendale dell'Università Bocconi, su incarico della stessa Assifact, ritorna a dodici anni di distanza sul tema, con l'obiettivo di approfondire i profili più rilevanti dell'utilizzo del factoring da parte delle imprese italiane.

Una prima area di interesse dell'indagine concerne i termini di utilizzo del credito commerciale, che è un importante presupposto del ricorso al factoring da parte delle imprese. Gli aspetti messi in evidenza in questa sede sono la valenza attribuita al credito commerciale nei confronti dei clienti, lo sviluppo più o meno marcato rispetto ad imprese concorrenti, i termini di pagamento effettivamente applicati nei confronti della clientela domestica ed internazionale, i termini di pagamento dei debiti di fornitura e le più importanti problematiche legate alla gestione del credito verso la clientela.

Una seconda area dell'indagine riguarda la conoscenza del factoring da parte delle imprese italiane con particolare riferimento all'utilità percepita, al ricorso effettivo (ed alle relative motivazioni), alle modalità di utilizzo del factoring ed ai principali elementi di soddisfazione e di insoddisfazione nel rapporto di factoring.

Successivamente l'indagine prende in esame le conseguenze gestionali e finanziarie del ricorso al factoring da parte delle imprese. In questo caso l'obiettivo è quello di mettere in luce la percezione del factoring rispetto al credito bancario, le possibilità di incentivare il ricorso allo strumento in questione, il grado di supporto / sostituzione dell'attività interna di gestione dei crediti commerciali, l'utilizzo prevalente dei fondi derivanti dalle anticipazioni a valere sui crediti fattorizzati. Vengono inoltre messi in evidenza i riflessi del ricorso al factoring su tempi di incasso, regolarità dei pagamenti, livello di insoluti e costi di gestione dei crediti commerciali nei confronti delle imprese clienti.

Nell'indagine viene anche esaminato il punto di vista dei debitori ceduti, esplorando la percezione che tali soggetti maturano nei confronti della cessione dei propri debiti da parte dei rispettivi fornitori. Infine l'indagine rileva il punto di vista delle imprese in ordine alle prospettive di utilizzo del factoring nel nuovo scenario regolamentare (Basilea II e IAS) e di mercato.

Il campione sottoposto ad indagine è costituito da 100 imprese, che presentano caratteristiche molto variegata e possono essere considerate rappresentative sia dell'universo delle imprese italiane sia della composizione della clientela attuale e potenziale del mercato del factoring. L'indagine è stata effettuata attraverso interviste sul campo, sulla base di un questionario, riportato in appendice, condotte da intervistatori "esperti", ad attori chiave delle imprese, impegnati a presidiare le funzioni amministrative e finanziarie. Con l'occasione si ringraziano le imprese che hanno partecipato all'indagine; le banche e società di factoring aderenti ad Assifact, che hanno fornito utili indicazioni alla composizione del campione; gli intervistatori che hanno materialmente compiuto le interviste; Vincenzo Farina e Diego Tavecchia, autori dei successivi capitoli del presente rapporto, dedicati rispettivamente alle determinanti ed alle caratteristiche della domanda di factoring descritte in letteratura ed alla presentazione dei principali risultati dell'indagine, riportati in appendice; Barbara Perego, della segreteria di Assifact; Maria Custureri e Dania Faccio della SDA Bocconi.

L'indagine mette in evidenza alcuni importanti profili del comportamento finanziario delle imprese italiane e fornisce numerose conferme delle percezioni e modalità di utilizzo del factoring, già emerse nella precedente indagine del 1996, che vengono quindi ulteriormente validate, ma offre anche ulteriori spunti di riflessione, connessi a nuovi fenomeni e comportamenti, che possono risultare particolarmente utili per impostare in prospettiva una corretta offerta di factoring nel mercato italiano.

Si conferma la rilevanza del credito commerciale per le imprese italiane, che mettono in evidenza il ben noto problema dei tempi lunghi e dei ritardi di pagamento da parte della clientela.

Si delineano, in modo più nitido rispetto al passato, le diverse funzioni d'uso del factoring, che può soddisfare i numerosi bisogni delle imprese in ordine alla gestione, al finanziamento ed alla garanzia dei crediti, nei differenti contesti aziendali e di mercato.

Le imprese dichiarano di utilizzare il factoring non sempre in maniera sistematica e generalizzata, ma comunque in via periodica e ricorrente (in buona parte dei casi da parecchi anni), facendo ricorso anche ad una pluralità di factors. Esse formulano complessivamente un giudizio più che buono del rapporto con le banche ed intermediari finanziari impegnati nell'offerta di factoring e segnalano motivi di soddisfazione (ed insoddisfazione) piuttosto articolati, in relazione alla natura dei propri fabbisogni ed alle diverse funzioni che il factoring può svolgere nell'economia dell'impresa.

Esse danno evidenza, in misura più evidente rispetto alla precedente indagine, di una adeguata capacità di valutare in modo corretto il costo dell'operazione di factoring, che viene messo in relazione al valore aggiunto dello strumento, che in talune circostanze sembra influenzare positivamente la regolarità dei pagamenti della clientela, e confrontato con i costi degli strumenti finanziari tradizionali (come il credito bancario) ed il costo della gestione interna dei crediti commerciali, che pur non è facile tenere sotto controllo anche a seguito del ricorso al factoring.

Nell'ottica dei debitori ceduti, la cessione è vista per lo più come un fatto normale di gestione aziendale, che peraltro viene percepito, in misura ancora più radicale rispetto al passato, come un evento fastidioso, che può far perdere il contatto con il fornitore.

Per quanto riguarda le implicazioni del nuovo contesto regolamentare, le imprese intervistate segnalano, con riferimento a Basilea 2, un sostanziale ottimismo, legato probabilmente anche al fatto che esse si dichiarano pronte ad accrescere il proprio livello di patrimonializzazione e ad arricchire l'informazione societaria messa a disposizione dei finanziatori. La maggioranza delle imprese ritiene inoltre che il ricorso al factoring possa migliorare in prospettiva la posizione finanziaria aziendale, tenuto conto anche del fatto che i factors mostrano un approccio alla valutazione del rischio diverso da

quello dei finanziatori “tradizionali”. Per quanto riguarda l’introduzione di principi contabili internazionali (IAS), che interessa peraltro allo stato attuale in misura contenuta le imprese indagate, la percezione di un cambiamento nell’atteggiamento dei finanziatori è ancora debole: in tale ambito emerge comunque un interesse verso i vantaggi del factoring scaturenti dalla eliminazione dal bilancio dei crediti ceduti.

In conclusione, il factoring rappresenta ancora uno strumento poco conosciuto, anche se esso viene utilizzato da un numero crescente di imprese. Le imprese oggetto dell’indagine, tuttavia, sembrano consapevoli del ruolo del factoring quale strumento di sostegno gestionale e finanziario al capitale circolante. In particolare, i clienti dei factors, soprattutto quelli che dispongono di una consolidata esperienza di utilizzo, mostrano una cultura finanziaria in crescita, che consente loro in molti casi di valutare adeguatamente i vantaggi, le peculiarità e le prospettive di crescita del factoring. Permane uno spazio di miglioramento della conoscenza del factoring, specie per le imprese che non vi fanno ricorso, che deve essere colmato attraverso una divulgazione delle caratteristiche dello strumento ed un’educazione finanziaria orientata ad un corretto uso, che consenta di sfruttarne le potenzialità e di fruire dei benefici che il factoring indubbiamente può comportare.

Vincenzo Farina

2. Determinanti e caratteristiche della domanda di factoring

Il factoring è un contratto che prevede il trasferimento di crediti, solitamente non ancora scaduti, vantati da imprese, enti pubblici e privati, ad un operatore specializzato, (il “factor”), banca o intermediario finanziario.

Il factor può soddisfare tre ordini di bisogni della clientela (Carretta, 1980): i) gestionali, attraverso l'amministrazione dei crediti trasferiti e, alla scadenza, compiendo tutti gli atti utili alla riscossione degli stessi; ii) finanziari, attraverso l'anticipo di una certa parte dei crediti oggetto della cessione prima della relativa scadenza; iii) di garanzia di buon fine dell'operazione, con assunzione implicita da parte del factor del rischio di insolvenza del debitore.

Le diverse tipologie contrattuali dell'operazione di factoring, combinando le funzioni d'uso dello strumento, possono contribuire al soddisfacimento di bisogni più o meno specifici. In questa prospettiva, il ricorso al factoring può essere inquadrato alla luce dei bisogni espressi dalle imprese, che a loro volta dipendono dalle loro specifiche caratteristiche e da quelle dell'ambiente di riferimento.

Le indagini empiriche sui rapporti tra factoring e imprese sono poco frequenti e circoscritte, anche se caratterizzate in alcuni casi da risultati di rilievo (Mian e Smith 1992; Smith e Schnucker 1994; Carretta 1997; Summers e Wilson 2000; Asselbergh 2002; Benvenuti e Gallo 2004; Klapper 2006).

Gran parte di questi studi si concentra sulle caratteristiche delle imprese che ricorrono al factoring e lascia poco spazio alla percezione dello strumento da parte della clientela, alle modalità di utilizzo ed agli effetti del factoring sulle imprese in termini di effettiva soddisfazione dei bisogni, che sono alla base della presente indagine.

La Tav. 2.1 sintetizza le relazioni tra variabili determinanti (ambientali ed aziendali), conseguenti bisogni che possono essere soddisfatti dal factoring e impatto sulla decisione di ricorrere a quest'ultimo, così come rilevata dalla rassegna degli studi precedenti. Un'analisi più ampia, preliminare alla progettazione della presente indagine, è contenuta nel prosieguo del presente capitolo.

Tav. 2.1 – Relazione fra determinanti, bisogni e decisione di ricorrere al factoring

Determinanti	Bisogni	Impatto sulla decisione di ricorrere al factoring
Dimensioni dell'impresa elevate	Gestionali	<u>Negativo</u> (Carretta 1997; Summers e Wilson 2000; Soufani 2002; Smith e Schnucker 1994; Mian e Smith 1992) <u>Incerto</u> (Benvenuti e Gallo 2004)
Tensione finanziaria	Finanziari	<u>Positivo</u> (Carretta 1997; Soufani 2002)
Razionamento del credito	Finanziari	<u>Positivo</u> (Summers e Wilson 2000)
Fase iniziale del ciclo di vita	Finanziari	<u>Positivo</u> (Mian e Smith 1992; Carretta 1997; Soufani 2002; Asselbergh 2002; Summers e Wilson 2000; Benvenuti e Gallo 2004)
Infrastruttura informativa carente	Di garanzia	<u>Positivo e diretto</u> (Benvenuti e Gallo 2004) <u>Positivo ma indiretto</u> , attraverso l'impatto positivo sui crediti commerciali (Mian e Smith 1992; Summers e Wilson 2000; Klapper 2006)
Efficienza giudiziaria carente	Di garanzia	<u>Positivo e diretto</u> (Benvenuti e Gallo 2004) <u>Positivo ma indiretto</u> , attraverso l'impatto positivo sui crediti commerciali (Mian e Smith 1992; Summers e Wilson 2000; Klapper 2006)
Specificità beni o servizi elevata	Di garanzia	<u>Negativo</u> (Mian e Smith 1992; Summers e Wilson 2000; Benvenuti e Gallo 2004)
Canali distributivi diretti	Di garanzia	<u>Negativo</u> (Mian e Smith 1992; Smith e Schnucker 1994)
Numero di clienti elevato	Di garanzia	<u>Positivo</u> (Mian e Smith 1992; Smith e Schnucker 1994; Benvenuti e Gallo 2004)
Dispersione territoriale clienti elevata	Di garanzia	<u>Positivo</u> (Mian e Smith 1992; Smith e Schnucker 1994; Benvenuti e Gallo 2004)
Stagionalità delle vendite	Di garanzia	<u>Positivo</u> (Mian e Smith 1992; Carretta 1997; Asselbergh 2002; Benvenuti e Gallo 2004)

2.1 Le variabili che incidono sui bisogni gestionali.

Per quanto riguarda il soddisfacimento dei bisogni di tipo gestionale, il ricorso al factoring può essere letto alla luce delle caratteristiche dimensionali delle imprese.

La letteratura evidenzia come il factoring sia uno strumento utile soprattutto per quelle imprese che vogliono affidare ad una società specializzata la gestione ed il controllo del portafoglio clienti e che sia frequentemente utilizzato da imprese di piccole dimensioni. In particolare, il problema delle dimensioni può essere letto sia nella logica del maggiore potere contrattuale per l'accesso alle diverse forme di finanziamento, sia in quella delle scelte di make or buy.

All'interno della prima prospettiva di analisi, Soufani (2002) individua nella fascia delle piccole e medie imprese (sia in rapporto al fatturato che al numero di dipendenti) i naturali utilizzatori del factoring in quanto è per loro più difficile accedere ad altre fonti di finanziamento rispetto a grandi e medio-grandi imprese.

All'interno dell'altra prospettiva di analisi, Smith e Schnucker (1994), Mian e Smith (1992) e Summers e Wilson (2000) considerano la decisione di fare ricorso al factoring e la scelta di esternalizzare o

meno la funzione che si occupa della gestione/amministrazione dei crediti. Il ricorso al factoring determina la possibilità di esternalizzare le funzioni dedite al rapporto con i clienti e quindi la possibilità di focalizzare l'attenzione della struttura sugli aspetti *core* del business. Tuttavia nelle scelte di *make or buy* si devono sempre considerare l'impatto dei costi di transazione e la convenienza di aumentare la scala produttiva dei propri prodotti e/o servizi. Se da una parte la decisione di accrescere le proprie dimensioni può determinare efficienza di costo, dall'altra parte il rischio è quello di perdere il controllo di strutture troppo grandi e di determinare, quindi, diseconomie organizzative.

Benvenuti e Gallo (2004) sottolineano come l'impatto delle dimensioni sul ricorso al factoring non è definibile a priori in quanto le imprese più grandi potrebbero decidere sia di mantenere all'interno le funzioni connesse con la gestione del credito commerciale (in quanto maggiormente in grado di effettuare gli investimenti necessari per la formazione di personale specializzato su una scala più ampia), sia di costituire società (*captive*) specializzate.

In linea di massima, le due prospettive di analisi analizzate in precedenza non sono così distanti. Grazie alla possibilità di liberare risorse finanziarie per lo sviluppo dell'attività, il ricorso al factoring può condurre ad un aumento del volume d'affari dell'impresa, e quindi anche delle dimensioni. Tuttavia se da una parte è vero che le dimensioni elevate dell'impresa consentono di accedere a maggiori fonti di finanziamento (e quindi possono rendere meno necessario lo smobilizzo dei crediti commerciali attraverso il factoring), dall'altra non si può trascurare che la crescita dimensionale richiede strutture amministrative sempre più articolate e, nei limiti di una valutazione di convenienza, può rendere necessario esternalizzare quest'area sia ad una società di factoring indipendente che ad una società *captive* interna al gruppo.

2.2 Le variabili che incidono sui bisogni finanziari

Anche per quanto riguarda il soddisfacimento dei bisogni di tipo finanziario, il ricorso al factoring può essere letto alla luce di alcune caratteristiche delle imprese che hanno influsso sulle politiche finanziarie.

Il factoring infatti agisce sulla dinamica del capitale circolante delle imprese accelerandone la rotazione ed accorciando il ciclo che inizia dall'acquisto delle materie prime e si conclude con la riscossione dei crediti. Da un punto di vista finanziario, lo strumento consente di accrescere la liquidità delle imprese attraverso finanziamenti derivanti dallo smobilizzo dei crediti commerciali, che fungono da garanzia nei confronti della società di factoring (Carretta 1980). Inoltre, Carretta (1997) evidenzia come il factoring venga molto spesso considerato una forma di finanziamento complementare al credito bancario, in grado di soddisfare necessità di fondi di natura temporanea, di ottimizzare la programmazione degli incassi e di facilitare la crescita del fatturato.

Una prima variabile che la letteratura considera incidere sulla possibilità di ricorso al factoring è, per questa tipologia di bisogno, il grado di tensione finanziaria dell'impresa. In questo senso, Carretta (1997) rileva che i fondi anticipati dal factor sono utilizzati principalmente per rimborsare i debiti anche se la percezione dei clienti non sempre è orientata ad un giudizio negativo (spesso i clienti considerano il ricorso al factoring un fatto normale di gestione aziendale e, solo in alcuni casi, un sintomo di difficoltà finanziarie dell'impresa).

Sempre con riferimento al caso italiano, Benvenuti e Gallo (2004) evidenziano che, solitamente, sono le imprese più indebitate e meno liquide quelle che hanno la maggiore probabilità di ricorrere al factoring. In questo caso le variabili osservate sono il grado di leverage, la liquidità corrente, la quota di credito non autoliquidante coperta da garanzie, il grado di utilizzo del credito accordato dalle banche e la presenza di sconfinamenti su tali linee di credito.

Soufani (2002), sfruttando i risultati di un'indagine sulle imprese inglesi, dimostra che gli utilizzatori del factoring tendono ad essere imprese in difficoltà finanziarie.

Inoltre, nel caso di imprese di minori dimensioni, il factoring potrebbe sopperire anche a problemi di credit rationing a causa delle maggiori difficoltà di valutazione del loro merito creditizio da parte degli intermediari finanziari tradizionali. Di questa idea sono Summers e Wilson (2000), i quali evidenziano che il razionamento del credito bancario influenza positivamente la possibilità di ricorrere al factoring.

I fabbisogni finanziari delle imprese sono influenzati anche dalla fase del ciclo di vita in cui queste si trovano, misurata attraverso le proxy dell'età e del tasso di sviluppo del fatturato (Mian e Smith 1992; Carretta 1997; Summers e Wilson 2000; Soufani 2002; Asselbergh 2002; Benvenuti e Gallo 2004).

In generale emerge come la probabilità di ricorrere al factoring è maggiore nelle prime fasi del ciclo di vita delle imprese, caratterizzate quindi da giovinezza e da elevati tassi di sviluppo del fatturato.

2.3 Le variabili che incidono sui bisogni di garanzia

Per quanto riguarda il soddisfacimento dei bisogni di garanzia dei crediti manifestati dalle imprese, il ricorso al factoring può essere letto alla luce delle caratteristiche ambientali e di alcune caratteristiche delle imprese.

2.3.1 Le caratteristiche ambientali

A livello teorico il contributo delle caratteristiche ambientali può essere sia di tipo diretto, attraverso l'impatto sui bisogni di garanzia, sia indiretto, attraverso l'impatto sullo sviluppo dei finanziamenti in un certo contesto.

Per quanto riguarda il contributo diretto, Benvenuti e Gallo (2004) evidenziano come il factoring si adatti bene in contesti con infrastrutture informative carenti e con bassa efficienza giudiziaria.

In primo luogo, in contesti di opacità informativa il ricorso al factoring si giustifica nell'esternalizzazione ad operatori (tipicamente intermediari finanziari di origine bancaria e non) che riescono a trattare in modo più efficace ed efficiente le informazioni sulla controparte di una transazione commerciale. Sulla base di queste informazioni la società di factoring, senza rivalsa sul cliente, può accettare o meno i crediti offerti ed in questo modo può limitare il rischio. Tuttavia, la possibilità di comportamenti opportunistici da parte dei clienti se da un lato fa aumentare la convenienza del factoring per l'impresa, dall'altro fa diminuire quella della società di factoring nel fornire garanzia ai creditori¹.

In secondo luogo, un basso grado di tutela dei creditori può esaltare la funzione di garanzia del factoring nei confronti del rischio di insolvenza relativo ai crediti ceduti all'interno di operazioni "pro soluto".

Per quanto riguarda il contributo indiretto, invece, occorre considerare come l'infrastruttura informativa del sistema finanziario ed il sistema di tutela dei soggetti che vi operano sono fattori importanti nel determinare lo sviluppo del credito commerciale in un certo contesto (che rappresenta un importante presupposto del ricorso al factoring) piuttosto che degli altri finanziamenti a breve (Mian e Smith 1992; Summers e Wilson 2000; Klapper 2006).

¹ In generale, problemi di asimmetria informativa possono condizionare i rapporti fra:

- imprese fornitrici di beni e servizi e imprese clienti;
- imprese cedenti e società di factoring;
- società di factoring e debitori ceduti.

Il credito commerciale concede alle imprese, in cambio della rinuncia ad un flusso di liquidità immediata, la possibilità di avviare, espandere o consolidare i rapporti con i propri clienti (attuali e potenziali). Le ragioni del ricorso al credito commerciale molto spesso riguardano le caratteristiche istituzionali, economiche e sociali dei contesti di riferimento (Bussoli 2008).

Da un lato infatti il credito commerciale rappresenta uno strumento di sostegno alla politica delle vendite volto a rafforzare le relazioni di clientela, a garantire la qualità dei prodotti o a discriminare i prezzi. Dall'altro, però, l'utilizzo del credito commerciale può essere motivato dalla possibilità di ridurre i costi di transazione e si configura come una forma di finanziamento alternativa al credito bancario o ad altre tipologie di finanziamento a breve termine. Infatti nei mercati con elevata opacità informativa (ossia con scarsa presenza di centrali di rischio pubbliche e/o private e bassa trasparenza dei bilanci) dove sono maggiori i costi nell'acquisizione delle informazioni sul rischio delle controparti e si è maggiormente soggetti al rischio di comportamenti opportunistici, gli intermediari finanziari sono meno disposti a concedere credito. Inoltre, anche se un buon sistema di tutela legale dovrebbe fungere da deterrente a mettere in atto tali comportamenti attraverso la minaccia di sanzioni, il rispetto dei contratti ottenuto con il ricorso alla giustizia comporta dei costi e non garantisce dai comportamenti opportunistici della controparte. Anche in caso di efficaci sanzioni giudiziarie, infatti, resta molto difficile recuperare un credito insoluto.

Quindi, rispetto alle altre forme di finanziamento a breve, il credito commerciale è più indipendente dall'infrastruttura informativa del sistema finanziario e dal grado di tutela giuridica per i creditori in quanto l'oggetto del finanziamento è costituito da input specifici e la minaccia di una sospensione della fornitura della merce rappresenta un'importante sanzione a disposizione delle imprese in caso di inadempimento da parte dei clienti.

A riprova di quanto sopra, Rajan e Zingales (1995), Petersen e Rajan (1997), Demirgüç-Kunt e Maksimovic (2001) affermano che il credito commerciale è più sviluppato in paesi di civil law (fra cui l'Italia), dove gli investitori godono di minore tutela giuridica, che in paesi di common law. Proprio in Italia infatti il peso dei debiti commerciali sul passivo è particolarmente elevato e superiore rispetto a quello del debito bancario a breve termine (Cannari, Chiri e Omiccioli, 2005; Finaldi Russo e Leva 2004; Carmignani 2004). Sopranzetti (1998) osserva che in simili situazioni il ricorso al factoring da parte di un'impresa sarà ancora più probabile se il suo rischio di fallimento è basso ed i suoi debitori mostrano una situazione finanziaria critica.

2.3.2 Le caratteristiche delle imprese

Sui bisogni di garanzia incidono pure alcune caratteristiche delle imprese quali la specificità dei beni o servizi offerti ai clienti, il numero e la dispersione territoriale dei clienti ed i canali distributivi.

L'elevata specificità dei beni o servizi diminuisce la possibilità di ricorso al factoring sia sul lato della domanda, in quanto il fornitore ha maggiori possibilità di tutelarsi di fronte a comportamenti opportunistici dei clienti, sia sul lato dell'offerta, in quanto le società di factoring possono essere restie a inserirsi in operazioni con forniture complesse a causa del maggior rischio di opponibilità da parte dei clienti (Mian e Smith 1992; Summers e Wilson 2000; Benvenuti e Gallo 2004). Le stesse considerazioni valgono per la variabile del settore industriale di appartenenza dell'impresa, che può essere strettamente correlata al grado di specificità dei beni o servizi.

Anche i canali distributivi utilizzati incidono sulla possibilità di ricorso al factoring attraverso la maggiore o minore possibilità raccogliere informazioni sull'affidabilità dei clienti. In questi casi, infatti, se il cliente viene considerato affidabile si può valutare di non dover ricorrere al factoring per garantire i propri crediti, se invece il cliente viene ritenuto non affidabile si valuta negativamente la possibilità di effettuare una transazione con lui. Alcuni studi (Mian e Smith 1992; Smith e Schnucker 1994) sostengono che il ricorso a canali distributivi diretti consente di acquisire maggiori informazioni

sull'affidabilità dei clienti. Il vantaggio informativo che ne deriva dovrebbe essere alla base di una riduzione della probabilità di ricorrere al factoring da parte di tali imprese.

Anche la presenza di un numero elevato di clienti e la loro dispersione territoriale comporterebbero una maggiore convenienza nel ricorrere a società di factoring, in quanto maggiormente in grado di ottenere informazioni riguardanti il merito creditizio di un potenziale cliente ad un costo inferiore (Mian e Smith 1992; Smith e Schnucker 1994; Benvenuti e Gallo 2004).

Per quanto riguarda la stagionalità delle vendite, Mian e Smith (1992), Carretta (1997), Asselbergh (2002) e Benvenuti e Gallo (2004) sostengono che il ricorso al factoring potrebbe risultare più vantaggioso per imprese con vendite stagionali. La frequenza delle transazioni, infatti, migliora la conoscenza dei clienti e quindi, per i motivi sopra esposti, determina minore utilizzo del factoring. Analogamente, se la frequenza delle transazioni è bassa e l'impresa possiede un gran numero di clienti, il ricorso al factoring aumenta.

Diego Tavecchia

3. L'indagine sulla domanda di factoring

3.1 Obiettivi e metodologia

L'indagine si è proposta di rispondere alle seguenti domande di ricerca:

- Cosa pensano le imprese italiane del factoring?
- Come lo utilizzano e ne valutano la convenienza?
- Quali sono gli elementi di soddisfazione o insoddisfazione nel rapporto di factoring?
- Quali sono le prospettive del factoring nei nuovi scenari IAS e Basilea 2?

L'indagine è stata effettuata attraverso interviste, basate su un questionario appositamente preparato, ad un campione di 100 imprese. Tale campione è stato estratto da un più ampio elenco di soggetti costituito in parte da un database di clienti e debitori ceduti delle società di factoring e in parte da imprese estratte casualmente da archivi ufficiali. Per stratificare il campione finale sono stati considerati i seguenti aspetti:

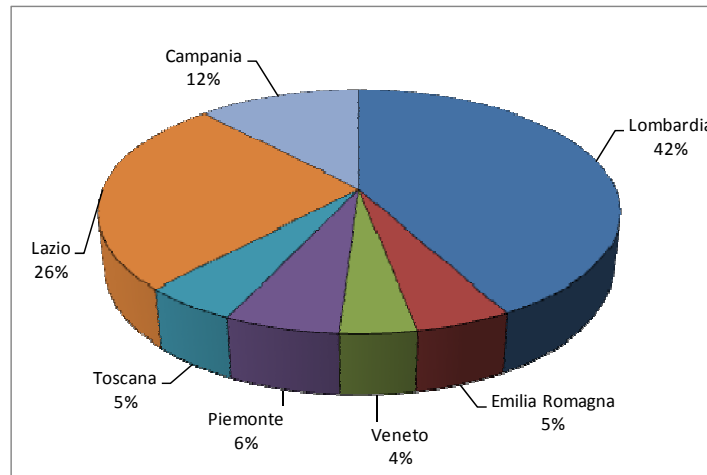
- area geografica di appartenenza;
- settore economico di appartenenza;
- categoria (utilizzatore, ex utilizzatore, debitore ceduto, non utilizzatore);
- dimensione dell'impresa.

Le ripartizioni individuate sono state successivamente incrociate per ottenere una ripartizione della numerosità campionaria rappresentativa della clientela attuale e potenziale del factoring in Italia.

Per quanto riguarda la ripartizione per aree geografiche, sono state selezionate alcune "piazze rilevanti"² per il settore del factoring, che sono state raggruppate in 7 aree geografiche:

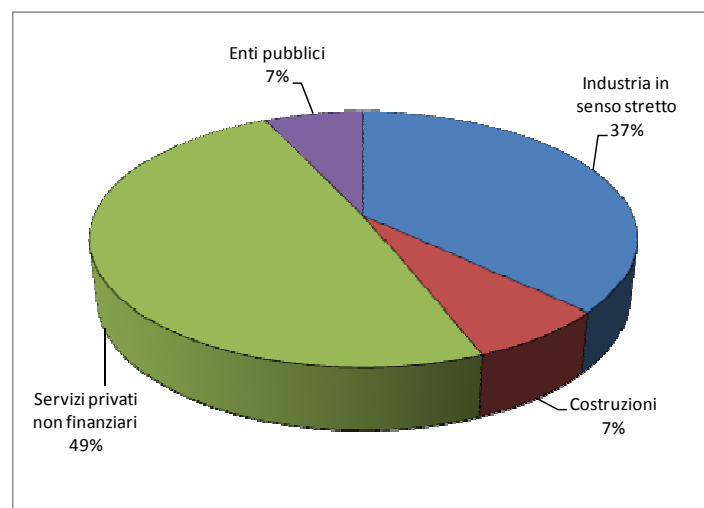
- Lombardia;
- Piemonte;
- Veneto;
- Emilia Romagna;
- Toscana;
- Lazio;
- Campania.

² Per "piazza rilevante" si intende una provincia che rappresenti almeno il 2% del totale dei crediti per factoring in essere alla data del 31 dicembre 2006.

Fig. 3.1 - Il campione: ripartizione percentuale delle imprese intervistate per area geografica

A livello di ripartizione economica, i diversi ambiti di attività sono stati raggruppati in quattro macro-settori³:

- Industria in senso stretto;
- Costruzioni;
- Servizi privati non finanziari;
- Enti pubblici.

Fig. 3.2 - Il campione: ripartizione percentuale delle imprese intervistate per macro-settore di attività economica

Le imprese sono state classificate anche per la dimensione aziendale, misurata dal fatturato dell'anno precedente; le classi considerate sono ritenute coerenti con il profilo degli utilizzatori attuali e potenziali del factoring.

³ Per la definizione dei macro-settori, cfr. Banca d'Italia, Indagine sulle imprese industriali e dei servizi, 2006 e alla Circolare n. 140 dell'11 febbraio 1991.

Tav. 3.1 – Classificazione delle imprese per classe di fatturato

Classificazione	Classe di fatturato	Ripartizione delle imprese intervistate
Piccole	Minore di 25 milioni di €	37%
Medie	Compreso fra 25 e 250 milioni di €	40%
Grandi	Superiore a 250 milioni di €	23%

All'interno del campione si distinguono diverse categorie di soggetti, in relazione alla natura del rapporto con il factoring:

- imprese attualmente utilizzatrici del factoring,
- imprese che hanno utilizzato in passato il factoring,
- imprese coinvolte dal factoring in qualità di debitore ceduto;
- imprese che non hanno mai avuto rapporti di factoring né sono mai state cedute.

È possibile confrontare la ripartizione del campione con i dati, forniti da Assifact, circa la ripartizione economica e territoriale dei crediti per factoring⁴ (ipotizzando per questi ultimi una popolazione composta nel primo caso dalle sole imprese private, escludendo gli enti pubblici, e nell'altro dalle sole aree geografiche considerate nel campionamento, che coprono l'85% dei crediti per factoring in essere al 31 dicembre 2006 con riferimento ai cedenti⁵ e l'82% con riferimento ai ceduti).

Tav. 3.2 – Confronto fra il campione analizzato e il mercato del factoring: ripartizione per macro-settore economico di appartenenza (esclusi gli enti pubblici)

	Campione	Crediti verso i cedenti	Crediti verso i debitori ceduti
Industria in senso stretto	40%	41%	40%
Costruzioni	7%	8%	1%
Servizi privati non finanziari	53%	51%	59%

Tav. 3.3 – Confronto fra il campione analizzato e il mercato del factoring: ripartizione per area geografica (escluse le aree non considerate nel campione)

	Campione	Crediti verso i cedenti	Crediti verso i debitori ceduti
Piemonte	6%	10%	10%
Lombardia	42%	41%	30%
Veneto	4%	7%	6%
Emilia Romagna	5%	9%	8%
Toscana	5%	7%	7%
Lazio	26%	15%	31%
Campania	12%	11%	8%

I crediti ceduti dalle società che compongono il campione riguardano per il 92% factoring domestico e per il restante 8% factoring internazionale, prevalentemente all'esportazione. Per quanto riguarda la natura della cessione, il 44% dei crediti è ceduto "pro solvendo", mentre più della metà dei crediti

⁴ Con riferimento ai crediti in essere al 31 dicembre 2006.

⁵ La ripartizione dei crediti per factoring in essere riferita al cedente è disponibile per i soli crediti ceduti "pro solvendo".

oggetto di fattorizzazione è ceduta “pro soluto”. La distribuzione dei crediti ceduti dalle società intervistate appare in linea con la ripartizione delle operazioni di factoring in Italia e nel mondo. Il 52% delle imprese clienti del factoring ricorre alla cessione “not notification” per una quota media pari al 45% dei crediti ceduti.

Tav. 3.4 - I crediti ceduti dalle società che compongono il campione

Tipo operazione	Distribuzione percentuale dei crediti ceduti (media campione)	Distribuzione percentuale in Italia (fonte: Assifact)	Distribuzione percentuale nel mondo (fonte: FCI)
Factoring domestico	92%	90%	89%
Factoring internazionale	8%	10%	11%
<i>Totale</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
Factoring pro soluto	56%	52%	58%
Factoring pro solvendo	44%	48%	42%
<i>Totale</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

Il campione analizzato si considera pertanto rappresentativo della clientela attuale e potenziale del factoring in Italia.

Nell’indagine non vi è stato coinvolgimento attivo delle banche e degli intermediari finanziari appartenenti all’industria del factoring e ad Assifact, che si sono limitate a fornire riferimenti anagrafici di imprese utilizzati nella fase iniziale di strutturazione della popolazione da cui è stato estratto il campione (la cui composizione finale non è stata resa loro nota). SDA Bocconi ha inoltre assicurato il rispetto del vincolo di riservatezza nei confronti delle imprese partecipanti all’indagine.

Il soggetto da intervistare è stato individuato principalmente nei responsabili e addetti delle funzioni amministrative e finanziarie nonché, occasionalmente e per le imprese di minore dimensione, nei titolari delle imprese o nei direttori generali.

I risultati presentati nel presente rapporto di ricerca sono stati elaborati con riferimento a diversi profili di analisi:

- il campione complessivo di imprese;
- l’articolazione economica, per zona geografica e per classi dimensionali delle imprese.

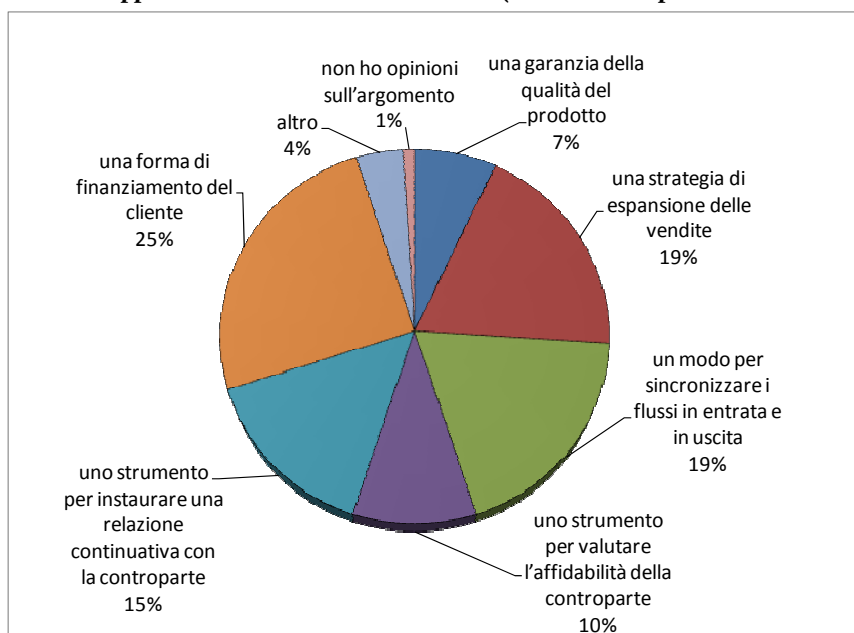
3.2 Il ricorso al credito commerciale

Il fatturato delle imprese intervistate è conseguito principalmente in Italia (percentuale media dell'88%), ed in particolare al Nord e al Centro. La quota media di fatturato conseguito all'estero è pari al 12% del totale, ma si notano numerose differenze tra le imprese a seconda del settore e dei differenti modelli organizzativi e commerciali. Il 37% degli intervistati ritiene che l'andamento del proprio fatturato sia soggetto ad una certa componente di stagionalità.

Il rapporto tra pagamenti immediati e pagamenti dilazionati per le imprese intervistate è mediamente pari al 14,5%: il credito commerciale appare quindi come un fenomeno particolarmente importante e diffuso in Italia.

Secondo le imprese indagate, il credito commerciale rappresenta principalmente una forma di finanziamento del cliente (25% delle risposte) ed una strategia di espansione delle vendite (19%), contribuendo anche a sincronizzare i flussi in entrata ed in uscita (19%). Meno frequente è l'idea che il credito commerciale rappresenti uno strumento per instaurare una relazione continuativa con la controparte (15%), mentre è marginale la convinzione che il credito commerciale possa essere utilizzato per valutare l'affidabilità della controparte o come garanzia della qualità del prodotto.

Fig. 3.3 - Che cosa rappresenta il credito commerciale? (distribuzione percentuale delle risposte)



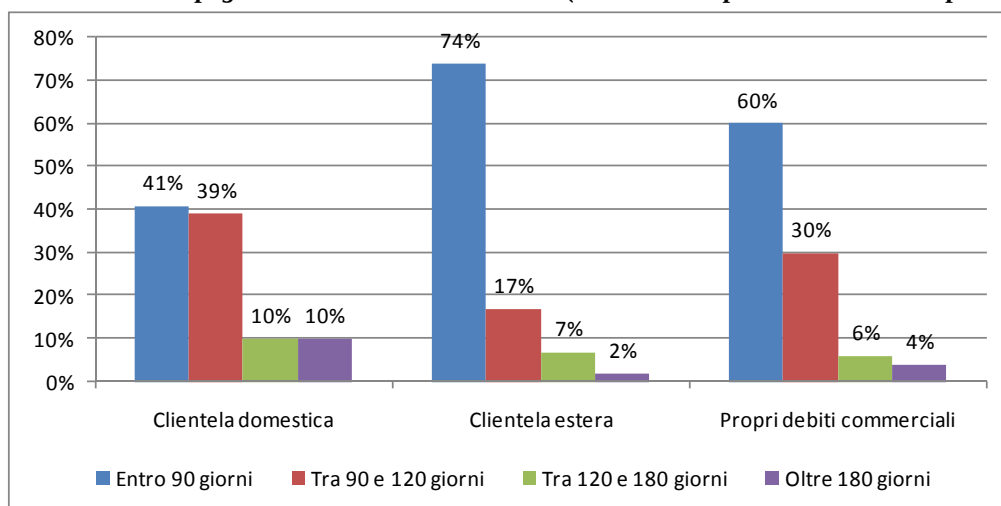
Il 20% degli intervistati ritiene che il credito commerciale sia più sviluppato nella propria impresa rispetto alle concorrenti, in particolare perché parte integrante della specifica politica di vendita dell'impresa (37% delle risposte) o perché richiesto in modo particolare dalla clientela (27%). Una quota contenuta del campione ritiene che l'impresa possa concedere più credito commerciale delle concorrenti grazie ad una maggiore disponibilità finanziaria (6,5%) oppure grazie ad un costo del capitale particolarmente contenuto (6,5%), mentre è marginale l'idea che la mancanza di alternative al bene/servizio offerto aumenti la forza contrattuale dell'impresa nei confronti del debitore (3%). Il 66% del campione ritiene invece che il credito commerciale offerto dalla propria impresa sia in linea con il mercato, mentre il restante 14% non sa rispondere.

Con riferimento ai termini di pagamento dei crediti commerciali, le imprese intervistate segnalano come la clientela internazionale sia da questo punto di vista più virtuosa rispetto a quella domestica: il 74% delle imprese che operano sul mercato internazionale è pagato mediamente entro 90 giorni e solo marginalmente oltre 180 giorni (2%). Sul mercato domestico, i tempi medi di pagamento sono più rilassati: solo il 41% delle imprese intervistate è pagato mediamente entro 90 giorni, mentre il 39% ha tempi medi di incasso compresi tra 90 e 120 giorni; gli altri intervistati incassano mediamente tra 120 e 180 giorni (10%) oppure oltre 180 giorni (10%). I pagamenti dei propri debiti commerciali avvengono, per la maggioranza delle imprese (60%), entro 90 giorni, mentre il 30% delle imprese intervistate paga mediamente tra 90 e 120 giorni; ridotta è la quota di intervistati che paga mediamente tra 120 e 180 giorni (6%) oppure oltre 180 giorni (4%).

Alcune differenze emergono nel confronto tra le regioni principali: in Campania, solo il 17% del campione dichiara tempi medi di pagamento da parte della clientela inferiori a 90 giorni, mentre è maggiore la quota di imprese pagate mediamente tra 120 e 180 giorni (25%), o addirittura oltre i 180 giorni (17%). Anche nel Lazio i tempi medi di pagamento della clientela appaiono elevati: il 54% viene pagato mediamente tra 90 e 120 giorni, il 13% tra 120 e 180 giorni e il 17% oltre 180 giorni. Più veloci i pagamenti in Lombardia, dove il 49% ha tempi di pagamento medi da parte della clientela inferiori a 90 giorni e il 39% nella fascia tra 90 e 120 giorni; solo marginalmente i tempi di pagamento medi superano i 120 giorni. Per quanto riguarda i tempi di pagamento dei propri crediti commerciali, anche in questo caso la Lombardia appare come la regione più virtuosa, con un 68% di imprese che paga entro 90 giorni.

In effetti, l'elevato ritardo nei pagamenti da parte dei clienti è visto come il principale problema nell'utilizzo del credito commerciale (39% delle risposte, 62% per le imprese laziali), insieme all'elevato costo di gestione del rapporto creditizio con la controparte (22% delle risposte, 33% per le imprese operanti nel settore delle costruzioni). Di rilievo anche l'insolvenza dei clienti (18%) e la difficoltà nel valutare l'affidabilità della controparte (17%).

Fig. 3.4 - I termini di pagamento dei crediti e dei debiti (distribuzione percentuale delle risposte)



Per ridurre i ritardi di pagamento, il 33% degli intervistati mette in atto politiche di sconto per incentivare il pagamento immediato da parte della clientela.

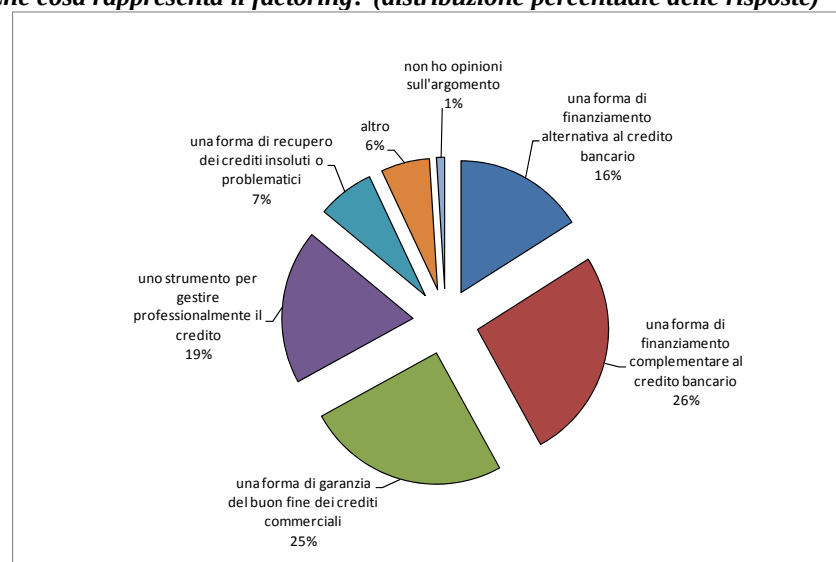
Solo una impresa su quattro ha fatto ricorso ad imprese di assicurazione del credito commerciale per garantirsi contro l'insolvenza della clientela. Di queste, la metà ha assicurato crediti verso la clientela estera, mentre il 71% ha assicurato crediti verso controparti italiane.

3.3 Il ricorso al factoring

Secondo le imprese intervistate, il factoring rappresenta una forma di finanziamento complementare al credito bancario (26% delle risposte) e una forma di garanzia del buon fine dei crediti commerciali (25%). È inoltre di rilievo il ruolo del factoring come strumento per gestire professionalmente i crediti (19%). Meno importante è il ruolo attribuito al factoring come forma di finanziamento alternativa al credito bancario (16%), mentre è marginale la convinzione che il factoring sia una forma di recupero dei crediti insoluti o problematici (7%).

La visione del ruolo del factoring cambia a seconda del settore di attività economica delle imprese intervistate: per le imprese operanti nei servizi, il factoring è principalmente una forma di finanziamento complementare al credito bancario (27% delle risposte), mentre per le imprese industriali esso rappresenta principalmente una forma di garanzia del buon fine dei crediti (27%); le imprese del settore delle costruzioni vedono il factoring come una forma di finanziamento alternativa al credito bancario (31% delle risposte) o come una forma di recupero dei crediti insoluti o problematici (23%). A livello territoriale, si può osservare che le imprese lombarde attribuiscono un ruolo per lo più “assicurativo” al factoring (28% delle risposte), mentre in Campania il factoring è visto prevalentemente come una forma di finanziamento complementare (41% delle risposte) o alternativa (29%) al credito bancario, e non viene attribuito un ruolo di rilievo nella gestione del credito.

Fig. 3.5 - Che cosa rappresenta il factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)



Tav. 3.5 - Che cosa rappresenta il factoring? (distribuzione percentuale delle risposte rilevanti per settori di attività economica)

	Campione	Servizi	Industria	Costruzioni
una forma di finanziamento alternativa al credito bancario	16%	15%	17%	31%
una forma di finanziamento complementare al credito bancario	26%	27%	26%	15%
una forma di garanzia del buon fine dei crediti commerciali	25%	25%	27%	15%
uno strumento per gestire professionalmente il credito	19%	20%	18%	15%
una forma di recupero dei crediti insoluti o problematici	7%	5%	6%	23%

Tav. 3.6 - Che cosa rappresenta il factoring? (distribuzione percentuale delle risposte rilevanti per le principali aree geografiche⁶)

	Campione	Lombardia	Lazio	Campania
una forma di finanziamento alternativa al credito bancario	16%	12%	15%	29%
una forma di finanziamento complementare al credito bancario	26%	24%	33%	41%
una forma di garanzia del buon fine dei crediti commerciali	25%	28%	18%	18%
uno strumento per gestire professionalmente il credito	19%	22%	20%	0%
una forma di recupero dei crediti insoluti o problematici	7%	5%	10%	6%

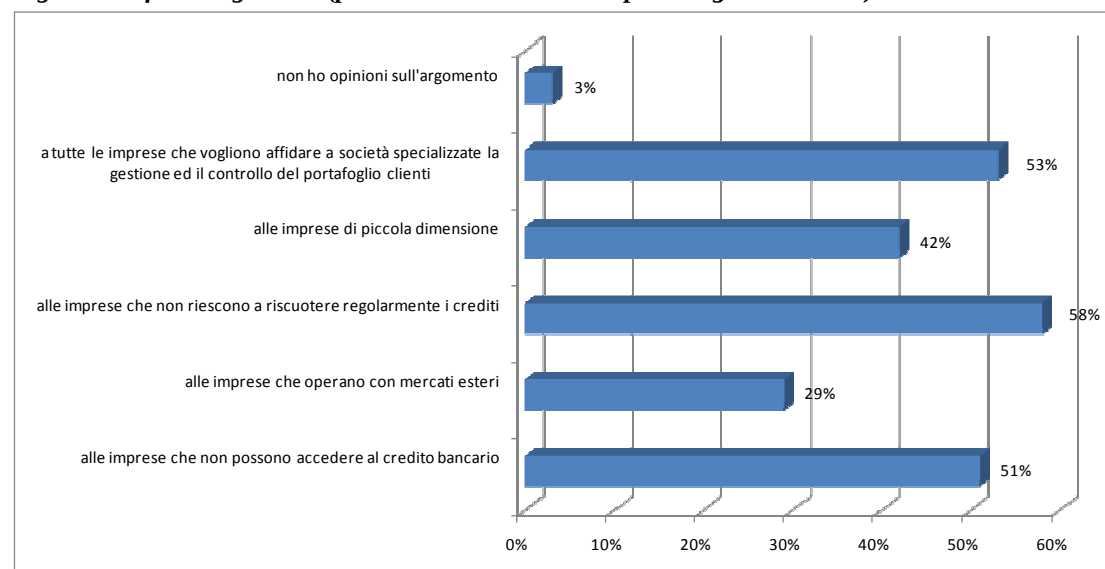
Ripartendo le imprese che compongono il campione per classi dimensionali, si osserva come al crescere delle dimensioni aziendali diminuisca il ruolo del factoring come finanziamento (in particolare come alternativa al credito bancario) e aumenti la percezione del factoring come strumento complementare adatto a finanziare, garantire e gestire professionalmente il credito commerciale (Tav. 3.7).

Tav. 3.7 - Che cosa rappresenta il factoring? (distribuzione percentuale delle risposte rilevanti per classi dimensionali)

	Campione	Fatturato <25mln €	Fatturato compreso tra 25mln e 250 mln €	Fatturato >250 mln €
una forma di finanziamento alternativa al credito bancario	16%	24%	13%	11%
una forma di finanziamento complementare al credito bancario	26%	25%	30%	21%
una forma di garanzia del buon fine dei crediti commerciali	25%	25%	25%	26%
uno strumento per gestire professionalmente il credito	19%	18%	18%	21%
una forma di recupero dei crediti insoluti o problematici	7%	6%	6%	6%

Il factoring è utile per le imprese che non riescono a riscuotere regolarmente i crediti (58% di assenso) e per quelle che vogliono affidare a società specializzate la gestione e il controllo del portafoglio clienti (53%), ma anche per quelle imprese che non possono accedere al credito bancario (51%). Meno diffusa la convinzione che il factoring sia utile per le imprese di piccola dimensione (42%), mentre solo il 29% degli intervistati lo ritiene utile per le imprese che operano con mercati esteri.

⁶ Per "principali aree geografiche" si intendono le regioni che rappresentano oltre il 10% del campione in termini di numerosità delle imprese intervistate.

Fig. 3.6 - Il factoring è utile (percentuale di assenso da parte degli intervistati):

Due terzi degli intervistati ritengono che il factoring sia uno strumento destinato a svilupparsi ulteriormente nel proprio settore: tale convinzione è più forte nelle imprese dei servizi e delle costruzioni, dove la quota di imprese che prevede uno sviluppo ulteriore del factoring è superiore al 70%.

Oltre un terzo degli intervistati ritiene che le imprese del proprio settore non conoscano adeguatamente le caratteristiche del factoring, principalmente a causa della scarsa cultura finanziaria delle imprese (56% delle risposte) e, in misura minore, della scarsa informativa da parte di banche e società di factoring (27%).

La percezione del grado di conoscenza del factoring nel proprio settore è fortemente influenzata dalle dimensioni e dal settore di attività economica dell'impresa intervistata: al crescere delle dimensioni aziendali aumenta la convinzione che le imprese operanti nel proprio settore conoscano adeguatamente le caratteristiche del factoring; tale convinzione appare anche nella maggioranza delle imprese industriali, mentre oltre la metà delle imprese operanti nel settore delle costruzioni ritiene che nel proprio settore non vi sia un'adeguata conoscenza dello strumento.

Tav. 3.8 - Ritiene che le imprese del suo settore conoscano adeguatamente le caratteristiche del factoring? (distribuzione percentuale delle risposte per classi dimensionali)

	Campione	Fatturato <25mln €	Fatturato compreso tra 25mln e 250 mln €	Fatturato >250 mln €
Si	44%	29%	45%	67%
No	39%	53%	34%	24%
Non sa rispondere	17%	18%	21%	9%

Tav. 3.9 - Ritiene che le imprese del suo settore conoscano adeguatamente le caratteristiche del factoring? (distribuzione percentuale delle risposte per settori di attività economica)

	Campione	Servizi	Industria	Costruzioni
Si	44%	34%	59%	43%
No	39%	43%	27%	57%
Non sa rispondere	17%	23%	14%	0%

Il 68% delle imprese intervistate ricorre attualmente al factoring. Meno di uno su quattro dei non utilizzatori attuali ha fatto ricorso al factoring in passato. Il 27% dei non utilizzatori intende, in un prossimo futuro, avviare un rapporto di factoring, principalmente per l'esigenza di garantire il buon fine dei crediti commerciali (33% delle risposte) e coprire l'elevato bisogno di fondi (17%). Per gli altri, i motivi di non ricorso (anche in prospettiva) sono essenzialmente legati alla convinzione di non averne bisogno (36% delle risposte) e di non voler rinunciare al contatto diretto con la clientela (25%), ma anche all'idea che il factoring sia uno strumento costoso (25%).

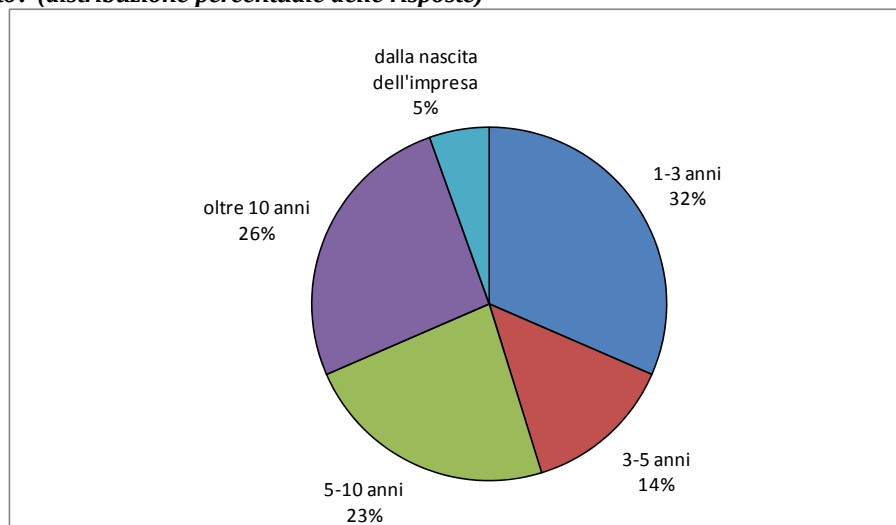
Il ricorso al factoring da parte degli utilizzatori attuali e passati si è configurato principalmente come periodico (60% dei casi), non esclusivo (36%) e su una quota dei crediti (41%) mediamente pari al 36% dei crediti commerciali delle imprese intervistate. Meno rilevante il ricorso occasionale (22%) e la cessione di singoli crediti (22%); in particolare, nelle imprese campane il ricorso è spesso di tipo occasionale (33%), mentre in Lombardia il ricorso occasionale rappresenta un fenomeno marginale (solo il 12% degli utilizzatori attuali e passati). Infine, non mancano casi in cui l'intervento riguarda la globalità dei crediti (23% dei casi).

Le imprese intervistate presentano una "anzianità" di utilizzo del factoring piuttosto variegata: quasi il 50% delle imprese utilizzatrici usa il factoring da (o lo ha utilizzato per) oltre 5 anni, mentre il 32% lo utilizza da o lo ha utilizzato per meno di 3 anni. Il 34% delle imprese utilizzatrici operanti nei servizi utilizza il factoring da (o lo ha utilizzato per) oltre 10 anni, mentre è generalmente più breve l'esperienza delle imprese industriali (il 46% ha rapporti di factoring di durata inferiore a 3 anni); la durata dei rapporti chiusi o ancora in corso per le imprese delle costruzioni si colloca ad un livello intermedio, tra i 3 e i 10 anni. A livello territoriale, si sottolinea come quasi metà delle imprese campane che ricorrono o hanno fatto ricorso in passato al factoring (44%) abbia una esperienza di utilizzo superiore ai 10 anni.

Tav. 3.10 - Se l'impresa è (o è stata) cliente di aziende di factoring, per quanti anni ha utilizzato tale strumento? (distribuzione per settori di attività economica)

	Campione	Servizi	Industria	Costruzioni
1-3 anni	32%	24%	46%	14%
3-5 anni	14%	11%	11%	43%
5-10 anni	23%	26%	18%	29%
Oltre 10 anni	26%	34%	18%	14%
Dalla nascita dell'impresa	5%	5%	7%	0%

Fig. 3.7 - Se l'impresa è (o è stata) cliente di aziende di factoring, per quanti anni ha utilizzato tale strumento? (distribuzione percentuale delle risposte)



Quasi la metà degli intervistati ha rapporti con una sola società di factoring, mentre il 14% opera contemporaneamente con più di quattro factor. Il resto delle imprese ha rapporti con un numero compreso tra due e quattro società di factoring. Il numero di società con cui vengono intrattenuti i rapporti di factoring appare condizionato dalle dimensioni dell'impresa: le imprese più piccole tendono ad operare con una sola società di factoring (65%), mentre solo un terzo di quelle di maggiori dimensioni si affida ad un unico factor, preferendo rapporti con più operatori contemporaneamente. Le imprese si confrontano invece con un numero maggiore di banche: il 51% di esse ha infatti in essere rapporti di finanziamento con oltre 5 banche, mentre solo il 13% opera con un solo istituto.

Tav. 3.11 - Con quante società di factoring ha rapporti d'affari (contemporaneamente)? (distribuzione percentuale delle risposte per classi dimensionali)

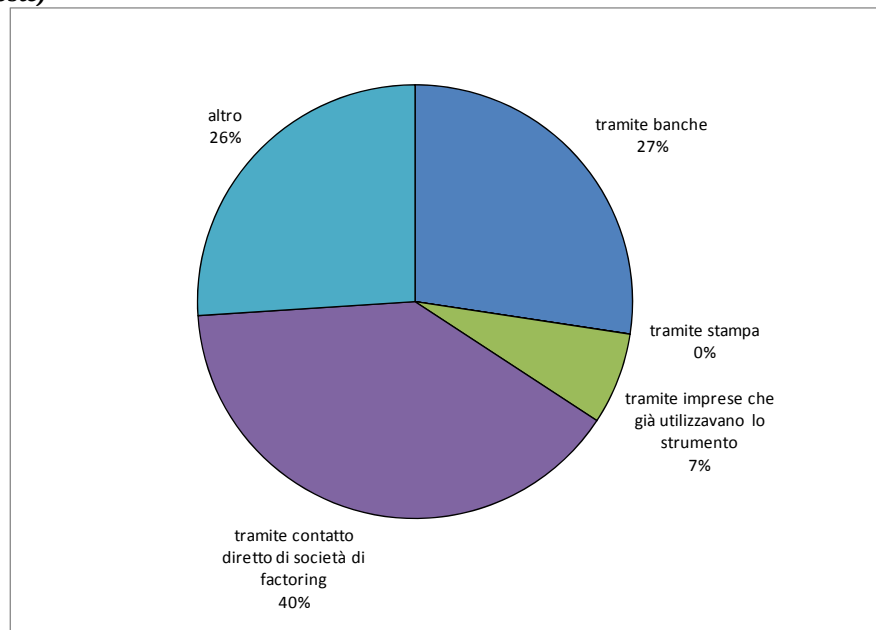
	Campione	Fatturato <25mln €	Fatturato compreso tra 25mln e 250 mln €	Fatturato >250 mln €
1	45%	65%	38%	33%
Da 2 a 4	41%	30%	56%	28%
Più di 4	14%	4%	6%	39%

Al 59% delle imprese non è mai capitato di cambiare la società con cui aveva in essere il rapporto di factoring; per gli altri, il cambiamento è avvenuto sia perché l'impresa è stata contattata da altri factor che le hanno offerto condizioni migliori (54% delle imprese, 70% per le imprese di maggiori dimensioni), sia perché l'impresa stessa ha cercato condizioni migliori presso altri factor (46%). Le imprese campane e laziali appaiono più "fedeli" rispetto a quelle lombarde: il 67% e il 71% (rispettivamente) di esse non ha mai cambiato la società di factoring con cui intratteneva il rapporto contro il 50% delle imprese residenti in Lombardia. Le modalità del cambiamento della società di factoring differiscono tra le imprese dei servizi, prevalentemente contattate da altri factor che hanno offerto condizioni migliori (67%), e le imprese industriali, che hanno cercato autonomamente condizioni migliori presso altre società (64%).

Le imprese sono venute a conoscenza del factoring principalmente grazie ad un contatto diretto con le società di factoring (40%) o tramite le banche (27%); queste ultime rappresentano il principale canale di promozione del factoring per le imprese campane (56%) e per quelle di minori dimensioni (35%). Solo un 7% dichiara di aver conosciuto il factoring tramite imprese che già lo utilizzavano, mentre nessuno degli intervistati evidenzia il ruolo della stampa. Si segnala inoltre un 26% (in particolare tra

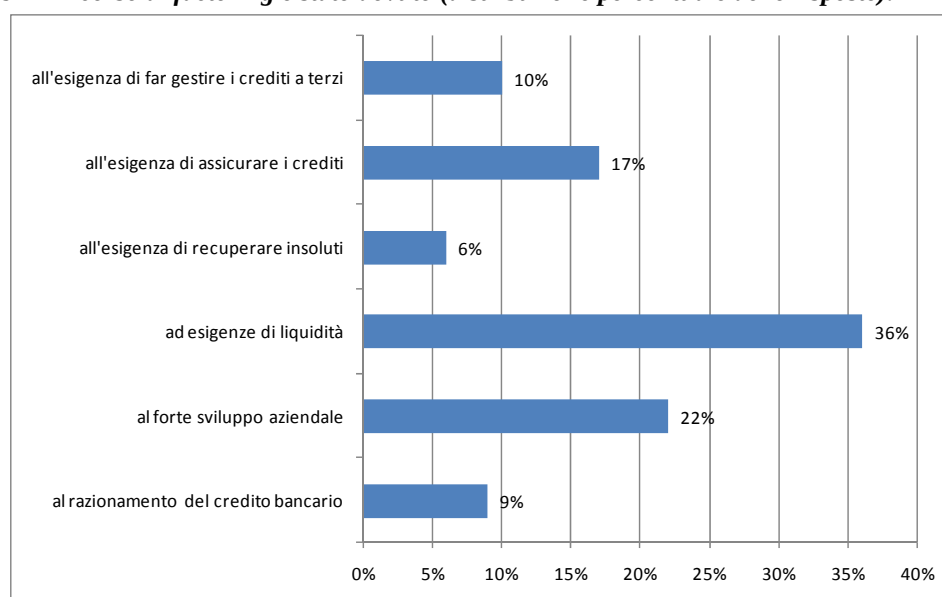
le imprese di maggiori dimensioni) che dichiara di essere venuto a conoscenza del factoring tramite altre fonti, principalmente tramite conoscenza diretta o esperienze passate della persona intervistata.

Fig. 3.8 - La Sua impresa come è venuta a conoscenza del factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)



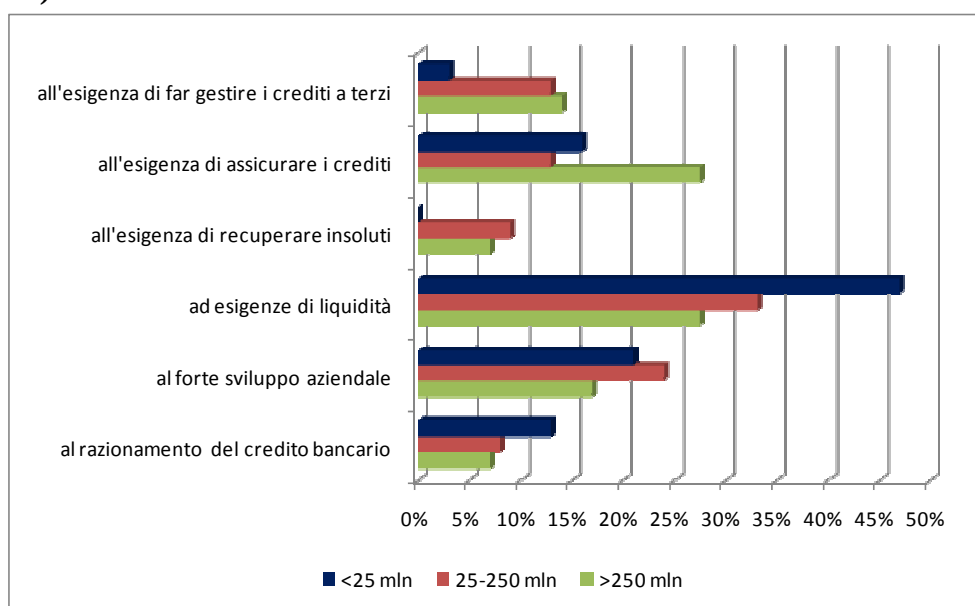
In termini generali, il ricorso al factoring è dovuto principalmente ad esigenze di liquidità (36% delle risposte), al forte sviluppo aziendale (22%) e all'esigenza di assicurare i crediti (17%). Marginale è l'importanza relativa del razionamento del credito bancario: il ricorso al factoring sembra quindi dovuto più che in passato ad una valutazione interna di convenienza che alla necessità di sostituire il credito bancario. Infine, il ricorso al factoring non sembra collegato ad una necessità di recupero degli insoluti (solo il 6% delle risposte).

Fig. 3.9 - Il ricorso al factoring è stato dovuto (distribuzione percentuale delle risposte):



Le motivazioni del ricorso al factoring differiscono a seconda delle dimensioni dell'impresa: le imprese più piccole presentano una maggiore incidenza dei bisogni legati alle esigenze di liquidità nella scelta di ricorrere al factoring, rispetto a quelle di medie e grandi dimensioni, e sono guidate dalla necessità di dover ricorrere al factoring in risposta al razionamento del credito bancario. Le imprese con fatturato superiore a 250 milioni di euro hanno una maggiore necessità di assicurare i crediti attraverso il factoring rispetto alle altre. Anche l'esigenza di far gestire i crediti a terzi aumenta di importanza al crescere delle dimensioni aziendali. Si segnala infine che nelle imprese industriali l'esigenza di assicurare i crediti è più rilevante che nelle imprese degli altri settori.

Fig. 3.10 - Il ricorso al factoring è stato dovuto (distribuzione percentuale delle risposte per classi di fatturato):



Analizzando in particolare la composizione dei crediti ceduti per i diversi profili considerati in questo rapporto, emergono numerose differenze a seconda delle dimensioni aziendali, del settore di attività economica e dell'area geografica di appartenenza, in particolare nella suddivisione dei crediti ceduti fra pro soluto e pro solvendo. Le percentuali presentate nella Tavola 3.12 appaiono coerenti con le motivazioni del ricorso al factoring espresse in precedenza.

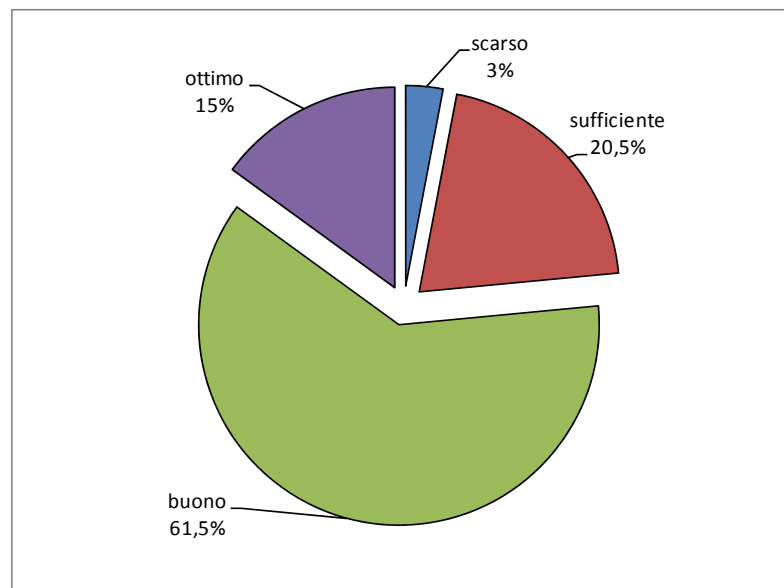
Tav. 3.12 - I crediti ceduti dalle società che compongono il campione – articolazione per classi di fatturato, principali aree geografiche e settore di attività economica

Media dei valori segnalati dalle imprese	Factoring domestico	Factoring internazionale	Totale	Factoring pro soluto	Factoring pro solvendo	Totale
<i>Per fatturato:</i>						
< 25 mln €	88%	12%	100%	41%	59%	100%
Compreso tra 25 e 250 mln €	98%	2%	100%	53%	47%	100%
> 250 mln €	87%	13%	100%	77%	22%	100%
<i>Per area geografica:</i>						
Lombardia	91%	9%	100%	58%	42%	100%
Lazio	97%	3%	100%	55%	45%	100%
Campania	100%	0%	100%	29%	71%	100%
<i>Per settore di attività economica:</i>						
Industria	81%	18%	100%	68%	32%	100%
Costruzioni	97%	3%	100%	63%	37%	100%
Servizi	99%	1%	100%	44%	45%	100%

3.4 Il grado di soddisfazione del rapporto di factoring

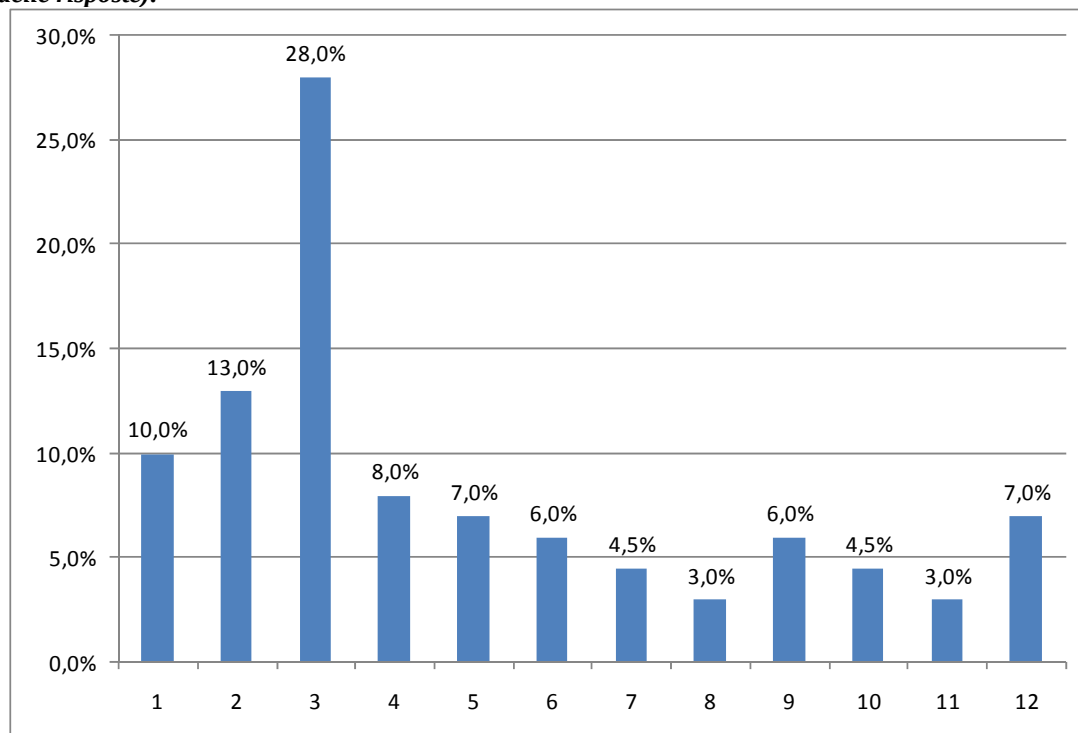
Il grado di soddisfazione dell'attuale (o trascorso) rapporto di factoring è percepito come buono oppure ottimo da oltre tre imprese su quattro; il 20,5% degli intervistati lo giudica sufficiente e solo per il 3% del campione il giudizio non è favorevole. La valutazione del grado di soddisfazione dei rapporti con le banche appare meno favorevole di quella del rapporto di factoring ma, in generale, la relazione con le società di factoring viene giudicata simile a quella con le banche (68% dei casi).

Fig. 3.11 - Grado di soddisfazione del rapporto di factoring (distribuzione percentuale delle risposte):



I principali elementi di soddisfazione nel rapporto di factoring riguardano, nell'ordine, la velocità e la sicurezza nei tempi di erogazione dei fondi (28% delle risposte), la garanzia del buon fine dei crediti (13%), la buona capacità del factor nella gestione dei crediti (10%), l'accettazione della totalità del portafoglio clienti (8%) e l'automatismo del finanziamento delle vendite (7%). Meno rilevanti appaiono la riduzione dei costi interni di gestione, l'accorciamento dei tempi di pagamento della clientela, il miglioramento nel controllo degli insoluti e il costo contenuto, mentre sono elementi di soddisfazione marginali il miglioramento del sistema informativo aziendale e lo snellimento dei processi di vendita.

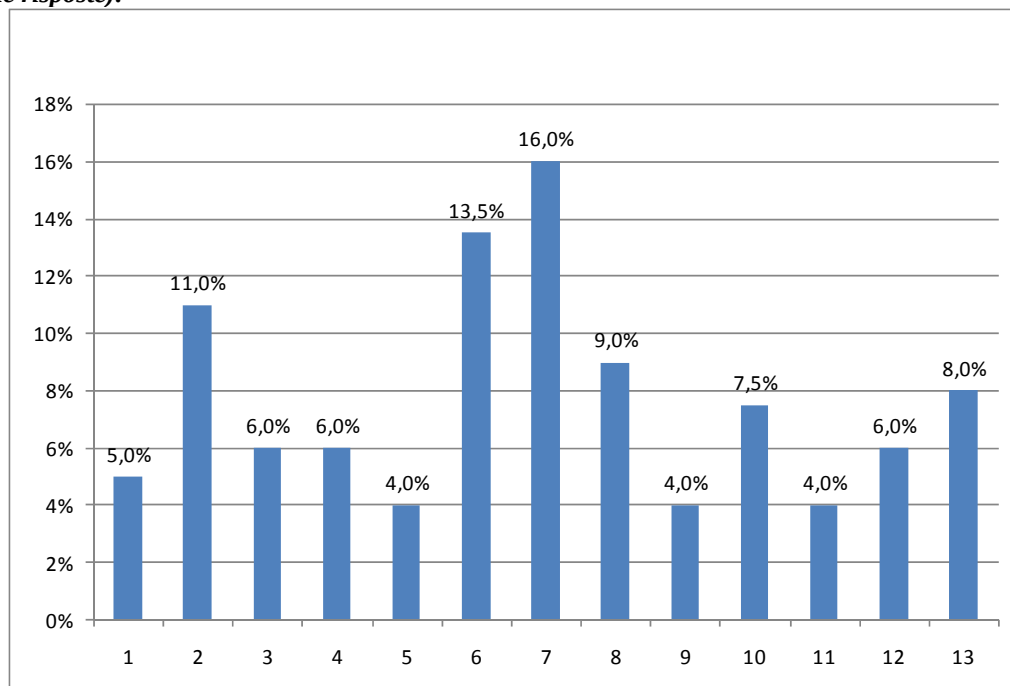
Fig. 3.12 - Principali elementi di soddisfazione nel rapporto di factoring (distribuzione percentuale delle risposte):



1	buona capacità del factor nella gestione dei crediti
2	il factor garantisce il buon fine dei crediti dell'impresa
3	velocità e sicurezza nei tempi di erogazione dei fondi
4	accetta la totalità del portafoglio clienti
5	finanzia automaticamente lo sviluppo delle vendite
6	consente di ridurre i costi interni di gestione dei crediti
7	costo contenuto
8	consente di migliorare il sistema informativo aziendale
9	si accorciano i tempi di pagamento della clientela aziendale
10	migliora il grado di controllo degli insoluti
11	snellisce i processi di vendita, evitando istruttorie interne
12	altro

I principali elementi di insoddisfazione riguardano il costo giudicato eccessivo (16% delle risposte), l'accettazione solo di alcuni nominativi di debitori ceduti (13,5%), la carenza nei servizi di gestione del credito (11%), il fatto che i clienti dell'impresa non gradiscono pagare al factor (9%) e la mancanza di significativi risparmi nei costi interni di gestione (7,5%). Meno importanti appaiono la carenza nei servizi di garanzia del buon fine dei crediti, l'inadeguatezza della rapidità di scambio delle informazioni e la bassa percentuale di anticipi finanziari. Marginale l'insoddisfazione dovuta alla scarsa tempestività nell'erogazione degli anticipi, alla scarsa attenzione del personale di contatto del factor per le esigenze aziendali e al deterioramento dei rapporti con la propria clientela.

Fig. 3.13- Principali elementi di insoddisfazione nel rapporto di factoring (distribuzione percentuale delle risposte):



1	scarsa trasparenza delle condizioni contrattuali
2	carenza nei servizi di gestione (reporting, incasso, ecc.)
3	carenza nei servizi di garanzia del buon fine dei crediti (poco pro soluto)
4	bassa percentuale di anticipi finanziari
5	scarsa tempestività nell'erogazione degli anticipi finanziari
6	accetta solo alcuni nominativi di debitori ceduti
7	costo eccessivo rispetto agli altri finanziamenti
8	i clienti dell'impresa non gradiscono pagare al factor
9	si deteriorano i rapporti con i clienti dell'impresa
10	non si ottengono significativi risparmi di costi interni di gestione dei crediti commerciali
11	il personale di contatto del factor non è attento alle esigenze aziendali
12	non c'è adeguata rapidità nello scambio delle informazioni
13	altro

Per quanto riguarda gli ex clienti, i principali motivi del cessato utilizzo del factoring riguardano il costo giudicato eccessivo rispetto agli altri finanziamenti (22% delle risposte) e la carenza nei servizi di garanzia del buon fine dei crediti (22%). Essi lamentano anche una bassa percentuale di anticipi finanziari e la mancanza di significativi risparmi nei costi interni di gestione dei crediti commerciali.

Fig. 3.14 - Elementi di soddisfazione e insoddisfazione nel rapporto di factoring (quadro sinottico):

Principali elementi di soddisfazione	Principali elementi di insoddisfazione	Principali ragioni del cessato utilizzo per gli ex clienti
1. velocità e sicurezza nei tempi di erogazione dei fondi 2. garanzia del buon fine dei crediti 3. buona capacità del factor nella gestione dei crediti 4. accetta la totalità del portafoglio clienti 5. finanzia automaticamente lo sviluppo delle vendite	1. costo 2. accettazione solo di alcuni nominativi di debitori ceduti 3. carenza nei servizi di gestione 4. i clienti dell'impresa non gradiscono pagare al factor 5. non si ottengono significativi risparmi di costi interni di gestione dei crediti commerciali	1. carenza nei servizi di garanzia del buon fine dei crediti 2. costo 3. non si ottenevano significativi risparmi di costi interni di gestione dei crediti commerciali 4. bassa percentuale di anticipi finanziari

3.5 Aspetti gestionali e finanziari del factoring

Le imprese indagate ritengono frequentemente (61%) che il factoring costi di più rispetto al credito bancario, principalmente in quanto rappresenta uno strumento più complesso e ricco rispetto a quest'ultimo (42%). Marginale è la convinzione che il maggior costo rispetto al credito bancario sia da attribuire al fatto che il factoring serva abitualmente imprese in difficoltà (5%).

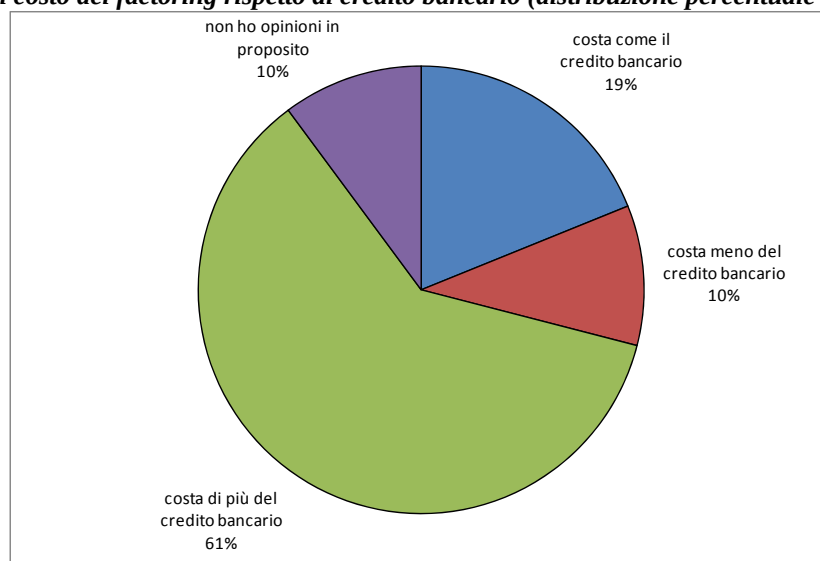
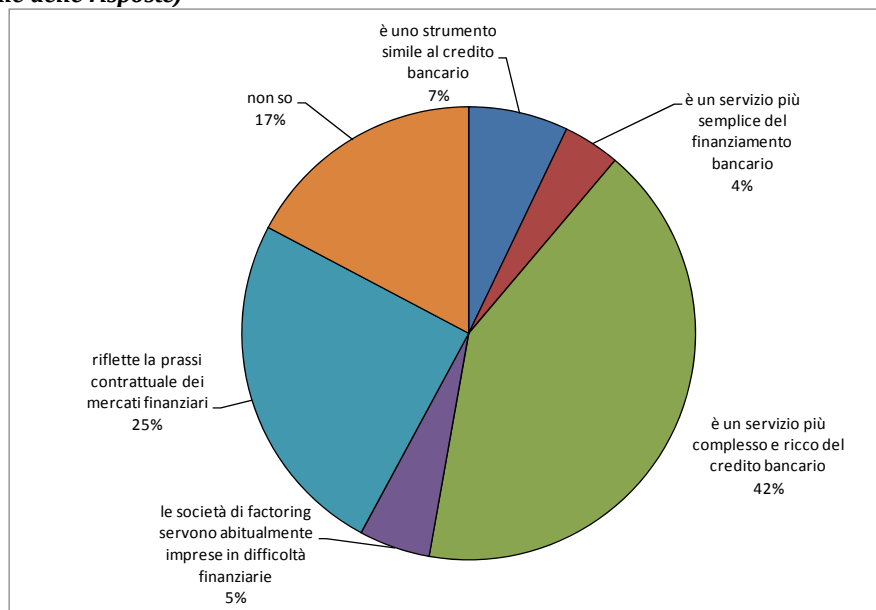
Fig. 3.15 - Il costo del factoring rispetto al credito bancario (distribuzione percentuale delle risposte)

Fig. 3.16 - Le motivazioni del costo del factoring rispetto al credito bancario (distribuzione percentuale delle risposte)

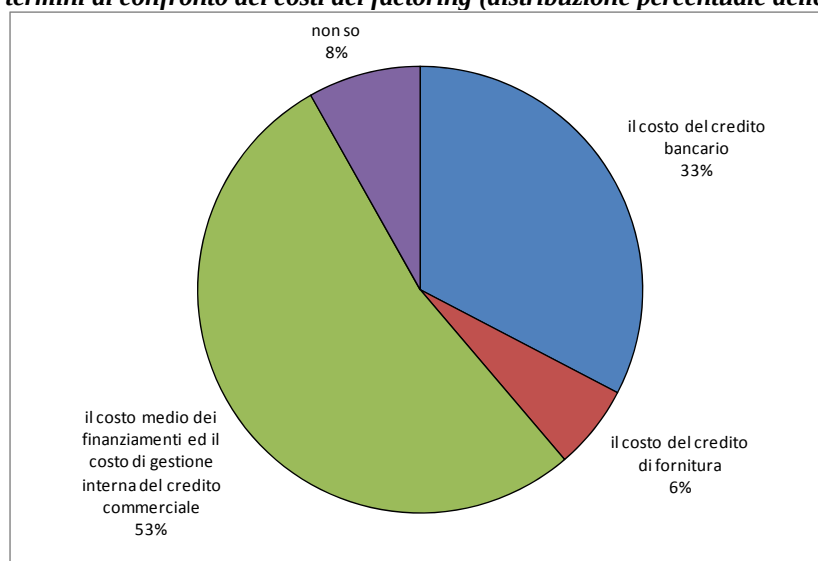


In ogni caso, la maggioranza delle imprese indagate ritiene che il costo del factoring vada confrontato con il costo medio dei finanziamenti ed il costo di gestione interna del credito commerciale (53%) oppure, ma meno frequentemente, con il costo del credito bancario (33%). Solo il 6% identifica come termine di confronto appropriato il costo del credito di fornitura. Permane comunque un 8% di imprese che dichiara di non sapere quale sia il termine di confronto appropriato per il costo del factoring.

Le imprese intervistate sembrano quindi percepire il factoring come uno strumento maggiormente complesso rispetto al credito bancario e tale percezione si riflette anche nelle valutazioni circa la convenienza dello strumento.

Il settore economico di appartenenza influenza fortemente le opinioni degli intervistati circa la valutazione della convenienza del factoring rispetto ad altre forme. In particolare, il 71% degli intervistati operanti nelle costruzioni utilizza come termine di confronto il credito bancario, contro il 35% delle imprese industriali e il 27% delle imprese dei servizi. Queste ultime sono le più propense a confrontare il costo del factoring con il costo medio dei finanziamenti ed il costo di gestione interna del credito commerciale (63% contro il 46% delle imprese industriali e il 14% delle imprese delle costruzioni).

Il credito bancario rappresenta il principale termine di confronto per il 50% delle imprese campane e laziali (contro il 24% per le imprese lombarde), mentre in Lombardia il costo del factoring viene confrontato con il costo medio dei finanziamenti ed il costo di gestione interna del credito commerciale dal 62% delle imprese (contro il 42% delle imprese campane e laziali).

Fig. 3.17 - I termini di confronto dei costi del factoring (distribuzione percentuale delle risposte)

Secondo le imprese intervistate, il ricorso al factoring può essere incentivato in primo luogo riducendo i costi dell'operazione (30% delle risposte) e accettando un maggior numero di debitori ceduti (18%), ma anche facendo attività di promozione (13%) e migliorando il servizio di gestione dei crediti commerciali (12%). Meno di una impresa su dieci ritiene che per incentivare il ricorso al factoring sia necessario intervenire maggiormente sulle garanzie di buon fine del credito commerciale o fornire maggiori quantità di finanziamento.

Una maggiore attività di promozione da parte delle società di factoring è ritenuta utile in particolare dalle piccole imprese (18% delle risposte) e da quelle industriali (19%), mentre le imprese con fatturato superiore a 250 milioni di euro ritengono più utile un miglioramento nel servizio di gestione dei crediti commerciali (21%).

Solo poco più di un quinto delle imprese che utilizzano o hanno utilizzato il factoring ha ridotto l'attività interna di gestione dei crediti commerciali (il 38% delle imprese residenti in Lombardia), perché con il factoring si riduce il costo di gestione interna dei crediti (40%) e l'azienda si può concentrare sulle vendite (33%). Le restanti imprese non lo hanno fatto per politica aziendale (60%) o perché i costi non si riducevano (9%). Solo marginalmente la mancata riduzione dell'attività interna di gestione del credito è da attribuire ad una inadeguatezza dei servizi offerti dal factor.

Il 79% degli intervistati non ha mai avuto problemi con la clientela una volta che a quest'ultima era stata notificata la cessione ad una società di factoring.

Secondo il parere delle imprese indagate, il factoring consente, dal punto di vista finanziario, di ottimizzare la programmazione degli incassi (48%) e di risolvere necessità di fondi sia di natura temporanea (18%) che cronica (19%). Meno frequente invece la convinzione che il factoring possa facilitare la crescita del fatturato.

La funzione finanziaria assolta dal factoring è diversa a seconda delle dimensioni dell'azienda: al crescere delle dimensioni aziendali, il factoring assume sempre più il ruolo di strumento di programmazione dei flussi e meno quello di strumento di copertura di fabbisogni cronici o temporanei di fondi.

Fig. 3.18 - Le funzioni del factoring dal punto di vista finanziario (distribuzione percentuale delle risposte)

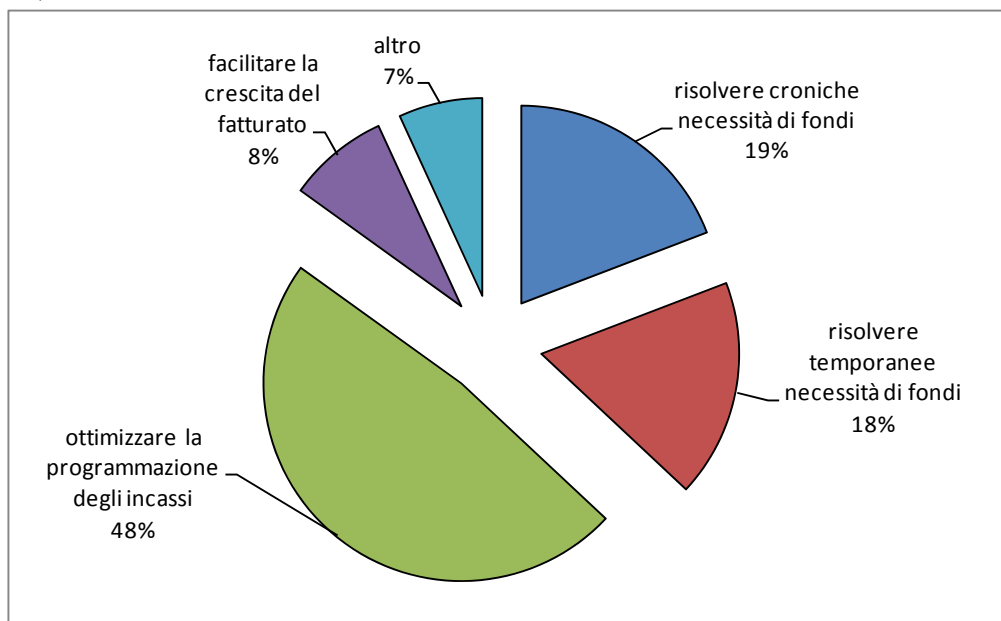
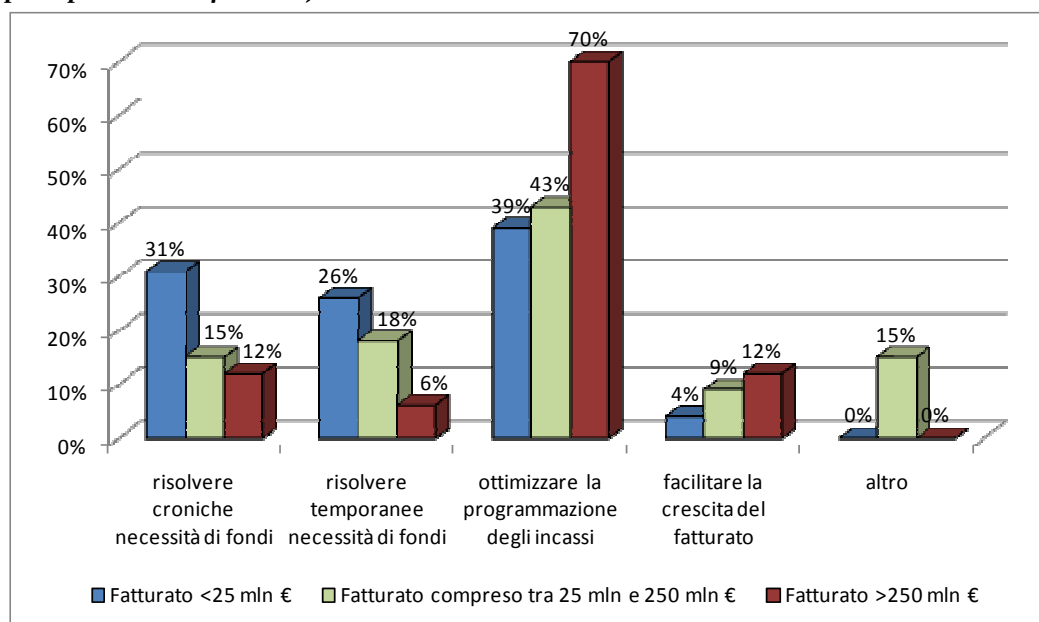
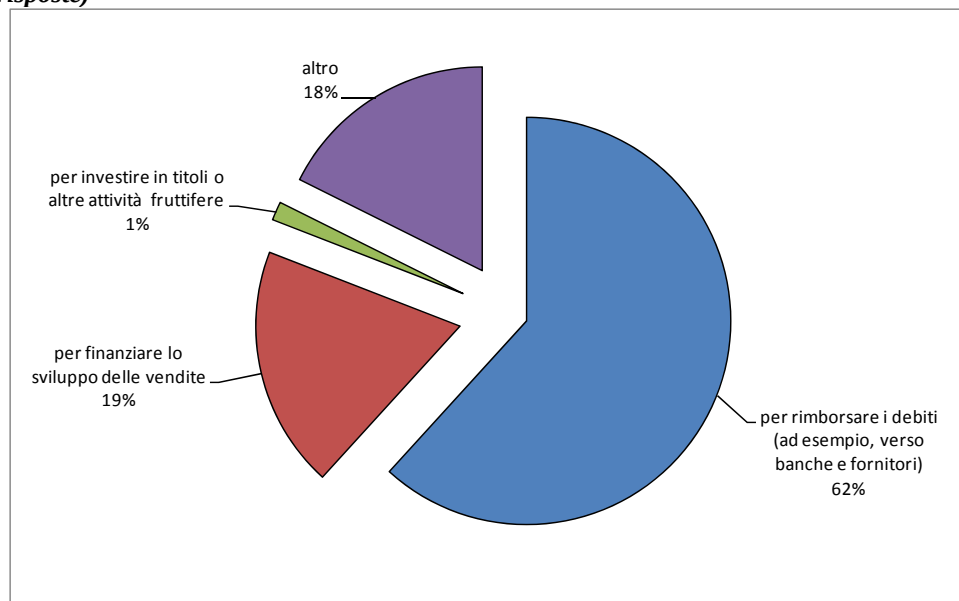


Fig. 3.19 - Le funzioni del factoring dal punto di vista finanziario (distribuzione percentuale delle risposte per classe di fatturato)



I fondi derivanti dallo smobilizzo dei crediti ad una società di factoring sono utilizzati principalmente per rimborsare i debiti verso banche e/o fornitori (62%) e, in misura meno frequente, per finanziare lo sviluppo delle vendite (19%). Marginale l'impiego in titoli o altre attività fruttifere. A livello territoriale, si nota come le imprese lombarde utilizzino i fondi principalmente per rimborsare i debiti, mentre per le imprese laziali e campane i fondi vengono utilizzati, oltre che per il rimborso, anche per finanziare lo sviluppo delle vendite.

Fig. 3.20 - La destinazione dei fondi derivanti dal ricorso al factoring (distribuzione percentuale delle risposte)



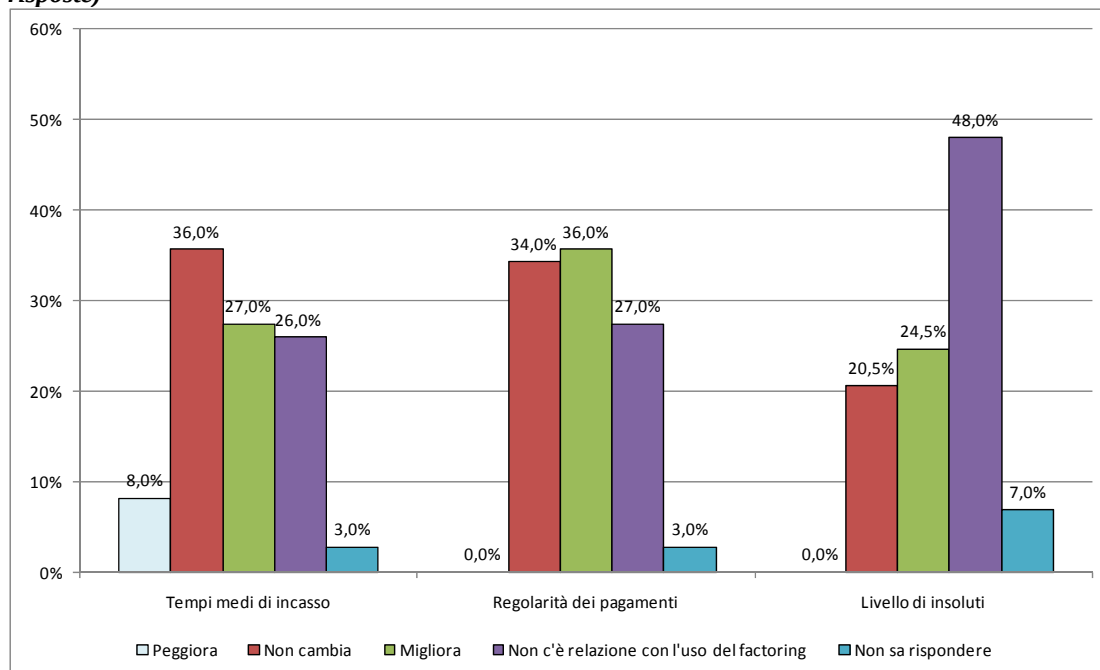
Tav. 3.13 - Come vengono utilizzati i fondi che derivano dallo smobilizzo del portafoglio ad una società di factoring? (distribuzione percentuale delle risposte per le principali aree geografiche)

	Campione	Lombardia	Lazio	Campania
per rimborsare i debiti (ad esempio, verso banche e fornitori)	62%	69%	47%	45%
per finanziare lo sviluppo delle vendite	19%	7%	35%	44%
per investire in titoli o altre attività fruttifere	1%	0%	6%	0%
altro	18%	24%	12%	11%

Il factoring non sembra avere effetto sui tempi di incasso dalla clientela, che rimangono sostanzialmente invariati (anche se per il 27% del campione il factoring contribuisce ad aumentare la rapidità di pagamento da parte dei clienti) ma sembra invece influenzare la regolarità dei pagamenti: il 36% del campione ritiene infatti che il factoring migliori la regolarità dei pagamenti da parte della clientela. Analizzando più in profondità, comunque, si nota che per alcuni tipi di imprese il factoring sembra incidere positivamente anche sui tempi medi di incasso (incrementando la rapidità di pagamento da parte dei clienti): è il caso delle imprese con fatturato inferiore a 25 milioni di euro (39%), di quelle con fatturato maggiore a 250 milioni (39%) e di quelle residenti in Lombardia (38%). È in ogni caso marginale la convinzione che il factoring possa incidere in maniera negativa sulla rapidità o sulla regolarità dei pagamenti da parte della clientela.

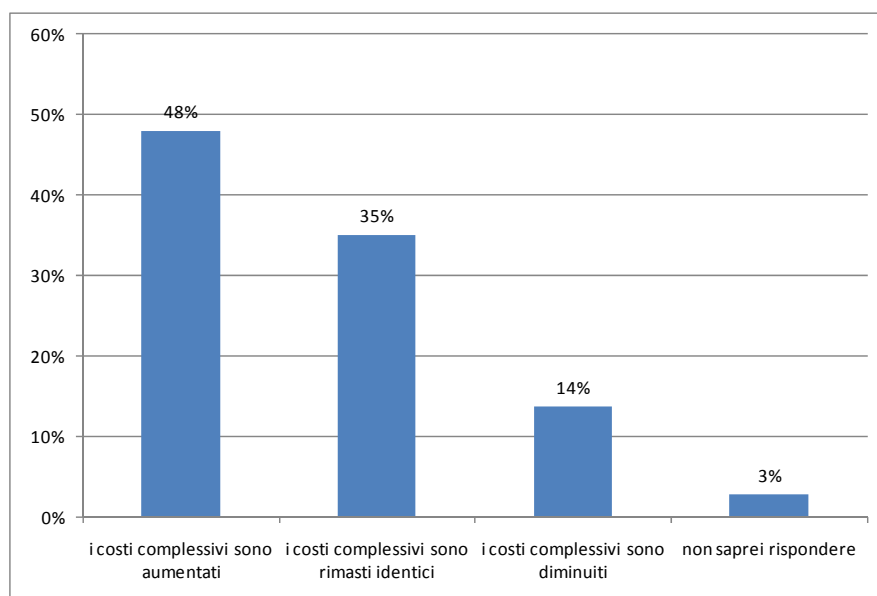
Per quanto riguarda l'effetto sul livello degli insoluti, circa una impresa su quattro ritiene che il factoring possa contribuire a migliorare il livello degli insoluti, mentre per le altre imprese il livello degli insoluti è indipendente dall'utilizzo del factoring.

Fig. 3.21 - Gli effetti del factoring sui comportamenti della clientela (distribuzione percentuale delle risposte)



Per quanto riguarda gli effetti dell'uso del factoring sui costi complessivi di gestione dei crediti commerciali, le imprese intervistate ritengono che essi rimangano invariati o addirittura aumentino. Il 14% delle imprese, tuttavia, ha osservato una diminuzione nei costi di gestione dei crediti a seguito del ricorso al factoring. In termini di costo del personale, tale risparmio è definito come importante, ma difficile da stimare per il 36% degli intervistati; per una percentuale simile di imprese il risparmio è pari ad un quarto del costo di un impiegato.

Fig. 3.22 - Gli effetti del factoring sui costi complessivi di gestione dei crediti commerciali (distribuzione percentuale delle risposte)

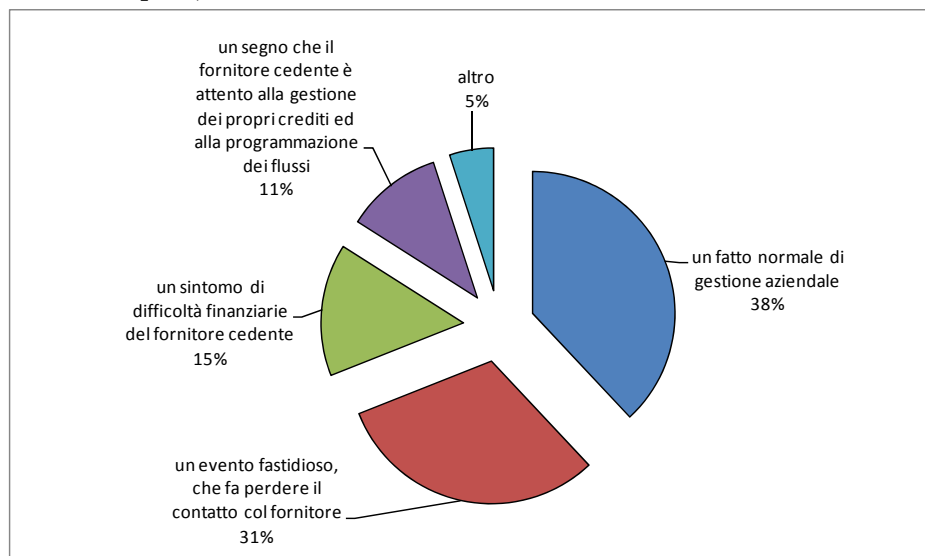


Per il 61% del campione il costo annuo di gestione dei crediti commerciali con personale e supporti informatici interni è inferiore all'1% del fatturato, mentre solo un 4% ritiene che esso superi il 6% del proprio fatturato. Rimane comunque un 14% che non è in grado di effettuare una stima in merito.

3.6 Il factoring dal punto di vista del debitore ceduto

Le imprese intervistate ritengono che i debitori ceduti vedano la cessione come un fatto normale di gestione aziendale (38%) oppure come un evento fastidioso, che fa perdere il contatto con il fornitore (31%). Contenuta è la percentuale di imprese che ritengono che i debitori ceduti vedano la cessione come un sintomo di difficoltà finanziarie del fornitore (15%) o come un segno che il fornitore è attento alla gestione dei propri crediti e alla programmazione dei flussi (11%).

Fig. 3.23 - La cessione del credito ad una società di factoring secondo i debitori ceduti (distribuzione percentuale delle risposte)



Le opinioni degli intervistati circa la visione del factoring da parte dei debitori ceduti differiscono a seconda dell'area geografica di appartenenza: la cessione del credito ad una società di factoring è vista come un sintomo di difficoltà del cedente dal 17% delle imprese campane e dal 27% delle imprese laziali, contro un marginale 5% delle imprese lombarde. Secondo le imprese industriali, i debitori ceduti vedono la cessione nel 41% dei casi come un evento fastidioso.

Tav. 3.14 - La cessione del credito ad una società di factoring secondo i debitori ceduti – articolazione per principali aree geografiche e settore di attività economica

	Un fatto normale di gestione aziendale	Un evento fastidioso che fa perdere il contatto con il fornitore	Un sintomo di difficoltà finanziarie del cedente	Un segno che il fornitore cedente è attento alla gestione dei propri crediti ed alla programmazione dei flussi	Altro
<i>Per area geografica:</i>					
Lombardia	48%	33%	5%	9%	5%
Lazio	38%	23%	27%	12%	0%
Campania	33%	33%	17%	0%	17%
<i>Per settore di attività economica:</i>					
Industria	35%	41%	13%	11%	0%
Costruzioni	43%	29%	14%	14%	0%
Servizi	41%	27%	14%	10%	8%
Enti pubblici	29%	14%	29%	14%	14%

Le imprese intervistate si sono trovate sovente (70% dei casi) nella condizione di debitore ceduto, anche se per lo più in modo occasionale (41%). Al crescere delle dimensioni aziendali, aumenta la frequenza con cui le imprese vengono cedute dai propri fornitori alle società di factoring. Con riferimento ai soli enti pubblici, tutti gli intervistati si sono trovati nella veste di debitori ceduti in un rapporto di factoring, in maniera sistematica (71%) od occasionale (29%).

Fig. 3.24 - L'impresa si è mai trovata nella condizione di debitore ceduto e di dover relazionarsi con il factor oltre che con il proprio fornitore originario? (distribuzione percentuale delle risposte)

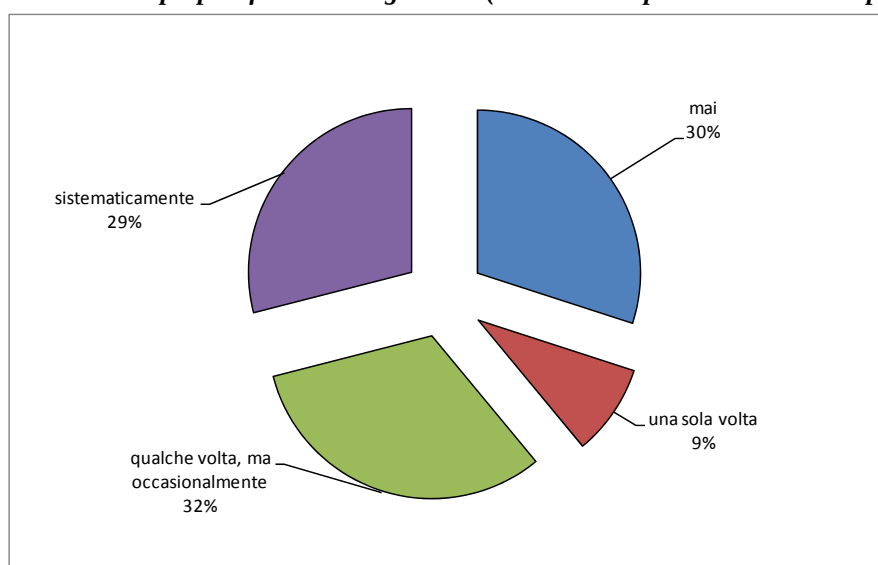
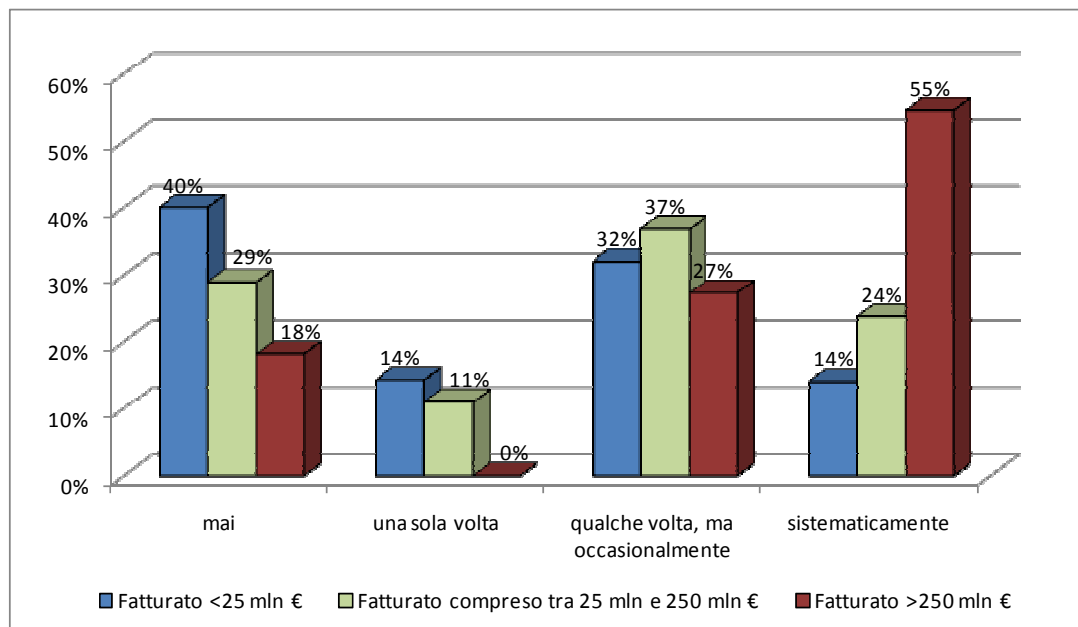
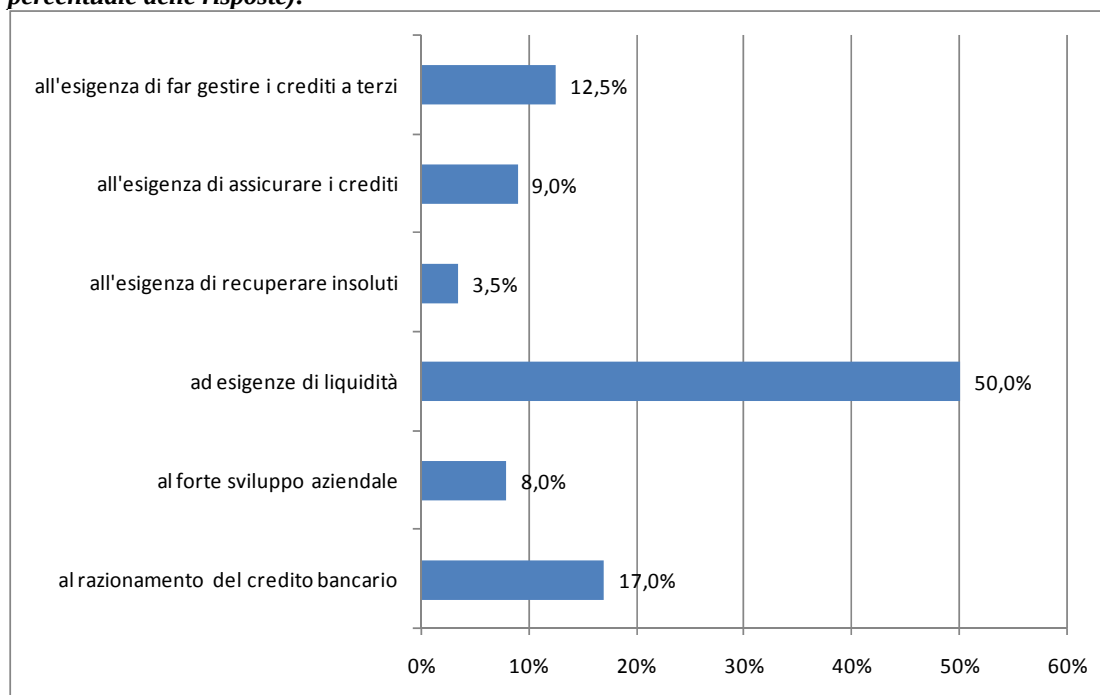


Fig. 3.25 - L'impresa si è mai trovata nella condizione di debitore ceduto e di dover relazionarsi con il factor oltre che con il proprio fornitore originario? (distribuzione percentuale delle risposte per classe di fatturato)



In generale le imprese ritengono che il ricorso al factoring da parte dei propri fornitori sia da attribuire principalmente ad esigenze di liquidità (50% delle risposte) e, in misura minore, al razionamento bancario (17%) e all'esigenza di far gestire i crediti a terzi (12,5%).

Fig. 3.26 - Secondo Lei, il ricorso al factoring da parte dei suoi fornitori è dovuto (distribuzione percentuale delle risposte):



Il 65% delle imprese intervistate che sono state cedute nell'ambito di un rapporto di factoring non ha mai avuto problemi con il fornitore o con il factor. Coloro che dichiarano di aver avuto problemi con il fornitore (18%) o con il factor (17%) relativamente ai crediti oggetto di cessione ritengono, in maggioranza, di averli risolti senza particolari difficoltà. In particolare, i debitori ceduti di grandi dimensioni hanno avuto più frequentemente problemi con il fornitore (26%) o con il factor (21%) rispetto agli altri; anche gli enti pubblici lamentano spesso problemi relativamente ai crediti ceduti, in particolare con il factor (29%). Solo un quinto dei debitori ceduti intervistati ha beneficiato di una ulteriore dilazione del pagamento da parte del factor, per lo più in maniera sistematica (13%). Le grandi imprese sono quelle che più spesso beneficiano della dilazione da parte del factor: il 28% di esse dichiara di usufruirne sistematicamente.

3.7 Il factoring nell'ottica di Basilea II e IAS

Le imprese ritengono che, nell'ottica di Basilea II, la propria posizione nei confronti dei finanziatori si rafforzerà (33% dei casi, in particolare le imprese di piccole dimensioni) o rimarrà invariata (47% dei casi). Le imprese di piccola dimensione esprimono una maggiore fiducia circa l'impatto di Basilea II sulla propria posizione: il 44% di esse prevede che quest'ultima sarà rafforzata dall'applicazione della nuova regolamentazione.

Fig. 3.27 - La posizione delle imprese intervistate verso i finanziatori dopo Basilea II (distribuzione percentuale delle risposte)

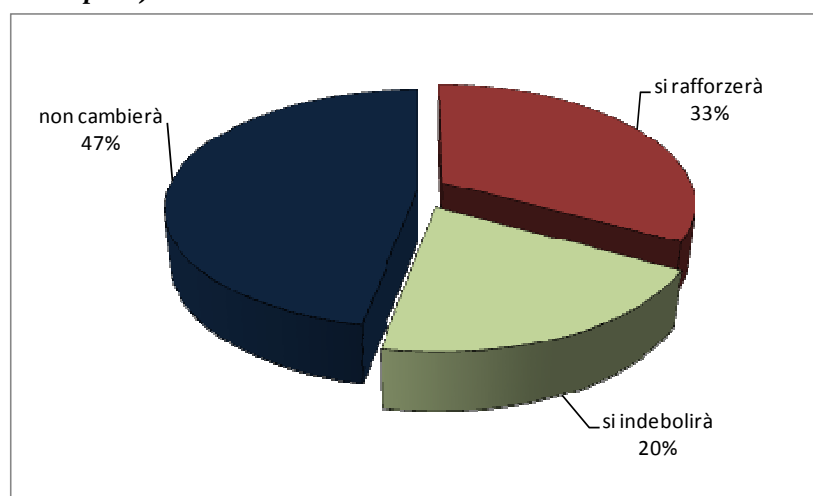
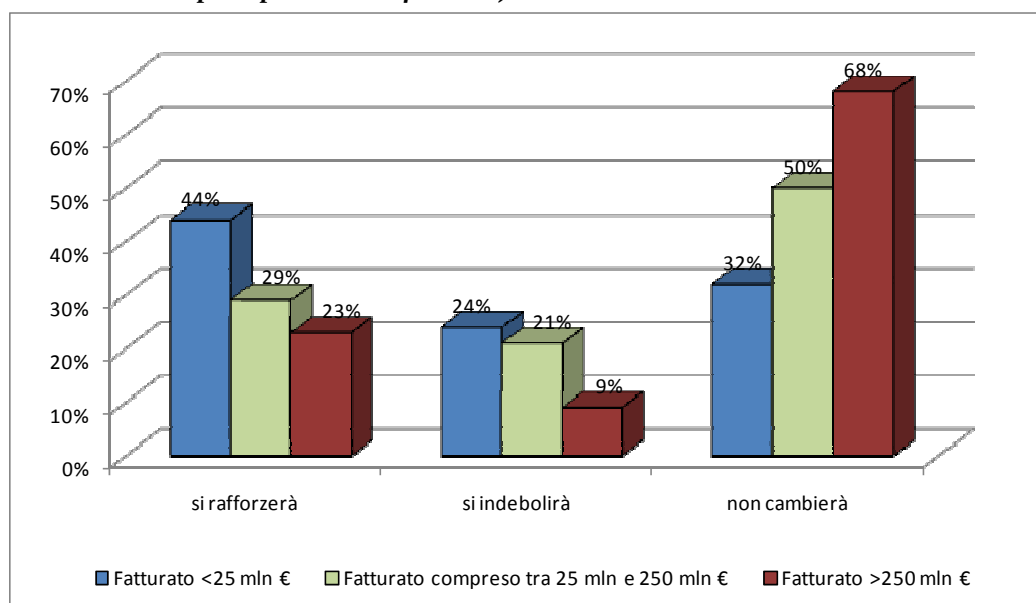


Fig. 3.28 - La posizione delle imprese intervistate verso i finanziatori dopo Basilea II (distribuzione percentuale delle risposte per classe di fatturato)



In base a tali prospettive, il 38% delle imprese intervistate ha dichiarato di aver assunto o di avere intenzione di assumere iniziative per fronteggiare gli effetti di Basilea II: esse prevedono di aumentare

il proprio grado di patrimonializzazione (25% delle risposte) e di arricchire l'informazione societaria messa a disposizione dei finanziatori (23%), facendo anche maggiore attenzione alla selezione della propria clientela. Nonostante la quota di imprese in possesso di un giudizio di rating sia ancora relativamente limitata (16%), la richiesta di valutazione dell'impresa da parte di agenzie di rating è stata presa raramente in considerazione come risposta agli effetti della nuova normativa (solo il 2% delle risposte).

Le iniziative da prendere nella prospettiva di Basilea II sono diverse a seconda delle caratteristiche delle imprese intervistate: le imprese che più delle altre hanno assunto o hanno intenzione di assumere iniziative per fronteggiare gli effetti di Basilea II sono quelle di piccola dimensione, quelle residenti in Campania e quelle operanti nell'industria.

Tav. 3.15 - L'impresa ha assunto o ha intenzione di assumere iniziative per fronteggiare gli effetti di Basilea II? – articolazione per classi di fatturato, principali aree geografiche e settore di attività economica

	Sì	No	Principale iniziativa assunta o da assumere
<i>Per fatturato:</i>			
< 25 mln €	44%	56%	Aumento del rapporto patrimonio/debiti finanziari
Compreso tra 25 e 250 mln €	34%	66%	Arricchimento delle informazioni societarie
> 250 mln €	32%	68%	Istituzione/rafforzamento della funzione finanziaria dell'impresa
<i>Per area geografica:</i>			
Lombardia	40%	60%	Arricchimento delle informazioni societarie
Lazio	17%	83%	Arricchimento delle informazioni societarie
Campania	55%	45%	Aumento del rapporto patrimonio/debiti finanziari
<i>Per settore di attività economica:</i>			
Industria	46%	54%	Arricchimento delle informazioni societarie
Costruzioni	34%	66%	Aumento del rapporto patrimonio/debiti finanziari
Servizi	29%	71%	Aumento del rapporto patrimonio/debiti finanziari

Secondo il 58% delle imprese l'uso del factoring può migliorare la posizione dell'impresa verso i propri finanziatori, perché alleggerisce l'indebitamento, migliora la struttura finanziaria e la tesoreria dell'impresa e favorisce lo sviluppo aziendale dando impulso al capitale circolante. La percentuale di imprese che vede un potenziale effetto positivo dell'utilizzo del factoring sulla propria posizione verso i finanziatori è più elevata se si considerano solo le imprese campane (75%) o quelle operanti nel settore delle costruzioni (71%).

Fig. 3.29 - Secondo Lei, nell'ottica di Basilea II, l'uso dello strumento factoring può migliorare la posizione della Sua impresa verso i finanziatori? (distribuzione percentuale delle risposte)

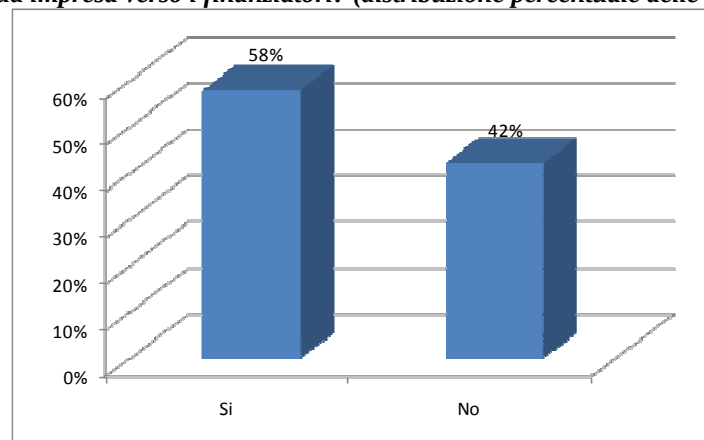
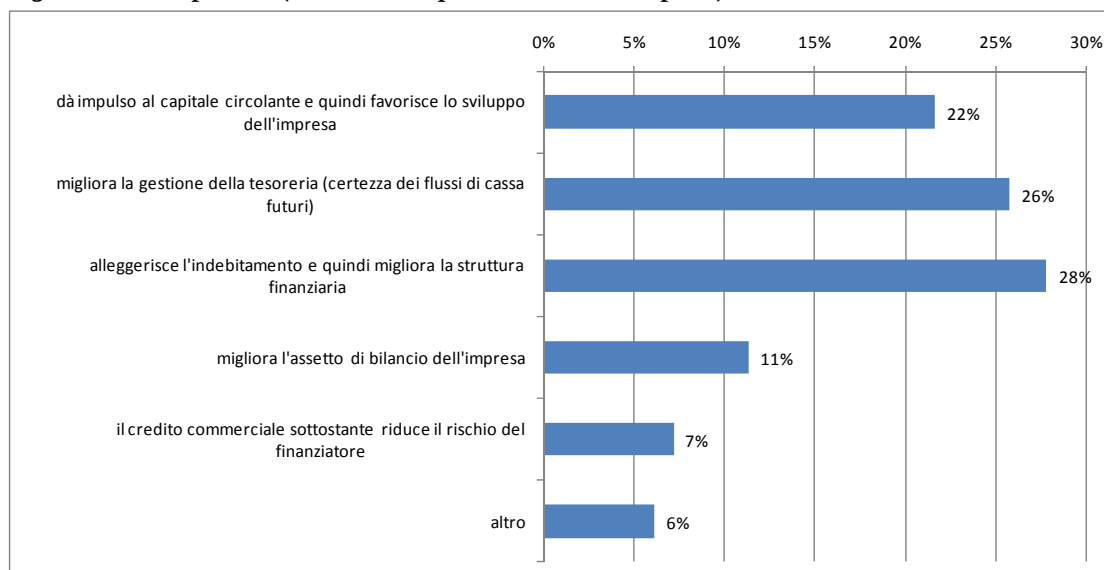
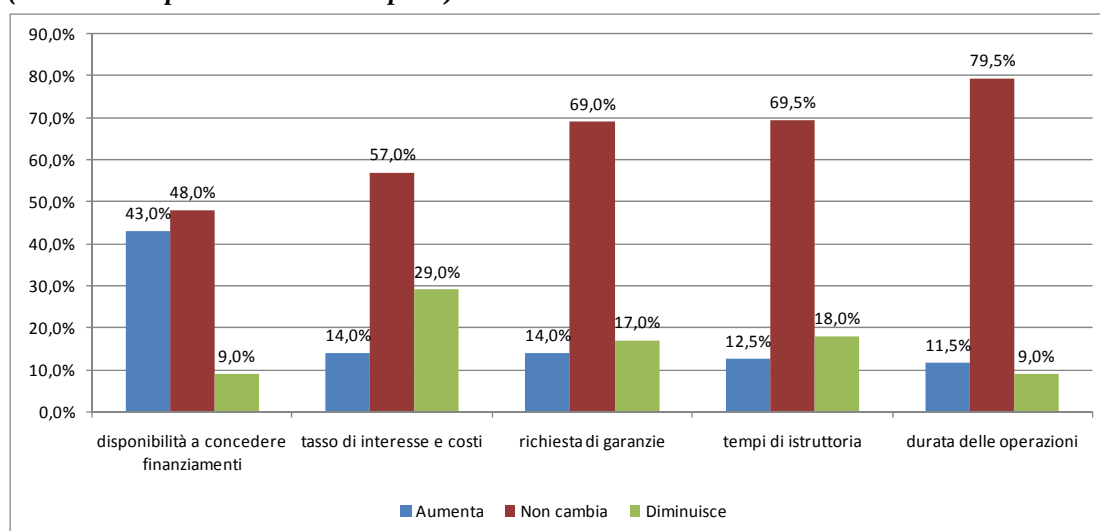


Fig. 3.30 - Se sì, perché? (distribuzione percentuale delle risposte)



Secondo le opinioni delle imprese, l'eventuale rafforzamento della posizione finanziaria aziendale, a seguito del ricorso al factoring, si concretizzerebbe principalmente in una maggiore disponibilità da parte del sistema finanziario a concedere finanziamenti all'impresa e, in misura minore, in un abbassamento dei tassi d'interesse.

Fig. 3.31 - Influenza dell'utilizzo del factoring sulle relazioni con il sistema finanziario (distribuzione percentuale delle risposte)

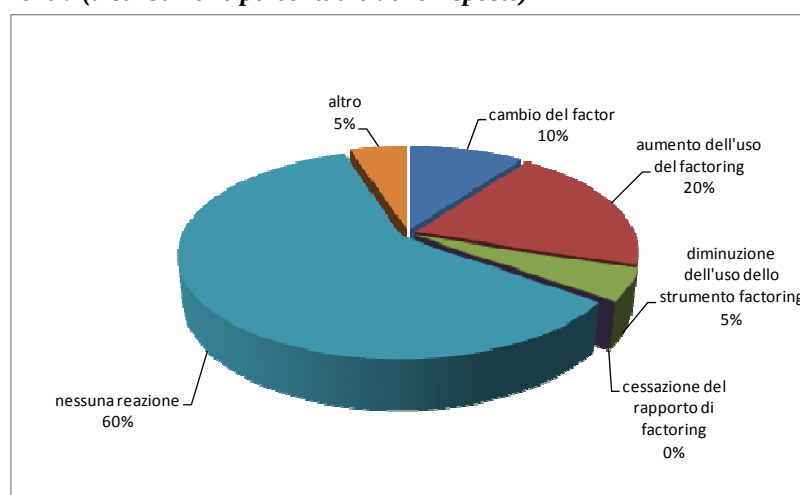


Quasi la metà delle imprese ritiene che le società di factoring abbiano un approccio alla valutazione della clientela diverso rispetto alle banche, nella prospettiva di Basilea (in particolare, il 63% delle imprese di maggiori dimensioni e di quelle lombarde).

Il 30% delle imprese ha osservato delle modifiche attribuibili alle nuove regole di Basilea II nel comportamento delle società di factoring (o delle banche) con cui ha in essere rapporti di factoring (il 44% nelle imprese campane); in particolare, gli intervistati percepiscono un maggior rigore nella valutazione e nella concessione del credito.

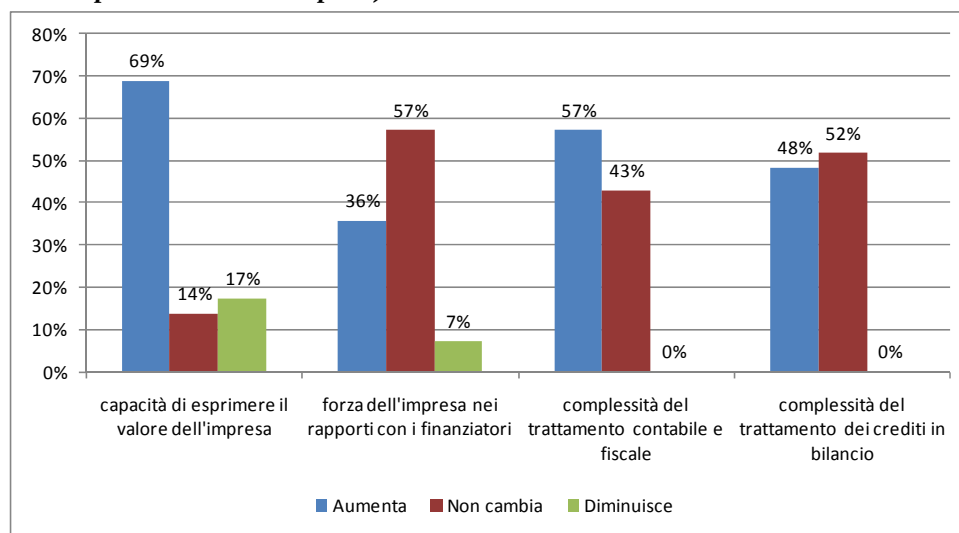
Il 60% di queste imprese, comunque, non intende modificare il proprio comportamento in risposta ai cambiamenti osservati, mentre una impresa su dieci ha intenzione di cambiare la società con cui ha in essere il rapporto di factoring. Nessuno degli intervistati, comunque, ha intenzione di cessare il rapporto di factoring.

Fig. 3.32 - Se ha osservato modifiche attribuibili alle nuove regole di Basilea II nel comportamento delle società di factoring / banche con cui ha in corso rapporti di factoring, come intende rispondere a tali cambiamenti? (distribuzione percentuale delle risposte)



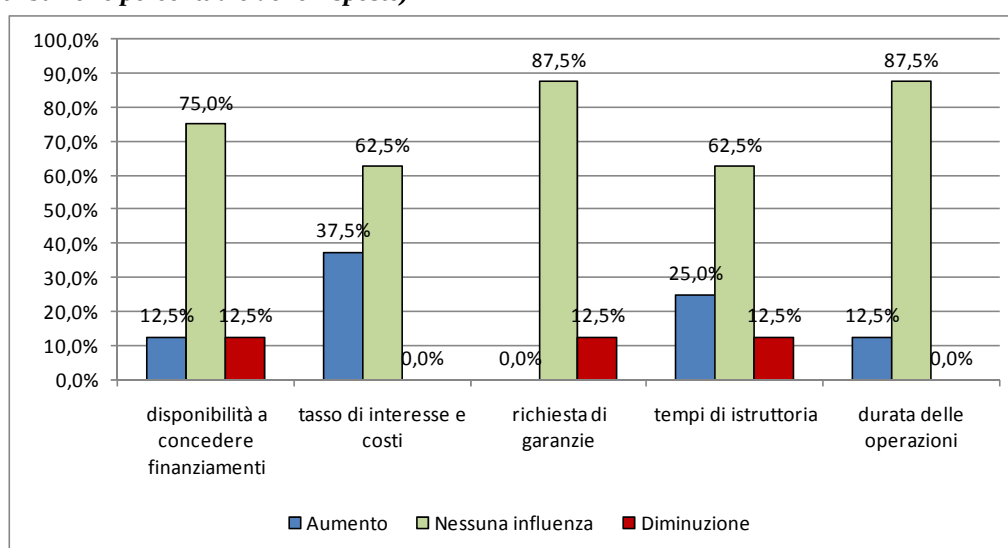
Solo un terzo delle imprese redige il bilancio secondo i principi IAS. I nuovi principi contabili interessano quasi la metà delle imprese lombarde intervistate e oltre la metà delle imprese più grandi. Secondo il 57% degli intervistati, l'adozione degli IAS ha aumentato la complessità del trattamento contabile e fiscale, ma anche la capacità di esprimere il valore dell'impresa (il 69% delle imprese ha osservato un effetto positivo dei nuovi principi contabili sulla rappresentatività del bilancio).

Fig. 3.33 - Implicazioni per l'impresa della redazione del bilancio secondo i principi IAS (distribuzione percentuale delle risposte)



All'interno di queste la percezione di un cambiamento nell'atteggiamento dei finanziatori è ancora contenuta (24%) e riguarda in modo uniforme i vari profili delle relazioni finanziarie (quantità, costi, tempi, garanzie).

Fig. 3.34 - Influenza dell'adozione dei principi IAS sulle relazioni con il sistema finanziario (distribuzione percentuale delle risposte)



In ogni caso, le imprese IAS compliant ritengono nel 63% dei casi che il factoring possa comportare vantaggi connessi all'eliminazione dei crediti dal bilancio: in particolare, si ritiene che utilizzare il factoring consenta di migliorare gli indici di bilancio e la posizione finanziaria dell'impresa.

4. Bibliografia

- Benvenuti M. e Gallo M. (2004), "Perché le imprese ricorrono al factoring? Il caso dell'Italia", Temi di discussione Banca d'Italia n°518.
- Bussoli C. (2008) "Il credito commerciale nei bilanci delle imprese: le ragioni di un utilizzo complementare al credito bancario", Quaderno di ricerca LUM n 5, MUP Editore.
- Cannari L., Chiri S. e Omiccioli M. (2005) "Imprese o intermediari? Aspetti finanziari e commerciali del credito tra imprese in Italia", Il Mulino, Bologna.
- Carmignani A. (2004) "Funzionamento della giustizia civile e struttura finanziaria delle imprese: il ruolo del credito commerciale", Banca d'Italia, Temi di discussione, n. 497.
- Carretta A. (1997) "La domanda di factoring: conoscenza modalità di utilizzo e valutazione della convenienza del factoring nelle imprese italiane", Ricerca Assifact, Milano.
- Carretta A. (1980) Nuovi strumenti per lo sviluppo delle piccole e medie imprese, in "Il mercato finanziario e lo sviluppo delle piccole e medie imprese", Mediocredito Regionale Lombardo, Milano.
- Demirguc-Kunt A. e Maksimovic V. (2001) "Firms as financial intermediaries - evidence from trade credit data Policy", Research working paper WPS 2696, World Bank.
- Finaldi Russo P. e Leva L. (2004) "Il debito commerciale in Italia: quanto contano le motivazioni finanziarie?", Banca d'Italia, Temi di discussione, n. 496.
- Klapper L. (2006) "The role of factoring for financing small and medium enterprises", Journal of Banking & Finance, 30/11: 3111-3130.
- Mian S. e Smith C.W. Jr. (1992) "Accounts receivable management policy: theory and Evidence", The Journal of Finance, 47: 169-201.
- Petersen M.A. e Rajan R.G. (1997) "Trade credit: theories and evidence", Review of Financial Studies, 10: 661-691.
- Rajan R. e Zingales L. (1995), "What Do We Know About Capital Structure: Some Evidence from International Data", Journal of Finance, 50/5: 1421-1460.
- Smith J.K. e Schnucker C. (1994) "An empirical examination of organizational structure: the economics of the factoring decision", Journal of Corporate Finance, 1: 119-138.
- Sopranzetti B.J. (1998) "The Economics of Factoring Accounts Receivable", Journal of Economics and Business, 50: 339-359.
- Summers B. e Wilson N. (2000) "Trade Credit Management and the Decision to Use Factoring: An Empirical Study", Journal of Business Finance & Accounting, 27/1: 37-68.

A1. Questionario d'indagine



INDAGINE SULLA DOMANDA DI FACTORING

Data di compilazione del questionario: _____

Impresa intervistata: _____

Indirizzo: _____

Persone intervistate: _____

Recapito telefonico: _____

Mail: _____

Intervistatore: _____

Codice Indagine: _____

Gennaio 2008

L'Indagine sulla domanda di factoring, promossa da Assifact – Associazione Italiana per il Factoring, è condotta dalla Divisione Ricerche della Scuola di direzione aziendale dell'Università Bocconi di Milano.

L'indagine si propone di raccogliere ed analizzare le opinioni delle imprese italiane sul prodotto "factoring" e sulle relazioni con le banche e gli intermediari finanziari specializzati che svolgono attività di factoring.

In particolare, le aree di indagine riguardano:

- I termini di utilizzo del credito commerciale alla clientela
- La conoscenza del factoring
- Le modalità di utilizzo del factoring
- Le conseguenze gestionali e finanziarie del ricorso al factoring
- Il punto di vista dei debitori ceduti
- Le conseguenze di Basilea II sui rapporti finanziari e sul ricorso al factoring
- Le conseguenze dell'introduzione dei principi contabili internazionali (IAS) sui rapporti finanziari e sul ricorso al factoring
- Alcune caratteristiche dell'impresa sotto il profilo economico e finanziario.

Nell'indagine non vi è coinvolgimento attivo delle banche e società di factoring aderenti all'Associazione, che si sono limitate a fornire riferimenti anagrafici di imprese utilizzati nella fase iniziale di strutturazione della popolazione da cui è stato estratto il campione (la cui composizione finale non è loro nota).

SDA Bocconi assicura inoltre il rispetto del vincolo di riservatezza nei confronti delle imprese partecipanti all'indagine, in virtù del quale i risultati dell'indagine saranno resi noti esclusivamente in forma aggregata.

Le imprese aderenti all'indagine riceveranno dalla SDA Bocconi una copia, a loro riservata, del rapporto conclusivo di ricerca e saranno invitate alla presentazione dell'indagine, che avrà luogo all'Università Bocconi nell'estate del 2008.

A. Il ricorso al credito commerciale

1. Che cosa rappresenta il credito commerciale (ovvero il credito di fornitura concesso dall'impresa alla propria clientela)? (fino a quattro risposte, possibilmente indicando un ordine di priorità barrando il numero a destra da 1=più importante, a 4=meno importante)

- | | |
|---|---------|
| 1.1 ☐ una garanzia della qualità del prodotto | 1 2 3 4 |
| 1.2 ☐ una strategia di espansione delle vendite | 1 2 3 4 |
| 1.3 ☐ un modo per sincronizzare i flussi in entrata e in uscita | 1 2 3 4 |
| 1.4 ☐ uno strumento per valutare l'affidabilità della controparte | 1 2 3 4 |
| 1.5 ☐ uno strumento per instaurare una relazione continuativa con la controparte | 1 2 3 4 |
| 1.6 ☐ una forma di finanziamento del cliente | 1 2 3 4 |
| 1.7 ☐ altro _____ | 1 2 3 4 |
| 1.8 ☐ non ho opinioni sull'argomento | |

2. Secondo Lei, nella Sua impresa il credito commerciale è più sviluppato rispetto alle altre imprese concorrenti ? (una sola risposta)

- 2.1 ☐ Non so 2.2 ☐ SI 2.3 ☐ NO

3. Se ha risposto SI alla precedente domanda, perchè? (fino a tre risposte, possibilmente indicando un ordine di priorità barrando il numero a destra da 1=più importante, a 3=meno importante)

- | | |
|---|-------|
| 3.1 ☐ l'impresa ha più disponibilità finanziarie rispetto al settore | 1 2 3 |
| 3.2 ☐ i clienti lo richiedono in modo particolare | 1 2 3 |
| 3.3 ☐ l'impresa gode di un costo del capitale particolarmente contenuto | 1 2 3 |
| 3.4 ☐ il credito commerciale fa parte della specifica politica di vendita dell'impresa | 1 2 3 |
| 3.5 ☐ La mancanza di alternative al bene/servizio offerto aumenta la forza contrattuale nei confronti del debitore | 1 2 3 |
| 3.6 ☐ altro _____ | 1 2 3 |
| 3.7 ☐ non ho opinioni sull'argomento | |

4. Quali sono i termini di pagamento delle forniture mediamente applicati dalla Sua impresa nei confronti dei propri clienti sul mercato domestico? (una sola risposta)

- 4.1 ☐ meno di 90 giorni
4.2 ☐ tra 90 e 120 giorni
4.3 ☐ tra 120 e 180 giorni
4.4 ☐ oltre 180 giorni

E sul mercato internazionale? (una sola risposta)

- 4.5 ☐ meno di 90 giorni
4.6 ☐ tra 90 e 120 giorni
4.7 ☐ tra 120 e 180 giorni
4.8 ☐ oltre 180 giorni

5. Quali sono i tempi medi di pagamento dei debiti di fornitura da parte della Sua impresa? (una sola risposta)

- 5.1 ☐ meno di 90 giorni
5.2 ☐ tra 90 e 120 giorni
5.3 ☐ tra 120 e 180 giorni
5.4 ☐ oltre 180 giorni

6. Secondo Lei, quali sono i principali problemi nell'utilizzo del credito commerciale? (fino a tre risposte, possibilmente indicando un ordine di priorità barrando il numero a destra da 1=più importante, a 3=meno importante)

- | | |
|--|-------|
| 6.1 ☐ insolvenza dei clienti | 1 2 3 |
| 6.2 ☐ elevato ritardo nei pagamenti da parte dei clienti | 1 2 3 |
| 6.3 ☐ elevati costi di gestione del rapporto creditizio con i clienti | 1 2 3 |
| 6.4 ☐ difficoltà nel valutare l'affidabilità della controparte | 1 2 3 |
| 6.5 ☐ altro _____ | 1 2 3 |

B. Il ricorso al factoring

7. Che cosa rappresenta il factoring? (fino a quattro risposte, possibilmente indicando un ordine di priorità barrando il numero a destra da 1=più importante, a 4=meno importante)

- | | |
|---|---------|
| 7.1 ☐ una forma di finanziamento alternativa al credito bancario | 1 2 3 4 |
| 7.2 ☐ una forma di finanziamento complementare al credito bancario | 1 2 3 4 |
| 7.3 ☐ una forma di garanzia del buon fine dei crediti commerciali | 1 2 3 4 |
| 7.4 ☐ uno strumento per gestire professionalmente il credito | 1 2 3 4 |
| 7.5 ☐ una forma di recupero dei crediti insoluti o problematici | 1 2 3 4 |
| 7.6 ☐ altro _____ | 1 2 3 4 |
| 7.7 ☐ non ho opinioni sull'argomento | |

8. Il factoring è utile (rispondere a tutte; dare un punteggio da 1 a 4: 1= non sono affatto d'accordo; 2= sono parzialmente d'accordo; 3= sono d'accordo; 4= sono molto d'accordo)

- | | | |
|------------------------------|--|---------|
| 8.1 | alle imprese che non possono accedere al credito bancario | 1 2 3 4 |
| 8.2 | alle imprese che operano con mercati esteri | 1 2 3 4 |
| 8.3 | alle imprese che non riescono a riscuotere regolarmente i crediti | 1 2 3 4 |
| 8.4 | alle imprese di piccola dimensione | 1 2 3 4 |
| 8.5 | a tutte le imprese che vogliono affidare a società specializzate la gestione ed il controllo del portafoglio clienti | 1 2 3 4 |
| 8.6 ☐ | non ho opinioni sull'argomento | |

9. Secondo Lei, il factoring è uno strumento destinato a svilupparsi tra le imprese operanti nel suo settore? (una sola risposta)

- 9.1 ☐ Non so 9.2 ☐ SI 9.3 ☐ NO

10. ☐ Perché? _____

11. Ritiene che le imprese del suo settore conoscano adeguatamente le caratteristiche del factoring? (una sola risposta)

- 11.1 ☐ Non so 11.2 ☐ SI 11.3 ☐ NO

12. Se NO, perché? (anche più risposte, possibilmente indicando un ordine di priorità barrando il numero a destra da 1=più importante, a 4=meno importante)

- | | |
|---|---------|
| 12.1 ☐ non c'è un'offerta adeguata del servizio sul mercato | 1 2 3 4 |
| 12.2 ☐ scarsa cultura finanziaria delle imprese | 1 2 3 4 |
| 12.3 ☐ scarsa informativa da parte delle banche e delle società di factoring | 1 2 3 4 |
| 12.4 ☐ altro _____ | 1 2 3 4 |

13. L'impresa attualmente ricorre al factoring? (una sola risposta)

- 13.1 ☐ SI (passi alla 19) 13.2 ☐ NO

14. La Sua impresa ha fatto ricorso al factoring in passato? (una sola risposta)

- 14.1 ☐ SI (passi alla 16) 14.2 ☐ NO

15. Se NO, perché? (fino a tre risposte, possibilmente indicando un ordine di priorità barrando il numero a destra da 1=più importante, a 3=meno importante)

- | | | |
|------|--|-------|
| 15.1 | ☐ non conoscevo il factoring | 1 2 3 |
| 15.2 | ☐ il factoring era troppo costoso | 1 2 3 |
| 15.3 | ☐ non c'era bisogno | 1 2 3 |
| 15.4 | ☐ si sapeva che le imprese che usavano il factoring non erano soddisfatte | 1 2 3 |
| 15.5 | ☐ non volevamo rinunciare al contatto diretto con la clientela | 1 2 3 |
| 15.6 | ☐ non ho mai ricevuto proposte da parte degli intermediari | 1 2 3 |
| 15.7 | ☐ altro _____ | 1 2 3 |

16. L'impresa, in un prossimo futuro, intende avviare un rapporto di factoring? (una sola risposta)

- 16.1
- ☐
- SI 16.2
- ☐
- NO

17. Se SI, perché? (fino a tre risposte, possibilmente indicando un ordine di priorità barrando il numero a destra da 1=più importante, a 3=meno importante)

- | | | |
|------|---|-------|
| 17.1 | ☐ elevato bisogno di fondi | 1 2 3 |
| 17.2 | ☐ esigenza di garantire il buon fine dei crediti | 1 2 3 |
| 17.3 | ☐ necessità di ridurre i costi di gestione interna dei crediti commerciali | 1 2 3 |
| 17.4 | ☐ verificare come funziona l'operazione | 1 2 3 |
| 17.5 | ☐ altro | 1 2 3 |

18. Se NO, perché? (fino a tre risposte, possibilmente indicando un ordine di priorità barrando il numero a destra da 1=più importante, a 3=meno importante)

- | | | |
|---|-------|---|
| 18.1 ☐ non conosco lo strumento | 1 2 3 | |
| 18.2 ☐ il factoring è troppo costoso | | 1 |
| 2 3 | | |
| 18.3 ☐ non ne avverto alcun bisogno | 1 2 3 | |
| 18.4 ☐ so che chi lo usa non è soddisfatto | 1 2 3 | |
| 18.5 ☐ non vogliamo rinunciare al contatto diretto col cliente | 1 2 3 | |
| 18.6 ☐ altro | 1 2 3 | |

Se ha risposto NO alla domanda 14 passi direttamente alla Sezione C, domanda 32, altrimenti prosegua con la domanda 19.

19. Se l'impresa utilizza o ha utilizzato il factoring, il ricorso si configura (è configurato) come (fino a quattro risposte):

- 19.1 ☐ occasionale (specificare quante volte si è fatto ricorso nell'anno 2007 _____)
- 19.2 ☐ periodico
- 19.3 ☐ esclusivo
- 19.4 ☐ non esclusivo
- 19.5 ☐ su singoli crediti
- 19.6 ☐ su una parte dei crediti (indicare la % media anche in via approssimativa dei crediti ceduti nell'anno 2007 _____)
- 19.7 ☐ sulla globalità dei crediti

20. Se l'impresa è (o è stata) cliente di aziende di factoring, per quanti anni ha utilizzato tale strumento? (una sola risposta)

- 20.1 ☐ 1-3 anni
20.2 ☐ 3-5 anni
20.3 ☐ 5-10 anni
20.4 ☐ oltre 10 anni
20.5 ☐ dalla nascita dell'impresa

21. Con quante società di factoring ha rapporti d'affari (contemporaneamente)? (una sola risposta)

- 21.1 ☐ 1
21.2 ☐ da 2 a 4
21.3 ☐ più di 4

22. Alla Sua impresa è capitato di cambiare la/e società di factoring/banca con cui intratteneva il rapporto? (una sola risposta)

22.1 ☐ SI, ho già cambiato _____ società di factoring/banche

22.2 ☐ NO (passi alla 24)

23. Se SI, come è avvenuto il cambiamento? (una sola risposta)

23.1 ☐ ho cercato condizioni migliori presso altri factor

23.2 ☐ sono stato contattato da altri factor che mi hanno proposto condizioni migliori

24. Il ricorso al factoring è (è stato) dovuto (rispondere a tutte, indicando l'importanza data barrando il numero a destra da 1=importanza alta; 2=importanza medio-alta; 3=importanza medio-bassa, 4=importanza bassa):

	<u>Importanza</u>
24.1 dal razionamento del credito bancario	1 2 3 4
24.2 dal forte sviluppo aziendale	1 2 3 4
24.3 da esigenze di liquidità	1 2 3 4
24.4 dall'esigenza di recuperare insoluti	1 2 3 4
24.5 dall'esigenza di assicurare i crediti	1 2 3 4
24.6 dall'esigenza di far gestire i crediti a terzi	1 2 3 4

25. La Sua impresa come è venuta a conoscenza del factoring? (una sola risposta)

25.1 ☐ tramite banche

25.2 ☐ tramite stampa

25.3 ☐ tramite imprese che già utilizzavano lo strumento

25.4 ☐ tramite contatto diretto di società di factoring

25.5 ☐ altro (specificare_____)

26. Grado di soddisfazione dell'attuale (passato) rapporto di factoring (una sola risposta):

26.1 ☐ scarso

26.2 ☐ sufficiente

26.3 ☐ buono

26.4 ☐ ottimo

27. A prescindere dalla 26, indichi i principali elementi di insoddisfazione nel rapporto di factoring (fino a sei risposte, indicando l'importanza della risposta data barrando il numero a destra da 1= molto importante; a 4= poco importante)

27.1 ☐ scarsa trasparenza delle condizioni contrattuali	1 2 3 4
27.2 ☐ carenza nei servizi di gestione (reporting, incasso, ecc.)	1 2 3 4
27.3 ☐ carenza nei servizi di garanzia del buon fine dei crediti (poco pro-soluto)	1 2 3 4
27.4 ☐ bassa percentuale di anticipi finanziari	1 2 3 4
27.5 ☐ scarsa tempestività nell'erogazione degli anticipi finanziari	1 2 3 4
27.6 ☐ accetta solo alcuni nominativi di debitori ceduti	1 2 3 4
27.7 ☐ costo eccessivo rispetto agli altri finanziamenti	1 2 3 4
27.8 ☐ i clienti dell'impresa non gradiscono pagare al factor	1 2 3 4
27.9 ☐ si deteriorano i rapporti con i clienti dell'impresa	1 2 3 4
27.10 ☐ non si ottengono significativi risparmi di costi interni di gestione dei crediti commerciali	1 2 3 4
27.11 ☐ il personale di contatto del factor non è attento alle esigenze aziendali	1 2 3 4
27.12 ☐ non c'è adeguata rapidità nello scambio delle informazioni	1 2 3 4
27.13 ☐ altro (specificare)_____	1 2 3 4

28. A prescindere dalla 26, indichi i principali elementi di soddisfazione nel rapporto di factoring (fino a sei risposte, indicando l'importanza della risposta data barrando il numero a destra da 1= molto importante; a 4= poco importante)

- | | |
|--|---------|
| 28.1 ☐ buona capacità del factor nella gestione dei crediti | 1 2 3 4 |
| 28.2 ☐ il factor garantisce il buon fine dei crediti dell'impresa | 1 2 3 4 |
| 28.3 ☐ velocità e sicurezza nei tempi di erogazione dei fondi | 1 2 3 4 |
| 28.4 ☐ accetta la totalità del portafoglio clienti | 1 2 3 4 |
| 28.5 ☐ finanzia automaticamente lo sviluppo delle vendite | 1 2 3 4 |
| 28.6 ☐ consente di ridurre i costi interni di gestione dei crediti | 1 2 3 4 |
| 28.7 ☐ costo contenuto | 1 2 3 4 |
| 28.8 ☐ consente di migliorare il sistema informativo aziendale | 1 2 3 4 |
| 28.9 ☐ si accorciano i tempi di pagamento della clientela aziendale | 1 2 3 4 |
| 28.10 ☐ migliora il grado di controllo degli insoluti | 1 2 3 4 |
| 28.11 ☐ snellisce i processi di vendita, evitando istruttorie interne | 1 2 3 4 |
| 28.12 ☐ altro (specificare) _____ | 1 2 3 4 |

29. Se la Sua impresa ha cessato di utilizzare il factoring, indichi le ragioni principali (fino a sei risposte, indicando l'importanza della risposta data barrando il numero a destra da 1= molto importante; a 4= poco importante)

- | | |
|--|---------|
| 29.1 ☐ scarsa trasparenza delle condizioni contrattuali | 1 2 3 4 |
| 29.2 ☐ carenza nei servizi di gestione (reporting, incasso, ecc.) | 1 2 3 4 |
| 29.3 ☐ carenza nei servizi di garanzia del buon fine dei crediti (poco pro-soluto) | 1 2 3 4 |
| 29.4 ☐ bassa percentuale di anticipi finanziari | 1 2 3 4 |
| 29.5 ☐ scarsa tempestività nell'erogazione degli anticipi finanziari | 1 2 3 4 |
| 29.6 ☐ accettazione solo di alcuni nominativi di debitori ceduti | 1 2 3 4 |
| 29.7 ☐ costo eccessivo rispetto agli altri finanziamenti | 1 2 3 4 |
| 29.8 ☐ i clienti dell'impresa non gradivano pagare al factor | 1 2 3 4 |
| 29.9 ☐ si stavano deteriorando i rapporti con i clienti dell'impresa | 1 2 3 4 |
| 29.10 ☐ non si ottenevano significativi risparmi di costi interni di gestione dei crediti commerciali | 1 2 3 4 |
| 29.11 ☐ si registrava scarsa tempestività nello scambio delle informazioni | 1 2 3 4 |
| 29.12 ☐ il personale di contatto del factor non era attento alle esigenze aziendali | 1 2 3 4 |
| 29.13 ☐ altro (specificare) _____ | 1 2 3 4 |

30. Ritiene utile continuare in futuro il rapporto di factoring? (una sola risposta)

- 30.1 ☐ SI 30.2 ☐ NO
 30.3 ☐ Perché? _____

31. Come si distribuiscono (o si distribuivano), percentualmente, anche in via approssimativa, i crediti ceduti?

- | | |
|--|-------|
| 31.1 ☐ factoring domestico | _____ |
| 31.2 ☐ factoring all'importazione | _____ |
| 31.3 ☐ factoring all'esportazione | _____ |
| Totale operazioni di factoring | 100% |
| 31.4 ☐ factoring pro-soluto (senza rivalsa) | _____ |
| 31.5 ☐ factoring pro-solvendo (con rivalsa) | _____ |
| Totale operazioni di factoring | 100% |

31.6 ☐ quota di factoring not notification (cioè senza comunicazione della cessione ai debitori ceduti) ____% sul totale dei crediti ceduti

39. L'impresa ha mai avuto problemi con la propria clientela, una volta che a quest'ultima è stata notificata la cessione a società di factoring? (una sola risposta)

39.1 ☐ NO

39.2 ☐ SI (indicare che tipo di problemi_____)

40. Dal punto di vista finanziario, il factoring consente alla Sua impresa di (una sola risposta):

40.1 ☐ risolvere croniche necessità di fondi

40.2 ☐ risolvere temporanee esigenze di fondi

40.3 ☐ ottimizzare la programmazione degli incassi

40.4 ☐ facilitare la crescita del fatturato

40.5 ☐ altro

41. Come vengono utilizzati i fondi che derivano dallo smobilizzo del portafoglio ad una società di factoring? (una sola risposta)

41.1 ☐ per rimborsare i debiti (ad esempio verso banche e/o fornitori)

41.2 ☐ per finanziare lo sviluppo delle vendite

41.3 ☐ per investire in titoli o altre attività fruttifere

41.4 ☐ altro (specificare_____)

42. Quali sono gli effetti del factoring sui tempi di incasso dalla clientela? (una sola risposta)

42.1 ☐ i clienti pagano meno rapidamente

42.2 ☐ i clienti pagano secondo gli stessi tempi medi

42.3 ☐ i clienti pagano più rapidamente

42.4 ☐ non c'è alcuna relazione tra tempi di riscossione dalla clientela e ricorso al factoring

42.5 ☐ non saprei rispondere

43. Quali sono gli effetti del factoring sulla regolarità dei pagamenti della clientela? (una sola risposta)

43.1 ☐ i clienti pagano meno regolarmente

43.2 ☐ i clienti pagano con la stessa regolarità

43.3 ☐ i clienti pagano più regolarmente

43.4 ☐ non c'è alcuna relazione tra regolarità dei pagamenti della clientela e ricorso al factoring

43.5 ☐ non saprei rispondere

44. Quali sono gli effetti del factoring sul livello di insoluti dell'impresa? (una sola risposta)

44.1 ☐ si hanno più insoluti

44.2 ☐ si hanno gli stessi insoluti

44.3 ☐ si hanno meno insoluti

44.4 ☐ non c'è alcuna relazione tra andamento degli insoluti e ricorso al factoring

44.5 ☐ non saprei rispondere

45. Quali sono gli effetti del factoring sui costi di gestione dei crediti commerciali? (una sola risposta)

45.1 ☐ i costi complessivi sono aumentati

45.2 ☐ i costi complessivi sono rimasti identici

45.3 ☐ i costi complessivi sono diminuiti

45.4 ☐ non saprei rispondere

46. Se nella domanda precedente ha risposto che i costi sono diminuiti, il risparmio dei costi interni di gestione dei crediti commerciali, misurato approssimativamente in termini di costo del personale, può essere fatto pari a (una sola risposta):

46.1 ☐ 1/4 del costo di un impiegato

46.2 ☐ 1/2 del costo di un impiegato

46.3 ☐ 3/4 del costo di un impiegato

46.4 ☐ come il costo di un impiegato

46.5 ☐ più del costo di un impiegato (specificare_____)

46.6 ☐ un costo importante, ma che non si riesce a stimare

D. Il factoring dal punto di vista del debitore ceduto

47. Secondo Lei, i debitori ceduti ritengono che la cessione del credito ad una società di factoring/banca sia (una sola risposta):

- 47.1 ☐ un fatto normale di gestione aziendale
 47.2 ☐ un evento fastidioso, che fa perdere il contatto col fornitore
 47.3 ☐ un sintomo di difficoltà finanziarie del fornitore cedente
 47.4 ☐ un segno che il fornitore cedente è attento alla gestione dei propri crediti ed alla programmazione dei flussi di cassa
 47.5 ☐ altro (specificare _____)

48. L'impresa si è mai trovata nella condizione di "debitore ceduto" e di dover relazionarsi con il factor oltre che con il proprio fornitore originario? (una sola risposta)

- 48.1 ☐ mai (Passi alla sezione E, domanda 53)
 48.2 ☐ una sola volta
 48.3 ☐ qualche volta, ma occasionalmente
 48.4 ☐ sistematicamente

49. Quando la Sua impresa si è trovata nella condizione di "debitore ceduto", ha beneficiato di una ulteriore dilazione del pagamento da parte del factor? (una sola risposta)

- 49.1 ☐ mai
 49.2 ☐ una sola volta
 49.3 ☐ qualche volta, ma occasionalmente
 49.4 ☐ sistematicamente

49.5 Indicativamente, quale è la dilazione media ricevuta? _____ giorni

50. Secondo Lei, il ricorso al factoring da parte dei suoi fornitori è dovuto (anche più risposte, da 1=importanza alta; 2=importanza medio-alta; 3=importanza medio-bassa, 4=importanza bassa):

	Importanza
50.1 ☐ dal razionamento del credito bancario	1 2 3 4
50.2 ☐ dal forte sviluppo aziendale	1 2 3 4
50.3 ☐ da esigenze di liquidità	1 2 3 4
50.4 ☐ dall'esigenza di recuperare insoluti	1 2 3 4
50.5 ☐ dall'esigenza di assicurare i crediti	1 2 3 4
50.6 ☐ dall'esigenza di far gestire i crediti a terzi	1 2 3 4

51. L'impresa, una volta "ceduta" a una banca/società di factoring, ha mai avuto problemi relativi ai crediti oggetto di cessione con quest'ultima o con il fornitore? (una sola risposta)

- 51.1 ☐ NO (passi alla Sezione E, domanda 53)
 51.2 ☐ SI, con il fornitore (indicare che tipo di problemi)

51.3 ☐ SI, con il factor (indicare che tipo di problemi)

52. Se si è risposto SI, specificare anche come i problemi sono stati risolti

E. Il factoring nell'ottica di Basilea II

53. Secondo Lei, nell'ottica di Basilea II, la posizione della Sua impresa verso i finanziatori (una sola risposta):

- 53.1 ☐ Si rafforzerà
 53.2 ☐ Si indebolirà
 53.3 ☐ Non cambierà

54. L'impresa ha assunto o ha intenzione di assumere iniziative per fronteggiare gli effetti di Basilea II? (una sola risposta)

- 54.1 ☐ SI
 54.2 ☐ NO

55. Se ha risposto SI alla precedente domanda, indichi quali (fino a tre risposte, possibilmente indicando un ordine di priorità barrando il numero a destra, da 1=pìù importante, a 3=meno importante):

- | | | | |
|---|---|---|---|
| 55.1 ☐ Arricchimento delle informazioni societarie | 1 | 2 | 3 |
| 55.2 ☐ Istituzione/rafforzamento della funzione finanziaria dell'impresa | 1 | 2 | 3 |
| 55.3 ☐ Maggiore ricorso a consulenti esterni | 1 | 2 | 3 |
| 55.4 ☐ Richiesta di valutazione di agenzie di rating | 1 | 2 | 3 |
| 55.5 ☐ Aumento del rapporto patrimonio/debiti finanziari | 1 | 2 | 3 |
| 55.6 ☐ Maggiore attenzione alla selezione della clientela | 1 | 2 | 3 |
| 55.7 ☐ Altro (specificare): | 1 | 2 | 3 |
-

56. Secondo Lei, nell'ottica di Basilea II, l'uso dello strumento factoring può migliorare la posizione della Sua impresa verso i finanziatori? (una sola risposta)

- 56.1 ☐ SI (passi alla 57)
 56.2 ☐ NO (passi alla 58)

57. Se SI, perché (anche più risposte, possibilmente indicando un ordine di priorità)?

- 57.1 ☐ Dà impulso al capitale circolante e quindi favorisce lo sviluppo dell'impresa
 57.2 ☐ Migliora la gestione della tesoreria (certezza dei flussi di cassa futuri)
 57.3 ☐ Alleggerisce l'indebitamento e quindi migliora la struttura finanziaria
 57.4 ☐ Migliora l'assetto del bilancio dell'impresa
 57.5 ☐ Il credito commerciale sottostante riduce il rischio del finanziatore
 57.6 ☐ Altro (specificare):
-

58. Indichi quali sono, secondo Lei, le relazioni con il sistema finanziario nel contesto di Basilea II che possono essere influenzate dall'uso del factoring e in che modo (Rispondere a tutte, 1 = aumento, 2 = nessun cambiamento, 3 = diminuzione):

- | | | | |
|---|---|---|---|
| 58.1 Disponibilità a concedere finanziamenti e/o assicurare i crediti | 1 | 2 | 3 |
| 58.2 Tasso di interesse e costi | 1 | 2 | 3 |
| 58.3 Richiesta di garanzie | 1 | 2 | 3 |
| 58.4 Tempi di istruttoria | 1 | 2 | 3 |
| 58.5 Durata delle operazioni | 1 | 2 | 3 |
| 58.6 Altro (specificare): | | | |
-

Chi non ha mai usato il factoring o ne ha cessato l'utilizzo passi alla sezione F, domanda 63, chi usa attualmente il factoring prosegua con la domanda 59.

59. La Sua impresa percepisce una diversità nell'approccio alla valutazione per i finanziamenti bancari rispetto all'approccio alla valutazione per il rapporto di factoring? (una sola risposta)

59.1 ☐ SI

59.2 ☐ NO

60. La Sua impresa ha osservato modifiche attribuibili alle nuove regole di Basilea II nel comportamento delle società di factoring/banche (per quanto riguarda i rapporti di factoring in corso)? (una sola risposta)

60.1 ☐ SI

60.2 ☐ NO (passi alla sezione F, domanda 63)

61. Quali ? (descrivere brevemente)

62. Se ha risposto SI alla domanda 60, indichi come la Sua impresa intende rispondere a tali cambiamenti (una sola risposta):

62.1 ☐ Cambio del factor

62.2 ☐ Aumento dell'uso dello strumento factoring

62.3 ☐ Diminuzione dell'uso dello strumento factoring

62.4 ☐ Cessazione del rapporto di factoring

62.5 ☐ Nessuna reazione

62.6 ☐ Altro (specificare):

F. Il factoring nell'ottica IAS

63. L'impresa è tenuta a (o ha scelto di) redigere il bilancio secondo i principi IAS? (una sola risposta)

63.1 ☐ SI 63.2 ☐ NO (passi alla sezione G, domanda 68)

64. Quali sono per la Sua impresa le principali implicazioni della redazione del bilancio secondo i principi contabili internazionali (IAS) sulla: (rispondere a tutte, 1=incremento, 2=nessun cambiamento, 3=diminuzione)

64.1 Capacità di esprimere il valore dell'impresa	1	2	3
64.2 Forza dell'impresa nei rapporti con i finanziatori	1	2	3
64.3 Complessità del trattamento contabile e fiscale	1	2	3
64.4 Complessità del trattamento dei crediti in bilancio	1	2	3

65. La Sua impresa ha osservato modifiche a Suo parere direttamente attribuibili ai nuovi principi contabili nel comportamento delle banche e degli intermediari finanziari con cui ha in essere rapporti di finanziamento? (una sola risposta)

65.1 ☐ SI 65.2 ☐ NO

66. Se ha risposto SI alla precedente domanda, indichi quali sono, secondo Lei, le relazioni con i finanziatori (comprese le banche) che vengono influenzate dall'applicazione dei principi contabili internazionali e in che modo (rispondere a tutte, 1 = aumento, 2 = nessun cambiamento, 3 = diminuzione):

66.1 Disponibilità a concedere finanziamenti	1	2	3
66.2 Tasso di interesse e costi	1	2	3
66.3 Richiesta di garanzie	1	2	3
66.4 Tempi di istruttoria	1	2	3
66.5 Durata delle operazioni	1	2	3
66.6 Altro (specificare):			

67. Secondo Lei, alla luce del trattamento ai fini IAS, l'utilizzo del factoring, che in talune condizioni può portare all'eliminazione dal bilancio dei crediti ceduti al factor, può comportare per la Sua impresa dei benefici nei confronti dei finanziatori (comprese le banche)? (una sola risposta)

67.1 ☐ SI 67.2 ☐ NO

67.3 Se SI, quali?

G. Caratteristiche dell'impresa e modalità di gestione del credito commerciale (laddove non richiesto diversamente, riportare i dati riferiti all'ultimo anno)

68. Settore di attività: _____

69. Anno di costituzione _____

70. Forma giuridica (una sola risposta):

70.1 ☐ ditta individuale

70.2 ☐ società di persone

70.3 ☐ società di capitali

70.4 ☐ società cooperativa

71. Numero di dipendenti: _____

72. Fatturato conseguito dall'impresa nell'ultimo triennio:

72.1 2005 €. _____

72.2 2006 €. _____

72.3 2007 €. _____

73. Distribuzione geografica del fatturato (in %):

73.1 Italia _____ %

73.1.1 Nord _____ %

73.1.2 Centro _____ %

73.1.3 Sud e Isole _____ %

73.2 Estero _____ %

73.2.1 Indicare i tre principali Paesi

Totale 100 %

74. L'andamento del fatturato, normalmente, è (una sola risposta):

74.1 ☐ sostanzialmente stabile nei vari mesi dell'anno

74.2 ☐ stagionale

75. Indicativamente, qual è il rapporto tra pagamenti immediati e pagamenti dilazionati concessi dalla Sua impresa? _____%

76. La Sua impresa mette in atto politiche di sconto come incentivo al pagamento immediato da parte della clientela?

76.1 ☐ SI, applichiamo uno sconto del ____% per il pagamento immediato

76.2 ☐ NO

77. Personale mediamente coinvolto nella gestione del credito commerciale (in giornate uomo su base annua)

77.1- addetti all'amministrazione e finanza:

GG/uomo _____

77.2- addetti alle vendite:

GG/uomo _____

78. Ha idea di quanto costi annualmente alla Sua impresa gestire il credito con personale e supporti informatici interni? (una sola risposta)

78.1 ☐ meno dell'1% del fatturato

78.2 ☐ dall'1 al 3% del fatturato

78.3 ☐ dal 3 al 6% del fatturato

78.4 ☐ più del 6% del fatturato

78.5 ☐ non so

79. La Sua impresa ha mai fatto ricorso ad imprese di assicurazione per garantirsi contro l'insolvenza della clientela? (una sola risposta)

79.1 ☐ SI

79.2 ☐ NO

80. Se Si, si sono assicurati crediti vantati verso

80.1 ☐ clientela estera (%_____)

80.2 ☐ clientela italiana (%_____)

81. Indicare le imprese di assicurazione utilizzate (anche più risposte)

81.1 ☐ SACE 81.2 ☐ Euler-SIAC 81.4 ☐ Coface 81.5 ☐ Atradius

81.6 ☐ Altro (specificare_____)

82. Caratteristiche economico-finanziarie dell'impresa. Valori dei principali indici di bilancio:

$$82.1 \frac{\text{debiti}}{\text{passività} + \text{capitale}_\text{netto}} \% =$$

$$82.2 \frac{\text{reddito}_\text{operativo}}{\text{capitale}_\text{investito}} \% =$$

$$82.3 \frac{\text{cassa} + \text{crediti}}{\text{passività}_\text{correnti}} \% =$$

83. La Sua impresa è attualmente in possesso di un giudizio di rating rilasciato da agenzie specializzate? (una sola risposta)

83.1 ☐ SI

83.2 ☐ NO

Se SI, quale è il giudizio?

83.3 _____

E quale è l'agenzia che lo ha rilasciato?

83.4 _____

84. Con quante banche avete attualmente rapporti di finanziamento (bancario) (una sola risposta):

84.1 ☐ 1

84.2 ☐ 2-5

84.3 ☐ 5-10

84.4 ☐ più di 10

85. Grado di soddisfazione media dei rapporti con le banche (una sola risposta):

85.1 ☐ scarso

85.2 ☐ sufficiente

85.3 ☐ buono

85.4 ☐ ottimo

86. Come giudica il rapporto con le banche, comparativamente a quello che ha con le società di factoring? (una sola risposta)

86.1 ☐ decisamente peggiore (cioè meglio il rapporto con le società di factoring)

86.2 ☐ appena peggiore

86.3 ☐ simile

86.4 ☐ appena migliore

86.5 ☐ decisamente migliore (cioè meglio il rapporto con le banche)

87. Altri commenti e osservazioni

Grazie della collaborazione.

A2. I risultati generali dell'indagine⁷

A. Il ricorso al credito commerciale

1. Che cosa rappresenta il credito commerciale? (distribuzione percentuale delle risposte)

una garanzia della qualità del prodotto	7%
una strategia di espansione delle vendite	19%
un modo per sincronizzare i flussi in entrata e in uscita	19%
uno strumento per valutare l'affidabilità della controparte	10%
uno strumento per instaurare una relazione continuativa con la controparte	15%
una forma di finanziamento del cliente	25%
altro	4%
non ho opinioni sull'argomento	1%

2. Secondo Lei, nella Sua impresa il credito commerciale è più sviluppato rispetto alle altre imprese concorrenti? (distribuzione percentuale delle risposte)

Non so	14%
Si	20%
No	66%

3. Se ha risposto sì alla precedente domanda, perché? (distribuzione percentuale delle risposte)

l'impresa ha più disponibilità finanziarie rispetto al settore	6,5%
i clienti lo richiedono in modo particolare	27,0%
l'impresa gode di un costo del capitale particolarmente contenuto	6,5%
il credito commerciale fa parte della specifica politica di vendita dell'impresa	37,0%
La mancanza di alternative al bene/servizio offerto aumenta la forza contrattuale nei confronti del debitore	3,0%
altro	10,0%
non ho opinioni sull'argomento	10,0%

⁷

I risultati presentati in questa appendice non riguardano le domande a risposta “aperta” e alcune domande della “sezione G – Caratteristiche dell’impresa” relative a particolari profili anagrafici e finanziari delle imprese intervistate.

4. Quali sono i termini di pagamento delle forniture mediamente applicati dalla Sua impresa nei confronti dei propri clienti sul mercato domestico? (distribuzione percentuale delle risposte)

meno di 90 giorni	41%
tra 90 e 120 giorni	39%
tra 120 e 180 giorni	10%
oltre 180 giorni	10%

e sul mercato internazionale?

meno di 90 giorni	74%
tra 90 e 120 giorni	17%
tra 120 e 180 giorni	7%
oltre 180 giorni	2%

5. Quali sono i tempi medi di pagamento dei debiti di fornitura da parte della Sua impresa? (distribuzione percentuale delle risposte)

meno di 90 giorni	60%
tra 90 e 120 giorni	30%
tra 120 e 180 giorni	6%
oltre 180 giorni	4%

6. Secondo Lei, quali sono i principali problemi nell'utilizzo del credito commerciale? (distribuzione percentuale delle risposte)

insolvenza dei clienti	39%
elevato ritardo nei pagamenti da parte dei clienti	18%
elevati costi di gestione del rapporto creditizio con i clienti	22%
difficoltà nel valutare l'affidabilità della controparte	17%
altro	4%

B. Il ricorso al factoring

7. Che cosa rappresenta il factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)

una forma di finanziamento alternativa al credito bancario	16%
una forma di finanziamento complementare al credito bancario	26%
una forma di garanzia del buon fine dei crediti commerciali	25%
uno strumento per gestire professionalmente il credito	19%
una forma di recupero dei crediti insoluti o problematici	7%
altro	6%
non ho opinioni sull'argomento	1%

8. Il factoring è utile (% di imprese in accordo con l'affermazione)

alle imprese che non possono accedere al credito bancario	51%
alle imprese che operano con mercati esteri	29%
alle imprese che non riescono a riscuotere regolarmente i crediti	58%
alle imprese di piccola dimensione	42%
a tutte le imprese che vogliono affidare a società specializzate la gestione ed il controllo del portafoglio clienti	53%
non ho opinioni sull'argomento	3%

9. Secondo Lei, il factoring è uno strumento destinato a svilupparsi tra le imprese operanti nel Suo settore? (distribuzione percentuale delle risposte)

Non so	10%
Si	66%
No	24%

11. Ritiene che le imprese del suo settore conoscano adeguatamente le caratteristiche del factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)

Non so	17%
Si	44%
No	39%

12. Se no, perché? (distribuzione percentuale delle risposte)

non c'è offerta adeguata del servizio sul mercato	4%
scarsa cultura finanziaria delle imprese	56%
scarsa informativa da parte delle banche e delle società di factoring	27%
altro	13%

13. L'impresa attualmente ricorre al factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	68%
No	32%

14. Se no, La Sua impresa ha mai fatto ricorso al factoring in passato? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	23%
No	77%

15. Se no, perché? (distribuzione percentuale delle risposte)

non conoscevo il factoring	6%
il factoring era troppo costoso	18%
non c'era bisogno	26%
si sapeva che le imprese che usavano il factoring non erano soddisfatte	0%
non volevamo rinunciare al contatto diretto con la clientela	20%
non ho mai ricevuto proposte da parte degli intermediari	15%
altro	15%

16. Se non ha attualmente rapporti di factoring in essere, la Sua impresa, in un prossimo futuro, intende avviare un rapporto di factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	27%
No	73%

17. Se sì, perché? (distribuzione percentuale delle risposte)

elevato bisogno di fondi	17,0%
esigenza di garantire il buon fine dei crediti	33,0%
necessità di ridurre i costi di gestione interna dei crediti commerciali	8,5%
verificare come funziona l'operazione	8,5%
altro	33,0%

18. Se no, perché? (distribuzione percentuale delle risposte)

non conosco lo strumento	0%
il factoring è troppo costoso	25%
non ne avverto alcun bisogno	36%
so che chi lo usa non è soddisfatto	3%
non vogliamo rinunciare al contatto diretto col cliente	25%
altro	11%

19. Se l'impresa utilizza o ha utilizzato il factoring, il ricorso si configura (è configurato) come:

	Percentuale sul totale delle risposte	
occasionale	22%	Numero medio di volte in cui si è fatto ricorso al factoring nel 2007: 3,17
periodico	60%	
esclusivo	31%	
non esclusivo	36%	Quota media di crediti ceduti nel 2007: 36,2%
su singoli crediti	22%	
su una parte dei crediti	41%	
sulla globalità dei crediti	23%	

20. Se l'impresa è (o è stata) cliente di aziende di factoring, per quanti anni ha utilizzato tale strumento? (distribuzione percentuale delle risposte)

1-3 anni	32%
3-5 anni	14%
5-10 anni	23%
Oltre 10 anni	26%
Dalla nascita dell'impresa	5%

21. Con quante società di factoring ha rapporti d'affari (contemporaneamente)? (distribuzione percentuale delle risposte)

1	45%
Da 2 a 4	41%
Più di 4	14%

22. Alla Sua impresa è capitato di cambiare la/e società di factoring/banca con cui intratteneva il rapporto? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	41%	Numero medio di volte in cui si è cambiato società/banca: 1,95
No	89%	

23. Se sì, come è avvenuto il cambiamento? (distribuzione percentuale delle risposte)

ho cercato condizioni migliori presso altri factor	46%
sono stato contattato da altri factor che mi hanno offerto condizioni migliori	54%

24. Il ricorso al factoring è stato dovuto (distribuzione percentuale delle risposte):

al razionamento del credito bancario	9%
al forte sviluppo aziendale	22%
ad esigenze di liquidità	36%
all'esigenza di recuperare insoluti	6%
all'esigenza di assicurare i crediti	17%
all'esigenza di far gestire i crediti a terzi	10%

25. La Sua impresa come è venuta a conoscenza del factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)

tramite banche	27%
tramite stampa	0%
tramite imprese che già utilizzavano lo strumento	7%
tramite contatto diretto di società di factoring	40%
altro	26%

26. Grado di soddisfazione dell'attuale (passato) rapporto di factoring (distribuzione percentuale delle risposte):

scarso	3,0%
sufficiente	20,5%
buono	61,5%
ottimo	15,0%

27. Indichi i principali elementi di insoddisfazione nel rapporto di factoring (distribuzione percentuale delle risposte):

scarsa trasparenza delle condizioni contrattuali	5,0%
carenza nei servizi di gestione (reporting, incasso, ecc.)	11,0%
carenza nei servizi di garanzia del buon fine dei crediti (poco pro soluto)	6,0%
bassa percentuale di anticipi finanziari	6,0%
scarsa tempestività nell'erogazione degli anticipi finanziari	4,0%
accetta solo alcuni nominativi di debitori ceduti	13,5%
costo eccessivo rispetto agli altri finanziamenti	16,0%
i clienti dell'impresa non gradiscono pagare al factor	9,0%
si deteriorano i rapporti con i clienti dell'impresa	4,0%
non si ottengono significativi risparmi di costi interni di gestione dei crediti commerciali	7,5%
il personale di contatto del factor non è attento alle esigenze aziendali	4,0%
non c'è adeguata rapidità nello scambio delle informazioni	6,0%
altro	8,0%

28. Indichi i principali elementi di soddisfazione nel rapporto di factoring (distribuzione percentuale delle risposte):

buona capacità del factor nella gestione dei crediti	10,0%
il factor garantisce il buon fine dei crediti dell'impresa	13,0%
velocità e sicurezza nei tempi di erogazione dei fondi	28,0%
accetta la totalità del portafoglio clienti	8,0%
finanzia automaticamente lo sviluppo delle vendite	7,0%
consente di ridurre i costi interni di gestione dei crediti	6,0%
costo contenuto	4,5%
consente di migliorare il sistema informativo aziendale	3,0%
si accorciano i tempi di pagamento della clientela aziendale	6,0%
migliora il grado di controllo degli insoluti	4,5%
snellisce i processi di vendita, evitando istruttorie interne	3,0%
altro	7,0%

29. Se la Sua impresa ha cessato di utilizzare il factoring, indichi le ragioni principali (distribuzione percentuale delle risposte):

scarsa trasparenza delle condizioni contrattuali	0%
carenza nei servizi di gestione (reporting, incasso, ecc.)	0%
carenza nei servizi di garanzia del buon fine dei crediti (poco pro soluto)	22%
bassa percentuale di anticipi finanziari	11%
scarsa tempestività nell'erogazione degli anticipi finanziari	0%
accettazione solo alcuni nominativi di debitori ceduti	0%
costo eccessivo rispetto agli altri finanziamenti	22%
i clienti dell'impresa non gradivano pagare al factor	0%
si stavano deteriorando i rapporti con i clienti dell'impresa	0%
non si ottenevano significativi risparmi di costi interni di gestione dei crediti commerciali	11%
si registrava scarsa tempestività nello scambio delle informazioni	0%
il personale di contatto del factor non è attento alle esigenze aziendali	0%
altro	34%

30. Ritiene utile continuare in futuro il rapporto di factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	97%
No	3%

31. Come si distribuiscono (o si distribuivano), percentualmente, anche in via approssimativa, i crediti ceduti?(media del campione)

factoring domestico	92%
factoring all'importazione	1%
factoring all'esportazione	7%
	100%
factoring pro soluto	56%
factoring pro solvendo	44%
	100%
quota di factoring not notification sul totale dei crediti ceduti	45%

C. Aspetti gestionali e finanziari del factoring**32. Secondo Lei, il factoring (distribuzione percentuale delle risposte):**

costa come il credito bancario	19%
costa meno del credito bancario	10%
costa di più del credito bancario	61%
non ho opinioni in proposito	10%

33. Perché (distribuzione percentuale delle risposte):

è uno strumento simile al credito bancario	7%
è un servizio più semplice del finanziamento bancario	4%
è un servizio più complesso e ricco del credito bancario	42%
le società di factoring servono abitualmente imprese in difficoltà finanziarie	5%
riflette la prassi contrattuale dei mercati finanziari	25%
non so	17%

34. Ritiene che il costo del factoring vada confrontato con (distribuzione percentuale delle risposte):

il costo del credito bancario	33%
il costo del credito di fornitura	6%
il costo medio dei finanziamenti ed il costo di gestione interna del credito commerciale	53%
non so	8%

35. Secondo Lei, come potrebbe essere incentivato il ricorso al factoring da parte di imprese come la Sua? (distribuzione percentuale delle risposte)

migliorando il servizio di gestione dei crediti commerciali da parte delle società di factoring	12,0%
intervenendo maggiormente sulle garanzie di buon fine dei debitori ceduti	9,0%
fornendo maggiori quantità di finanziamento	7,5%
riducendo i costi dell'operazione	30,0%
accettando un maggior numero di debitori ceduti	18,0%
facendo attività di promozione	13,0%
altro	10,5%

36. Ricorrendo al factoring, l'impresa ha mai ipotizzato/realizzato una riduzione/eliminazione dell'attività interna di gestione dei crediti commerciali? (distribuzione percentuale delle risposte)

Sì	22%
No	78%

37. Se sì, perché? (distribuzione percentuale delle risposte)

Le società di factoring hanno maggiore professionalità dei dipendenti nel gestire i crediti	7%
si riduce significativamente il costo di gestione interna	40%
l'azienda si può concentrare sulle vendite	33%
altro	20%

38. Se no, perché? (distribuzione percentuale delle risposte)

politica aziendale	60%
i servizi offerti dal factor sono inadeguati	5%
non si riducevano i costi interni di gestione dei crediti commerciali	9%
altro	26%

39. L'impresa ha mai avuto problemi con la propria clientela, una volta che a quest'ultima è stata notificata la cessione a società di factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	21%
No	79%

40. Dal punto di vista finanziario, il factoring consente alla Sua impresa di (distribuzione percentuale delle risposte):

risolvere croniche necessità di fondi	19%
risolvere temporanee necessità di fondi	18%
ottimizzare la programmazione degli incassi	48%
facilitare la crescita del fatturato	8%
altro	7%

41. Come vengono utilizzati i fondi che derivano dallo smobilizzo del portafoglio ad una società di factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)

per rimborsare i debiti (ad esempio, verso banche e fornitori)	62%
per finanziare lo sviluppo delle vendite	19%
per investire in titoli o altre attività fruttifere	1%
altro	18%

42. Quali sono gli effetti del factoring sui tempi di incasso dalla clientela? (distribuzione percentuale delle risposte)

i clienti pagano meno rapidamente	8%
i clienti pagano secondo gli stessi tempi medi	36%
i clienti pagano più rapidamente	27%
non c'è alcuna relazione tra tempi di riscossione dalla clientela e ricorso al factoring	26%
non saprei rispondere	3%

43. Quali sono gli effetti del factoring sulla regolarità dei pagamenti dalla clientela? (distribuzione percentuale delle risposte)

i clienti pagano meno regolarmente	0%
i clienti pagano con la stessa regolarità	34%
i clienti pagano più regolarmente	36%
non c'è alcuna relazione tra regolarità dei pagamenti dalla clientela e ricorso al factoring	27%
non saprei rispondere	3%

44. Quali sono gli effetti del factoring sul livello di insoluti dell'impresa? (distribuzione percentuale delle risposte)

si hanno più insoluti	0,0%
si hanno gli stessi insoluti	20,5%
si hanno meno insoluti	24,5%
non c'è alcuna relazione fra andamento degli insoluti e ricorso al factoring	48,0%
non saprei rispondere	7,0%

45. Quali sono gli effetti del factoring sui costi di gestione dei crediti commerciali? (distribuzione percentuale delle risposte)

i costi complessivi sono aumentati	48%
i costi complessivi sono rimasti identici	35%
i costi complessivi sono diminuiti	14%
non saprei rispondere	3%

46. Se nella domanda precedente ha risposto che i costi sono diminuiti, il risparmio dei costi interni di gestione dei crediti commerciali, misurato approssimativamente in termini di costo del personale, può essere fatto pari a:

	distribuzione percentuale delle risposte	
1/4 del costo di un impiegato	36,5%	
1/2 del costo di un impiegato	18,0%	
3/4 del costo di un impiegato	0,0%	
come il costo di un impiegato	0,0%	
più del costo di un impiegato	9,0%	Risparmio stimato medio : 4 risorse
un costo importante, ma che non si riesce a stimare	36,5%	

D. Il factoring dal punto di vista del debitore ceduto

47. Secondo Lei, i debitori ceduti ritengono che la cessione del credito ad una società di factoring/banca sia (distribuzione percentuale delle risposte):

un fatto normale di gestione aziendale	38%
un evento fastidioso, che fa perdere il contatto col fornitore	31%
un sintomo di difficoltà finanziarie del fornitore cedente	15%
un segno che il fornitore cedente è attento alla gestione dei propri crediti ed alla programmazione dei flussi	11%
altro	5%

48. L'impresa si è mai trovata nella condizione di "debitore ceduto" e di dover relazionarsi con il factor oltre che con il proprio fornitore originario? (distribuzione percentuale delle risposte)

mai	30%
una sola volta	9%
qualche volta, ma occasionalmente	32%
sistematicamente	29%

49. Quando la Sua impresa si è trovata nella condizione di “debitore ceduto” ha beneficiato di una ulteriore dilazione del pagamento da parte del factor? (distribuzione percentuale delle risposte)

mai	80%
una sola volta	0%
qualche volta, ma occasionalmente	7%
sistematicamente	13%
indicativamente, qual è la dilazione media ricevuta (in giorni)?	81,15

50. Il ricorso al factoring da parte dei suoi fornitori è stato dovuto (distribuzione percentuale delle risposte):

al razionamento del credito bancario	17,0%
al forte sviluppo aziendale	8,0%
ad esigenze di liquidità	50,0%
all'esigenza di recuperare insoluti	3,5%
all'esigenza di assicurare i crediti	9,0%
all'esigenza di far gestire i crediti a terzi	12,5%

51. L'impresa, una volta "ceduta" a una banca/società di factoring, ha mai avuto problemi relativi ai crediti oggetto di cessione con quest'ultima o con il fornitore? (distribuzione percentuale delle risposte)

No	65%
Sì, con il fornitore	18%
Sì, con il factor	17%

E. Il factoring nell'ottica di Basilea II**53. Secondo Lei, nell'ottica di Basilea II, la posizione della Sua impresa verso i finanziatori (distribuzione percentuale delle risposte):**

si rafforzerà	33%
si indebolirà	20%
non cambierà	47%

54. L'impresa ha assunto o ha intenzione di assumere iniziative per fronteggiare gli effetti di Basilea II? (distribuzione percentuale delle risposte)

Sì	38%
No	63%

55. Se ha risposto Si alla precedente domanda, indichi quali (distribuzione percentuale delle risposte):

arricchimento delle informazioni societarie	23%
istituzione/rafforzamento della funzione finanziaria dell'impresa	16%
maggiore ricorso a consulenti esterni	6%
richiesta di valutazione di agenzie di rating	2%
aumento del rapporto patrimonio/debiti finanziari	25%
maggiore attenzione alla selezione della clientela	17%
altro	11%

56. Secondo Lei, nell'ottica di Basilea II, l'uso dello strumento factoring può migliorare la posizione della Sua impresa verso i finanziatori? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	58%
No	42%

57. Se Si, perché?(distribuzione percentuale delle risposte)

dà impulso al capitale circolante e quindi favorisce lo sviluppo dell'impresa	22%
migliora la gestione della tesoreria (certezza dei flussi di cassa futuri)	26%
alleggerisce l'indebitamento e quindi migliora la struttura finanziaria	28%
migliora l'assetto di bilancio dell'impresa	11%
il credito commerciale sottostante riduce il rischio del finanziatore	7%
altro	6%

58. Indichi quali sono, secondo Lei, le relazioni con il sistema finanziario che nel contesto di Basilea II possono essere influenzate dall'uso del factoring e in che modo (distribuzione percentuale delle risposte):

	Aumenta	Non cambia	Diminuisce
disponibilità a concedere finanziamenti	43,0%	48,0%	9,0%
tasso di interesse e costi	14,0%	57,0%	29,0%
richiesta di garanzie	14,0%	69,0%	17,0%
tempi di istruttoria	12,5%	69,5%	18,0%
durata delle operazioni	11,5%	79,5%	9,0%
altro	n.d.	n.d.	n.d.

59. La Sua impresa percepisce una diversità nell'approccio alla valutazione per i finanziamenti bancari rispetto all'approccio alla valutazione per il rapporto di factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	48%
No	52%

60. La Sua impresa ha osservato modifiche attribuibili alle nuove regole di Basilea II nel comportamento delle società di factoring/banche (per quanto riguarda i rapporti di factoring in corso)? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	30%
No	70%

62. Se ha risposto Si alla domanda 60, indichi come la Sua impresa intende rispondere a tali cambiamenti (distribuzione percentuale delle risposte):

cambio del factor	10%
aumento dell'uso del factoring	20%
diminuzione dell'uso dello strumento factoring	5%
cessazione del rapporto di factoring	0%
nessuna reazione	60%
altro	5%

F. Il factoring nell'ottica IAS

63. L'impresa è tenuta o ha scelto di redigere il bilancio secondo i principi IAS? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	33%
No	67%

64. Quali sono per la Sua impresa le principali implicazioni della redazione del bilancio secondo i principi contabili internazionali sulla (distribuzione percentuale delle risposte):

	Aumenta	Non cambia	Diminuisce
capacità di esprimere il valore dell'impresa	69%	14%	17%
forza dell'impresa nei rapporti con i finanziatori	36%	57%	7%
complessità del trattamento contabile e fiscale	57%	43%	0%
complessità del trattamento dei crediti in bilancio	48%	52%	0%

65. La Sua impresa ha osservato modifiche a Suo parere direttamente attribuibili ai nuovi principi contabili nel comportamento delle banche e degli intermediari finanziari con cui ha in essere rapporti di finanziamento? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	24%
No	76%

66. Se ha risposto Si alla precedente domanda, indichi quali sono, secondo Lei, le relazioni con i finanziatori (comprese le banche) che vengono influenzate e in che modo (distribuzione percentuale delle risposte):

	Aumenta	Non cambia	Diminuisce
disponibilità a concedere finanziamenti	12,5%	75,0%	12,5%
tasso di interesse e costi	37,5%	62,5%	0,0%
richiesta di garanzie	0,0%	87,5%	12,5%
tempi di istruttoria	25,0%	62,5%	12,5%
durata delle operazioni	12,5%	87,5%	0,0%
altro	n.d.	n.d.	n.d.

67. Secondo Lei, alla luce del trattamento ai fini IAS, l'utilizzo del factoring, che in talune condizioni può portare all'eliminazione dal bilancio dei crediti ceduti al factor, può comportare per la Sua impresa dei benefici nei confronti dei finanziatori (comprese le banche)? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	63%
No	37%

G. Caratteristiche dell'impresa e modalità di gestione del credito commerciale

73. Distribuzione percentuale del fatturato per area geografica (media del campione):

Italia	88%
Nord	44%
Centro	35%
Sud	21%
Estero	12%

74. L'andamento del fatturato, normalmente, è (distribuzione percentuale delle risposte):

sostanzialmente stabile nei vari mesi dell'anno	63%
stagionale	37%

75. Indicativamente, qual è il rapporto tra pagamenti immediati e pagamenti dilazionati concessi dalla Sua impresa?

media del rapporto per il campione	14,5%
------------------------------------	-------

76. La Sua impresa mette in atto politiche di sconto come incentivo al pagamento immediato da parte della clientela? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	33%
No	67%

78. Ha idea di quanto costi annualmente alla Sua impresa gestire il credito con personale e supporti informatici interni? (distribuzione percentuale delle risposte)

meno dell'1% del fatturato	60,5%
dall'1 al 3% del fatturato	16,5%
dal 3 al 6% del fatturato	4,5%
più del 6% del fatturato	4,5%
non so	14,0%

79. La Sua impresa ha mai fatto ricorso ad imprese di assicurazione per garantirsi contro l'insolvenza del cliente? (distribuzione percentuale delle risposte)

Si	25%
No	75%

80. Se sì, si sono assicurati crediti vantati verso:

	Percentuale sul totale delle risposte	Percentuale assicurata (media del campione)
clientela estera	50%	67%
clientela italiana	71%	84%

81. Indicare le imprese di assicurazione utilizzate (percentuale sul totale delle risposte):

SACE	27%
Euler-Siac	32%
Coface	32%
Atradius	32%
altro	14%

83. La Sua impresa è attualmente in possesso di un giudizio di rating rilasciato da agenzie specializzate? (distribuzione percentuale delle risposte)

Sì	16%
No	84%

84. Con quante banche avete attualmente in essere rapporti di finanziamento (bancario)? (distribuzione percentuale delle risposte)

1	13%
Da 2 a 4	36%
Da 5 a 10	28%
Più di 10	23%

85. Grado di soddisfazione media dei rapporti con le banche (distribuzione percentuale delle risposte):

scarso	5,0%
sufficiente	32,5%
buono	55,0%
ottimo	7,5%

86. Come giudica il rapporto con le banche, comparativamente a quello che ha con le società di factoring? (distribuzione percentuale delle risposte)

decisamente peggiore (meglio il rapporto con le società di factoring)	1%
appena peggiore	13%
simile	68%
appena migliore	7%
decisamente migliore (meglio il rapporto con le banche)	11%