

LUCA PACINI

# COME CHIEDERE SOLDI E FARSELI DARE

CONSIGLI E TRUCCHI PER MIGLIORARE  
IL TUO RATING BANCARIO



Capponi  Editore

Esiste un modo giusto per chiedere soldi alle banche e farseli dare; non conoscerlo espone al rischio concreto di girare a vuoto e collezionare rifiuti. Il vero problema, infatti, non è da cercare nella mancanza di fondi a disposizione delle aziende o delle persone, ma nella loro capacità di saperli chiedere alle banche, alle assicurazioni e in genere a tutti gli enti pubblici o privati erogatori di risorse economiche.

È qui che entra in gioco Luca Pacini, rating advisor fra i più conosciuti in Italia, già intervistato dal programma di RAI 3 “Presa Diretta”, che da anni insegna cosa e come fare per ottenere i beni più preziosi del terzo millennio, quelli che più interessano alle banche: la credibilità e la reputazione.

Perché per chiedere soldi devi sapere come fare, non quanto ti serve.

Nasce così il “metodo Pacini”, un mix di errori da evitare, competenze e strategie da acquisire per far crescere un imprenditore velocemente e al minor costo possibile, e per trasformare ogni problema in altrettante opportunità.

**Luca Pacini** è un rating advisor, uno dei massimi esperti italiani nella consulenza del rating bancario per aziende e privati. Da oltre 15 anni si occupa anche di sofferenze bancarie e segnalazioni nelle banche dati.

Ex bancario, anni di studio e ricerca sul campo gli hanno permesso di perfezionare un metodo che gli consente di intervenire sui dati negativi presenti nelle banche dati che impediscono l'accesso al credito alle aziende e ai privati con conseguente riabilitazione.

Il suo studio di consulenza bancaria e finanziaria ha sede a Milano, in zona San Babila, ed è formato da avvocati, commercialisti e mediatori del credito.

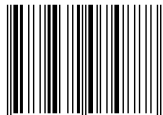
Segue con successo ogni anno migliaia di casi in tutta Italia, collabora con giornalisti d'inchiesta sui temi bancari per molte riviste di settore e su alcune reti nazionali.

*Come chiedere soldi e farseli dare* è il suo primo libro.



€ 12,90

ISBN 978 88 320 7488 8



9 788832 074888 >

**LUCA PACINI**

# **COME CHIEDERE SOLDI E FARSELI DARE**

**CONSIGLI E TRUCCHI PER MIGLIORARE  
IL TUO RATING BANCARIO**

  
Capponi  
Editore

© 2022 Luca Pacini  
© 2022 Capponi Editore srl  
Ascoli Piceno, Italia  
[www.capponieditore.it](http://www.capponieditore.it)

Consulenza editoriale: Francesca Padovese  
In copertina © illustrazione Francesco Dezio

ISBN 978 88 320 7488 8

Prima edizione settembre 2022

Tutti i diritti sono riservati.  
Qualsiasi parte di questo volume non può essere utilizzata in ogni  
modo e forma senza il preventivo consenso dell'Editore.

Stampato in Italia. Printed in Italy.

# Indice

|                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| INTRODUZIONE                                                     | 7   |
| 1. LA MIA STORIA                                                 | 13  |
| 2. IL PROBLEMA                                                   | 47  |
| Come si chiede un prestito alla banca?                           | 47  |
| I motivi principali per cui la banca non ti dà credito           | 51  |
| Rating aziendale                                                 | 54  |
| Rating della persona                                             | 62  |
| Il modo giusto                                                   | 68  |
| 3. FIDUCIA E CONDIVISIONE                                        | 71  |
| Creare fiducia intorno a te                                      | 71  |
| Il successo si misura attraverso i tuoi clienti                  | 77  |
| I 5 aspetti fondamentali nella creazione della fiducia           | 80  |
| Etica ambientale                                                 | 101 |
| L'importanza della condivisione                                  | 103 |
| 4. REPUTAZIONE BANCARIA, CENTRALI DEI RISCHI<br>E BANCHE DATI    | 107 |
| Centrali dei Rischi: a cosa servono<br>e come vengono consultate | 110 |
| Web reputation e non solo: i falsi miti<br>sulle visure bancarie | 113 |

|                                                              |            |
|--------------------------------------------------------------|------------|
| Centrali dei Rischi: conseguenze per chi non le usa          | 115        |
| Credito fai-da-te: cosa rischio                              | 117        |
| Chi consulta le Centrali dei Rischi?                         | 119        |
| Banca d'Italia e Centrale Allarme Interbancaria              | 124        |
| Sofferenza bancaria, se la conosci la eviti                  | 126        |
| Centrale dei Rischi e monitoraggio                           | 127        |
| L'importanza di avere un profilo perfetto                    | 139        |
| <b>5. RATING E CAMBIAMENTO SOCIALE</b>                       | <b>141</b> |
| Come gestire un rifiuto per rating insufficiente             | 144        |
| Il rating non si compra, il rating è una storia di valore    | 145        |
| Il tuo rating si può migliorare                              | 147        |
| Identità imprenditoriale e identità aziendale                | 148        |
| Come avere credito continuo senza rischio di revoca          | 150        |
| Come essere esclusivi e sempre un passo avanti               | 151        |
| Rating, un dato di fatto: 6.000 imprese<br>contro 199.349    | 152        |
| I nuovi schiavi: le piccole partite IVA e PMI                | 154        |
| Qual è il punto di partenza per avere soldi<br>dalle banche? | 156        |
| La verifica di uno specialista                               | 157        |
| Ma che cos'è il Recovery Fund?                               | 158        |
| <b>CONCLUSIONI</b>                                           | <b>161</b> |
| <b>RINGRAZIAMENTI</b>                                        | <b>165</b> |



## INTRODUZIONE

«Egregio signor Bianchi, le faremo sapere...»  
Ma come? In che senso? Perché?

*Le faremo sapere.*

Quante volte sei entrato in banca e uscendo ti sei sentito dire questa frase?

E quante volte hai provato quella sensazione di frustrazione mista a impotenza, generata da questa frase?

Quando fai una richiesta in banca perché hai bisogno di soldi, questa specifica risposta è la peggiore che tu possa ricevere.

Ti sembrerà, tuttavia, che il problema sia soltanto della banca, rimuginando sul fatto che non voglia concederti qualcosa che in realtà ti spetta.

Ho una bella notizia per te: *il problema è tuo.*

Ma perché è una bella notizia?

Perché questa situazione è un fulgido esempio di

una condizione in cui il problema e la soluzione risiedono esattamente nello stesso punto. Praticamente, dove c'è il problema c'è anche la soluzione. E allora dov'è questa soluzione?

Sta nel modo in cui fai la tua richiesta. Difatti, uno dei principi della comunicazione afferma che la responsabilità della comunicazione stessa è di chi comunica. Ebbene, se parti da questo punto di vista, capisci che hai già la soluzione in mano: *cambiare il tuo modo di comunicare*.

Come potrai immaginare e come spiegheremo nel dettaglio andando avanti, in questo caso la comunicazione di cui parlo non è solo quella verbale – che ha una importanza fondamentale – ma è anche quella fatta dall'insieme dei tuoi comportamenti. Dal momento in cui scendi dall'auto, a quando varchi la soglia della porta di sicurezza della banca, fino a entrare nell'ufficio preposto, sei sotto esame. Come sei vestito, il modo in cui cammini, il tuo sguardo. Tieni la testa alta o bassa? Che presenza fisica hai? Che cosa tieni in mano? Ecco, anche se qualcuno potrebbe pensare il contrario, *l'abito fa il monaco*, e senza dubbio fa entrare in convento.

Come ti poni di fronte al bancario?

Che cosa stai chiedendo?

Come lo stai chiedendo?

Stai chiedendo del denaro a chi sa di potertelo prestare. Sei in una posizione di svantaggio e quindi devi dimostrare di poter recuperare quel denaro nel più

breve tempo possibile, restituendo anche gli interessi a chi si è preso il rischio di prestartelo.

Tu non saresti scrupoloso nell'analisi iniziale, se dovessi dare del denaro a qualcuno? A maggior ragione se non conosci questa persona?

Perché saresti meritevole di ricevere quel denaro e quindi anche la fiducia di chi te lo presta? In che modo lo impiegherai? Stai costruendo o stai spendendo? Per quale motivo dovrebbero darlo proprio a te?

E se non ti dovessero dare quel denaro che hai richiesto?

Chiedere soldi non è difficile, anzi. È molto facile, ma ricordati sempre il proverbio che dice: «sbagliare è umano, perseverare è diabolico».

Quando chiediamo soldi alla banca, il problema più importante, infatti, non è ricevere un “no”, ma non capire il perché lo abbiamo ricevuto, entrando così in un'altra banca reiterando la stessa richiesta e ricevendo ancora un “no”, e poi ancora, e ancora... fino a fare il giro delle banche ed esaurire tutte le possibilità. Questo comportamento è fortemente penalizzante ai fini dell'ottenimento del credito.

Come in ogni situazione, anche in questo caso bisogna prepararsi. Bisogna saper chiedere. Bisogna saper parlare, e come in tutti i mestieri, ognuno fa il proprio.

**Il mio lavoro è quello di prepararti a chiedere e ricevere i soldi che desideri dalla tua banca. E nel libro parlo proprio di questo: come richiedere soldi e farteli dare.**

Ti spiegherò cosa devi fare quando hai un progetto che deve essere finanziato e quali sono i passi da seguire per presentarlo in maniera chiara e completa in modo che la banca accetti la tua richiesta. Ti dirò quali sono i documenti utili a sostenere la tua istanza in modo che sia valutata positivamente in base alle linee e ai parametri predefiniti dalla banca.

Ti svelerò quali siano i requisiti fondamentali richiesti dal sistema bancario, cosa sono e come funzionano le *Centrali dei Rischi* (cioè i database delle banche) che vengono consultate per dare parere positivo o negativo alla tua domanda di prestito, e come esaminarle in modo gratuito.

Ti aiuterò a comprendere in modo scientifico e semplice quali dati guardano i complessi sistemi informativi finanziari prima di concederti del denaro e come farti la banca amica, conoscendo in anticipo le sue mosse e a cosa puntano gli algoritmi utilizzati.

**Quando avrai terminato di leggere il libro, saprai che ottenere un prestito, in qualunque sua forma, non è altro che una questione matematica, il naturale risultato di un metodo che utilizza notizie e relazioni nella forma corretta.**

Ma soprattutto saprai in anticipo cosa vuole sapere la banca di te e imparerai a rispondere alle domande che ti verranno fatte e come ottenere così la luce verde alla richiesta di mutuo o finanziamento senza dover pregare nessuno o fare brutte figure, ma soltanto usando un metodo empirico e replicabile capace di portare al risultato atteso.

Capirai bene, e in maniera inequivocabile, che nel nuovo millennio avere le informazioni giuste direttamente dalle persone che fanno parte del settore bancario è certamente il modo più efficace per non perdere il tuo tempo.

Leggi questo libro con avidità, in esso non troverai nessuna formula magica, nemmeno strane proposte, ma semplicemente informazioni scritte in modo chiaro, frutto di molti anni di esperienza in questo settore.

Fra le righe e con dei passaggi comprensibili, ti spiegherò come funziona il sistema del credito oggi e come fare per ottenere i soldi di cui hai bisogno per la tua attività imprenditoriale, o per le tue esigenze private.

Vedrai che, molte volte, a penalizzarti sono più le azioni sbagliate e la mancanza di conoscenza, che le effettive limitazioni.

In sostanza avrò raggiunto il mio obiettivo se alla fine dell'ultimo capitolo chiuderai il libro e avrai chiara la sensazione di sapere con chi avrai a che fare e il modo in cui dovrai agire.

Troverai tanta della mia esperienza professionale riversata in queste pagine, però troverai anche buona parte della mia vita, che ho voluto raccontarti non per puro vanto, bensì perché credo che condividere con te quante volte sono caduto sia importante per capire come mi sono rialzato.

Buona lettura  
Luca



# 1 LA MIA STORIA

## UN FOLLE GESTO

Fin da piccolo ho sviluppato l'attitudine a essere di aiuto agli altri. Lo facevo in modo spontaneo, ribelle, a casa, a scuola, con gli amici.

Hai presente il film *Nato il quattro luglio* di Tom Cruise? Ecco, con meno capelli, ma quello ero io. Mi ponevo in difesa del bambino o della bambina strapazzati dal bulletto di turno, sia alle elementari che alle superiori, e da adulto anche per strada.

Mentre scrivo mi viene in mente una storia che mi ha visto come protagonista tanti anni fa, quando abitavo ancora in provincia di Firenze.

Quel giorno stavo facendo alcuni lavori di manutenzione a casa. Uscii alla ricerca di un utensile e mentre stavo per entrare in ferramenta vidi un ragazzo che trascinava una bella ragazza bionda verso l'auto. Lei non mi sembrava proprio d'accordo, urlava, lo offendeva, si dimenava, era chiaramente in atto una violenza.

La ragazza, che qui chiamerò Alessandra, era di origine rumena. Era venuta in Italia con la promessa di una vita agiata e di un lavoro, il trasferimento era stato organizzato dal suo ragazzo Marius.

Una volta in Italia, però, era sopraggiunta l'amara sorpresa... Venne trasferita con altre ragazze in una casa abbandonata e lasciata lì in balia di alcuni delinquenti privi di scrupoli. Trattata alla stregua di un animale, fu venduta insieme alle altre ragazze a una banda di albanesi e costretta a prostituirsi.

Dopo un periodo di vita di strada durissima, riuscì a scappare aiutata da un cliente che se ne era innamorato. Una vittoria fugace, visto che lui divenne in breve tempo il suo stalker, che la voleva tutta per sé, divorato dall'ossessione. Così Alessandra fu costretta a scappare ancora.

Chissà perché il destino, a volte, pare si diverta a intrecciare eventi e tempi.

Alessandra, infatti, finì per ritrovarsi di nuovo faccia a faccia con il suo ex Marius proprio mentre stava salendo sull'autobus che l'avrebbe riportata in Romania dalla sua famiglia.

*E qui entro in scena io!*

Che potevo fare?

*Esattamente quello che ho fatto!*

Mi avvicinai e intimai a Marius di lasciarla stare. Lui mi insultò, mi spinse, io insistetti, e lui mi aggredì. Ero fresco di due anni di kickboxing e lo menai di brutto.

Arrivarono i carabinieri, lui finì in ospedale e io in caserma.

Non è sempre comodo fare la cosa giusta, alle volte è più facile girarsi dall'altra parte e far finta di non vedere, ma va fatta! Altrimenti diventi complice di ciò che osservi; e io non potrei farlo.

Grazie alla testimonianza di Alessandra passai in poche ore da soggetto pericoloso a eroe della strada.

Lei ora è finalmente libera di vivere la sua vita. L'ho rivista dopo un po' di anni, mi ha raccontato che è stata all'estero, che vive con un nuovo compagno che le vuole bene e hanno una bambina.

Mi chiedono, alcune volte, se mi considero un uomo fortunato e io rispondo di sì, non solo per l'amore che i miei meravigliosi genitori mi hanno dato, ma anche perché mi hanno trasmesso principi e valori sani, che sono diventati la mia bussola per navigare nelle tempeste inevitabili della vita.

Questo mio modo di agire mi ha fatto sviluppare un senso di equità e giustizia che mi ha portato ad approfondire gli studi sulla materia legale bancaria.

L'ho fatto per dare il mio contributo per appianare un po' le ingiustizie e le illegalità che circondano la nostra società e che impediscono la crescita finanziaria dei cittadini e delle imprese.

## LE PRIME SCELTE

Studiare non è stata la mia prima opzione, preferivo cazzeggiare e giocare a calcio.

La scelta però è stata determinata da un altro evento di cui fu protagonista mio padre.

Avevo quattordici anni. Le scuole dell'obbligo erano finite, e io ero come mio solito intento a palleggiare in giardino, quando mio padre, apparso dal nulla, quasi a inseguire un suo pensiero, mi chiese: «Luca dimmi, che vuoi fare della tua vita?».

«Ascolta, babbo, io voglio fare i soldi come i miei amici Giannino e Sandro. Loro guadagnano ogni mese, e lo voglio fare anch'io».

«Perfetto, Luca!» e mi lasciò solo in giardino a fissare quel pallone che esauriva la spinta che gli avevo dato per scivolare lento in un angolo.

Il tempo di giocare era finito, anche per me!

La mattina dopo, alle cinque, mio padre entrò in camera e mi disse di vestirmi rapido; non era una domanda e nella sua voce non c'era possibilità di scelta.

Mi vestii quindi in fretta e senza fare colazione uscii.

L'aria era fredda, umida, e mio padre mi stava aspettando in macchina, una Alfa Romeo Giulietta grigia che curava come fosse un gioiello. Mi fece salire, e senza aggiungere una parola mi portò fino al centro del paese.

Sentivo l'inverno sulle mie spalle!

Il cielo si confondeva con l'asfalto e la gente ferma

ad aspettare l'autobus faceva da cornice a questo scenario che mi appariva surreale.

Mio padre esclamò interrogativo: «Vedi quei due ragazzi laggiù?».

Faticavo a scorgerli, ma cavolo... erano Giannino e Sandro; con i guanti e le sciarpe erano irriconoscibili. Sembravano accartocciati su loro stessi. Invecchiati.

Mi salì un brivido lungo la schiena, e lì capii che non volevo finire così.

A volte le immagini possono essere più efficaci di mille parole.

E indovina cosa feci? Mi iscrissi a ragioneria e perito commerciale.

Ho sempre preteso tanto da me, e voluto di più, e questo sentimento non mi ha mai abbandonato.

Ero sempre in prima linea, e lo sono anche adesso mentre sto scrivendo, che si trattasse di lottare per avere una scuola più efficiente o di difendere qualcuno che si trovasse in difficoltà, io non mi sono mai tirato indietro.

## GLI INIZI E LE LOTTE

Compresi subito che ero portato per le lotte. Io partivo per vincere e mai solo per partecipare, nemmeno agli eventi organizzati per beneficenza. Come quella volta che mio padre mi portò a una corsa campestre del dopolavoro delle Poste Italiane, lui era un

funzionario pubblico, io avevo quindici anni, e quella assomigliava a una gita *alla Fantozzi*.

Mi disse: «Vieni, stiamo insieme, corri, così ti diverti, ma non pensare di vincere, c'è un ragazzo molto bravo, figlio del direttore di un'altra filiale, la corsa l'ha organizzata lui». Non l'avesse mai detto! Andai lì con un pensiero solo, *vincere*!

Capii subito che il mio “rivale” era bravo, e tutta la sua famiglia era là a tifare per lui, mentre mio padre era a chiacchierare con gli amici. Seppure inconsapevolmente, mi aveva proiettato in una sfida. O forse ero io che la cercavo.

Non so cosa mi avesse spinto ad agire con uno spirito così competitivo, forse non volevo essere un attore con una parte già assegnata o forse volevo vincere la gara per rendere mio padre orgoglioso di fronte a tutti.

Il mio antagonista si chiamava Marco, aveva sedici anni, tecnica e classe, correva con guanti e sciarpa, mentre io sembravo venuto giù dalla branda e anche se ben messo fisicamente, grazie ad anni di nuoto e di calcio, non ero certo un podista.

Non volevo perdere e con una buona dose di orgoglio cominciai a correre come un matto, senza strategia, se non quella di chi non ha scelta: correvo, lo distanziavo e poi rallentavo, lui mi raggiungeva, io nel frattempo avevo preso fiato e ricominciavo a correre con tutte le mie forze.

Vinsi per soli venti metri. All'arrivo caddi a terra

sfinito, con dei dolori in qualunque parte del corpo e un gran torcicollo.

Mi resi conto che non avevo corso contro Marco, ma contro me stesso, stavo esplorando i miei limiti, e volevo capire quale sarebbe stato il momento in cui avrei detto basta.

Oggi lo rifarei, ma solo usando un metodo per vincere. Con l'età e la formazione professionale ho capito che sapere come fare le cose è l'unico modo per spendere poche energie e ottenere un risultato. E siccome oggi lavoro per far vincere i miei clienti, il metodo più veloce ed efficace è un obbligo e non un'opzione.

Aveva vinto la parte di me che non molla mai, quella che vuole raggiungere gli obiettivi, che non accetta un "no" come riposta e volevo essere riconosciuto per questo.

Ma soprattutto... quella volta volevo che mio padre mi abbracciasse e mi dicesse che ero stato bravo.

Non andò così, mi rimproverò e mi disse che gli avevo fatto fare una brutta figura. Marco aveva invitato la sua famiglia al completo perché era sicuro di vincere e io avevo rovinato tutto, lui era arrivato secondo, e questo era stato interpretato come non saper stare al proprio posto e riconoscere i ruoli.

Dopo le scuole superiori mi iscrissi alla facoltà di Giurisprudenza, poi passai a Scienze politiche, laureandomi, e infine mi iscrissi a un dottorato in Scienze assicurative e bancarie, in Svizzera, sponsorizzato dal babbo.

**Quando è in gioco qualcosa di importante, come l'acquisto di una casa o la crescita della tua azienda, non accetti un "no" come risposta e lì ti affidi alle tue risorse. E se non le hai, le trovi dentro o fuori di te, oppure ti affidi a chi è più adatto a consigliarti.**

Provengo da un ambiente dove i soldi non sono mai stati un problema, i miei nonni erano imprenditori di successo e quello che mi hanno trasmesso è che con le conoscenze giuste e le informazioni corrette si può costruire un impero economico.

Quindi studiavo la mattina e facevo pratica nel pomeriggio, lavorando come agente nel settore assicurativo. In particolare, stavo facendo esperienza nel settore degli investimenti. E proprio da qui, incominciai a farmi alcune domande chiave: come farsi dare i soldi? E da chi farseli dare, se non dalle banche? Ma soprattutto mi domandavo: *come glieli chiedo per essere certo di ottenerli?*

## **I PRIMI SOLDI**

Sono entrato nel mondo del lavoro all'età di diciotto anni, eravamo nel pieno degli anni '80 e il momento era davvero florido e pieno di opportunità. I miei genitori avevano aperto un'agenzia di assicurazioni e vollero che entrassi con loro nella società di famiglia. Ricordo che fui molto felice di questa proposta

e accettai volentieri anche se di società ne avevo già aperta una a mio nome, ma questo loro non lo seppero per un po' di tempo.

Mi piaceva quel mondo, mi risultava semplice impararne le leggi, comprenderne i meccanismi e le dinamiche relazionali. Già al tempo avevo capito che tutto passa sempre e solo attraverso la conoscenza, lo studio e gli approfondimenti. A certi livelli non ci si può improvvisare, allora come oggi.

Sono stato il più giovane agente di assicurazioni in Toscana iscritto all'Albo nazionale Agenti di Assicurazione per esame di stato.

Che cosa può volere di più un ventenne con parecchi soldi in tasca, una bella auto e la via del successo spianata?

Di giorno studiavo, il pomeriggio lavoravo e la sera spendevo. In quel periodo ero un genio dello sperpero, anzi, ero riuscito anche a sperimentare i primi fidi bancari grazie a Banca Toscana, che a quei tempi *i soldi li dava* (divenne poi Monte dei Paschi di Siena – ti dice qualcosa? – e successivamente andò in crisi – immagina il perché).

Mi venne in mente che avrei potuto fondarla io una banca. Il progetto era fattibile, almeno sulla carta. A quei tempi fondare una Banca di Credito Cooperativo era molto semplice: bastavano pochi soldi, un gruppo di imprenditori e un buon CdA. Furono proprio quelli gli anni in cui nacquero moltissime BCC locali che ancora oggi esistono.

Peccato che tutti mi dicessero che ero troppo ambizioso... Cavolo, ma io ero bravo, davvero bravo, lo avevo dimostrato in numerose occasioni con numeri alla mano, allora perché nessuno mi credeva?

Poi ho afferrato perché non potevo fondare una banca: perché non ero sponsorizzato da qualcuno, non ero in politica, non ero massone, e non ero nel giro giusto.

## SCELTE IMPORTANTI

A venticinque anni divenni massone, mi avvicinai alla politica e alla Chiesa, nel frattempo l'idea di creare una banca svanì, tuttavia restai in quel mondo perché i soldi, *i veri soldi*, stavano in banca e potervi accedere era l'unica prassi per iniziare un qualsiasi progetto e far crescere qualunque impresa.

In banca non era facile entrare, ma io, sempre pronto a raccogliere qualunque sfida, non mi tirai indietro. E così, mentre mi presentavano alla Banca di Credito Cooperativo, mi venne in mente un'idea che cambiò il corso della mia esistenza. Perché lavorare in una sola banca, anche se con un ottimo stipendio, quando potevo lavorare per tutte le banche, diventando Agente in Attività Finanziaria iscritto alla Banca d'Italia? Pensato e fatto! Matricola A91484.

Il successo era sempre più inebriante. Lavorando con più banche imparai che una sola non poteva essere la soluzione a tutto, diversificare e conoscere i prodotti

di più istituti o finanziarie era il modo migliore per ottenere il credito, e per farlo nel modo più veloce. Iniziai a lavorare a tempo pieno per Unicredit e Santander, inizialmente per la concessione dei prestiti, dei mutui e la cessione del quinto, poi con mansioni sempre diverse e sempre più impegnative: in breve tempo feci una bellissima carriera.

Avevo raggiunto quello che volevo ma, una volta in cima, mi voltai indietro e capii che non mi bastava, volevo altro. Più conoscevo il sistema bancario dal suo interno più mi rendevo conto di quante persone non riuscivano a ottenere il credito richiesto necessario a finanziare i propri sogni o far crescere la propria azienda, non perché ci fossero degli impedimenti oggettivi alla concessione, ma perché non sapevano come chiedere i soldi.

Alla fine non resistetti più e sotto lo sguardo incredulo di tutti i miei colleghi decisi di lasciare quel lavoro. Volevo posizionarmi nel lato giusto del mondo e mettermi al servizio di chi i soldi li doveva chiedere, perché ero stanco di dovermi commisurare solo con le difficoltà che avrebbero dovuto fronteggiare, e con i “no” che avrebbero dovuto dire ai loro figli... o con l’umiliazione di non riuscire nell’intento di portare avanti la propria azienda.

Quella della banca fu un’esperienza bellissima perché mi insegnò tutto sul mondo del credito, soprattutto quali fossero i principali errori commessi dai richiedenti credito che impedivano la già citata concessione.

## GLI ANNI DEL SUCCESSO

Gli anni tra il 1994 e il 2000 sono stati anni meravigliosi, impegnativi, ma pieni di soddisfazioni e di entusiasmo poiché finalmente guadagnavo aiutando le persone a ottenere i soldi dalle banche.

Ovviamente capitava che non riuscissi a far ottenere il credito richiesto a qualcuno, e in quel caso mi chiedevo dove fosse il problema. Ristudiavo il dossier dei documenti, e ripassavo le leggi per capire se la mia interpretazione fosse stata corretta.

Insomma, cercavo da quella mancata concessione di trarre più insegnamenti possibili da poter mettere al servizio dei miei futuri clienti.

Tra il 2000 e il 2005 guadagnai parecchi soldi. Avevo conoscenze importanti, la preparazione professionale adeguata e mi trovavo a frequentare gli ambienti giusti.

Qualcuno la chiama *fortuna* e io credo che sia un ingrediente fondamentale nella vita di ciascuno di noi, però allo stesso tempo credo che la fortuna aiuti gli audaci, quelli che vanno avanti nonostante il rischio di perdersi o di cadere.

La mia audacia era spesso accompagnata da una lucidità straordinaria, un intuito che mi aiutava nelle scelte importanti indirizzandomi sulla strada umanamente e imprenditorialmente più giusta per me.

Avevo un talento naturale per costituire società, affinato da anni di pratica e mentori eccellenti, mi piaceva creare ricchezza, ma ero ancora troppo giovane

per pensare a risparmiare o alla differenza tra il circondarsi di persone giuste di cui fidarsi e persone giuste per raggiungere uno scopo.

Ed è proprio da questa mia inesperienza nel *capire di che tipo di persone circondarsi* che è nato il mio fallimento.

Te lo dico così, senza mezzi termini, perché è così che mi è successo. Inesperienza e forse un eccesso di fiducia dettato dalla mia indole sono stati i reagenti per innescare la “bomba”. La fiducia per me è un valore importantissimo e io l’avevo riposta incondizionatamente nel mio socio in affari. Con lui gestivo, a latere del mio lavoro principale che era quello di consulente, un’attività commerciale che si occupava di cancelleria e giocattoli all’ingrosso nella provincia di Firenze. Il mio socio era un giovane e brillante venditore con cui fondai la *Pacini Distribuzione s.a.s.*

Sapevo che la s.a.s. è una delle società più pericolose che esistono in termini di protezione del patrimonio personale, perché se fallisci i creditori possono rifarsi sia sul patrimonio dell’azienda che su quello personale del socio accomandatario, ma ciononostante, ragionando in termini di fiducia, decisi consapevolmente di espormi, sarebbe stato per breve tempo, e poi avremmo trasformato la società.

In poco tempo diventammo un punto di riferimento in tutto il centro Italia. Fatturato milionario, due Mercedes, Rolex, una barca di sedici metri in leasing, weekend a Mergellina (dove stava la barca), un mutuo per il mio attico in città e belle donne al mio

fianco. E tutto con i fidi delle banche e delle assicurazioni dei fornitori. Ero lanciato!

## IL FALLIMENTO

Mi notificarono il fallimento della *Pacini Distribuzione s.a.s.* con una mail certificata. Mi trovavo nel mio attico a guardare quel panorama mozzafiato che amavo tanto contemplare, avevo aperto la posta come ogni mattina mentre sorseggiavo un caffè.

Quando lessi la notifica non ci volevo credere, cominciai a sudare freddo, goccioline gelate si mescolarono a quel caffè che aveva ormai il gusto amaro della sconfitta e della delusione, e nell'arco di un battito di ciglia cambiai la prospettiva intera della mia vita.

Avevo perso tutto! Compresi quei punti di riferimento che fino a quel momento mi avevano definito, come uomo, come consulente, come imprenditore.

Il mio socio aveva truffato tutti vendendo la merce ad amici compiacenti che non avevano pagato nulla. Ero stato derubato ed ero in bancarotta.

Hai presente Madoff? Secondo me, lui era suo figlio. Con Photoshop era un mago, realizzava degli estratti conto perfetti e quando mi proponevo di aiutarlo, la frase magica era: «Che fai, non ti fidi? Mi manchi di rispetto così?». Quando ripenso a questa storia, penso che avrei dovuto offenderlo!

Col senno di poi, imparerai una lezione tanto dura quanto importante: il valore della delega e del

controllo. Quando ti affidi a qualcuno devi necessariamente controllare il lavoro svolto, non per mancanza di fiducia, ma per verificare periodicamente che si stia andando verso gli obiettivi prefissati. Questo vale sia per l'impresa che si affida a un professionista per lo sviluppo del proprio business, sia quando ci si affida a collaboratori interni.

Quindi addio all'attico comprato in collina, alle due Mercedes, alla barca di sedici metri e ai soldi sui conti personali. Mi sono sentito stupido, avrei voluto tornare indietro, ero arrabbiato con il mondo che trovavo ingiusto ma soprattutto ero arrabbiato con me stesso per essere stato così ingenuo. La cosa che mi bruciava di più era aver "compromesso" la mia reputazione. Avevo messo impegno e dedizione per costruire la mia reputazione e dalla mattina alla sera avevo perso tutto. Tutti mi dimostrarono comprensione, ma essendo abituato a quel mondo... sapevo che cosa pensavano e cosa mi sarebbe accaduto, era inevitabile. Il fallimento non ti porta via solo l'azienda e i beni materiali, ti porta via l'identità, la fiducia in te stesso, i sogni, le aspettative che avevi per la tua vita e per quella dei tuoi cari. È come se a un certo punto non trovassi più le coordinate. Sai di esistere, sai di vivere nel mondo, un mondo che tu hai toccato intensamente, però in quei momenti lì non capisci più chi sei né qual è la tua posizione in quello stesso mondo che pensavi di dominare.

Rimani immobile.

Ci sono persone che in questa condizione mentale ci rimangono per lungo tempo e impiegano una vita intera per scontare una pena inesistente, un dolore che si infliggono da soli.

Nella vita si cade, si sbaglia, si sorride, si piange, si fallisce, si impara, si è traditi e, a volte, si tradisce, ci si contraddice, tutto questo è la vita e tutto fa parte o dovrebbe far parte di un percorso di crescita.

Nel mentre, comunque, la ragazza che frequentavo e che viveva con me nell'attico mi lasciò. Molti amici che mi telefonavano due giorni su tre smisero di chiamarmi, e in linea di massima divenni uno da cui stare lontano, uno che non paga i fornitori e fa strani giochetti con le banche: ero un fallito, per la società.

## LA DISCESA ALL'INFERNO

Sei un fallito e quindi un bancarottiere.

Mi indagarono per quella società e per quelle dove ero socio, giacché le quote non erano più mie, ma del fallimento. Il mio (ex) socio nel frattempo era sparito. In fondo si chiamano “soci occulti” per un motivo.

In Italia esiste questo assioma: *se fallisci come imprenditore, fallisci in tutto*. Ecco dunque che alla Banca d'Italia, venuti a conoscenza di questo episodio, decisero che avevo perso anche i requisiti morali, quindi addio iscrizione all'Albo speciale Banca d'Italia, insieme al saluto caloroso delle realtà per cui lavoravo.

**Ho sperimentato così quello che provano oltre 60.000 imprenditori ogni anno: un fallimento, la perdita della stima delle banche, dei fornitori, dei familiari e la certezza di essere sceso ad abitare all'inferno.**

Dopo qualche anno sono stato assolto, altre indagini sono finite in prescrizione perché alla fine a nessuno interessava più di tanto, bastava renderti la vita un inferno, con buona pace degli avvocati che non sono mai senza lavoro.

Non ho mollato, perché pensavo ogni istante che sarei tornato esattamente dov'ero, sulla strada che portava ai miei sogni.

Dovevo crederci e circondarmi di persone capaci, stavolta valutandole bene.

Cosa mi era rimasto di questa vicenda? Molto!

Cercando di vedere l'opportunità dentro una clamorosa sconfitta, avevo un bagaglio esperienziale di notevole valore: *come non si fanno le cose* e la *consapevolezza* che avevo ancora un bene prezioso, anzi più di uno, *la salute*, il *carattere* determinato di chi non si arrende mai e la *testa piena di idee e progetti*.

La cosa più importante che avevo imparato era proprio la capacità di chiedere soldi e come farseli dare.

Avendo lavorato per le banche ed essendo stato imprenditore, con affidamenti per milioni di euro, conoscevo il sistema.

Non c'era nessuna differenza per me tra avere soldi dalle banche o dai fornitori.

Conoscevo le regole del gioco, e avevo toccato con mano cosa significasse trovarsi in entrambe le posizioni.

E oggi non è molto diverso.

## UN INCONTRO IMPORTANTE

L'incontro con il Prof. D. diede infine alla mia vita una svolta decisiva.

Consulente della Banca d'Italia, siciliano d'origine, uomo politico e genio del credito oltre che del contenzioso, in breve tempo diventò il mio mentore.

E mi insegnò praticamente l'impossibile.

Avevo a disposizione una squadra di colleghi al suo livello da cui apprendere ogni aspetto legato a ogni singolo caso.

Pagavo io per tutto, il ristorante, le colazioni, gli hotel. Stavo investendo in formazione. Mi sono sempre chiesto perché non mi dicesse *grazie*. Dopo qualche anno ebbi la risposta.

Nell'ottobre 2007 avevo lasciato il suo studio, tuttavia il Prof. D. aveva continuato a seguire i miei progressi, e in una telefonata di saluto mi confidò che aveva sempre saputo che un giorno mi avrebbe perso, perché un bravo maestro prepara solo bravi allievi e in quegli anni il suo comportamento aveva avuto lo scopo di misurare la mia tenacia.

Ero stato al suo fianco per mesi e mesi, fu un duro lavoro, ma comunque al top della mia forma fisica e mentale, spalla destra di colui che era il numero uno della consulenza aziendale privata in Italia. Il peggio era un lontano ricordo.

Iniziai a mettere a frutto la mia nuova esperienza!

Sapevo come far crescere un'azienda e come tenerla monitorata per evitare eventuali criticità e intervenire in modo tempestivo.

In parole semplici, come evitare un fallimento o una liquidazione tenendo il focus sulla produttività e sulla capacità di espansione.

### MI SENTO PRONTO!

Nel 2007 fondai la *Broker Associati & partners*.

Eravamo nel pieno della crisi dei *subprime*, era la mia opportunità.

Le banche non stavano dando soldi, i protestati erano all'ordine del giorno, ma soprattutto non c'era chiarezza né da parte delle banche, né da parte del mercato.

All'inizio ero l'unico broker, e non c'erano neanche i partner; sapevo, però, che sarebbero arrivati presto...

Avevo un sogno che divenne progetto e infine direzione e obiettivo: creare una realtà che fosse di supporto a imprenditori e privati che non sapevano o non avevano tempo di dialogare con le banche... fino ad ora monopolio esclusivo di grandissime aziende che

potevano permettersi di pagare un consulente interno fisso.

Alla luce della nuova realtà che stavo costruendo, mi domandai cosa mi avesse fatto veramente fallire. Ho analizzato la situazione come un consulente analizzerebbe quella di un suo cliente, e ho notato che benché fossi bravo con le banche e con il business, non mi ero affidato a un avvocato esperto e avevo risparmiato sul commercialista, cercandone uno economico. Il classico commercialista che si limitava a tenere la contabilità e che non mi aveva detto che nella mia specifica situazione imprenditoriale la s.a.s. era troppo rischiosa, una bara dentro casa.

Inoltre, non avevo investito sulla crescita personale, pensavo soltanto ai soldi e insieme alla voglia di aiutare tutto e tutti, divenne un gran casino.

Non c'era chiarezza sulla direzione esatta da prendere: va bene guadagnare, ma per fare cosa esattamente?

Se vuoi arrivare lontano devi crescere dentro e fuori, e in questo ordine preciso.

Quindi il mio mentore mi presentò allo studio legale dell'avv. S., in provincia di Firenze, che aveva la fama di vincente nel campo penale e societario.

Divenni il suo procuratore legale, imparai e assorbii come una spugna tutto quello che può apprendere solo chi vive in uno studio legale. E intanto continuavo a sviluppare il mio sogno.

La *Broker Associati & partners* adesso aveva un partner, il suo primo avvocato, ma mancavano ancora gli associati; la strada era lunga, ma finalmente vedevo la luce.

C'era sempre il fallimento da superare e il fatto che le banche non mi avrebbero di certo dato credito facilmente.

Come potrete immaginare, per loro ero il nemico pubblico numero uno.

La mia posizione nella Centrale dei Rischi della Banca d'Italia era una sfilza di segni e valutazioni negative. Non avrei di sicuro avuto i capitali da investire con l'aiuto delle banche. Per incassare le mie prime fatture doveti aprire un conto in Germania, visto che in Italia non mi era possibile, e questa difficoltà mi aprì la visione di un altro mondo, quello delle società e delle banche estere.

Un disegno preciso stava prendendo forma e ogni momento vissuto, che fosse stato di difficoltà o di formazione, rientrava dentro quel disegno che sentivo essere la mia strada nella direzione dei miei obiettivi.

Sentivo la voce di mia madre ripetere: «Di necessità virtù» ed era ciò che mi stavo impegnando a fare: cercare di trasformare un brutto momento in un'occasione di crescita per migliorarmi e acquisire consapevolezza dei miei errori al fine di poter essere utile agli altri.

Dopo cinque anni il fallimento si chiuse, i beni vennero venduti e le merci coprirono i debiti. Rimaneva

una sola banca che non mi mollava, la *Monte dei Paschi*. Li voleva tutti quegli ultimi 74.000 euro che non avevano recuperato dalla vendita all'asta dell'attico. Dopo poco ebbi la mia occasione e con quello che avevo imparato feci la mia mossa, li inchiodai su cavilli burocratici e documenti mancanti, e chiusi a 4.500 euro.

## FINALMENTE LIBERO!

Ora potevo affermarmi come consulente autorevole e preparato sulla materia, ma come distinguersi in un mercato pieno di professionisti rampanti?

Mi misi nei panni di un imprenditore che ha bisogno di soldi ma non si fida di nessuno. Era capitato anche a me, sapevo come ci si sentiva in quella circostanza, quando vuoi capire ma non sai se dall'altra parte c'è qualcuno che ti giudica o ti vuole aiutare.

Pensai che se ci avessi messo la faccia sarei stato più credibile, si sarebbero fidati e dopo averci parlato, magari avrebbero capito che potevo aiutarli.

Partii proprio da questo.

Mi concentrai sulla costruzione del sito, e nacque così *www.brokerassociati.it*.

Ero a conoscenza del fatto che nel mio settore la concorrenza era tanta e se volevo distinguermi dovevo partire dalla mia storia personale usandola come un esempio che fosse d'ispirazione per gli altri, però allo stesso tempo dovevo essere in grado di arrivare a

quante più persone possibili e per questo era necessario che io imparassi le strategie fondamentali della comunicazione.

Non volevo che il mio messaggio fosse filtrato da altri, volevo essere io a darlo e a raccontarlo, e volevo metterci la faccia. Mi buttai a capofitto nello studio del marketing e della comunicazione e in breve tempo realizzai il mio primo video. Creai inoltre un blog dove scrivevo ciò che sapevo su come ottenere soldi dalle banche.

Capii subito che i video avevano più presa sulle persone e così mi concentrai di più su quelli. Inizialmente facevo tutto in casa con un'attrezzatura improvvisata, mentre oggi i miei video sono realizzati con l'ausilio di un team di persone, tuttavia i concetti hanno la stessa forza dei primi. Trovi tutt'ora su YouTube i miei video e potrai constatare di persona quello che ti sto dicendo.

Le persone sentivano che ero sincero, si identificavano con le mie difficoltà e con la mia grinta. Molti di quelli che erano miei clienti divennero miei followers e generarono un passaparola virtuoso che mi fece conoscere da moltissime persone.

Una cosa mi era chiara: non bastava solo che io sapessi come fare soldi o farmeli dare, dovevo pure preparare le pratiche, lavorare sodo e aiutare i clienti.

Loro mi pagavano per questo e io volevo portarli a raggiungere certi obiettivi.

## NUOVI ORIZZONTI

Volevo crescere! E frequentare un'accademia di leadership e crescita personale alla fine del 2015 cambiò il mio focus, rinnovò i miei valori e aprì nuovi orizzonti.

A quel corso capii sulla mia pelle quello che secoli fa affermava Seneca: «Non esiste vento favorevole per il marinaio che non sa dove andare».

Dovevo abbandonare l'idea di fare tutto e posizionarmi bene su uno specifico segmento di mercato e lì diventare un punto di riferimento autorevole e importante. I postumi della crisi economica del 2008 non erano ancora passati e valutando le tante variabili in gioco, pensai di partire proprio da là e cioè da quello sconvolgimento economico mondiale che aveva lasciato tantissimi privati e imprenditori in difficoltà economica.

Quella crisi era a mio avviso – e i fatti oggi me ne danno ragione – il cambio di rotta verso un mondo che sarebbe stato più incerto e mutevole. Questa incertezza avrebbe fatto sì che sempre più persone da lì in avanti avrebbero avuto maggiore necessità di accesso al credito e questo doveva essere il mio posizionamento: facilitare questo accesso, accompagnare, mediare, aiutare, formare, condividere, supportare, consigliare i miei clienti su come comportarsi con le banche e non solo.

A quel corso conobbi colei che poi sarebbe diventata la mia più valida collega, Mirella, che oggi ricopre la carica di amministratore delegato del gruppo.

**Credo fortemente nella suddetta frase di Steve Jobs:  
«A volte un percorso difficile o un fallimento sono  
la strada per portarti da un'altra parte, ancora più  
grande della precedente».**

## **LA MIA FAMIGLIA**

Si dice spesso che dietro a un grande uomo ci sia una grande donna.

Ora io non vorrei lodarmi da solo, ma sicuramente posso lodare mia moglie Alesia. L'ho conosciuta che ero ancora impelagato nel fallimento, lei era venuta a Firenze per studiare, e quando la vidi per la prima volta mi sembrò inarrivabile.

Ma poi, con un po' di parlantina e tanta gentilezza, la conquistai.

Fra di noi si forgiò un'affinità di anime che ancora oggi ci unisce e ci fa superare i giorni difficili che inevitabilmente siamo chiamati ad affrontare.

Dopo il matrimonio sono nati Luigi e Matteo, due gemelli, che sono la nostra più grande gioia.

Alesia afferma continuamente che la vita non è trovare il modo di sopravvivere alle tempeste, ma imparare a danzare sotto la pioggia.

## IL MIO METODO DI LAVORO

Ormai non sono più solo e mi sento responsabile della mia squadra, dei miei associati, dei miei broker, dei partner e dei tanti clienti che cercano il mio prodotto: ovvero quella consulenza bancaria che la banca stessa gli negava.

**Il “metodo Pacini” è un mix di errori, competenze e strategie per far crescere un imprenditore al minor costo possibile, più velocemente e trasformando ogni ostacolo in opportunità.**

**E soprattutto fornisce un vocabolario nuovo dove:**

**fallimento = esperienza,**

**problema = soluzione,**

**dubbio = cercare aiuto,**

**debolezza = lavoro di squadra,**

**ostacolo = opportunità.**

Nel corso degli anni mi sono specializzato in finanza aziendale e rating bancario, i presupposti sostanziali per cui una banca o il mercato concedono credito e valore.

Non solo, ho approfondito fino all'ossessione e al rischio di una separazione giudiziale i motivi per cui una banca non concede un prestito e le condizioni per il ripristino del merito creditizio.

**Ho deciso quindi di mettere a frutto tutti gli errori, consapevole del fatto che senza un metodo con cui prepararsi e pianificare la vita lavorativa ve ne sarebbero stati ancora.**

## **RATING BANCARIO, QUESTO SCONOSCIUTO**

Sembra strano, però non esiste un corso o un libro sul rating bancario, a parte questo che stai leggendo.

Perché a questo gioco le carte sono truccate, eppure nessuno ti svela il trucco.

**Il rating bancario è un punteggio calcolato sulla base di alcune tabelle di valutazione in possesso del valutatore basato sulla disponibilità economica di un'impresa o di un privato che richiedono un prestito.**

Questo punteggio viene conferito dalla banca o dall'istituto di credito e quantifica, secondo le tabelle in loro possesso, quanto può risultare rischioso concedere a quell'impresa o a quel privato un prestito o un finanziamento.

Per me, frequentare direttori di banca, parlare con funzionari della Banca d'Italia o funzionari di banca in pensione (ma con esperienza da vendere) è più importante che respirare. Ed è quello che faccio in una giornata tipo nella city milanese, dove vivo e lavoro, zona San Babila.

Leggere il Testo Unico Bancario non basta.

*Bisogna leggere le sentenze tra le righe*, non solo quelle che tutti sbandierano vincenti, ma anche quelle in cui qualcuno ha perso... e capire il perché.

È così che riesco in trenta minuti a trovare la soluzione migliore e più conveniente. Non mi pagano per quei trenta minuti, ma per i dieci anni di errori, successi ed esperienza, perché o ti fai il culo dalla mattina alla sera o paghi qualcuno che se lo fa per te; è come avere la combinazione della cassaforte in cui ci sono i soldi e la fiducia del mercato: va usata con molta attenzione.

Questo specializzarmi sul rating bancario mi ha permesso di essere scelto nel marzo 2020, in piena pandemia, dal programma di RAI 3 *Presa Diretta* come opinion leader ed esperto nazionale di contenzioso e rating bancario (troverai facilmente sul web la puntata, andata in onda a ottobre 2020 e in replica a settembre 2021).

Sono arrivate poi altre interviste TV e radio, e mentre scrivo il libro sono in contatto con diverse emittenti televisive che vogliono diffondere l'educazione bancaria tra imprenditori e consumatori, per aiutarli ad avere in modo più facile un prestito o raggiungere i loro fabbisogni finanziari.

Ho ritenuto che dovessi dare un contributo in uno dei periodi più difficili del nostro paese. Ognuno di noi

è chiamato alle armi, le mie armi sono la passione, la conoscenza e il dovere di condivisione.

## UNA SFIDA DIFFICILE

A ottobre 2020, proprio dopo l'intervista, sopraggiunse un'altra sfida.

Risultai positivo al Covid-19. Mia moglie lo superò brillantemente, i miei figli piccoli anche, mentre io, stressato e affaticato dagli impegni, crollai.

Alle due di notte, dopo tre giorni di quarantena, mi alzai per andare in bagno, e di colpo fui trafitto da un collasso respiratorio.

Svenni... e risvegliandomi vidi mia moglie con il telefono in mano che parlava con il 118 e mio figlio Matteo che mi guardava immobile sul pavimento senza capire.

Per fortuna l'ambulanza arrivò a sirene spiegate.

Questa volta non fui io a salvare un cliente, ma gli angeli del 118 e del Policlinico di Milano a salvare me.

Finisco in terapia intensiva.

Casco giallo come Valentino Rossi.

La paura che forse questa corsa potrei non vincerla, anzi ho tirato troppo la corda e ora si sta spezzando.

Un pensiero fisso però mi tormenta: non posso mollare.

Prego e risparmio energie, cerco di non cadere in ansia. So bene quanto conti il morale.

Lentamente ne esco e dopo venti giorni sono a casa.

## LA SFIDA È VINTA, ANCORA UNA VOLTA

Altra lezione: non sottovalutare mai i rischi, pensa ai tuoi valori.

Devo molto alla mia famiglia, ogni cosa, a partire da mia moglie, fino a mia madre, che purtroppo ci ha lasciati nel 1995, e non nascondo che parecchi errori li ho fatti proprio dopo la sua morte, poiché senza una guida è facile smarrirsi, eppure è stata una luce costante, presente, unica, che mi ha perennemente guidato, anche adesso, più che mai.

Alesia è, insieme a mia madre, la spinta più forte che potessi trovare per andare avanti anche nei momenti difficili.

Ho un fratello, Leonardo, di dieci anni più giovane di me che ha ricalcato le orme di mio padre; oggi quarantenne, è un brillante imprenditore assicurativo e immobiliare della provincia fiorentina.

Luigi Pacini, mio padre, classe 1938, di cui uno dei miei figli porta il nome, ex allenatore di calcio professionista, che ci ha lasciati nel 2019, è la persona che mi ha trasmesso forza e tenacia, *il non mollare mai*.

Quando mi allenava, era solito dirmi: «Vedi Luca, le partite durano 90 minuti, a volte anche 91 o 92 minuti, e devi crederci fino in fondo».

*Quanto avevi ragione, papà.*

Ecco, nella vita, negli affari, in amore, è lo stesso.

Devi crederci e pianificare la riuscita.

## I NOSTRI NUMERI

Oggi la *Broker Associati & partners* è una realtà posizionata in Italia sul mercato del credito e del rating bancario, composta da tre avvocati specialisti in diritto societario e bancario, due commercialisti e revisori dei conti, un consulente del lavoro e tre collaboratori interni qualificati.

Il nostro team è altamente specializzato, nessuno sa un po' di tutto, ma ognuno sa tutto quello che lo riguarda e lo sa molto bene per poter essere in grado di dare risposte efficaci e risolutive ai nostri clienti.

In ufficio abbiamo anche tante validissime colleghe, in primis Karen, specializzata in indagini bancarie e mediatore del credito iscritto O.A.M. Banca d'Italia, e poi Mirella, che oltre a essere amministratore delegato del gruppo, è finanche responsabile dell'ufficio legale e trattative complesse con banche e creditori.

Con la nostra società copriamo le esigenze dei clienti provenienti da ogni parte d'Italia e per farlo ci avvaliamo delle collaborazioni di molteplici consulenti esterni formati al mio metodo e con grande professionalità.

## UN RATING ADVISOR A MILANO

Io oggi sono un rating advisor, un consulente bancario, che ha aiutato negli ultimi cinque anni 12.000 persone fra imprenditori e privati, con 50.000 consulenze telefoniche annuali, su Zoom e di persona.

Sono stato fra i primi a lasciare il mondo bancario e a iniziare una libera professione convogliando quello che ho imparato nei vari settori e dai professionisti eccellenti che ho avuto l'onore di incontrare.

Il Covid-19 ha accelerato quello che era un cambiamento irreversibile del mondo del lavoro e del credito.

La gente parla su Zoom, gli affari si fanno online, i soldi si ottengono e si perdono online. Ma tutto questo solo se sai come fare.

Dal 2020 ci siamo ritrovati in quella che ritengo la più grande sfida professionale e imprenditoriale dal dopoguerra italiano a oggi.

Per questo voglio fare la mia parte.

Voglio essere ricordato per il contributo che ho dato.

Voglio che le persone vedano che ho fatto qualcosa di tangibile per il mio paese.

Sapendo come si muove il mondo finanziario, posso immaginare cosa ci aspetti nei prossimi dieci anni: cambierà il modo di richiedere e ottenere soldi, cambieranno i canali per conoscere e rafforzare la propria reputazione bancaria e cambierà anche il modo di vendere.

L'obiettivo primario di questo libro è quello di diffondere la cultura bancaria a più persone possibili, siano esse imprenditori o privati, con i mezzi messi a disposizione dalla tecnologia.

Voglio condividere con voi la mia esperienza perché ritengo che l'educazione bancaria e la conoscenza del rating siano le basi necessarie che un individuo debba avere nel nuovo millennio.

Perciò reggiti forte e preparati a entrare nel mio settore, nel mondo complesso, cavilloso e avvincente del rating bancario.

GUARDA IL VIDEO



<https://www.ilmiorating.it/video1>

**COME SI CHIEDE UN PRESTITO ALLA BANCA?**

Da un po' di tempo hai in mente un'idea: implementare un reparto, acquistare macchinari o prodotti, investire nel marketing. Inizi a pensare a come fare e inevitabilmente il tuo pensiero va lì: hai bisogno di soldi.

Magari hai appena visto il concorrente che ha avuto successo, ha pubblicato un bel bilancio, e grazie a quei soldi è riuscito a ottenere ciò che voleva.

Allora decidi di chiedere un fido o un prestito per la tua azienda, per disporre della somma di cui hai bisogno.

Quindi vai dal tuo bancario “di fiducia” o dalla finanziaria di cui hai appena visto la pubblicità in metro, dove annunciano che ti daranno “150.000 euro in 5 giorni senza particolari controlli”. Così, entri in banca e dici: «Buongiorno, ho bisogno di soldi per la mia azienda. Ho delle spese da fare. Che tasso mi fate?».

Ottima partenza. Bello diretto, frasi giuste e chiare.

Il privato fa lo stesso, per scopi diversi è ovvio, ma con un identico *modus operandi*.

Magari ha appena visto un cellulare figo, oppure gli si è rotta la macchina, proprio quella di cui più volte ha rimandato le spese di manutenzione. Vuole un prestito per un acquisto improvviso, o decide che gli servono soldi per ristrutturare casa, perché la moglie non ne vuole più sapere di quella cucina o della camera del bambino che cresce. E allora prende appuntamento in banca e dice: «Mi servono 20.000 euro per cose mie personali. Quando me li date? Perché mi servono subito. Ho delle scadenze venerdì» (e siamo a mercoledì).

Ho voluto mostrarti due modalità di approccio alla richiesta di credito alla banca, due esempi molto diretti che, converrai con me, sono anche molto aderenti alla realtà.

Ora è importante sottolineare una cosa: la banca, o la finanziaria, non sono tuoi amici, come vorrebbero farti credere. C'è da dire che non sono nemmeno tuoi nemici, ma di certo sono società per azioni e come tale devono fare utili e rispondere agli azionisti del capitale affidato e del risparmio in gestione, e per farlo rendere devono impiegarlo, ossia prestarlo con interesse.

Questo deve essere molto chiaro: *la banca ha fini di lucro e non potrebbe essere altrimenti*.

La logica direbbe che quando devi fare qualcosa di serio ci pensi un pochino prima e organizzi un piano d'azione, scritto magari, come quando vai a un appuntamento importante, di quelli che ti cambiano la vita.

Ci vai preparato e informato, studi l'interlocutore, ti prepari un discorso, insomma, ci vai con cognizione di causa.

Sono della convinzione che si possa chiedere quasi tutto, con le dovute maniere e la giusta preparazione. Un ente come la banca che ci presta dei soldi, vorrà sapere che cosa desideriamo farne, per capire se falliremo o se quell'impiego di denaro sulla nostra fiducia e sulle nostre idee farà del bene a noi e a loro.

La banca innanzitutto chiede e verifica il tuo reddito e la tua storia finanziaria, e soprattutto vuole sapere come restituirai i soldi prestati e relativi interessi. Il tasso di interesse dipende da molte variabili, alcune di queste sono i rischi del settore in cui operi, chi sei nel tuo settore, qual è la tua *fedina bancaria* (cioè lo storico dei prestiti che hai ricevuto e restituito o non restituito) e la capacità di essere puntuali nei rimborsi.

La banca, prima di dare una risposta alla tua richiesta di finanziamento, ovviamente si informa su ciò che ti riguarda. Diventa quindi fondamentale che tu abbia bene in mente cosa chiedere, come chiederlo e il motivo per il quale lo stai chiedendo.

Chi lavora in banca è organizzato, ed è abituato a trattare il denaro come merce di scambio; te lo concedono a patto che abbiano una documentazione che rappresenti in modo chiaro come verranno restituiti. Quindi la prima cosa che mi sento di dirti è che in un mercato di domanda e offerta *bisogna conoscere le regole del gioco perché vince chi le conosce meglio.*

Immagina di trovarti nella situazione di dover chiedere liquidità a una banca perché al momento non ne hai, l'operatore vorrà sapere esattamente qual è il motivo per cui non hai attualmente disponibilità di denaro e da dove proviene quello che hai.

È importante far capire *il perché* stai chiedendo soldi, quali vantaggi avresti da una cospicua somma di denaro, ossia... cosa dovrebbe accadere perché tu sia capace di moltiplicare e restituire facilmente il denaro prestato. Come minimo, se non hai denaro, devi avere un'idea produttiva che sia ben documentata. La cosa più importante, però, è far capire al tuo interlocutore come il tuo status attuale (cioè il fatto che tu usi i soldi come una leva per aumentare il tuo reddito) ne venga fuori migliorato. Tutto ciò aumenta anche la tua reputazione e di conseguenza il tuo rating bancario, che non è altro che una somma della tua credibilità e del tuo valore.

Ti sembra complicato?

Ti assicuro che non lo è affatto, anzi, è più semplice di quello che pensi!

Devi conoscere il tuo socio, i suoi gusti, le sue

abitudini, il suo carattere, il suo punto debole e sapere come conquistarlo.

**Quando la banca ti dà dei soldi è come se diventaste soci, fate affari insieme per guadagnare entrambi, però con una differenza: il tuo socio è già ricco e tu devi convincerlo che con te diventerà ancora più ricco.**

Come quando hai conquistato tua moglie (o marito) o i tuoi suoceri, i tuoi amici o conoscenti. Vi siete trovati d'accordo su qualcosa, giusto?

Una piccola storia, un progetto di investimento, vantaggi e modalità di attuazione: il tuo progetto deve essere spiegato in maniera proficua al personale della banca con cui interagisci. Deve essere qualcosa che ti faccia subito apparire come il socio ideale con il quale fare affari.

### **I MOTIVI PRINCIPALI PER CUI LA BANCA NON TI DÀ CREDITO**

Molto spesso gli imprenditori si rivolgono a un rating advisor perché non capiscono come mai la banca si rifiuti di concedere loro il credito, la maggior parte delle volte lo fanno senza dare spiegazioni e motivazioni. Sia che la loro impresa sia una start-up o che sia già sul mercato da anni, sempre più spesso molti imprenditori si vedono negati anche prestiti

modesti e non perché non ci sia denaro a sufficienza, le motivazioni sono altre.

Un caso abbastanza conosciuto, che fotografa bene questa situazione, è quello del decreto con garanzia statale M.C.C. (Medio Credito Centrale) DPCM 23/2020 del presidente Conte, ideato dal Governo per aiutare le imprese proprio durante il disastroso lockdown e scritto e pubblicato in modo tanto strampalato quanto fumoso.

Come ho spiegato nella trasmissione *Preso Diretta* di RAI 3, le banche, in quel caso specifico, hanno usato parametri di normale valutazione (quelli che si usano in situazioni “normali”) applicati a uno stato di emergenza. Le imprese che erano in difficoltà si aspettavano invece l'erogazione del credito senza verifica del merito creditizio. I 400 miliardi promessi si sono rivelati essere carta straccia e non veri soldi che potevano essere d'aiuto alle imprese in difficoltà. Così, attraverso questa valutazione, la negazione dei prestiti garantiti da parte dello stato e nei confronti delle imprese è stata altissima.

Quando parlo con gli imprenditori a cui è stato rifiutato un prestito, spesso le motivazioni che stanno dietro al rifiuto suonano più o meno così: “È un momento difficile”, “Il suo settore è in crisi, ma se ripassa tra sei mesi ne riparlamo”, “La Cina ha diminuito il PIL, inoltre Marte è allineato con Venere e appena esce dalla costellazione di Saturno... valuteremo”. Magari

hanno cambiato qualche aggettivo, ma le scuse alla fine sono le stesse.

I soldi non te li hanno dati e tu non sai il vero motivo.

Peccato che il competitor – che ti fa venire il mal di testa ogni mattina e che ti fa avvampare di rabbia perché lo ritieni meno bravo e serio di te, e con un prodotto più scarso – vende di più, ha appena avuto un fido stratosferico dalla tua stessa banca, magari da parte di un'altra filiale, e sta facendo prezzi fuori di testa sul mercato, fatturando come se non ci fosse un domani.

Ecco quindi un altro errore che si commette di continuo: pensare che il tuo competitor abbia un amico in banca.

Te lo scriverò una volta sola in tutto il libro: *o sei sposato alla figlia o al figlio del presidente della banca, o scordati queste idiozie.*

Devi pensare che se qualcuno ti affida dei soldi, vuole sapere in che mercato sei, come pensi di battere la concorrenza o anche solo come pensi di guadagnarti il posto sul podio dei primi classificati... e se non lo convinci che hai le carte in regola per stare su un mercato oggi più che mai competitivo, be', non va bene. Non avrai nulla, se non un rifiuto dietro l'altro.

E senza capire perché.

L'errore più grande che puoi fare non è questo, ma è pensare che devi fare tutto da solo. Pensare che questo "credito" sia irrecuperabile o troppo difficile.

*Ed ecco che entro in gioco io!*

Vediamo insieme quindi quali siano i fattori decisivi da tenere in considerazione quando farai la tua richiesta alla banca, che effettuerà un'analisi della tua posizione su due livelli distinti: il *rating dell'azienda* e il *rating della persona*.

## **RATING AZIENDALE**

L'analisi sul rating dell'azienda riguarda una serie di fattori.

### **1. LA TUA STORIA DI CREDITO**

Prima di tutto la banca verifica se hai chiesto crediti; se su di te non è presente nulla, perché non hai mai richiesto crediti, allora la banca rimane un po' spiazzata perché non ha informazioni sufficienti per valutarti e quindi non potendo misurare la tua affidabilità in termini di restituzione del credito decide il più delle volte di non concedertelo.

### **2. CHI È L'IMPRENDITORE, CHI È L'AZIENDA E COSA FA, QUALE ESPERIENZA IMPRENDITORIALE POSSIEDE**

*Chi sei?* Presentarsi senza esperienza specifica nel settore di riferimento è assai rischioso. Se vuoi aprire un panificio non puoi dire di aver visto su YouTube i corsi di “diventa panettiere con noi”, devi dimostrare di avere un tuo curriculum, di aver lavorato nel settore o, come fanno i veri imprenditori, di aver assunto il miglior panettiere sulla piazza. Lui ha l'esperienza anche per te. Una mossa furba se non hai esperienza.

*Qual è la tua mission?* Questo aspetto risulta essere di fondamentale importanza. A volte gli imprenditori nel presentarsi in banca a chiedere soldi si concentrano su tanti fattori ma trascurano la loro mission. Niente di più sbagliato perché da come esporrai la tua idea, o da come descriverai la tua azienda l'interlocutore trarrà le sue valutazioni. Dovrai essere molto chiaro, spiegare qual è il valore aggiunto del tuo progetto e come lo stesso impatterà nel segmento di mercato a cui ti rivolgerai. Stiamo parlando della mission del tuo progetto, se non l'hai chiara tu, sarà difficile che potrà essere chiara per qualcun altro. In questo caso ti potrà essere utile farti aiutare da un professionista in materia.

## 3. ANALISI DEI BILANCI

Presentarti con un bilancio negativo, perché hai chiesto al commercialista furbo un modo per non pagare le tasse, è il miglior modo per farsi revocare anche quei pochi fidi che hai. Figuriamoci se non ce li hai e li devi chiedere. Se sei in utile, invece, la banca guarda come l'hai sviluppato, la percentuale di ROI (*Return On Investment*) che hai prodotto, per capire se ci stai dentro con i costi, quali sono le voci principali che lo generano e soprattutto quanto spendi e come lo spendi.

Fai ricerca e sviluppo? Pubblicizzi il tuo prodotto? Chi sono i professionisti che ti aiutano? Il tuo commerciale come si chiama? Dove trovo le voci sul bilancio? Il bilancio è il tuo biglietto da visita, se non produci già da solo, perché devo darti i soldi? E anche qui

potremmo scrivere un libro sul come deve essere presentato un bilancio, e non pensare che debba dirtelo il commercialista: l'azienda è tua non sua.

I bilanci parlano di costi e basta, reali o costruiti, per abbattere l'imponibile e pagare meno tasse: ma se non guadagni perché devo finanziarti? E la cosa diventa ancora più grave quando spendi male, molte voci di bilancio potrebbero essere sostituite con cose più pratiche e moderne al passo con i tempi.

Comprare? Meglio noleggiare. Cash? Meglio a rate. Assumere? Meglio interinali.

Gli algoritmi bancari sono implacabili e precisi, e conoscono i codici delle voci di bilancio. Calcolano tutto e sanno anche se hai troppi dipendenti o se spendi in cose che non portano utile, come ad esempio acquistando un immobile (Amazon li affitta tutti).

Per ogni dato si può trovare una miglioria, ogni voce può essere riclassificata e con i bilanci 2020 a zero per la pandemia, la banca vuole sapere come pensi di stare sul mercato, ricapitalizzare e investire.

Ci sono due modi per affrontare una crisi: o scappi e perdi tutto o la cavalchi e la vedi come un'opportunità.

#### 4. BUSINESS PLAN DEI PROSSIMI CINQUE ANNI

Quando navighi in mare aperto tracci una rotta per arrivare alla meta: *il business plan è la tua rotta*. Compra provviste e viveri, programmi sbarchi e soste sulle varie isole fino alla meta finale, e la terra ferma è la tua ricompensa.

*Il business plan è fondamentale in qualunque momento storico della tua vita imprenditoriale: non puoi navigare a vista e fare un planning su un foglio Excel (molti non fanno neppure quello) non ti aiuterà a convincere nessuno a darti i soldi. Quando un'azienda o un privato si rivolgono a me per una richiesta di finanziamento e io inserisco la pratica nel portale della banca, oltre a un elenco importante di documenti, mi viene richiesto pure il business plan. Ecco perché, se ben fatto, il business plan è un tassello fondamentale per far sì che la tua richiesta vada a buon fine.*

Sul business plan devi scrivere assolutamente: *che cosa vuoi, perché lo vuoi, cosa prevedi di fare con quelle risorse economiche e come intendi restituirle.* Un'impresa sana lavora su business plan con visione a cinque anni, ma con verifica annuale dell'andamento ed eventuale adeguamento delle proiezioni.

Se hai una visione, un'idea, un progetto, ma non lo sai descrivere in modo comprensibile, fatti aiutare da un esperto.

## 5. QUALE PRODOTTO O SERVIZIO VENDI O PENSI DI VENDERE?

*Aiuti chi, a fare cosa?* Devi saperlo, altrimenti come fai a venderlo? Questa chiarezza, prima di tutto per te, è fondamentale poiché quando chiedi un prestito, devi dire alla banca che prodotto o servizio vuoi vendere o produrre... e specialmente a chi vuoi vendere. A tutto ciò bisogna aggiungere anche quali saranno i vantaggi

del tuo prodotto o servizio per i consumatori, il perché è preferibile ciò che produci o eroghi tu rispetto a quello dei competitor.

## 6. CHI SONO I CLIENTI PRINCIPALI? COME E DOVE PENSI DI TROVARLI?

Se la banca deve finanziare il tuo progetto, devi dimostrare come trovi i clienti e dove li trovi, e attraverso quali canali li cerchi. Uno sbaglio che fanno in molti è pensare che i costi di acquisizione dei clienti siano spese. Sono investimenti e riconoscerli è facile.

Resto stupito quando un imprenditore mi dice che non trova clienti, che non sa dove trovarli.

Le analisi di mercato sono ormai di una chiarezza estrema. Usale, comprale, falle tue prima di iniziare qualunque business. Anche e soprattutto se l'idea che hai è innovativa.

Nessuna banca ha paura di darti soldi e anche se ti servissero in gran parte per fare promozione, dimostragli che lo sai fare bene, che li impiegherai nel modo giusto e che sarai capace di intercettare i clienti interessati. In poche parole, comunicherai bene, nel modo giusto e al pubblico che sta cercando proprio la tua idea o servizio.

## 7. CHI SONO I FORNITORI DEL TUO BUSINESS?

La banca vuole sapere dove ti approvvigiona di ciò che serve. Avere un buon fornitore è di vitale importanza per il risultato finale e loro lo sanno bene. Quindi

sii chiaro su chi sono, perché li scegli e perché ti aiutano a vendere di più.

Stai comprando dove comprano tutti, ai prezzi di tutti e vuoi competere con un colosso? Cosa pensi di fare a parte perdere i soldi che ci hai messo? Il primo guadagno parte dall'accordo che fai con il tuo fornitore.

### 8. CHI SONO I COMPETITOR E COME PENSI DI MISURARTI?

Chi vuole investire su di te vuole sapere come ti differenzierai dalla concorrenza. Il tuo più grande competitor ha un punto debole. Trovalo e usalo a tuo vantaggio.

La banca vuole sapere come intendi porti sul mercato, la quota che vuoi ritagliarti e che puoi dimostrare di avere le carte in regola per ottenerla lecitamente, senza trucchi.

Svendere la merce o non versare l'Iva non ti aiuterà ad avere più margine, ma solo un avviso di garanzia giudiziario.

Non pagare le imposte e mostrarlo sul bilancio non serve a convincere il mercato che sei bravo.

Troppe tasse? Impara le regole del gioco dei grandi. Il successo lascia traccia, anche i fallimenti però.

### 9. POSIZIONAMENTO SUL MERCATO

Quando aiuto privati e imprese a fare una richiesta di finanziamento, spiego sempre loro un concetto che definisco *Brand Position*, cioè l'insieme della *web reputation* (o *rating reputazionale*) e del posizionamento.

La *Brand Position* è fondamentale perché la banca (o il finanziatore) guarda entrambe le voci che hanno lo stesso peso (alto). Sono la prima cosa che la banca controlla di te. In primis il funzionario cerca il tuo nome e quello della tua azienda sul web per vedere cosa esce fuori, poi, quando sei uscito dall'ufficio, verifica anche come parlano di te i blog, i giornali e le riviste specializzate. Qualsiasi canale di comunicazione accessibile viene usato per vedere come sei *posizionato*, *conosciuto* o *apprezzato*.

E i funzionari non si fermano solo a questo. Chiamano i fornitori e si informano, ti mettono a confronto con altre aziende del tuo settore merceologico, con i loro fatturati e utili, e valutano il tuo posizionamento.

## 10. MARKETING STRATEGICO E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Nei miei anni di esperienza ho visto cambiare tante cose nel modo di lavorare degli imprenditori e allo stesso tempo ho visto cambiare i metodi di valutazione nella concessione del credito da parte delle banche. Parametri valutativi che andavano bene dieci o quindici anni fa oggi non vengono più applicati e ne sono subentrati altri.

Primo tra tutti il *marketing strategico*, che se fino a qualche anno fa non aveva un peso rilevante, adesso è un elemento imprescindibile.

Saper comunicare nel modo giusto il tuo prodotto, anche se all'inizio non è eccellente, farà la differenza.

### 11. DEBITI

La permanenza di debiti o disguidi fiscali, bancari, finanziari nei confronti di fornitori e banche o dello Stato sono il vero ago della bilancia nell'erogazione di un finanziamento.

Quello che conta davvero non è se hai debiti con le banche o lo Stato, ma come pensi di affrontarli o chi hai delegato per farlo al posto tuo. Il modo in cui li affronti farà la differenza nella tua valutazione: i problemi fanno parte del lavoro dell'imprenditore, è il modo in cui li risolve che lo rende grande e credibile, e che fa la differenza.

Ora arriva la bella notizia: devi sapere che il più delle volte non è nemmeno necessario aver già pagato tutti i vecchi debiti per ottenere altro denaro, basta mostrare che hai iniziato a farlo! Questa volontà di saldare i tuoi debiti ti fa già di per sé tornare affidabile nei confronti della banca.

### 12. CONOSCERE LA PROPRIA SITUAZIONE

Torniamo alla frase magica “se non puoi tu, trova chi lo fa per te”. Le agevolazioni post Covid-19 sono tante, anzi non sono mai state così tante. Ci sono disponibilità enormi di denaro provenienti dall'intero sistema bancario, che comprende FinTech, enti non governativi, fondi privati, *crowdfunding*, *venture capital* e *business angels*, borsa A.I.M. delle PMI, basta saper chiedere o affidarsi a chi conosce bene il settore.

L'imprenditore è tale perché deve conoscere il suo

prodotto, il mercato e i clienti. Non deve fare il commercialista, l'avvocato o l'advisor bancario. Deve però circondarsi di professionisti validi e capaci in grado di supportarlo e affiancarlo, e verificare il loro operato, poiché anche per le banche diventa sempre più strategico sapere chi sono i tuoi collaboratori e in che maniera ti stanno aiutando.

Se non sai scrupolosamente qual è la tua situazione, oppure la conosci ma non hai ancora cominciato a risolverla, è inutile entrare e uscire dalle varie banche, la tua situazione non cambia. Per prepararti al meglio devi conoscere le domande che ti verranno poste e anche quelle che non ti verranno fatte. Li devi sconvolgere e strabiliare apparendo preparato, informato e organizzato, perché prima di darti i soldi la banca valuta e verifica ciò che c'è da sapere su di te, senza dirti nulla e senza comunicarti dove ha raccolto determinati elementi. La fame di informazioni è così tanta che molte volte controlla archivi senza la tua autorizzazione.

Ma c'è un vantaggio: queste informazioni le possiamo conoscere anche noi, e nei prossimi capitoli ti illustrerò come fare.

## **RATING DELLA PERSONA**

Vediamo invece quali sono gli elementi che la banca controlla per determinare *il tuo rating* (cioè il valore che la banca ti attribuisce in base ai comportamenti) e quali sono le problematiche più comuni.

### 1. INDAGINI SULLA PERSONA

Oltre che sull'azienda, la banca farà una serie di approfondimenti e ricerche anche sulla *persona* dell'imprenditore. E in base a quello che troverà, attribuirà alla persona fisica un determinato livello di affidabilità in termini di concessione del credito.

Queste ricerche possono essere fatte su più fronti, anche grazie all'aiuto del web e dei social network.

Ti faccio un esempio. Qualche giorno fa stavo trattando una pratica di saldo e stralcio per conto di Mario, che aveva un mutuo per un importo pari a 173.000 euro non pagati. Stavo trattando con l'avvocato incaricato dalla società di recupero crediti per la chiusura totale del mutuo in cambio di una cifra di 10.000 euro. Guardando online, l'avvocato della controparte ha trovato su Facebook alcune foto di Mario intento a godersi più di una splendida e costosa cena con famiglia e amici, in alcuni dei ristoranti più chic della città. L'avvocato ha quindi verificato il rating reputazionale di Mario attraverso le foto di Facebook e mi ha detto: «Difficile che il suo cliente abbia solo 10.000 euro per chiudere questo mutuo, se si intrattiene con parenti e amici in cene così sfarzose!». Cosa potevo rispondergli? Ebbene, queste foto sono costate a Mario una chiusura del mutuo a 17.000 euro invece che a 10.000 euro, come sarebbe stato invece possibile grazie al mio intervento. In pratica, Mario ha pagato 7.000 euro quattro foto su Facebook, che hanno "sporcato" il suo rating reputazionale. Ecco perché è importante

ricordarci che anche le foto sui social hanno un peso e vengono considerate al momento della valutazione della richiesta. E Mario lo ha imparato a sue spese.

## 2. INDAGINI SUL TUO PATRIMONIO PERSONALE E QUELLO DEL TUO CONIUGE

Le Centrali dei Rischi custodiscono la tua fedina bancaria ed è la prima cosa che una banca guarda. Fortunatamente, anche se hai avuto disguidi, ci sono gli strumenti e le norme per aggiornarle *in bonis* o eliminarle, ma sono cose da esperti e nella maggioranza dei casi non puoi fare da solo.

## 3. NON SAI CHIEDERE SOLDI

Chiedere le cose è un'arte che è necessario conoscere bene. Molto dipende da:

- *come ti presenti*: sappi che nei primi minuti di un incontro si costruirà la percezione che l'interlocutore avrà di te. Quindi il modo in cui ti presenti è fondamentale. Devi farci molta attenzione;
- *cosa dici*: devi essere attento a quello che dici e a come lo dici. Devi far comprendere la tua idea, il suo carattere innovativo, devi dire il necessario né di più ma anche niente di meno. Per farlo devi prepararti. Non si dovrebbe mai andare a un incontro con una banca senza essere preparati;

- *come lo dici*: il modo in cui esponi le tue idee darà molte informazioni al tuo interlocutore. Quindi presta attenzione alla dialettica, migliorala se serve, ma allo stesso tempo allenati a esporre il tuo progetto in modo coinvolgente, perché se lo farai e se ci riuscirai, il tuo interlocutore capirà che sei in grado di *comunicare* i tuoi prodotti e la tua azienda.
- *professionisti che ti affiancano*: è molto importante che la banca comprenda che non sei solo nella tua avventura imprenditoriale ma che ti avvali sempre di professionisti validi e affidabili i quali monitorano le tue attività cercando di non farti commettere errori.

## 4. HAI USATO TUTTI I TUOI SOLDI IN MODO POCO ACCURATO

*Non hai liquidità di cassa.* Se hai già speso completamente i soldi che avevi nella tua impresa e sei a secco, chiediti perché li hai investiti tutti. Spendere i tuoi soldi personali o dei tuoi familiari per acquistare tutto e subito non è una mossa furba. Non hai sicuramente analizzato alternative più efficaci con un esperto.

*Padroneggi poco il concetto di leva finanziaria.* I soldi devono produrre soldi, a volte basta applicare leva 10 per ottenere 100. Chi fa trading in borsa conosce bene questo concetto, e con la banca funziona allo stesso modo: se hai in mente un progetto da 500.000 euro, con una disponibilità di 50.000 euro ti garantisci un

rating da favola, e se usi questa informazione con le altre che ti ho messo a disposizione nel libro, ti potrai garantire un accesso al credito più facile. Spesso gli imprenditori arrivano da me che hanno finito già i soldi, fuori fido e con rate non pagate del leasing. E mi chiedono altri soldi. Hanno tutti una cosa in comune però: non che non siano bravi, anzi, hanno sia il prodotto che il business giusto, hanno tuttavia fatto di testa loro senza una conoscenza adeguata delle leggi e delle regole del mercato. Ed ecco il risultato!

## 5. SAPER DIMOSTRARE CON I FATTI DI RIUSCIRE A MOLTIPLICARE GLI INVESTIMENTI

Uno degli aspetti chiave per la concessione del credito è la *valutazione andamentale* operata dalla banca, cioè il monitoraggio dei rapporti pregressi dell'azienda con il sistema bancario e con le banche affidatarie. Nell'ipotesi in cui questo dialogo sia già in essere, è basilare mantenerlo vivo e costante.

Se hai a disposizione un capitale per acquistare materie prime, devi dimostrare che sai lavorarle, venderle al prezzo giusto e che ti darà un margine di guadagno tale da pagare te stesso e la banca.

Una cosa che gli imprenditori tradizionali non fanno è presentare costantemente alla banca i risultati dell'andamento di investimento ogni tre-sei mesi. Questo contribuisce alla costruzione di un rating positivo. Se non lo fai tu lo può fare il professionista che ti aiuta a verificare l'andamento dell'investimento: può

essere il commercialista (se preparato) o il tuo advisor finanziario.

Anche presentare puntualmente il bilancio fa la differenza. Tu cosa penseresti di un professionista o fornitore che si presenta con due ore di ritardo e senza avvisarti?

### 6. CREDERE IN TE STESSO

Tu ti dai credito? Tu credi in te stesso?

Ti dai l'importanza che meriti?

Magari sei un vero leader nel tuo settore, conosci il mercato, i competitor, hai un buon prodotto, ma devi saperlo comunicare. E devi vendere prima di tutto te stesso. Nel mercato, le persone non comprano prodotti ma idee, valori, visioni e stili di vita. In sostanza le persone comprano quello che sei e il mondo che sei in grado di prospettargli o di fargli immaginare. Allo stesso modo la banca non ha problemi a darti soldi, ma devi fargli vedere il tuo mondo, ciò che sarai in grado di costruire, il ritorno che loro avranno nel darti credito.

Il progetto va comunicato (come dico io) in *bancaresese*, la lingua che appartiene agli addetti ai lavori. La conoscenza di questa nuova “grammatica” è un vantaggio da usare, interpretare e adattare al progetto, proprio come se dovessi realizzare un vestito su misura.

Il gioco di squadra qui è fondamentale, un po' come la Nazionale agli Europei 2020: con una strategia valida, dei buoni giocatori con un senso di

appartenenza e un coach vincente, l'Italia ha trionfato agli Europei, nella finale di Londra, in casa di un avversario forte e preparato, in uno stadio ostile.

E tu mi vuoi dire che non puoi avere soldi da una banca?

Se non li hai, è perché non credi di poterli avere.

## IL MODO GIUSTO

In questo capitolo abbiamo visto le “abitudini” di chi chiede soldi e il metodo sbagliato legato alla richiesta. Cosa guardano le banche e le informazioni da conoscere prima di entrare in una qualsiasi banca.

Viviamo nell'epoca della condivisione delle informazioni, degli algoritmi, delle notizie e dei calcoli che sono prerogativa degli addetti ai lavori, di chi eroga denaro, e di questo un imprenditore moderno deve esserne assolutamente consapevole se vuole sviluppare la sua impresa e il suo business, e se vuole rimanere sul mercato.

**Esiste un modo giusto per chiedere soldi e farseli dare, non conoscerlo ti espone al rischio concreto di girare a vuoto e collezionare rifiuti.**

Queste regole sono precise e spietate, se non si conoscono si fa fatica a muoversi in questa abbondanza di informazioni e riconoscere quelle giuste, dalle fake news o dalle credenze popolari; è normale che un

imprenditore, chiamato a scelte rapide e ponderate, si possa confondere.

Mi torna in mente un episodio di quando ero ragazzo: mio padre mi portò come ospite agli allenamenti del Milan, erano gli anni degli attaccanti Mark Hateley e Marco van Basten alla guida di Nils Liedholm, lo *Special One* di quei tempi.

Ero capitato lì durante la preparazione dei portieri e degli attaccanti nel momento in cui spiegavano la strategia dei calci di rigore. I nuovi attaccanti in valutazione dalla squadra giovanile dovevano fare goal al portiere della prima squadra. Un'impresa non facile. Ma se lo facevano a ripetizione, il loro rating saliva e potevano entrare a far parte della squadra, partendo dalla panchina.

C'era però una variante. Dovevano dire in quale angolo della porta avrebbero tirato la palla e battuto il rigore. Io pensavo che a questo punto per il portiere sarebbe stato tutto più semplice, in fondo sapeva dove sarebbe andata a finire la palla! Ma in realtà non è così. L'allenatore insegnava ai giocatori una tecnica precisa di tiro, un movimento che se fatto in modo perfetto non consentiva al portiere di arrivare a prendere la palla nonostante sapesse dove il giocatore avrebbe tirato.

Rimasi così affascinato da quella strategia anti-convenzionale che pensai di aver scoperto un grande segreto, invece era lì, davanti a tutti, e mi era appena stato insegnato, gratis.

La tecnica del sapere applicata alla materia bancaria è tutto, fa la differenza tra farsi finanziare un progetto o farselo negare. La conoscenza delle modalità per farsi dare soldi dalle banche è strategica; per quanto mi riguarda è una tecnica che ho imparato in anni di duro lavoro e di esperienze, una tecnica che mi è stato relativamente facile imparare anche perché per anni ho lavorato con le banche e con le assicurazioni.

Oggi tutto questo diventa ancora più importante giacché a fronte di tempi sempre più incerti, se da un lato cresce l'esigenza delle imprese di ricorrere al prestito bancario, dall'altro la cernita e le modalità di concessione del credito da parte delle banche diventano sempre più serrate. Ti potrà sembrare un paradosso ma è così: i soldi ci sono, ma le banche non li danno con facilità e per ottenerli è più strategico farsi aiutare da un professionista.



3

## FIDUCIA E CONDIVISIONE

### CREARE FIDUCIA INTORNO A TE

Voglio iniziare questo capitolo parlando dell'argomento che più di ogni altro condiziona l'accesso al credito di un imprenditore: *la fiducia*.

Viviamo immersi in un sistema di relazioni in cui una delle emozioni che più di ogni altra condiziona il nostro rapporto con le banche è la capacità di far percepire loro che possono fidarsi di noi e che quindi il denaro che ci stanno per concedere è ben investito.

Ricorda sempre che la banca non è il tuo miglior amico, bensì una società che deve fare profitti.

Pensando a me posso dirti che sono una persona che ha un atteggiamento fiducioso nei confronti della vita e del prossimo, questo si traduce generalmente in una personale predisposizione a guardare il bicchiere mezzo pieno anche quando è vuoto.

Sappi che la banca non ha questo atteggiamento, se il bicchiere è mezzo pieno, per loro in sostanza è

come se fosse vuoto: non esiste per la banca il concetto di dare un po' di fiducia al cliente. La fiducia o la concede o non la concede, che poi si traduce in *un dare* o *non dare* il credito richiesto al cliente. È quindi fondamentale che quando ti siederai davanti al tuo interlocutore bancario... tu abbia questo tipo di atteggiamento mentale e questa consapevolezza.

Il *dare* e *avere* fiducia è un motore potente anche nelle relazioni fra persone. Credo che addirittura sul posto di lavoro sia un elemento di particolare importanza nel senso che dare fiducia ai propri collaboratori è vitale per il buon andamento del rapporto di lavoro.

Purtroppo ancora oggi devo constatare che l'atteggiamento prevalente è quello di ostilità; da un lato i lavoratori e dall'altro gli imprenditori, nulla di più sbagliato.

Per farti comprendere quanto il sentimento della fiducia influisca nel mondo economico basta pensare come a ogni accadimento che sia di carattere sociale, economico o politico, corrisponda una risposta dei mercati finanziari.

A sentirlo dire in televisione sembra quasi che i mercati abbiano un'anima, un corpo e una testa pensante, e in effetti ce l'hanno, solo che di teste, anime e corpi ce ne sono tanti. I mercati, le borse e tutti quei numeri che si vedono scorrere sugli schermi, quando si parla di economia, in realtà sono e rimarranno il frutto di stati d'animo umani. Se non ci fossimo noi a dare un valore al denaro, di per sé il denaro non ne avrebbe.

Questo valore si costruisce con un sentimento basilare che è *la fiducia*. Se nel mercato c'è fiducia allora tutto scorre bene e liscio, i clienti comprano, le aziende producono, gli azionisti guadagnano e via dicendo. Quando c'è incertezza sul mercato allora la fiducia scende, le borse crollano, i clienti non comprano, le banche bloccano i prestiti, e le aziende chiudono.

La banca, in sostanza, quando si trova di fronte una persona che gli sta chiedendo un credito, fa in piccolo ciò che fa in grande: *capisce se può fidarsi*.

Hai mai riflettuto su come si chiama un prestito o un'apertura di credito? Affidamento.

Essere "affidato" dalla banca significa proclamare che sei degno di fiducia. Per questo molte aziende senza nessun tipo di fido bancario sono difficili da *affidare* per la prima volta. Come ti ho già spiegato, in questo caso la banca non ha i parametri per poterti valutare. Quindi il primo passo che un imprenditore dovrebbe fare nel momento in cui si appresta ad andare in banca per chiedere un prestito è capire se è in grado di trasmettere alla banca questo tipo di fiducia. È un passo fondamentale del tuo rapporto con la banca. Capirlo bene, avere la consapevolezza di questo passaggio può fare una differenza sostanziale nel raggiungimento dell'obiettivo finale.

Da parte mia posso dire che ho ben chiaro qual è il mio obiettivo come uomo e come imprenditore, anzi posso dire che grazie al lavoro che faccio, e cioè il

rating advisor, ho potuto addirittura far coincidere gli obiettivi personali con quelli professionali. Da venticinque anni a questa parte ho sentito dentro di me l'esigenza di adoperarmi per aiutare il prossimo, l'uomo della porta accanto o l'imprenditore di successo che si trova in difficoltà, un sentimento che ho sempre avuto, ma che negli anni ha trovato la sua forma concreta fino ad arrivare al momento della mia ripresa.

È stato lì che ho definito il mio obiettivo.

**Aiutare quante più persone possibili ad accedere al credito da parte delle banche. Lo faccio come lavoro, è vero, ma tutti lavoriamo, io in più ci metto l'anima. Spesso la prima parte del lavoro consiste proprio in questo: lasciare da parte i conti e costruire – o meglio ricostruire – la fiducia in sé stesso dell'imprenditore che ho davanti.**

Fatto questo lavoro, per poter fare impresa diventa indispensabile conoscere i propri *diritti sul credito*. Con questi criteri, creare ricchezza non resta una possibilità esclusiva di quei pochi che, conoscendo le regole del gioco, hanno anche più facilità di accesso al credito da parte delle banche.

Alla fiducia è connesso quel complesso sistema di credenze personali e sociali che chiamiamo *valori*. Sono i valori che mettiamo a fondamento delle nostre azioni, che determinano i nostri comportamenti.

In questi anni c'è stato uno svuotamento impressionante dei valori, tante delle crisi economiche e dei problemi causati dalle banche ai propri clienti sono in parte riconducibili a una concezione del “fare soldi” a tutti i costi, del porre come unico metro di giudizio il proprio soddisfacimento personale, senza curarsi minimamente dei danni e delle difficoltà che azioni così spregiudicate, e senza valore etico, avrebbero creato a persone e imprese.

Credo che nel 2022 sia di capitale rilevanza che la banca percepisca il valore di un imprenditore come persona, e allo stesso tempo possa valutare bene l'intento che ha l'imprenditore nei riguardi del suo progetto imprenditoriale.

Per far sì che tra banca e imprenditore si stabilisca questa connessione è necessario utilizzare lo strumento più potente messo a disposizione di noi essere umani dalla natura: *la parola*.

La parola genera comunicazione, ma per farlo deve essere giusta, chiara, azzeccata e pertinente. È doveroso instaurare un dialogo con la banca, e per farlo è importante sapersi esprimere e porsi nella forma corretta.

Instaurare un dialogo significa gettare la basi affinché fra le parti possa nascere una reciproca fiducia. Questo deve accadere in poco tempo.

Pensate a un diplomatico in zona di guerra, quali sono le caratteristiche principali che deve avere? Mostrare che è più forte, oppure instaurare un clima

di comprensione e distensione, un “mi fido di te, aiutami a comprendere il tuo punto di vista per trovare un accordo che soddisfi entrambi”?

Perché ti parlo di fiducia?

Perché stai chiedendo soldi alla banca, quindi stai chiedendo fiducia.

Devi sapere che la comunicazione persuasiva, che secondo me è alla base di ogni rapporto imprenditoriale, è la capacità di attivare un comportamento comunicativo volto a trasmettere un messaggio in modo tale da indurre un mutamento dell'opinione altrui, solo per mezzo di un trasferimento di idee e un passaggio di puri contenuti mentali.

Questo significa che quando sei di fronte al bancario a cui stai chiedendo dei soldi, la vostra comunicazione non sarà solo legata a ciò che dici, ma anche a ciò che pensi.

In sostanza, non puoi chiedere a qualcuno di avere fiducia in te, se sei il primo a non averne in te stesso.

Se vuoi fiducia dalla banca devi farle capire che sei una persona e un imprenditore integro, che hai una solida reputazione finanziaria, anche se al momento sei in difficoltà. Che hai un buon rapporto con i creditori, con i fornitori, con i clienti, con i collaboratori.

Queste cose non basta dirle a voce, perché poi la banca controlla ciò che dici, ergo, quello che affermi deve essere vero.

Poco cambia che tu stia chiedendo un credito alla banca, a un investitore, oppure a un amico. Devi

dimostrare che ci si può fidare di te, che il denaro che ti verrà affidato sarà ben riposto.

Nel mentre stai spiegando la tua idea e il tuo progetto considera che con quel denaro potrai generare ricchezza intorno a te, potrai cioè innescare un meccanismo virtuoso per te, per i tuoi collaboratori e per i tuoi fornitori.

Devi far capire alla banca che la tua idea sarà in grado di generare altra ricchezza: la banca non è un ente no profit e quindi ricorda che ogni discorso che farai alla fine dovrà portare sempre al medesimo punto e cioè far capire alla banca quanto ci guadagnerà nel concederti quel credito.

## **IL SUCCESSO SI MISURA ATTRAVERSO I TUOI CLIENTI**

Nell'economia della tua conversazione con la banca non devi mai dimenticare di far comprendere quanto sia importante per te la parte etica che sottende la tua iniziativa imprenditoriale. Essere un'azienda etica oggi è cruciale non solo per l'immagine esterna che un'azienda proietta ai suoi clienti e al pubblico in generale, ma anche per attrarre i migliori talenti, quei professionisti che possono dare un valore aggiunto al tuo business.

Molto spesso mi capita di parlare con imprenditori che quando sentono questi miei consigli si chiedono cosa c'entri l'etica, visto che i lavoratori sono

regolarmente retribuiti e i clienti soddisfatti del prodotto.

In realtà non è proprio così: i lavoratori in primo luogo non sono dell'imprenditore e i clienti non si accontentano più del prodotto, ma vogliono sapere cosa c'è dietro, perché spesso sapere che è il frutto del lavoro di un'azienda etica è molto più importante di altri fattori, primo fra tutti il prezzo.

È una constatazione che faccio anche nel mio lavoro dove non produco oggetti ma offro servizi di consulenza. Chi entra nei nostri uffici percepisce subito il clima di fiducia che ho instaurato con i miei collaboratori, si sente, non serve spiegarlo a parole. Quando un mio cliente ottiene ciò che vuole grazie al nostro intervento, io sono felice perché so che quando "farà il passaparola" non comunicherà solo il successo ottenuto ma uno stile di lavoro.

Quindi anche se come imprenditore ti sembrerà tutto molto strano e non comprenderai appieno come una cosa possa influenzare l'altra, sappi che devi fidarti di me che parlo con migliaia di imprenditori ogni anno e dialogo con tantissime banche.

Tutto si impara, non esiste un limite di tempo se non quello che ti poni tu nella percezione di te stesso, e ricorda: *ogni cosa che fai è un seme.*

**Il momento migliore per piantare un albero è vent'anni fa. Il secondo momento migliore è oggi.**

Come fa un imprenditore a creare fiducia intorno a sé senza avere un metodo?

Deve affidarsi a un professionista.

Un rating advisor sa cosa fare e probabilmente prima di essere un libero professionista ha lavorato in banca o nelle assicurazioni e conosce il settore.

È quello che facciamo con la mia società. Ascoltiamo i clienti, le loro esigenze, la loro storia personale, e poi lavoriamo con loro per ricostruire dalla base la fiducia in loro stessi dal punto di vista imprenditoriale. Non sorprenderti di queste parole, io lo so, ci sono passato. Quando affronti un periodo di difficoltà non è soltanto il tuo lavoro che viene messo in discussione ma anche la tua persona.

E non è soltanto dagli altri che ti senti in qualche maniera giudicato, ma soprattutto da te stesso.

In quei momenti è facile autocommiserarsi, cercare scuse, sentirsi inadeguati alla situazione. Avere qualcuno che sappia empatizzare con il tuo stato d'animo è alquanto importante.

Io ho dovuto farlo da solo, certo ho potuto contare sull'affetto della mia famiglia, però poi alla fine ho dovuto ricostruire la fiducia in me stesso partendo proprio dal fallimento.

È in quel frangente che ho capito che avere qualcuno che ti sappia ascoltare è di vitale rilevanza prima di andare a chiedere i soldi a una banca.

Una volta che questa fase sarà chiara sia a me che al cliente, allora potremo iniziare a farci alcune domande:

- La tua azienda è credibile? Ha le carte in regola per fare bene?
- Sulla base della tua idea ci sono i presupposti affinché la tua azienda sia in grado di farti fatturare e quindi tu sia in grado di restituire?
- Hai la capacità di fare la differenza?
- Sei in grado di produrre risultati sia per gli azionisti, sia per chi ti ha dato fiducia?

## I 5 ASPETTI FONDAMENTALI NELLA CREAZIONE DELLA FIDUCIA

### 1. LA FIDUCIA IN SÉ STESSI

Torno a mettere come primo punto quello della fiducia in sé stessi, perché ritengo che sia il fattore determinante nella concessione del credito, insieme al fatto di farsi affiancare da un professionista. Se infatti un professionista potrà fare bene il suo lavoro e presentarti alla banca con tutte le carte e le strategie in regola poi ci sarà un ultimo passo che potrai fare soltanto tu: *presentarti*.

È un singolo passo, tuttavia è quello determinante.

Se la banca vede che quel passo è indeciso, o titubante, anche se tutto sarebbe potenzialmente in regola, non concederà il credito, perché sa che poi il consulente tornerà a fare il suo lavoro, mentre in azienda e sul mercato dovrà starci il cliente.

Cosa devi fare, dunque, per migliorare la tua fiducia e portarla a mille?

Devi agire sostanzialmente su alcuni fattori determinati: il *dialogo* e la *fisiologia*.

Devi sapere che la fiducia è condizionata molto dai tuoi pensieri dominanti che sono in sostanza il risultato di ciò che dici, secondo per secondo, a te stesso. Usare un dialogo *potenziante*, essere ottimisti, induce all'azione e migliora l'umore.

Quando ti focalizzi su un obiettivo e riesci a mantenerti su quella rotta e in una dimensione mentale ottimista, nonostante le inevitabili difficoltà, aumenti la fiducia che hai in te.

Il tuo portamento e la tua respirazione determinano come ti senti.

Il linguaggio del corpo e in generale la tua fisiologia sono uno strumento altrettanto potente che concorre ad alzare il tuo umore e di conseguenza il numero e la qualità di azioni efficaci. Se te ne vai per strada con un'andatura ciondolante, lenta, senza meta (a meno che non si tratti di una sana passeggiata) il tuo umore ne risentirà; abituati ad andare a passo sicuro, sorridente, a controllare la tua respirazione e ad assumere una postura che denoti decisione e coraggio, e salirai ulteriori scalini nel traguardo dell'*umore a mille*.

Le azioni che compi, come ti comporti, se quello che fai ha una sintonia con quello che dici, il modo in cui ti poni quando sei di fronte al tuo interlocutore, il rapporto che hai con i clienti, denotano chi sei tanto quanto i pensieri. Anzi, direi che i pensieri

condizionano le tue azioni e ciò si tradurrà in un messaggio che inevitabilmente arriverà al bancario che dovrà valutare se darti o meno i soldi che chiedi.

La svolta sta in questo processo virtuoso che devi saper generare, ancora di più dopo una situazione di difficoltà economica o imprenditoriale. Negli ultimi venti anni ho incontrato e parlato con così tante persone che ho una statistica personale che mi permette di capire se una persona potrà farcela o meno. Ho visto imprenditori partire bene, rialzarsi e ricadere nello stesso errore. Questo accade quando una persona impara la tecnica ma non metabolizza il messaggio. Una volta capito il meccanismo devi viverlo visceralmente, deve cambiare tutto in te e quello che dici deve diventare quello sei. Solo così si può avere la certezza quasi assoluta che non si ricadrà in errori del passato. E solo così la banca capirà che potrà fidarsi di te.

Un antico proverbio cinese afferma: «Non chiedere la strada a chi non l'ha sbagliata almeno una volta». Vale anche oggi, fidati, non si può fare tutto da soli.

Ci si deve fidare di qualcuno.

Il giudizio che la banca darà su di te non abbraccerà soltanto una sfera della tua vita professionale o aziendale, ma tutta la tua vita, sia quella privata che aziendale. Valuteranno i tuoi risultati passati e le probabilità che hai di realizzare quelli prefissati per il futuro; valuteranno nel dettaglio la tua idea, la scorporeranno

nei minimi particolari, solleveranno le criticità e nel mentre soppeseranno come reagisci.

Tutto condizionerà la valutazione finale.

Il tuo advisor bancario deve consigliarti come porti davanti al tuo istituto di credito o suggerirti quello più adatto al tuo progetto, e dirti cosa dichiarare alla banca perché possa capire il tuo piano.

Il ruolo del rating advisor è anche di traduttore dall'italiano al *bancarese*, deve cioè essere in grado di capire la tua idea e permetterti di riformularla nel linguaggio che parla la banca. Solo se imparerai a parlare lo stesso linguaggio del tuo interlocutore allora avrai speranza di essere *affidato*.

## 2. LA FIDUCIA NELLE RELAZIONI

La fiducia nelle relazioni riguarda la coerenza dei tuoi comportamenti nelle relazioni con le altre persone e con le aziende, in sostanza come interagisci, con quali modalità e se le tue relazioni accrescono o danneggiano la tua reputazione.

**Carattere e competenza.** La verità è che sia a livello personale che professionale sono i risultati a parlare, conta quello che fai, non quello che dici.

Io ad esempio nella mia vita personale e professionale sono molto schietto e diretto, do informazioni complete, sono coerente con me stesso, sono il più possibile allineato con i miei valori pur lavorando in

un settore in cui, a volte, sembra che l'unico valore che conti è il "dio denaro". Non faccio mai voli pindarici quando sono davanti a un cliente, e ancora meno davanti al consulente di una banca.

Mi rendo conto che vivo e lavoro in un settore in cui questo atteggiamento può risultare strano, dove tutto dovrebbe essere sacrificabile in suo nome, ma per me non è così e nemmeno per chi lavora con me.

Quando ottengo risultati, quando vedo delle vite migliorare e cambiare, penso che sono proprio dove voglio essere, e che sto rendendo migliore il posto in cui vivo, che sia l'ufficio, la casa, o la mia città.

**Come sostiene Warren Buffett: «Ci vogliono vent'anni per costruire una reputazione e cinque minuti per rovinarla», e può costare una vita di rimpianti (aggiungo io).**

Nella costruzione della fiducia conta moltissimo il rispetto per la persona che hai davanti. Può anche non piacerti quello che ti sta dicendo, però devi capire che lui sta svolgendo il suo lavoro e sta traducendo il tuo operato e quello che tu gli proponi secondo le impostazioni che la sua banca gli ha dato.

Ho visto fin troppe volte gli imprenditori (ma anche i privati) avere un comportamento arrogante con la banca. Il modo in cui si parla cambia il risultato atteso. Perché se fai così con chi deve darti soldi, figuriamoci con chi deve comperare il tuo prodotto.

Pensa ad Apple o Amazon, non solo mettono il cliente al centro, ma ogni volta che ricevono una richiesta rispondono in modo velocissimo e mai con una parola fuori luogo, offrendo una soluzione immediata. Quando poi gli chiedi un reso o manifesti una insoddisfazione loro prestano attenzione, cercano di capire e di risolvere il tuo problema. Ovviamente sono formati a questo atteggiamento e lo fanno perché sanno che il cliente è il primo vero motore per vendere un prodotto: un cliente soddisfatto genererà molto più fatturato di un cliente insoddisfatto.

Un esempio: qualche settimana fa ho ordinato dei piatti da pizza, quattro, perché i miei due figli piccoli vanno pazzi per la pizza. Dopo aver aperto il pacco consegnato dal corriere, ne ho trovato uno rotto. Ho chiamato il servizio clienti e l'operatore mi ha chiesto quanti se ne fossero rotti, proponendomi due alternative: il rimborso o una nuova spedizione. Gli ho fatto notare che solo uno dei piatti si era rotto durante il trasporto e che avrei potuto documentare la mia buona fede con una foto, ma non è stato necessario perché l'operatore ha dimostrato fiducia nei miei confronti. Avrei potuto dire che i piatti rotti erano due o tre, non avrebbe fatto differenza, per loro la priorità era continuare ad alimentare la mia fiducia, questo fa crescere la stima in un brand.

Non fingere di prenderti cura dei tuoi clienti, fornitori o banca. Mostra di tenere veramente a loro. Non nascondere informazioni. Ascolta la banca quando ti

chiede o ti dice qualcosa. Non immaginare subito che vogliano dirti di no, pensa piuttosto che vogliano che tu li convinca a dire di sì.

Sii leale nei confronti del tuo team. Nell'interlocuzione con la banca è molto importante che tu riconosca i meriti che hanno gli altri. Sappi che non è quasi mai vincente far credere alla banca che sei un uomo e un imprenditore che fa tutto da solo e che è fiero di questo. Oggi questo è un mito che non funziona più. Devi far percepire alla banca che sei la punta di una piramide, che rappresenti un team di lavoro affiatato che crede in te e che ti rimarrà vicino in ogni momento delle tue sfide imprenditoriali. Non credere di fare un figurone dicendo che sei il numero uno, perché da questo atteggiamento molto probabilmente la banca dedurrà che sei una persona che non riesce a delegare, che accentra tutto su di sé e che non ha una squadra che lo affianchi.

Fai accadere le cose. Porta a termine i progetti nei tempi stabiliti. Questo crea un'immagine di profonda credibilità. Se prendi un prestito e lo restituisci nei tempi e nei modi stabiliti, la prossima volta potrai chiederne uno ancora più fruttuoso.

Nelle relazioni con gli altri o con la banca non accontentarti. Migliora ogni volta che puoi. Aumenta le tue conoscenze nel settore, le tue capacità, formati. Accetta i

feedback degli altri e fanne tesoro. La banca apprezza chi non si accontenta e vuole crescere, e per farlo chiede soldi per corsi di formazione, per l'ammodernamento degli impianti o per investire in ricerca e sviluppo; queste attività vengono valutate molto positivamente dalla banca.

**Quando investi nelle relazioni.** Credo che per un imprenditore le relazioni siano un aspetto determinante della sua attività. Una volta un mio amico imprenditore per farmi capire questa cosa mi disse che l'80% del suo lavoro lo svolgeva "per strada". Sappi quindi che ogni volta che ti stai relazionando con qualcuno non stai perdendo tempo, ma lo stai investendo. Oggi la strada è diventato il web, anche se io rimango un grande sostenitore delle relazioni in presenza, mi piace l'incontro, lo scontro, il toccarsi, lo stare vicino. Nonostante ciò, credo che un buon imprenditore non possa prescindere da una buona relazionalità sui social a lui più congeniali in relazione alla sua attività. È per seguire questo principio che dedico del tempo a parlare con i miei clienti e ad ascoltarli, e non lascio che il nostro colloquio venga sbrigato velocemente anche se conosco esattamente la soluzione.

Lo faccio perché ognuno ha una storia e proprio nelle sfumature sta la possibilità di riuscire al meglio nella concessione del credito.

**Ecco quello che un imprenditore non fa quasi mai:  
non ascolta! Non ascolta il proprio rating advisor,  
non ascolta la banca, non ascolta il cliente, non  
ascolta il mercato. E quando lo fa, ascolta la metà,  
comprende un quarto e racconta il doppio.**

Ascoltare e dedicare tempo vuol dire trasmettere fiducia. E chi parla ti sta facendo un favore enorme. Ti sta dicendo cosa vuole, cosa teme e allo stesso tempo ti sta indicando la strada per capire come conquistarlo. Imparare a trasmettere fiducia in maniera adeguata, a seconda della situazione, aumenterà la tua credibilità nei confronti delle persone coinvolte.

Per avere la fiducia degli altri devi essere comunque propenso all'ascolto.

Raggiunta questa consapevolezza potrai prendere decisioni che creeranno aspettativa intorno a te e che *trasformeranno le spese in utili*, che miglioreranno le relazioni con i tuoi clienti, con la banca e con il mercato.

E qui il ruolo del coach bancario o del consulente esterno è notevole, perché ti aiuta a delineare concretamente i punti di forza e a correggere quelli di debolezza.

La *domanda* è il motore di un cambiamento che può essere innescato dentro ciascuno di noi. Conoscere e concentrarsi sulla risposta senza avere ben chiara la domanda non porta molto lontano.

### 3. LA FIDUCIA AZIENDALE

Qual è l'ingrediente che trasforma un gruppo di persone che lavora nella stessa azienda, in un team coeso e affiatato? *Ancora lei... la fiducia!*

Ecco che di nuovo la fiducia ritorna a farla da padrona, questa volta però dentro l'azienda. È importante parlarne perché quando ti presenti davanti alla banca e cerchi denaro, perché devi risolvere un problema aziendale, per loro è essenziale capire che tipo di squadra hai, se ha fiducia in te, se ti sosterrà nelle scelte e che tipo di rapporto avete instaurato.

È possibile creare e compattare *la fiducia aziendale* attraverso attività di *team building* basate su:

- **condivisione della vision e dei valori.** Cerca di avere chiaro quali siano *la tua vision* e *i tuoi valori...* e condividili con i tuoi collaboratori in occasioni diverse. Spesso mi capita di parlare con imprenditori che hanno una visione sulla propria azienda e di percepire che è *tutta* loro e *per* loro, nel senso che non hanno alcun interesse a che i collaboratori la conoscano e condividano. Un grave errore sia che si tratti di una grande azienda dove la spersonalizzazione è un problema reale, sia che si tratti di una piccola azienda;
- **rispetto delle regole del gioco.** Bisogna darsi delle regole interne e cercare di rispettarle e farle rispettare. Ovviamente un imprenditore deve

avere come caratteristica anche quella della fluidità, essere cioè in grado di cambiare opinione e regole, e tutto questo può essere fatto creando partecipazione. Dipende dal grado di comunicazione che si riesce a instaurare con i collaboratori, i fornitori e le persone che abitualmente ruotano intorno all'azienda;

- **capacità di ascolto.** Questa la ritengo una dote determinante per un imprenditore. Oggi più che mai siamo sempre tesi a imporre la nostra visione delle cose, *il nostro io è tracotante* e spesso un eccesso in tal senso può essere deleterio per l'azienda. L'ascolto presuppone il fare un passo indietro rispetto a sé stessi, alle proprie convinzioni, al proprio credo lavorativo e mettersi in ascolto con atteggiamento umile – che non vuol dire sottomesso – ma attento alle sfumature che il mondo circostante ci suggerisce, che siano collaboratori o mercati. Aspetta prima di dire ciò che pensi in base alle tue credenze, rifletti, ascolta prima di parlare. Fare proprio questo atteggiamento mentale protegge da molti errori umani e imprenditoriali;
- **comunicazione efficace.** Dobbiamo essere coscienti che la nostra comunicazione interna ed esterna sia efficace, chiara e comprensibile. Esprimere concetti bellissimi in modo complicatissimo per farti dire che sei un genio del marketing non giova a nessuno, cerca di dire cose difficili in

modo semplice. Fallo con i tuoi collaboratori, fallo con i tuoi clienti, fallo con te stesso. Una buona pratica in tal senso è quella di discutere insieme agli altri le proprie idee o decisioni, facendo passare il messaggio che possano essere messe in discussione. Un'altra consiste nel cercare pretesti validi per non creare all'interno dell'azienda delle divisioni in base alle mansioni o ai ruoli. Ovviamente ci devono essere delle differenziazioni ma queste non devono essere percepite come un distanziamento o una classificazione. Per ottenere questo risultato basterebbe porre in essere azioni o momenti che facilitino l'incontro e la relazione con il management.

Se pensati nei confronti dei consumatori questi concetti ti portano a valutare come essere percepito proprio da loro, se sei riuscito a stabilirci un rapporto, se si fidano di te perché li ascolti, se produci ciò che dici nel modo in cui lo dici.

Sappi che i clienti si stanno trasformando in seguaci delle aziende perché ne condividono la vision, gli ideali o l'etica in relazione all'ambiente, alla tutela dei lavoratori e delle risorse utilizzate.

Il senso finale di questo discorso è quello di capire se produci risultati che ispirino fiducia sia all'interno dell'organizzazione che all'esterno. Immagino che tu ti sia già dato delle risposte e forse qualcuna non ti è

piaciuta. Se è così, allora è il momento di iniziare a lavorarci sopra e cercare di allinearti. Un buon esercizio è quello di rileggere i precedenti concetti sulla fiducia e di condividerli con i collaboratori.

La sfida in cui vorrei coinvolgerti è quella di iniziare a far sentire i tuoi collaboratori come soggetti responsabili delle sorti dell'azienda per cui lavorano. Se un collaboratore sente che il lavoro che svolge è importante per l'azienda, si sentirà chiamato in causa in un momento di difficoltà della stessa perché quella è anche casa sua, diventando quindi un elemento di garanzia per te e per la banca nell'istante in cui chiederai dei soldi. Va da sé che anche nei momenti di soddisfazione aziendale i collaboratori dovrebbero essere coinvolti, il concetto è quello del *win-win*, ovvero del vinciamo insieme quindi vinciamo tutti.

Se senti di essere lontano da questo approccio sappi che ci sono corsi di formazione, persone e società che possono aiutarti in questo percorso.

**«I buoni leader dovrebbero avere fiducia in  
coloro che li circondano» – Sir Richard Branson,  
fondatore e presidente Virgin Group**

Sappi che quando spendi tempo e denaro in formazione (per te e per i tuoi dipendenti) devi parlare di investimenti e non di costi perché, se ben fatta, genererà profitto e potrai recuperare i costi andando a tagliare spese legate a situazioni che non portano frutti.

Accorpa, delega, controlla e forma te stesso e i tuoi collaboratori. Coinvolgi le persone che lavorano insieme a te, se non c'è senso di appartenenza e passione non puoi produrre buoni risultati. Verifica sempre che ci siano queste caratteristiche essenziali per evitare uno dei peggiori nemici della crescita delle imprese: il *turn over* del personale.

Il continuo cambio del personale si accompagna anche alla perdita di fiducia da parte dei consumatori del tuo prodotto o servizio; non so a te, però a me non piace cambiare ogni volta referente quando mi interfaccio con un'azienda. Inoltre, un ambiente ostile, la mancanza di fiducia nei confronti del personale o la sua esclusione dalla vision dell'azienda, avranno effetti negativi anche sull'aspetto più importante per un'impresa: il cliente finale, che a sua volta farà una pessima esperienza di acquisto e genererà un passaparola negativo.

Quando parlo di attenzione al personale, al clima di squadra, al coinvolgimento, al sincero interesse, non dimenticare che chi lavora per te e con te ha probabilmente una famiglia.

Ecco perché alcune delle più grandi aziende che conosco usano incentivi per le donne con figli, ad esempio creando strutture ricettive per i bambini in azienda.

Formazione, crescita verticale e innovazione non passano inosservate e sono una logica conseguenza dei

principi della *fiducia aziendale*. Lo noterà anche la tua banca.

Nella stragrande maggioranza dei casi, il valore della tua azienda, del tuo prodotto o del tuo servizio, è determinato da quello che riesci a far percepire, non necessariamente dal suo valore intrinseco. Pensa al valore delle azioni in borsa, riflettono il valore futuro del titolo, non attuale.

È comprensibile che non sempre un imprenditore riesca a perseguire questi scopi, ma deve essere altrettanto chiaro che se non ci riesce da solo, è importante che si faccia aiutare in questo intento da chi sappia focalizzarsi su questi molteplici aspetti.

Non mi stancherò mai di ripeterlo!

Un rating advisor e un advisor finanziario sanno perfettamente cosa e come farlo e devono condividere con l'imprenditore le loro valutazioni e strategie, anche a costo di risultare scomodi o antipatici. Sanno che lavorare bene su questi concetti permetterà all'azienda di fare dei passi avanti importanti nel cambiamento della propria mentalità, e questo verrà compreso sia dai clienti che dalle banche.

#### 4. LA FIDUCIA NEL MERCATO

Ora vorrei spingere il sentimento della fiducia un pochino fuori dall'azienda e approfondirlo in relazione al mercato, che poi è il luogo verso cui vengono indirizzati gli sforzi dell'azienda. Sappi che *le persone tendono*

*a fare affari con persone di cui si fidano. Quindi come puoi applicare questi principi alla vendita?*

In primo luogo devi analizzare la percezione che i tuoi clienti hanno del tuo brand e del tuo prodotto. Valuta se stai utilizzando un linguaggio giusto nella comunicazione della tua azienda e se tale comunicazione ti posiziona dove vorresti essere.

Fallo analizzando la tua azienda sul web attraverso recensioni e commenti.

Se non sei in grado, fatti aiutare da un professionista, ma è fondamentale che tu capisca dove ti trovi in questo periodo di difficoltà, ti serve perché solo così potrai tracciare una rotta possibile che ti condurrà dove vorrai essere da qui a tre anni.

Devi eccellere sul mercato, il tuo prodotto deve essere perfetto e tutti lo devono percepire, che si tratti dei tuoi clienti o delle banche.

Sei confuso? Non capisci dove ti trovi?

Riparti dalla tua storia, scrivila, dettala, raccontala, però fai in modo di tirare fuori quello che hai dentro, bello e brutto, successi e insuccessi, soltanto così ti apparirà limpido il percorso e potrai capire dove vuoi andare.

A questo punto dovresti chiederti... qual è il tuo stile di comunicazione?

Capta le sfumature del tuo interlocutore (cliente o banca). Adattati.

Le persone a cosa associano il tuo brand?

Te lo sei chiesto? Sei in grado di darti una risposta?

Viviamo immersi dentro una società delle immagini, siamo costantemente bombardati da informazioni, molte le scartiamo senza neppure accorgercene, altre ci rimangono impresse in modo inconsapevole e condizionano le nostre azioni più di quanto crediamo. La nostra è un'epoca fatta di narrazioni, siano esse visive o verbali non fa molta differenza, il fine è quello di riuscire a farsi percepire dal cliente, o meglio di far sentire al cliente che si può fidare di noi perché in definitiva condividiamo gli stessi sentimenti, le stesse visioni, e acquistando il nostro prodotto non stanno solo comprando un oggetto o un servizio, ma uno stile di vita che coincide con il loro.

Si chiama *percezione*. Non finirò mai di dirtelo e scrivertelo.

Quando vedi il logo di Google o di Apple, oppure quello di Amazon... cosa pensi? Immagino ad aziende di successo, floride, che vendono prodotti e servizi innovativi e utili. E se vedi il marchio Parmalat o MPS? A parte il latte, da una parte, e una banca, dall'altra, queste aziende hanno in comune la frode che gli ex dirigenti hanno fatto ai danni dei consumatori e che ne hanno inevitabilmente compromesso la reputazione.

Se qualcosa andrà storto la tua azienda non verrà salvata dallo Stato, quindi non ti rimane che adoperarti nella costruzione e nel mantenimento della

fiducia da parte del mercato, osservando le regole che la determinano.

Esistono due modi in cui la banca verificherà la percezione della tua azienda: inserire il tuo nome e quello della tua società sul web e verificare cosa viene fuori; chiedere ai tuoi competitor e ai clienti sul mercato un feedback su di te.

E ti assicuro che questa cosa la banca la sa fare bene.

Vediamo un esempio di come funziona questo meccanismo.

Alla fine del 2020, un'azienda costituita da poco dalle ceneri di un'altra azienda sull'orlo del fallimento mi ha chiesto una consulenza per un affidamento di 500.000 euro. Furbi – e mal consigliati – avevano usato lo stesso nome anche per la nuova azienda, oltre che la stessa sede; scelte che potevano essere giustificate alla banca con ragioni magari inerenti proprio al posizionamento che negli anni l'azienda si era conquistata sul mercato.

Procedo con il fare tutte quelle operazioni che la banca avrebbe sicuramente fatto e rimango sbalordito: sul web comparivano il vecchio sito, i vecchi prodotti, gli stessi numeri della precedente azienda; al nuovo nome e alla potenzialmente nuova attività imprenditoriale non era associato nulla, non avevano ancora fatto niente di quello che avrebbero detto alla banca e pretendevano 500.000 euro. Abbiamo lavorato di concerto per porre rimedio in breve termine... e

presentarci in banca nel modo giusto e con scarse possibilità di insuccesso.

**Il mio compito è prevenire un “no” e favorire un “sì” da parte della banca nei tuoi confronti.**

**A volte gli errori sono banali, altre volte più importanti, ma sappi che la consulenza attenta di un esperto del settore può davvero cambiare l’esito di un affidamento economico.**

Conta poi *chi* e *come* fai le cose.

*La ruota della fiducia* ancora una volta punta su *azione e reazione*.

Un’azienda attenta e organizzata, integra, con carattere e competenze sviluppate, e con un chiaro intento che produce risultati, non può che essere percepita come vincente e utile dal mercato.

Il tuo rating advisor ha il compito di controllare insieme a te tutti gli aspetti che la banca verifica. Prima di darti la propria fiducia, analizza la stima che il mercato nutre nei tuoi confronti, suggerendoti come accrescerla ed evidenziando quindi i punti strategici della tua impresa, ridimensionando quelli con meno capacità di sviluppo e che potrebbero essere d’ostacolo alla concessione del credito.

## 5. ETICA AZIENDALE NELLA COSTRUZIONE DELLA FIDUCIA

Ora vorrei condurti con me dentro a un ragionamento che mi ha appassionato molto negli anni. Come

hai letto nelle pagine precedenti ho lavorato nel mondo delle banche e delle assicurazioni, sono stato io stesso imprenditore e ho lavorato con moltissimi impresari.

E il pensiero di *legare l'etica al mondo del business* mi affascina.

Ma andiamo per gradi. L'atteggiamento etico è quello di una persona che nella propria vita mette alla base delle sue scelte e delle sue azioni una rosa di valori che orientano il suo agire. Il termine deriva dal greco antico *êthos*, cioè «carattere», «comportamento». In sostanza, l'etica dovrebbe indicare a una persona quale sia il vero bene e quali i mezzi atti a conseguirlo, quali siano i doveri morali verso sé stessi e verso gli altri, e quali i criteri per giudicare.

L'etica aziendale parte dagli stessi presupposti filosofici, ma in questo caso ha come referenti la collettività, i dipendenti, la propria regione o il territorio in cui l'azienda opera.

**Un'azienda etica è una struttura che ha posto, alla base di tutto il suo agire, valori che vanno a "fare del bene" ai propri dipendenti, ai consumatori, al pianeta, e per mezzo di questi valori fa scelte che poi condizionano la sua stessa produzione di beni e servizi.**

Ovviamente il fine ultimo è comunque il profitto, però in questo caso l'azienda ci arriva non lasciando dietro di sé distruzione e sfruttamento, e contribuendo

alla creazione di nuovi valori e nuove possibilità di crescita per tutti gli interlocutori del mercato.

Un'azienda che ragiona in questi termini sarà in grado di attrarre i migliori talenti, quei professionisti che aggiungeranno valore al business.

Le aziende non sono più semplicemente il luogo in cui i dipendenti vanno a lavorare, ora devono mostrare valori con cui i talenti vorranno identificarsi.

Questo concorrerà a definire l'identità del marchio, che verrà associato a una visione del mondo precisa e condivisa da una fetta di mercato che acquisterà i suddetti prodotti o servizi. È in questo modo che si aumenta la fiducia dei consumatori rispetto al brand.

Io credo che un imprenditore o un management illuminato non possano non tenere conto dell'impatto che le proprie scelte aziendali avranno sulla società, sia nel presente che nel futuro. Difatti, molte aziende destinano parte del proprio budget a politiche sociali che mirano ad aiutare enti di settore nella risoluzione di problemi ambientali.

### **Creazione di valore condiviso (CVC)**

La creazione di valore condiviso non è altro che la capacità di un'azienda di risolvere un problema del cliente (con il prodotto o servizio che offre) e di essere parte di un cambiamento sociale per risolvere un problema più globale, che non influisce solo sulla funzione aziendale.

## ETICA AMBIENTALE

Ogni azienda, non importa quanto piccola, ha un impatto sull'ambiente, attraverso il consumo di energia, l'emissione di rumore e gas, la produzione di rifiuti, ecc.

È finito il tempo in cui si pensava a vendere e basta. Oggi ogni azienda deve fare anche i conti non solo con il vicino di casa, ma anche con quello che abita dall'altra parte del globo, in un'ottica di rispetto e salvaguardia del pianeta.

Non credere che queste siano solo delle belle parole futili, sappi che saranno le parole d'ordine per tutte le aziende del futuro. Perché abitare su Marte non sarà certo una soluzione. E non lo sarà né per me, né per te.

È quello che lasci che determinerà il tuo valore, quello che realmente produci e crei e le regole che ti dai nel farlo, i limiti oltre cui, come imprenditore, deciderai di non andare.

Il capitalismo deve necessariamente evolversi, non abbiamo altra scelta, l'epoca dei consumi sfrenati e irresponsabili deve finire e finirà.

I ragazzi di questa nuova generazione sono molto più attenti di noi a questi temi, comprano già in questo modo, e non è un caso se il *riciclo* è una parola oramai sulla bocca di tutti, che si tratti di oggetti o vestiti.

Personalmente condivido tutto delle imprese etiche e credo anche che l'esperienza del Covid-19 ci abbia insegnato ad apprezzare quelle piccole aziende locali che producono pochi prodotti con questa filosofia.

Non devi sederti mai sugli allori o sui successi, sono poltrone fragili.

Devi essere proiettato su quello che sarà e che potrebbe essere.

E indovina un po' chi ha imparato a riconoscere per prima tutte queste qualità? La banca. Sembra incredibile, ma la banca è ovunque.

Ma forse ti sfugge una cosa, come il pesce che si accorge per ultimo che sta dentro l'acqua di un acquario. *La banca siamo noi, sei tu*, è di tutti, è lì a sostenere i tuoi sogni e sforzi, ma non può essere conquistata in maniera superficiale.

Ecco perché è dappertutto e valuta ogni tua mossa.

Ti verifica, ti insegue e ti precede.

Quindi produci, vendi e diffondi attraverso gli altri però ricordati di essere utile nel rispetto di ciò che ti sta intorno.

Vale la pena citare una frase del Presidente della Nokia, Jorma Ollila: «Il successo dei grandi business e il benessere del mondo non hanno mai avuto un legame così stretto. Le questioni globali non possono essere rimosse dal mondo del business, perché il business ha solo un mondo in cui operare. I business non possono avere successo in società fallimentari».

**Il compito di un rating advisor è anche questo: cercare di condividere con le aziende questa visione, aiutarli in questa transizione, vagliare minuziosamente gli aspetti che la banca considera come fondamentali all'erogazione di credito, e intervenire per favorirli.**

## L'IMPORTANZA DELLA CONDIVISIONE

La pandemia che abbiamo dovuto affrontare ha messo ciascuno di noi nella condizione di rivedere il concetto di libertà personale in relazione alla libertà e al benessere collettivo. Abbiamo sperimentato in modo concreto quanto sia importante condividere. Non è un caso che siano letteralmente schizzate in borsa le quote delle società che si occupavano proprio di questo, pensate a Zoom.

A volte si ha quasi l'impressione che le cose si facciano per poterle condividere, e cercare in qualche modo l'approvazione di un pubblico reale o potenziale.

La verità è che i social sono diventati necessari nella vita di tutti i giorni anche per le aziende. L'abitudine a utilizzare i social nella nostra vita privata ha fatto sì che la condivisione e la trasparenza siano diventati concetti che si applicano con maggiore facilità anche nelle aziende.

Sono tante le declinazioni che una buona politica di condivisione può e dovrebbe avere. In primo luogo bisognerebbe essere in grado di condividere con

i propri collaboratori l'identità dell'azienda. Pensa alla comunicazione degli obiettivi, delle scelte strategiche nell'armonizzazione delle dinamiche di team; pensa a quanto può essere importante una nuova comunicazione nella gestione dei progetti aziendali, superando quelle sciocche gelosie o le comfort zone che tanto fanno male al business.

Una buona comunicazione passa anche per strategie e azioni trasparenti, lo sa bene Netflix, che è stata una delle prime aziende a redigere il "culture deck", un documento consultabile da tutti i dipendenti... ma anche dai competitor, contenente informazioni sui principi che sono alla base proprio di Netflix.

Gli imprenditori e i leader di successo usano il principio della condivisione unito a quello di delega. L'imprenditore ha un'infinità di cose a cui prestare attenzione quando fa impresa, per questo deve necessariamente delegare alcune funzioni.

Calcisticamente parlando, l'imprenditore fa il Presidente, il rating advisor fa l'allenatore, e gli altri professionisti giocano in attacco o in difesa a seconda dei ruoli.

Quello che conta è che vinca la squadra, non il singolo. Se non c'è squadra non c'è vittoria.

Mourinho, chiamato lo *Special One* per la sua capacità di collezionare vittorie a qualsiasi livello, intervistato ha detto: «Io non formo giocatori, né insegno loro come giocare a pallone, io formo e creo squadre

vincenti». Questa citazione è l'esatta rappresentazione del lavoro di un rating advisor.

È la squadra che raggiunge gli obiettivi. Ognuno deve avere competenze specifiche e ben delineate per il proprio ruolo. E indovina cosa ti chiede la banca e a cosa guarda quando chiedi i soldi? *Chi sono i professionisti che ti assistono nella costruzione del tuo progetto e nel raggiungimento degli obiettivi.*

I professionisti che ti sono a fianco nella tua impresa, devono comunicare tra di loro, non esistono sovrapposizioni di figure, ognuno deve essere consapevole del proprio ruolo all'interno della squadra, tutti sono fondamentali e necessari.

L'imprenditore deve disporre al meglio di ogni singola competenza per creare una sinfonia perfetta. Il rating advisor deve dialogare con il commercialista per chiedere lumi sul bilancio e suggerire qualche dritta del mestiere, l'avvocato riferisce al rating advisor come gestire il decreto ingiuntivo ricevuto o il cliente che non paga, perché la banca lo chiederà proprio al suddetto rating advisor.

È per questo che molti imprenditori vengono da me a metà strada e chiedono risorse per completare l'opera.

La banca pertanto non affiderà i propri soldi finché l'imprenditore non dimostrerà che ha pianificato tutto, e che lo ha fatto con dei validi professionisti.



## REPUTAZIONE BANCARIA, CENTRALI DEI RISCHI E BANCHE DATI

Come ho più volte affermato nel corso dei precedenti capitoli, uno degli scopi che mi sono prefissato con la scrittura di questo libro è quello di dare un valido contributo all'alfabetizzazione finanziaria rivolta a imprese e famiglie.

Sono certo che essere consapevoli delle dinamiche che sottendono le azioni e le decisioni di banche, finanziarie e assicurazioni può essere un valido aiuto a imprenditori e privati nell'indirizzare le proprie scelte e prendere decisioni.

A questo punto del nostro viaggio dobbiamo parlare delle Centrali dei Rischi (CR).

La Centrale dei Rischi è una banca dati che dà una fotografia d'insieme della situazione finanziaria di famiglie e imprese. Serve ai clienti che hanno una buona "storia creditizia" per ottenere un finanziamento più

facilmente e a condizioni migliori. Serve alle banche e alle società finanziarie per valutare la capacità dei clienti di restituire i suddetti finanziamenti.

La Centrale dei Rischi (CR) è una banca dati, ossia un archivio di informazioni, sui debiti di famiglie e imprese verso il sistema bancario e finanziario gestito dalla Banca d'Italia.

Sono registrati in CR i finanziamenti (mutui, prestiti personali, aperture di credito, ecc.) e le garanzie quando l'importo che il cliente deve restituire supera i 30.000 euro, la cosiddetta "soglia di censimento". È importante chiarire che la CR non è una lista di cattivi pagatori perché registra la storia creditizia dei singoli clienti: contiene quindi sia informazioni positive, come la regolarità del pagamento delle rate e la chiusura del rapporto di finanziamento, sia eventuali informazioni negative che riguardano essenzialmente le difficoltà, più o meno gravi, nel restituire il debito.

Se il cliente è in ritardo nel pagamento di una rata non viene automaticamente classificato *in sofferenza*, cioè come debitore in grave difficoltà. Per classificarlo in sofferenza, l'intermediario deve valutare la sua situazione finanziaria complessiva, alla luce di tutte le informazioni disponibili.

Le CR vengono consultate da operatori bancari o finanziarie (società di leasing e factoring in primis) per capire l'affidabilità del richiedente attraverso la

consultazione di un periodo temporale che ne rivela le abitudini di pagamento e puntualità nel rispetto dei piani concordati.

Per avere un buon rating, soldi e credibilità, è necessario anche aver sempre avuto rapporti e rimborsi puntuali.

I principali database che raccolgono le informazioni riguardanti privati e imprese sono sette, ma ogni giorno aumentano e dopo vedremo il perché. Queste banche dati raccolgono tutte le tue esperienze: i nomi delle banche con cui hai avuto rapporti, i finanziamenti in corso, nomi e cognomi dei garanti, insoluti recenti e passati, lo stato attuale e passato delle tue partecipazioni societarie, eventuali incidenti di percorso con soci o con lo Stato, pignoramenti e fallimenti, anche quelli in cui sei indirettamente coinvolto. Inoltre, sono legittimate al trattamento dei dati e alla loro diffusione, quindi serve a poco appellarsi al diritto alla privacy.

Un vero *Big Brother*, che però non ci deve spaventare, dato che si può sfruttare a proprio vantaggio, come un alleato, addirittura un amico! Ci sono meccanismi di archiviazione e consultazione che se conosciuti fanno la differenza nella tua vita finanziaria. Sono informazioni fondamentali che ti cambiano letteralmente la vita, chiunque tu sia, soprattutto se sei un imprenditore che ha bisogno di liquidità per far girare l'economia in azienda. Le Centrali dei Rischi sono il primo dei molti

motivi che determinano l'erogazione o il rifiuto delle tue richieste di fido e prestiti.

In questo capitolo analizzeremo insieme tutto ciò che sottende il concetto di reputazione bancaria e finanziaria, e andremo a parlare nello specifico di come funzionano le Centrali dei Rischi e le banche dati. Impareremo insieme le differenze che esistono tra le une e le altre e identificheremo le varie complessità di ciascuna.

## **CENTRALI DEI RISCHI: A COSA SERVONO E COME VENGONO CONSULTATE**

La banca è il tuo investitore, scommette su di te e quindi vuole garanzie inequivocabili che tu sia affidabile, capace di amministrare bene i soldi che ti sono stati erogati e soprattutto che tu abbia la capacità di restituirli. La banca vuole numeri che creano altri numeri, non parole.

I fattori che influenzano il tuo rating sono contenuti nelle Centrali dei Rischi. L'ok da parte delle banche, che consultano le Centrali dei Rischi, è il primo semaforo che si deve accendere per poter proseguire negli step successivi. Infatti, è da lì che parte il "via libera" dell'algoritmo all'erogazione del denaro.

Ogni banca, attraverso la consultazione di questi dati, riesce a farsi un quadro completo su di te, anche sulla base di come hai usato il denaro avuto da altri operatori bancari oppure come ti sei comportato tutte

le volte che hai messo una firma a garanzia di un finanziamento.

È evidente che l'accettazione e l'erogazione di un prestito non è determinato solo da un buon reddito dimostrabile, da quante proprietà possiedi o dalla tua denuncia dei redditi, ma da tutti questi fattori messi insieme.

Il calcolo non si basa soltanto sulla tua affidabilità di rimborso presente o passata, ma anche sulla tua capacità di rimborso proiettata nel futuro, tenendo conto di quelle che possono essere le spese inerenti alla tua sfera privata o alla gestione dell'azienda. Tutto viene scorporato e analizzato nel suo complesso.

È proprio in questo frangente che entra in gioco la figura del rating advisor, un professionista che conosce molto bene questi meccanismi, che lavora abitualmente con le CR e ne conosce le dinamiche. È una figura molto importante perché, come dicevo nei capitoli precedenti, di soldi ce ne sono però è importante saperli chiedere. Il rating advisor deve conoscere le tue esigenze di credito, ma allo stesso tempo deve sapere come ragiona la banca, e la banca si informa attraverso le CR, quindi deve capire i meccanismi che sottendono a questi enormi archivi digitali.

Il rating advisor solitamente è un ex bancario o intermediario finanziario che utilizza ogni giorno questi dati, li consulta privatamente senza lasciare tracce, fa aggiornamenti quando lo ritiene opportuno; se ci sono gli estremi contesta gli errori o le informazioni

negative sul tuo conto nel rispetto delle più recenti normative vigenti e infine ricalcola il tuo rating in modo sicuro per permetterti di ottenere il nulla osta dalla PEF (Pratica Elettronica di Fido), il programma della banca tramite cui vengono inoltrate le richieste digitali effettuate dall'intermediario alla banca prescelta.

È determinante conoscere queste informazioni o affidarsi a chi le pratica tutti i giorni. Non farlo sarebbe come voler affrontare un viaggio senza navigatore o idea di come arrivare alla meta. Magari a destinazione ci arrivi comunque, però con un dispendio di energie e costi senz'altro evitabile.

Se hai un'azienda che vuoi far crescere, o devi superare un momento di difficoltà dovuto a contingenze esterne e hai bisogno di liquidità, sapere come muoverti farà la differenza.

Un'ultima precisazione che poi approfondiremo: abbiamo detto che le CR sono degli archivi gestiti dalla Banca d'Italia per finalità di interesse pubblico.

In Italia esistono anche altri archivi centralizzati sul credito, gestiti da soggetti privati, e ai quali gli intermediari partecipano su base volontaria. Sono i Sistemi di Informazione Creditizia (SIC). La Banca d'Italia non supervisiona in alcun modo i SIC; il loro funzionamento è disciplinato da appositi codici deontologici che sono consultabili sul sito del Garante per la protezione dei dati personali.

## WEB REPUTATION E NON SOLO: I FALSI MITI SULLE VISURE BANCARIE

Vorrei sfatare un falso mito sulle visure bancarie e lo farò portandoti un esempio pratico accaduto nel mio studio.

La maggior parte delle persone arriva da noi quando ha già fatto qualcosa di sbagliato, comportamento che con probabilità è dato dalla non conoscenza di questo settore.

La motivazione principale per la quale si rivolgono a noi è la negazione di un prestito o di un fido di cui non capiscono la motivazione, dato che la loro CRIF risulta in regola (la CRIF, o Centrale dei Rischi Finanziari, è un ente preposto alla gestione dei dati e delle segnalazioni all'interno del sistema SIC Eurisc).

Spesso ci raccontano di aver chiamato direttamente la CRIF e che un gentile operatore li ha rassicurati dicendo che è tutto in regola e che basta cambiare banca. Peccato che dopo ogni rifiuto, per un periodo che va dai tre ai sei mesi, a seconda del tipo di finanziamento richiesto, il sistema segnala come negativa qualsiasi richiesta inserita.

Si tratta di una caratteristica del sistema della quale bisogna tenere conto e fare di conseguenza le dovute valutazioni, altrimenti addio casa, fido all'azienda, leasing o acquisto mezzi.

L'esempio che voglio portarti è quello di una giovane coppia lombarda che si è recata presso un notissimo brand di agenzie immobiliari lasciando un

assegno di 10.000 euro come caparra per l'acquisto della casa dei loro sogni. L'agente gli aveva fatto una visura CRIF e visto che era "pulita" (sarebbe più coretto dire che non c'era "nessun dato presente") potevano accedere a un mutuo senza alcun rischio. Loro si sono fidati e hanno iniziato la pratica.

Il mutuo però gli è stato negato perché il marito aveva una sofferenza presso la Centrale dei Rischi della Banca d'Italia spuntata dopo quindici anni, in modo illegittimo. Si scoprirà poi che aveva uno scoperto di 2.000 euro su un vecchio conto.

Hanno perso sia la caparra che la casa.

Venuti da me, ho preparato immediatamente reclamo alla Vigilanza della Banca d'Italia, al Garante della Privacy e alla società recupero crediti che lo segnalava senza preavviso e senza osservare le norme dettate dal codice civile e dal Testo Unico Bancario. Anche la Prefettura ha un procedimento speciale risolutivo che bisogna saper usare molto bene a seconda dei casi.

Abbiamo ottenuto, in meno di quarantacinque giorni, la cancellazione del dato negativo senza pagare un euro, visto che era anche prescritto ed era emerso chiaramente dalle analisi storiche. Ma la scadenza del rogito era troppo breve e non è bastata.

La casa l'hanno comprata altrove e più bella. Alla fine gli è andata bene, a parte i 10.000 euro persi, perché il proprietario non ha voluto sentire ragioni in forza del contratto firmato. Non credo faranno

più acquisti senza prima consultare un professionista.  
*Lezione imparata!*

In questo caso vale la pena far notare che l'agenzia immobiliare era convinta delle proprie azioni, ha manifestato incompetenza professionale e poca preparazione nella conoscenza delle regole per la concessione dei mutui, e i clienti l'hanno seguita senza usare il buon senso.

Non si va da una banca senza il controllo bancario preventivo fatto da uno specialista. Un atteggiamento imperdonabile per chi opera in quel settore, ma tipico anche di chi promette finanziamenti con un semplice clic su internet.

Una buona parte finisce sul tavolo del nostro ufficio indagini bancarie a Milano per capire il perché del rifiuto.

Ciò che fa più danno non è il *non sapere*, ma dare per scontato che quello che sappiamo sia giusto.

Bisogna informarsi, non dagli amici al bar o dai profili Facebook, ma da professionisti qualificati del settore.

## **CENTRALI DEI RISCHI: CONSEGUENZE PER CHI NON LE USA**

Per farti capire cosa intendo quando dico che può essere pericoloso non avere un'adeguata conoscenza delle Centrali dei Rischi, vorrei portarti un altro piccolo esempio che ti chiarirà tutto.

*Facile.it* è una società molto conosciuta che, tra i vari servizi, offre attività di comparazione tra prodotti presenti sul mercato, fra cui quelli finanziari.

Il garante della Privacy, a seguito di indagini, ha multato la società *Facile.it* per quasi 7 milioni di euro per pubblicità ingannevole.

Cito testualmente dal giornale «Il Fatto Quotidiano» del 13 ottobre 2021:

Facile.it non chiariva che i risultati della comparazione dei prestiti sono provvisori, in quanto è demandata ai singoli istituti finanziari ogni valutazione sul merito creditizio dell'utente, con possibile peggioramento delle condizioni economiche proposte in fase di preventivo, è la prima violazione riscontrata dall'Authority, che ha definito l'omissione da parte di Facile.it "fondamentale" in quanto "legata alle effettive condizioni contrattuali e quindi in grado di incidere sulla scelta dei consumatori".

*Facile.it* è stata sanzionata perché ha fatto pubblicità ingannevole sul fatto che potessero essere erogati prestiti inserendo semplicemente il proprio nominativo in un form. Il motivo di fondo della multa è legato al fatto che non possono essere date informazioni così generiche su argomenti così importanti.

In sostanza, la valutazione sulla concessione di un finanziamento o un credito a un'azienda passa necessariamente attraverso dei controlli che vanno eseguiti per mezzo della Centrale dei Rischi.

Sono controlli precisi e valutazioni fatte *ad personam*, questo è l'unico metodo giusto e chiunque non lo segua viene sanzionato, proprio come è successo all'azienda in questione.

## CREDITO FAI-DA-TE: COSA RISCHIO

Ovviamente puoi andare su internet e fare delle proiezioni, ma devi essere consapevole che come tali possono essere più o meno lontane dalla realtà con cui poi ti dovrai confrontare. Puoi inserire i tuoi dati in qualunque form online, ma devi essere conscio che poi il tuo profilo personale o aziendale verrà verificato attraverso la Centrale dei Rischi e allora tutto potrà improvvisamente cambiare.

Devi anche sapere che potresti essere inserito dentro una delle Centrali dei Rischi esistenti a tua insaputa, ad esempio perché una ricevuta bancaria è andata insoluta oppure perché sei stato profilato come cattivo pagatore dei fornitori.

Il primo a sapere qual è la tua posizione nei confronti della Centrale dei Rischi dovresti essere comunque tu, questo deve esserti chiaro.

Se sei un imprenditore, sappi che potrebbe non bastare avere un bilancio solido e utili in positivo per avere il via libera della banca alla concessione del credito.

Non basta presentare al registro delle imprese un bilancio con dei bei numeri, ma è necessario che

venga presentato nei tempi previsti dallo statuto, altrimenti porta a una valutazione negativa da parte degli operatori.

Le informazioni che la banca incrocia con i dati in possesso delle Centrali dei Rischi arrivano a dettagli impressionanti: per loro conta perfino capire a quanti giorni vendi i tuoi prodotti, che margine hai di guadagno, quanti impegni ti sei preso, quanti contratti di fornitura hai in essere, con chi e su quali mercati; se stai facendo affari con paesi emergenti o dove sono in corso guerre civili, se le materie prime hanno un mercato di provenienza solido o meno; tutto è utile per capire se darti credito potrà portare un vantaggio alla banca.

La ricerca di informazioni arriva anche a indagare l'affidabilità economica e finanziaria di chi ti siede vicino, ad esempio nel CdA della tua società.

Tutto ciò serve a tracciare, anche con pregiudizio, un quadro delle persone di cui ti circondi, perché anche da quelle si può capire molto chi sei.

Capisco che quello che ti sto dicendo potrebbe non piacerti ma è quello che succede abitualmente nella realtà in cui vorresti muoverti e con cui vorresti interagire per realizzare i tuoi sogni o per sviluppare la tua azienda.

Devi arrivarci preparato e informato, ed è quello che facciamo noi nel nostro studio con i nostri clienti: li rendiamo consapevoli del dialogo che dovranno

sostenere, delle cose che vanno e che non vanno, di quelle che si possono aggiustare e di quelle che potrebbero essere un punto debole.

Questo approccio è, di per sé, un investimento di tempo e di denaro, ma ragiona su quanto vantaggioso potrà essere per te rispetto al vedersi rifiutata una richiesta di credito. L'alternativa è affidarsi al caso e al fai-da-te, che non sempre ti porta nella direzione desiderata. Il nostro è un lavoro di squadra, non si vince da soli in questa partita in cui è richiesta una visione condivisa.

Spesso parlo con clienti che mi presentano commercialisti che fanno un po' di tutto, sanno un po' di tutto e per questo motivo si arrangiano a svolgere il lavoro richiesto. Te lo dico in modo chiaro: non funziona così. Oggi bisogna lavorare in termini di condivisione del sapere, delle informazioni e delle competenze. Dobbiamo avere conoscenze trasversali e lavorare in squadra al fine di migliorare il rating dell'azienda e farla arrivare preparata insieme all'imprenditore al contatto con le banche.

### **CHI CONSULTA LE CENTRALI DEI RISCHI?**

Converrai con me che se impari a conoscere e consultare quello che potenzialmente è un "nemico", potrebbe diventare un tuo alleato.

Avere responso positivo da una Centrale dei Rischi non solo rappresenta una delle armi vincenti per

rapportarsi con le banche, ma potrebbe avere benefici sia in termini patrimoniali che in termini economici.

La Centrale dei Rischi è un archivio gestito direttamente dalla Banca d'Italia, nel quale sono raccolti i dati relativi alle situazioni debitorie dei clienti nei confronti delle banche.

È la prima fotografia che la Banca fa di un'azienda e i suoi dati incidono non poco sulla valutazione di affidabilità, sul merito creditizio e quindi sulla percezione di rischio.

Una recente decisione della Banca d'Italia ha reso possibile la consultazione della CR ai privati relativamente al proprio profilo personale. In questo modo chiunque potrà conoscere la propria posizione in termini di rating, sia come persona fisica che come azienda. Qualunque cittadino ha infatti la possibilità di consultare i propri dati direttamente online e ricevere indicazioni in tempo reale. Questo è un grande passo in avanti per verificare tutte le posizioni debitorie a proprio nome presso banche e società finanziarie.

La consultazione del database, immediata, gratuita e in ambiente protetto, consente di:

- verificare i dati segnalati a proprio nome nella Centrale dei Rischi;
- verificare la propria posizione nella Centrale di Allarme Interbancaria (CAI);

- segnalare eventuali irregolarità riscontrate nei dati;
- inviare un esposto in maniera semplice e veloce;
- controllare se le carte di credito e gli assegni in possesso dell'utente risultano bloccati.

I dati della CR sono riservati e coperti dal segreto d'ufficio e non possono essere comunicati ad altri o divulgati. Si tratta infatti di informazioni che la Banca d'Italia raccoglie nell'esercizio delle sue funzioni di vigilanza.

Possono accedere alle informazioni solo:

- i soggetti a nome dei quali sono registrate le informazioni e altri soggetti ai quali è riconosciuto il diritto di accesso;
- gli intermediari, per valutare il merito di credito dei clienti;
- le altre Autorità di vigilanza, come Consob e Ivass, nell'esercizio delle loro funzioni istituzionali;
- l'Autorità giudiziaria nell'ambito di procedimenti penali.

Le principali Centrali dei Rischi sono 7 per i privati e attualmente 35 per le imprese e gli imprenditori, di cui alcune pubbliche e altre private.

Queste attingono i dati da varie fonti e in varie forme, li impacchettano con il loro marchio e li vendono a chiunque abbia interesse ad averli.

Indovina chi compra queste informazioni?

Le banche, le finanziarie, i fornitori, i clienti, le società di rating e i rating advisor.

Vengono consultate anche dai tuoi fornitori, che in questo modo valutano la tua affidabilità. I clienti lo fanno perché vogliono capire se iniziare un rapporto di lavoro con te perché se sei affidato significa che sei attendibile.

I sistemi di intelligenza artificiale su cui sono basati funzionano 24 ore su 24, elaborano le informazioni dei database pubblici, del web, o analizzano i dati dei tuoi bilanci per trovare dati da immettere sul mercato.

Se non conosci le notizie di base che il mercato e le banche hanno su te, non solo non avrai mai il finanziamento richiesto, ma potresti incorrere nella revoca di quelli ottenuti.

Quindi le banche e gli intermediari a esse equiparati possono accedere alle tue informazioni riservate nella CR della Banca d'Italia e nelle altre sei Centrali dei Rischi certificate; privati e aziende non possono accedervi a meno che tu non dia loro una specifica autorizzazione.

Le informazioni contenute in queste banche dati sono informazioni inerenti alle abitudini finanziarie dell'utente, quindi va da sé che l'utente possa intervenire direttamente sui dati mantenendo abitudini corrette nei pagamenti. Siccome non è sempre possibile

mantenere la correttezza dei pagamenti, è necessario un consulto periodico dei dati trattati e conservati, e ove si rivelassero informazioni negative è importante provvedere subito con un esperto alla rimozione.

Essendo le Centrali dei Rischi così numerose è fondamentale confrontarsi con un operatore capace di leggerle e interrogarle tutte e che potrà esserti d'aiuto per aggiornare i dati negativi. Non è sufficiente consultarle, ma bisogna anche saperle interpretare e conoscere la legge, nonché il Testo Unico Bancario o le disposizioni della Banca d'Italia o le norme del Codice civile.

Ti sembrerà assurdo però le cose si complicano ulteriormente se non hai mai avuto un prestito. Come dicevamo nei precedenti capitoli, chi non ha mai avuto un prestito, per la banca, è come se non esistesse, nel senso che non è possibile avere dati certi sull'affidabilità, trattasi di un potenziale cliente senza un profilo finanziario, *senza una storia*. In questi casi il rating advisor dovrà fare un lavoro differente rispetto a quello che fa quando è chiamato a ripulire o sistemare la situazione finanziaria di una persona già nota alle banche. Nel caso specifico, dovrà far capire alla banca che, seppure non ci siano dati storici, il cliente è affidabile, ha una sua solidità imprenditoriale e personale, ha una buona idea, ecc... Vuol dire dimostrare di essere in grado di restituire nei tempi e nei modi pattuiti il prestito erogato.

## **BANCA D'ITALIA E CENTRALE ALLARME INTERBANCARIA**

La Banca d'Italia è stata fondata nel 1893 e ha assunto il ruolo di Banca Centrale italiana nel 1928, quando divenne l'unico ente con il potere di emettere moneta.

Conta 170 azionisti, fra enti pubblici e privati. Non ha più autonomia per emettere moneta ma svolge in modo molto attento diverse altre funzioni, in primis quella di ente di controllo del mercato finanziario e dell'operato delle altre banche italiane.

I poteri della Banca Centrale italiana sono rimasti pressoché invariati dal 1947 fino al 1993, con l'adesione all'Unione Europea tramite il Trattato di Maastricht e l'inizio del processo per adottare la moneta unica al fine di istituire una Banca Centrale Europea. Con l'adozione dell'euro, resa effettiva nel 2001, la Banca d'Italia ha ceduto gran parte dei suoi poteri alla BCE. Ad oggi la Banca d'Italia nel sistema comunitario svolge una funzione di controllo sul settore finanziario, elabora strategie per attuare le decisioni UE ed emettere nuova valuta su commissione.

Come potrai immaginare, questa intensa attività di controllo presuppone uno scambio di informazioni sia in entrata che in uscita, quindi oggi la possibilità di verificare il tuo rating non ha un confine territoriale ma potenzialmente tutte le banche e gli operatori possono avere indicazioni utili su di te.

La Banca d'Italia tiene anche gli Albi dei promotori finanziari, mediatori del credito già Agenti in Attività Finanziaria come il sottoscritto e un'infinità di funzioni e Organi di Vigilanza come l'Unità Informazioni Finanziarie, vigilanza sulle società di borsa e altre che sono facilmente reperibili sul sito istituzionale [www.bancaditalia.it](http://www.bancaditalia.it).

Le Centrali dei Rischi registrano tutte le informazioni finanziarie e creditizie relative a ogni ente (persona o azienda). Le banche e le finanziarie, le società di leasing e factoring, e qualunque operatore iscritto a un Albo Speciale, sono obbligate e devono inserire le concessioni di credito a partire dai 30.000 euro per ogni persona fisica o giuridica con cui interagiscono.

Vengono inseriti anche sconfini, sofferenze e affidamenti, concessione di mutui, loro andamento e residuo. Le banche consultano questi dati ogni qualvolta è richiesta una concessione di credito o un aggiornamento delle condizioni. Diventa intuitivo che la conoscenza delle informazioni presenti nella Centrale dei Rischi della Banca d'Italia e anche la sua corretta gestione diventino la chiave di volta per mantenere un rating alto.

Le banche dati più consultate sono gli archivi informatici della Centrale Rischi, la Centrale Allarme Interbancaria (CAI), Carter (archivio ritardi su carte di credito), Capri (assegni bancari insoluti), Asp (Archivio sanzioni penali) e ASA (Archivio Sanzioni

Amministrative operate dalla Prefettura per assegni impagati in violazione alla legge 386/90 con blocchi fino a cinque anni).

## **SOFFERENZA BANCARIA, SE LA CONOSCI LA EVITI**

Dal 1° gennaio 2021, l'EBA (European Banking Authority) ha ridefinito per tutte le banche il concetto di sofferenza bancaria. Chi ha un debito finanziario maggiore di 100 euro (500 euro per le imprese) e un ritardo nei rimborsi di oltre 90 giorni finirà nell'elenco dei cattivi pagatori e sarà segnalato nella Centrale dei Rischi della Banca d'Italia.

Cercherò di fare un pochino chiarezza perché potrà esserti utile per capire in futuro la tua posizione nei confronti delle banche.

La sofferenza bancaria e l'incaglio bancario sono due situazioni in cui può trovarsi chi non riesce a pagare il proprio debito con la banca.

La sofferenza bancaria si ha quando un debitore non può pagare la prevista rata di un mutuo o di un finanziamento, oppure non riesce a rientrare dallo scoperto di un conto corrente (cioè a mettere sul conto il denaro che ha utilizzato in più rispetto a quanto disponibile sul suo conto corrente).

La sofferenza bancaria dura finché il debito non si è estinto, oppure per dieci anni; dopodiché va in prescrizione.

Le banche sono comunque tenute a iscrivere ciascun cliente privato o azienda nella CR della Banca d'Italia quando concedono un credito di almeno 30.000 euro. Come abbiamo visto anche nei paragrafi precedenti, le banche iscrivono alle CR i propri clienti, aziende o privati anche per cifre inferiori non appena questi ultimi diventano insolventi. Nello specifico, se sopra alla soglia dei 30.000 euro vieni in ogni caso iscritto alla CR, per importi molto minori, come ad esempio una rata del mutuo non pagata, la banca ti segnalerà alla CR inserendoti come persona o società con un'affidabilità compromessa.

Se questa è la normativa, è altrettanto vero che un bravo rating advisor, conoscendo bene non solo questa ma tutte le normative in materia tributaria, potrà darti molte indicazioni utili.

## CENTRALE DEI RISCHI E MONITORAGGIO

Se è vero che la migliore vittoria che puoi ottenere sul campo di battaglia è quella che non combatterai, allora converrai con me che il monitoraggio è un passaggio fondamentale che deve necessariamente riguardare la vita dell'azienda, sempre.

Non deve e non può esserci un “momento dedicato al monitoraggio”, ma questo atteggiamento deve diventare un *modus operandi* di tutto il team aziendale.

Le informazioni che reperirai e che saranno il frutto della tua attività di monitoraggio saranno utili per te

e per il tuo commercialista che dovrà tenerne conto, perché quando firma il tuo bilancio, congiuntamente firma un potenziale avviso di garanzia se non segnala le anomalie di gestione e i probabili default a causa di un'esposizione debitoria importante con fisco, fornitori e banche. È questo, infatti, un nuovo elemento di cui bisogna tener conto e che può essere valutato e gestito con un monitoraggio continuo dei dati.

Questo è quello che prevedono le nuove norme sulla crisi di impresa, più volte rimandate nella loro situazione a causa della pandemia, ma che dovrebbero diventare operative nella primavera 2022. Queste norme saranno utili sia alla creazione di nuove figure di mediazione, figure professionali che saranno rese obbligatorie per scongiurare il fallimento o il default delle aziende, sia a dare responsabilità al professionista che dovrà segnalare evidenti scompensi nell'amministrazione delle finanze dell'impresa... che segue all'unità di crisi del tribunale competente.

Come puoi vedere è come se la normativa stessa indicasse la direzione del lavoro di squadra come metodologia possibile per essere più efficienti e più attenti alla gestione delle proprie situazioni economiche e finanziarie. È anche molto logico se letto alla luce della complessità normativa e alla frammentarietà causata dalla enorme burocrazia, per cui un solo professionista difficilmente riesce a essere informato su tutto in modo approfondito.

Il bravo professionista è quello che ti suggerisce di

non aspettare di essere al limite del fido per chiedere altro fido, meglio analizzare il trend prima che il fido arrivi a zero e affidarsi a un mediatore del credito.

Gli operatori e i consulenti che non hanno una mentalità bancaria aspettano che i fidi dei loro clienti siano al limite della capienza per aumentarne la capacità o chiederne di nuovi. Questo non fa altro che evidenziare la difficoltà della gestione del denaro e dei flussi di cassa. Le banche non ti prendono neanche in considerazione, concedendoti al massimo di rientrare di quello vecchio e accenderne uno nuovo.

Questo comportamento da parte della banca ha una sua logica. Serve a conoscere il reale andamento della liquidità di cassa.

C'è qualcosa che peggiora ulteriormente la situazione: la richiesta di fidi seriali ponendo il cliente come vittima di un sistema bancario che non vuole concedere credito. Così facendo ci si brucia letteralmente ogni tipo di credibilità.

Con i miei clienti preparo un'analisi dei tre mesi precedenti alla nuova richiesta di fido e sulla base di informazioni acquisite e poi tradotte nel linguaggio più congeniale agli istituti di credito a cui ci andiamo a rivolgere, preparo la documentazione idonea a dimostrare un trend di crescita che giustifichi una nuova richiesta di provvista finanziaria. Questo tenendo ben presente gli impegni economici attuali e l'integrazione delle vecchie posizioni con la nuova.

Nelle prossime pagine ti indicherò in modo preciso le diverse tipologie di Centrali dei Rischi e le loro caratteristiche e peculiarità, al fine di fare chiarezza in questo sistema ingarbugliato. Così potrai imparare a leggerle e interpretarle a seconda delle tue esigenze.

### **CRIF S.p.A. – SISTEMA EURISC, IL CENSIMENTO OBBLIGATORIO**

Il sistema Eurisc-SIC (Sistemi di informazioni Creditizie) gestisce una serie di centrali di rischio che vengono consultate soprattutto per il microcredito, come ad esempio quello del telefonino o dell'auto, e normalmente per importi fino a un massimo di 30.000 euro.

Sempre di più, banche e finanziarie consultano le Centrali dei Rischi in serie insieme ad altri dossier, e l'idea che basti avere la CRIF "pulita" è solo un falso mito.

La CRIF S.p.A. ([www.crif.it](http://www.crif.it)), con sede a Bologna, è la Centrale di Rischio più nota. Essendo di proprietà delle banche è praticamente convenzionata con tutte le finanziarie e banche nazionali oltre a essere presente con proprie filiali nei principali paesi europei.

In essa vengono inserite le abitudini di pagamento di privati e imprese, gli incagli e le sofferenze su fidi o prestiti e vengono riportati i ritardi, che rimangono visibili dai dodici ai ventiquattro mesi a seconda che le rate siano fino a due oppure oltre il loro saldo.

Si può intervenire alla cancellazione e all'aggiornamento del dato a patto che siano state osservate le

norme obbligatorie sulle segnalazioni (ad esempio, il preavviso nella forma corretta, raccomandata o Pec). In questo caso si può ripristinare il dato anche in soli trenta giorni (ed è meglio di due anni, direi).

Il fai-da-te è caldamente sconsigliato a meno che tu non abbia dimestichezza con le leggi e le normative. Basta una virgola fuori posto o un indirizzo sbagliato e la richiesta non viene accolta o peggio rimane inevasa o cestinata. La forma è tutto quando si parla di enti pubblici o di leggi.

In questa banca dati vengono riportate le notizie provenienti dai tribunali o dagli uffici di pubblicità immobiliare, come le conservatorie, dove è possibile visionare pignoramenti, sequestri e fallimenti, anche se riferiti a società di cui hai fatto parte o per le quali sei stato garante. Un archivio di notizie molto ambito dalle banche.

Questi dati influenzano e creano la tua reputazione: un certificato CRIF con tante posizioni regolari determina un rating alto e quindi garantisce una più facile concessione di credito, però non dimentichiamoci che viene adoperato anche per verificare quanto sei esposto verso le banche rispetto al reddito che dichiari (cosiddetto rischio di sovra indebitamento). In egual misura, una CRIF bianca è peggio di una sporca con ritardi sanati.

## **CONSORZIO TUTELA DEL CREDITO (CTC)**

Il Consorzio per la Tutela del Credito (conosciuto anche come CTC) è un consorzio senza scopo di lucro autorizzato a gestire uno dei quattro sistemi di informazioni creditizie (SIC) autorizzati in Italia.

È stato costituito nel lontano 1990 da sei delle principali società di credito al consumo, con lo scopo iniziale di monitorare le sole informazioni di tipo “negativo” della clientela.

Nel 1995 ha introdotto anche la gestione delle informazioni positive per diventare, negli ultimi anni, un partner strategico dei propri consorziati nell’amministrazione delle varie fasi di gestione del credito.

Quando firmi un contratto di finanziamento o un abbonamento in palestra, pagandolo a rate, autorizzi a trasmettere i tuoi dati e le modalità di pagamento che, se positivi, portano altro credito e un aumento del rating, se negativi, contribuiscono a spargere il virus delle note dolenti.

## **EXPERIAN S.P.A. – UN POZZO DI NOTIZIE SU DI TE**

L’ultima banca dati facente parte del sistema Eurisc è la Experian S.p.A. con sede a Roma ([www.experian.it](http://www.experian.it)).

Le banche hanno praticamente l’esclusiva, la consultano anche solo per aprire un conto corrente. Infatti, in Experian vengono riportati gli stessi dati come esposti in CRIF, tuttavia se ne aggiungono di nuovi, quali protesti su assegni bancari rilevabili dal Registro Imprese

presso la Camera di Commercio o notizie relative a fallimenti societari dove hai avuto qualche carica o quota, oltre ai famosi *pregiudizievoli di conservatoria*.

### **CERVED S.p.A. – DI TUTTO E DI PIÙ**

Il gruppo Cerved S.p.A. ([www.cerved.it](http://www.cerved.it)) di San Donato Milanese è di proprietà di uno dei più autorevoli gruppi americani di *private Equity* in circolazione e in *joint venture* con Experian, motivo per il quale i dati vengono duplicati e arricchiti reciprocamente.

Il dossier Cerved S.p.A. fornisce una fotografia vera e propria della storia finanziaria dell'imprenditore o del privato cittadino; inoltre, fornisce anche servizio a pagamento di consulenza con analisi dei dati di bilancio, delle performance degli ultimi tre anni e valutazione del proprio rating e del valore di fido consigliato.

Praticamente si hanno gli stessi dati di Experian S.p.A. e in più si può avere una valutazione sui bilanci e sulle principali voci che lo caratterizzano, inclusa una valutazione di tipo commerciale e finanziaria secondo i loro principi e algoritmi.

Non mancano poi i pregiudizievoli di conservatoria, fallimenti, sequestri, pignoramenti di terzi, banche o Agenzia Entrate Riscossioni Ex Equitalia. Perfino il fondo patrimoniale. Riporta tutto di voi: chi frequenti e con chi lavori, cosa “dichiarano” le principali testate giornalistiche, articoli o interviste degne di nota su di te e sul gruppo a cui appartiene l'azienda.

## **MODEFINANCE – LA FAVORITA DELLE BANCHE**

ModeFinance è un'agenzia di rating ufficiale specializzata nella valutazione del rischio di credito di aziende e banche; grazie alla metodologia proprietaria di valutazione del rischio, ModeFinance offre diversi prodotti per la gestione del rischio di credito.

Utilizza metodologie fondate sulle più avanzate tecnologie numeriche di analisi dei *Big Data*, *Machine Learning* e *Analytics*, che permettono la valutazione del rating di tutte le aziende e di tutti gli istituti bancari al mondo. Un esempio concreto di come l'intelligenza artificiale interagisca con il mondo della finanza.

Sebbene sia nata pochi anni fa, è la riprova che la richiesta del mercato di dati e sistemi di valutazioni del rating è elevata e i fondatori hanno colto l'opportunità di fornire un servizio agli operatori bancari e agli imprenditori.

ModeFinance è la piattaforma più utilizzata dalle maggiori società di mediazione creditizia sul mercato e dagli istituti bancari, a testimonianza della loro affidabilità.

## **CRIBIS – L'ALTER EGO DI CERVED FIRMATO DA CRIF**

Cribis ([www.cribis.it](http://www.cribis.it)), come il dossier Cerved, pesca informazioni nella CRIF di cui è figlia e nei registri pubblici (come il registro imprese) e analizza i bilanci depositati e altre notizie degne di nota. Particolare importante è che sia Cerved che CRIBIS adesso hanno sezioni in cui riportano notizie presenti dal web,

articoli della tua attività, link che parlano di denunce, condanne e coinvolgimenti giudiziari, anche se non hanno portato a nessuna condanna.

Riportare notizie non attuali o pregiudizievoli viene oggi inquadrato come violazione del diritto di cronaca, poiché non essendo loro testata giornalistica di fatto... diffondono notizie illegittime che minano la reputazione personale e imprenditoriale delle aziende di cui fanno parte.

Un rating advisor sa bene quali informazioni comportano un danno e quali no: per questo consiglia o inserisce lui stesso alcune notizie – in fondo la pubblicità è l'anima del commercio – e “spinge” alcune informazioni per creare un alone di fiducia e notorietà intorno a te.

### **CREDIT SAFE – INFORMAZIONI FINANZIARIE, MONITORAGGIO E KYC**

CreditSafe ([www.creditsafe.it](http://www.creditsafe.it)) è una società di informazioni commerciali che fornisce un report finanziario che non fa né più né meno quello degli altri cugini Cerved e CRIBIS, arricchito però di ulteriori consigli dell'operatore, come: il posizionamento rispetto alla media dei competitori, una fotografia del gruppo di appartenenza con l'indicazione di tutte le società in cui sei stato o sei socio e/o amministratore, i protesti cambiari e, *dulcis in fundo*, anche la *KYC compliance*, ossia se hai avuto condanne o se sei in una *crime list*.

Una cliente che si è rivolta a me qualche mese fa

aveva problemi ad aprire un conto corrente solo perché cinque anni prima aveva patteggiato una condanna per una piccola evasione fiscale relativa a IVA non versata. Il suo avvocato le aveva consigliato il patteggiamento per risolvere subito, però non era un esperto di rating e non pensava certo alla reputazione bancaria quanto piuttosto alla sua libertà personale.

Dopo aver analizzato il caso, insieme al nostro team legale, siamo arrivati alla conclusione che, in casi analoghi, un appello sarebbe stato risolutivo e vincente. Abbiamo poi trovato e risolto il problema, perché dei piccoli giornali locali avevano dato molto spazio e risalto alla notizia rendendole la vita impossibile. Fortunatamente, dopo un'analisi attenta della situazione, abbiamo fatto leva sulla legge sul diritto all'oblio e lei è tornata a vivere e ad avere credito.

## **WORLD CHECK – LO SPIONE DEL WEB E DELLA CRIME LIST**

Il dossier World Check ([www.refinitiv.com](http://www.refinitiv.com)) è gestito dalla Reuters di Londra. È stato definito il più grande *Big Brother* al mondo in quanto opera in quasi tutti i paesi, ed essendo una creatura della Reuters (sai quei fotografi e giornalisti che girano anche in zone belligeranti come il medio Oriente?) è usato e consultato ormai dalle banche e gli operatori finanziari.

Era nato per indicare le *persone politicamente esposte* (PEP), i terroristi o le persone a rischio per la sicurezza dei paesi occidentali, invece – come tutte le

buone intenzioni che partono bene e finiscono male, per i soldi che girano – viene usato per carpire qualsiasi notizia ci sia su di te nella rete, nei tribunali, nelle testate giornalistiche, in TV, e nel più scabroso dei blog. Notizie rivendute bene e impacchettate alle banche di tutto il mondo.

Costo abbonamento e aggiornamento per le suddette banche: non meno di 1 milione all'anno.

Ecco quanto sono disposte a pagare le banche pur di trovare un cavillo per non darti soldi.

Solo a me hanno chiesto 6.000 euro all'anno per consultare i dati in maniera semplice.

A prima vista si potrebbe pensare di essere incastrati, e di fatto lo si è. Ma ho imparato nella vita che dietro l'angolo una soluzione non manca mai. Nulla è per sempre e soprattutto... che più sporca la fanno, più è facile trovare una soluzione, poiché credo davvero che ognuno di noi abbia dei diritti che non possono essere calpestati o violati senza conseguenze.

Mi sono abbonato a questa banca dati, per capire come funziona e cosa diffonde. Sono abbonato del resto a molte altre, fa parte delle mie competenze.

La Reuters ha un ufficio anche a Milano in zona Duomo; li ho conosciuti e collaborano con il mio ufficio legale per la rimessa *in bonis* di quelle situazioni che a mio avviso non meritano più di stare in quel dossier o addirittura violano le leggi sul diritto di cronaca.

Il mio lavoro è risolvere e mediare, ma sono pronto

a tutto per proteggere il mio cliente e la sua reputazione. Per questo il mio motto è: «*si vis pacem, para bellum*».

## **GOOGLE, FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN – I TUOI AMICI DI SEMPRE CHE PARLANO DI TE**

Quando parlo di notizie su di te, buone e meno buone, di vicende personali o giudiziarie o societarie che ti riguardano, dove credi le trovino le banche e le società finanziarie? Sul web, ovviamente, cercando sui motori di ricerca, sui blog e sui social.

È lì che devi puntare insieme al tuo consulente di rating bancario per verificare quali informazioni siano presenti sul web che riguardano te o la tua impresa o il tuo prodotto, quale impressione dai di te, cosa dicono gli altri, se hai interviste degne di nota sul tuo prodotto, cosa pubblichi sul tuo profilo, come ti presenti al pubblico e al mercato.

Questi sono solo alcuni punti fondamentali da prendere in considerazione per mostrare un'immagine di te all'altezza del progetto che vuoi realizzare. Non puoi pensare di vendere un prodotto autorevole se pubblichi foto poco serie o commenti su profili di scarso valore.

Io valuto le persone dal loro atteggiamento, da come si pongono verso di me, da come mi parlano. La banca fa lo stesso, vuole sapere perché dovrebbe darti i soldi, se hai il carattere, la serietà e l'impresa giusta per restituire il denaro consegnato, e soprattutto se lo saprai far fruttare.

**Ecco a cosa servono le Centrali dei Rischi: a mettere un altro mattone nella costruzione del tuo palazzo, una competenza in più per giocare la tua partita, perché l'avversario sappia che con te non si scherza, tu sei un vincente per reputazione e parti già in vantaggio.**

## **L'IMPORTANZA DI AVERE UN PROFILO PERFETTO**

Abbiamo parlato delle centrali rischi più comuni e dell'importanza di avere un profilo perfetto. Un metodo infallibile è quello di pagare in modo regolare i prestiti e i finanziamenti alle scadenze stabilite.

Abbiamo anche detto che non sempre questo è possibile, vuoi perché la banca fa saltare un RID (rapporto interbancario diretto), vuoi perché abbiamo avuto problemi di liquidità (perdita di lavoro, incassi diminuiti e altro), vuoi perché quella cambiale che scadeva era appoggiata sulla filiale sbagliata...

Quindi come si fa a ovviare a questi problemi?

Per l'impresa è utile un piano di monitoraggio trimestrale costante e completo per poter eventualmente intervenire al minimo segnale negativo; per il privato, viceversa, prima di presentare qualunque richiesta, è necessario procedere con sufficiente anticipo (almeno sei mesi) alla richiesta di un *credit bureau* (dossier creditizio) su tutti i componenti della famiglia.

Ti ho fornito soltanto gli spunti più salienti che un consultatore medio, soprattutto se imprenditore, deve assolutamente conoscere. Non devi essere un tutto-ologo, ti basterà conoscere colui che potrà risolvarti il problema, affidandogli infine l'incarico.

Giacché tutto si impara e si acquisisce, competenze, informazioni e strumenti.

Solo una cosa è richiesta: l'atteggiamento e il carattere. È ciò che ti porta ad affidarti a persone qualificate, e che ti spinge a trovare la soluzione.

Attendere o rimandare l'accesso al credito non è un'opzione per le imprese e gli utenti dopo il Covid-19. Anche perché aspettare, non fare niente, in questo ambito, non è mai la scelta migliore, solitamente si finisce per perdere soldi, tempo e opportunità.

Per riassumere, le Centrali dei Rischi servono a:

- capire qual è la tua situazione finanziaria attuale;
- tenere conto della tua storia finanziaria, che la banca osserva minuziosamente.

GUARDA IL VIDEO



<https://www.ilmiorating.it/video2>



## RATING E CAMBIAMENTO SOCIALE

Nel 2022 la maggior parte delle trattative e dei rapporti commerciali con banche o fra aziende, così come le relazioni professionali e personali, hanno il *rating* come *parametro di valutazione dell'affidabilità*.

Il post Covid-19 ci ha imposto un nuovo modo di fare impresa. Il vecchio modello imprenditoriale e bancario prettamente “referenziale” è stato surclassato da un nuovo modello comportamentale: *l'analisi del rating*. Sempre più banche utilizzano questo termine per misurare la tua credibilità finanziaria.

È il caso di Raffaella R., nel marzo 2021. La signora è di Aosta, chiama i nostri uffici, chiede insistentemente di parlare con me, è urgente, ed è arrabbiata. Fin qui niente di nuovo, chi chiama noi per il 70% lo fa per cose urgenti.

La richiamo e lei mi dice: «Ho visto i video in cui

parla di rating bancario e mi sembra molto preparato. Lei se ne occupa, vero?».

«Sì, signora, mi occupo di rating bancario, come posso aiutarla?»

«Senta, il mio caso è urgente. Io devo fare un finanziamento importante e sono stata nella mia banca... Mi ha detto che non ho rating e quindi non possono valutare se concedermi il finanziamento. Ma come si permettono! Io ho il conto da loro da molti anni, sono sposata, ho una casa di proprietà, una bella famiglia, un lavoro con contratto a tempo indeterminato e *mi hanno detto che non ho rating. Che vuol dire?*»

«Le hanno detto altro?»

«No. Solo che non potevano aiutarmi e di rivolgermi a qualcuno del settore. Ho cercato su Google e YouTube e ho trovato lei».

Raffaella mi ha trovato con la qualifica professionale che lo stesso operatore della banca le aveva indicato, d'altronde non poteva fare altro, essere senza rating equivale a essere senza storia, sei un soggetto non valutabile, anonimo, invisibile come tanti.

Quello che fa riflettere di questa storia è che nessuno, qualche anno fa, avrebbe usato questo termine per indicare una situazione verificabile.

Raffaella non ha girato di banca in banca come fanno tanti in cerca dello sportello giusto con il “buon operatore” che si impietosisce davanti a una storia di bisogno o si intimorisce di fronte a una frustrazione

tramutata in rabbia, ma ha usato il buon senso e, soprattutto, ha seguito le indicazioni fornite: cercare uno specialista.

Il problema di Raffaella, dopo le indagini bancarie, è stato individuato in una mancanza di storia creditizia. Le serviva qualcuno che le indicasse i passi necessari per costruirla. In un altro periodo, forse, a Raffaella sarebbe stato concesso il credito anche senza rating bancario, tuttavia pure le banche fanno le loro valutazioni in relazione ai momenti storico-sociali in cui si trovano, e troppo spesso questa variabile non viene presa in considerazione. Non dimenticare mai che le banche, come tutte le società, devono far quadrare un bilancio, e quindi decidere di allargare o stringere le maglie delle entrate e delle uscite. Forse è capitato anche a te di chiedere soldi alla tua banca in un periodo in cui aveva necessità di rimanere in un budget, e in quel caso, in qualunque modo ti presenti, quei soldi non li avrai. Ma li potresti ottenere facilmente da un'altra banca che è in fase di espansione e cerca invece clienti come te.

**L'informazione giusta, al momento giusto, con la persona giusta, può essere determinante.**

Nel momento in cui sto scrivendo questo capitolo stiamo ricevendo molte telefonate da istituti di credito, leasing e finanziarie con le quali lavoriamo abitualmente – ad oggi sono 36 – che ci chiedono di

presentare loro società con un buon rating per affidare i soldi stanziati dal P.N.R.R. e dalla BCE per l'emergenza post Covid-19. Ecco per me un buon esempio di gestione efficace del tempo e delle risorse che si hanno a disposizione.

## **COME GESTIRE UN RIFIUTO PER RATING INSUFFICIENTE**

Il rifiuto a una richiesta di finanziamento senza un perché molto probabilmente è sufficiente per rovinarti la giornata, anzi molte giornate se sei un imprenditore. Ogni richiesta rifiutata è una segnalazione, ogni segnalazione genera un nuovo rifiuto e ogni rifiuto pregiudica sempre di più il tuo rating bancario.

### **Fermati al primo "no" e indaga, intervieni subito!**

Altrimenti rischi di compromettere la buona riuscita di richieste future, siano esse fidi, finanziamenti, mutui, anticipi, fatture o qualunque altra operazione che coinvolga banche e/o finanziarie. Sì, perché questi rifiuti diventano segnalazioni negative e restano visibili dai tre ai sei mesi non su una banca dati, ma su tutte le Centrali dei Rischi e non avrai credito per nessun motivo, anche se racconti che i tuoi figli studiano a Cambridge e la tua casa è grande come un campo da calcio.

Ma sai una cosa? Tutto questo si può evitare con una semplice azione: controllare il tuo rating bancario prima di fare qualunque operazione.

Prima e non dopo il rifiuto! Dopo il rifiuto la situazione si è già complicata. Il rating bancario si controlla prima di iniziare qualunque rapporto finanziario con qualunque istituto di credito. Questa è la funzione di un rating advisor.

## **IL RATING NON SI COMPRA, IL RATING È UNA STORIA DI VALORE**

Questo messaggio è per te, che tu sia un consumatore o un imprenditore. Il rating è il tuo valore! La tua vita sociale e imprenditoriale ora dipende da questo e, come la reputazione, il rating lo si costruisce passo dopo passo, azione dopo azione, scelta dopo scelta e, proprio come la reputazione, può compromettersi in un attimo. Basta un'operazione sbagliata.

In vari passaggi del libro ho scritto che le imprese che verifico vengono monitorate costantemente affinché fra i dati e il rating ci sia coerenza e riflettano il valore atteso. Essi sono come uno specchio che riverbera dentro a un computer una stringa di valori e di cifre che dà un punteggio e un colore: il colore ambito è il verde e il valore che lo determina si aggira tra 70/100 e 100/100.

Non serve scendere in piazza per un corteo “no rating” e protestare contro la banca perché non ti concede il finanziamento.

**Il rating bisogna conoscerlo, verificarlo e sapere  
come aumentarlo (se c'è da aumentarlo), o  
costruirlo in maniera graduale e sicura.**

Un professionista esperto e qualificato, oltre a garantire il raggiungimento del risultato prefissato, può anche farti da mentore, insegnandoti le regole che stanno alla base di una corretta educazione bancaria. Meglio lasciare le operazioni più complesse a un tecnico con conoscenze e accesso a strumenti funzionali al suo lavoro.

La cosa che consiglio sempre è quella di coinvolgere anche il tuo commercialista per qualche consiglio sulle voci di bilancio o sulle ultime direttive del sistema bancario, e di parlare con il tuo avvocato per un'operazione straordinaria utile allo scopo.

Come puoi notare, la figura del rating advisor ti può aiutare a creare una squadra vincente, e può fare da collante fra i vari professionisti, non essendo il suo sapere in contrapposizione con altre figure.

Il rating deve riflettere il tuo valore e far sì che tu possa accedere più facilmente al credito necessario allo sviluppo della tua impresa o avere luce verde per l'acquisto di una casa.

Il rating è la traduzione inglese della parola "valutazione".

Quando cerchi un articolo online o un consiglio per un acquisto, chiedi ad altri utenti la loro esperienza,

guardi le recensioni, ti informi da quanto tempo è sul mercato, stai cercando di capire quanto sia “affidabile”; in poche parole, stai valutando il rating del prodotto. È questo il principio di verifica e controllo del sistema bancario, ovviamente in una forma più elaborata della tua, ma la modalità è pressoché la stessa.

Per questo è tassativo conoscere il proprio rating bancario, personale e aziendale.

**Il rating è fondamentale, perché avere un buon rating significa avere più soldi.**

## **IL TUO RATING SI PUÒ MIGLIORARE**

Migliorare il proprio rating significa rendersi la vita più felice e più comoda.

Significa avere più soldi e maggiore fiducia da parte del mercato, perché se il cliente non trova attestazioni di fiducia nei tuoi confronti, difficilmente acquisterà il prodotto, quindi figuriamoci la tua banca. Nessuno investe denaro quando non vede chiaro, quando non sa chi sei, quanto vali, di che professionisti ti circondi e che prodotto vendi.

**Il tuo prodotto, il tuo rating, è quello che tu sei.**

Sei tu che chiedi la cifra di cui hai bisogno per il tuo progetto alla banca, non è la banca che ti offre quello che vuole.

Questo è valido per qualsiasi accesso agli istituti di credito, dai fornitori, ai clienti, al fare un leasing, ogni richiesta diventa più semplice se il rating di un'azienda è alto.

E qui comprendi che non serve verificarlo dopo che ti hanno detto di no! Quel “no” si somma a tutti i “no” ricevuti e forma un rating negativo, e dopo un po' il “no” pesa di più.

Avere credito oggi, in un momento favorevole del mercato, non è come averlo tra sei mesi, il tuo prodotto deve essere venduto oggi, a prezzo pieno e senza sconti, perché lo offri nell'istante in cui serve, non il prossimo anno in outlet al prezzo di costo (e quindi senza utili).

Viviamo in momenti di trend economici continui, ormai anche il business subisce il *prêt-à-porter* della moda, adesso esiste il Recovery Fund, esiste il P.N.R.R. (Piano Nazionale Ripresa e Resilienza). I soldi ci sono ma non sono infiniti, soprattutto quelli a basso costo; chi non ha rating non becca nulla, chi arriva tardi, trova solo le briciole. Chi ha il rating più alto e arriva prima, prende tutto, più soldi, più velocemente e al tasso più basso. Fai le tue considerazioni!

## IDENTITÀ IMPRENDITORIALE E IDENTITÀ AZIENDALE

Ho scritto questo libro pensando fosse mio preciso dovere farlo, per essere di aiuto sia come persona che

come professionista alle tante aziende in difficoltà e ai singoli cittadini per superare la crisi in atto. Siamo di fronte a un cambiamento sociale di quelli seri, che capitano una o due volte durante un intero secolo. Per ottenere risultati tangibili devi essere preparato ad affrontare il cambiamento, sapere cosa puoi fare e come farlo. Se ti arrendi senza agire vai alla deriva e muori, come imprenditore e come singolo individuo. Perché non è solo una questione di soldi, di come averli e farseli dare, ma anche di personalità.

**Il rating non è soltanto un valore, una stringa di cifre e colori. Sei tu, è la tua azienda. La tua carta d'identità aziendale fatta di rapporti e metodi, ma soprattutto di fiducia che hai e che infondi.**

Il successo implica anche avere carattere e atteggiamento. Quando fai un bilancio e un business plan stai tracciando la tua rotta e i tuoi obiettivi e lo devi fare nel miglior modo possibile. Non puoi fare sconti al tuo successo, perché lì dentro è descritto anche come reagisci alle botte di mercato che inevitabilmente arrivano.

Il tuo rating ti permette di avere soldi, risorse e fiducia dal mercato, dalle banche, dai clienti.

Prima di essere imprenditore, sei un individuo, e quello che puoi fare è creare prosperità nella tua vita, in quella della tua famiglia e in quella dei tuoi collaboratori, per essere un genitore migliore, una persona

migliore, un uomo o una donna migliore. Più libero e felice.

Se sei focalizzato e sai come risolvere i problemi, sei un imprenditore migliore, sei un capo migliore, sei allineato alla tua identità di essere umano e potrai dare un contributo enorme a chi ti circonda.

Per me è così che si cambiano le cose. E per come la vedo io, ogni crisi porta una nuova opportunità, una rinascita. Devi solo riuscire a vederla e farla tua.

Ecco perché il rating è vitale nel mondo finanziario attuale e lo sarà sempre di più negli anni a venire. Non è solo valore e soldi, è semplificarti la vita, renderla scorrevole e farti guadagnare addirittura quando il mercato non va.

## **COME AVERE CREDITO CONTINUO SENZA RISCHIO DI REVOKA**

Se sei posizionato, e se il tuo rating è valido, nessuna banca ti richiederà l'ombrello che ti ha prestato proprio mentre pioveva. Anzi si preoccuperà che te ne basti uno. E come già detto, non scherzo mai sui soldi.

Sono certo che sei farai le cose nel modo giusto, le cose andranno come devono, perché significa che hai dimostrato di saper reagire di fronte ai cambiamenti e che non ti farai trovare impreparato. Grazie alla fiducia che mostri e che ti sei guadagnato, attendere a volte è l'azione migliore, ma solo se hai la struttura e le cifre in ordine.

Non pensare che il rating sia unicamente un algoritmo. È il tuo valore, racchiude una serie di capacità quali la resilienza, la forza di adattamento, la capacità di fiutare un business e fare previsioni di vendita.

Questo perché sai bene che tipo di offerta proponi, valuti il suo valore e la sua unicità, lo sai comunicare e soprattutto lo sai far fruttare.

Trovi il rating in qualunque settore, patrimoniale, reddituale, bancario, reputazionale, di legalità, o di preferenza sui gusti dei consumatori.

**Con quel punteggio racconti come sei come azienda, tutto ciò che ne consegue è una percezione esclusiva di te. Ricorda, il tuo valore è quello che fai percepire. Per ottenere dei soldi, devi sapere cosa fare e, ancora più importante, come farlo. Ignorarlo è un rischio.**

## **COME ESSERE ESCLUSIVI E SEMPRE UN PASSO AVANTI**

Un altro modo per avere un buon rating è senza dubbio essere esclusivi.

Stare al passo con i tempi, offrire prodotti che esprimano unicità, si riflette inevitabilmente anche sul tuo nome e sulla tua persona.

**Prodotto → qualità → azienda → TU (alla fine hanno comprato te)**

E per far questo, ci vogliono capitali iniziali, soldi e liquidità.

A meno che tu non abbia sposato il figlio o la figlia del presidente della banca o abbia ereditato una ingente somma da un fantomatico zio d'America, rimangono solo:

- banca;
- crowdfunding;
- private equity / business angels;
- parente stretto che ti presta i suoi risparmi (e che probabilmente te lo farà pesare fino alla morte);
- Borsa Valori (il più attuale è il mercato A.I.M.).

E indovina cosa guardano tutti? Il tuo valore, il tuo rating, l'eccezionalità del tuo progetto, il perché dovrebbe funzionare con te e quali utili produrrà permettendo un agevole rimborso, ovviamente con gli interessi.

## **RATING, UN DATO DI FATTO: 6.000 IMPRESE CONTRO 199.349**

In un articolo che ho letto poco tempo fa, basato su uno studio di Leanus, una delle maggiori piattaforme italiane di dati sulle imprese e pubblicato da «Milano Finanza», autorevole giornale finanziario, il 30 ottobre 2021, si diceva che in Italia 6.000 imprese trainano l'economia, assicurandosi il 70% dei ricavi e ben l'80% di tutti gli affidamenti bancari.

Nessun errore, i numeri non mentono mai, sono realtà oggettive, verificabili da chiunque li analizzi.

E tutte le altre PMI? Che fine fanno le imprese che pagano le tasse e alle quali viene comunque negato il credito? Chi le aiuta? Cosa devono fare? Cosa sbagliano nella richiesta?

Quando c'è un problema, già individuarlo è in assoluto un successo, perché un analista bancario parte sempre da lì, dalla *causa prima*, quella che scatena tutte le complicazioni; e questa va gestita e risolta o non si va da nessuna parte.

Individuare la causa significa avere un rimedio.

E se sei sano ancora meglio, so quale integratore darti per farti correre più veloce. Li conosco e li studio. La scienza bancaria, come l'analisi dei dati, è meravigliosa perché è esatta. È un insieme armonico di numeri, cifre e linee che danno un risultato certo. La devi conoscere, la devi amare, la devi comprendere, diversamente non funzionerà.

I numeri sono progetti realizzati, contratti chiusi, opportunità raccolte; numeri che presentati così come chiede la banca e come li vuole la banca, diventano soldi.

E questo va di pari passo con i tuoi successi.

*Sono i dati che parlano.*

A questo punto però qualche domanda è opportuno che tu te la faccia: io sono tra quelle 6.000 imprese? Se non sono fra queste 6.000, come faccio a esserci? In quanto tempo, con le risorse che ho, posso

arrivarci? Di quali strumenti ho bisogno? Chi mi può aiutare?

Ti dico una cosa su queste 6.000 aziende: è una certezza assoluta che tutte hanno un rating ottimale; la banca ha dato loro fiducia e di riflesso il mercato, e senza dubbio hanno un advisor che li ha aiutati a ottenere credito e una squadra di professionisti che li affianca nelle loro scelte.

Lo ripeto: nessuno è un tuttologo, io quando necessito di un supporto legale o tributario devo solo alzararmi e andare nella stanza accanto. Oppure collaboro con i professionisti dell'imprenditore per studiare il caso e un piano di risanamento.

Ogni rating advisor ha un limite di aziende che può seguire ogni anno perché necessitano di monitoraggio continuo, mentre per i privati il numero sale perché solitamente hanno un singolo aspetto da sistemare.

La mia speranza per il futuro degli imprenditori del nostro Paese è che sempre più commercialisti e operatori bancari qualificati con mansioni dirigenziali lascino il mondo bancario e abbraccino la libera professione, come ho fatto io in passato.

## **I NUOVI SCHIAVI: LE PICCOLE PARTITE IVA E PMI**

Le piccolissime aziende, che vengono capitalizzate dalle 6.000 grandi che trainano l'economia, sono i nuovi dipendenti mascherati da partite IVA e piccole e medie imprese (PMI).

Se non avrai al tuo fianco un conoscitore del mondo bancario che ti segua e che ti consigli, i soldi veri non li vedrai mai.

Andrai avanti a prestiti Covid-19, piccoli fondi perduti, e quando dovrai rimborsare il capitale... o fallirai o finirai in sofferenza nella Centrale dei Rischi.

*Fine della corsa.* Si dovrà poi intervenire in maniera diversa con tempi e costi diversi.

Come possono allora queste piccole partite IVA sollevarsi e accedere a quel denaro per ampliarsi?

La risposta sta nell'educazione bancaria.

**Posso aiutarti perché è il mio mestiere, lo svolgo con passione e competenza dal 2007, agevolando imprese e privati ad accedere più facilmente al credito e questo anche in presenza di disagi bancari pregressi, mediante la verifica, il controllo e il ripristino del merito creditizio.**

**Lo faccio in modo esclusivo e completo il servizio erogando credito tramite i nostri canali bancari.**

Una piccola partita IVA deve comprendere come avere più credito perché da lì passa anche lo strumento per avere più fiducia.

Come può ottenere migliori condizioni commerciali se non può sostenere anticipi per prestazioni di servizio, per acquistare materie prime, o semplicemente per pagare i dipendenti o le forniture di carburante? Oggi quasi nessuno paga in anticipo e quindi

inevitabilmente ti trovi a chiedere quello che si chiama *credito rotativo*, ossia quella provvista finanziaria che serve a coprire il lasso di tempo che va da quando paghi i tuoi fornitori, a quando lavori il prodotto o servizio e incassi dal tuo cliente.

Chi te li dà i soldi?

Serve credito dalla banca o fiducia dal fornitore. Non cambia nulla alla fine, tutti guardano la tua affidabilità creditizia, il tuo valore; si parte e ritorna sempre lì, al rating.

## **QUAL È IL PUNTO DI PARTENZA PER AVERE SOLDI DALLE BANCHE?**

Senza dubbio la domanda che tutti mi fanno è: da dove comincio? Come si fa ad avere soldi dalle banche?

Ho parlato prima di una cosa che tutti abbiamo, ma che non usiamo abbastanza, anzi, siamo presi da così tante cose che spesso ci sfugge e non prestiamo attenzione.

Sto parlando della capacità di analisi unita al buon senso.

È il buon senso che ti dovrebbe far fermare quando tutti ti negano un prestito. O magari giri di banca in banca e ognuno ti racconta una favola diversa e ti rimanda da un mese all'altro.

Il buon senso, che spesso fa rima con il cuore, ti avrebbe detto che i fatti sono un buon parametro, ossia

che se i soldi non te li hanno dati, è evidente che qualcosa non va.

Sempre il buon senso dovrebbe suggerirti che chi promette soldi in 24 ore senza nemmeno averti chiesto uno storico delle Centrali dei Rischi non può assolutamente avere la certezza che otterrai il credito di cui hai bisogno. Dovrebbe essere il buon senso a farti comprendere che ascoltare la stampa e i giornali va bene, ma è fondamentale filtrare le informazioni.

Sarà ormai chiaro che è meglio avvalersi di un consulente che analizzi la tua situazione perché la tua realtà è unica e non può che essere analizzata singolarmente e in modo approfondito, perché con i tuoi soldi, con il tuo futuro e i tuoi sogni non si scherza.

### LA VERIFICA DI UNO SPECIALISTA

Diventa essenziale per l'imprenditore dotarsi di competenze di rating advising, che possono aiutarlo a interpretare le informazioni e a esprimere giudizi più attenti sullo stato di salute della sua impresa e facilitare così le loro richieste di accesso al credito bancario.

Il rating advisor dovrà, inoltre, supportare revisori e sindaci nella governance di realtà imprenditoriali di minori dimensioni nelle quali gli strumenti di pianificazione finanziaria, controllo e *risk management* sono poco diffusi e dove sono alte le possibili responsabilità per la mancata previsione di un efficace assetto organizzativo, amministrativo e contabile, capace di

intercettare gli indizi di difficoltà economica previsti dal codice della crisi d'impresa.

Il nuovo codice di gestione di crisi d'impresa impone al professionista che segue principalmente l'azienda – ossia il commercialista, ma può essere anche l'avvocato che lo segue sia dall'interno che dall'esterno – di identificare i segnali di crisi e porvi rimedio, pena il rischio di ricevere un avviso di garanzia. Per questo ribadisco l'importanza di formare un team di collaboratori validi, che conoscano il loro lavoro e che abbiano a cuore l'azienda.

## MA CHE COS'È IL RECOVERY FUND?

Il *Recovery Fund*, o *Next Generation EU*, come lo ha battezzato la Commissione europea, è un nuovo strumento europeo per la ripresa approvato, dopo quattro giorni di negoziato, dal Consiglio europeo straordinario del 21 luglio 2020.

LA UE ha fornito una risposta senza precedenti alla crisi del Coronavirus che ha colpito l'Europa e il mondo. Al centro c'è un pacchetto di incentivi del valore di 2.018 trilioni di euro a prezzi correnti (1.8 trilioni di euro a prezzi 2018). Si compone del bilancio a lungo termine dell'UE per il periodo 2021-2027 di 1.211 trilioni di euro (1.074 trilioni di EUR a prezzi 2018), a cui si aggiungono 806,9 miliardi di euro (750 miliardi di euro nel 2018) attraverso Next Generation EU, uno strumento temporaneo per alimentare la ripresa.

L'UE fissa i limiti della sua spesa nel quadro finanziario pluriennale, il bilancio a lungo termine dell'UE per i prossimi sette anni. In questo modo, l'UE assicura le risorse per le sue priorità politiche, come la digitalizzazione e il *green deal*. Il bilancio garantisce anche spazio per la flessibilità, consentendo così all'UE di rispondere a circostanze impreviste. Il bilancio a lungo termine 2021-2027, o il quadro finanziario pluriennale (QFP) di 1.211 trilioni di euro, cercherà di sostenere la ripresa investendo al tempo stesso nelle regioni dell'UE, negli agricoltori, nelle imprese, nei ricercatori, negli studenti, nei cittadini in generale e nei nostri paesi limitrofi.

L'Italia conterà su 65,456 miliardi di sovvenzioni a fondo perduto: il 70% delle allocazioni delle risorse, cioè 44,724 miliardi, è riferito agli impegni per progetti 2021-2022, il resto, cioè 20,732 miliardi, è riferito agli impegni relativi al 2023. Nel complesso, la quota italiana è di circa 209 miliardi ripartiti in 81,4 miliardi in sussidi e 127,4 miliardi in prestiti. Il resto dei sussidi sarà canalizzato attraverso altri "pilastri" dell'operazione anticrisi tra cui *React Eu*, sviluppo rurale, *Just transition fund*.

L'Impatto sulle imprese e consumatori sarà enorme per quelle 6.000 aziende di cui abbiamo già parlato, ma le altre? Bisogna vedere se una fetta degli altri 193.349 vorrà approfittarne e mettersi in regola per poterli usare e diventare imprenditore con la "T" maiuscola. E non serve un genio per capire a chi andranno. Andranno a quegli imprenditori che avranno un buon

rating, che sapranno presentare progetti validi per i loro settori di appartenenza, e a chi non si accontenta degli spiccioli dei 30.000 euro del prestito Covid-19 del DPCM 23/2020 Conte.

Andranno anche a chi vuole comprarsi casa, ma non a chi pensa che basta farsi da solo la visura in Crif, o perché ha visto i miei video su YouTube.

Non basta per sentirsi a posto.

Bisogna conoscere le dinamiche del mercato bancario e del credito. E soprattutto sapere a cosa guarda la banca prima di concederti quello che stai chiedendo.

Secondo le mie analisi, nei prossimi anni le imprese che attualmente accentrano l'80% di tutti gli affidamenti in essere... potrebbero passare da 6.000 a 26.000, perché, come la vita insegna, non tutto è per tutti, ma solo per chi va e se lo prende!

I soldi ci sono, le informazioni ci sono, gli strumenti e il metodo per averli anche, manca l'azione, la volontà e la fiducia soprattutto in sé stessi. Quando parlo di atteggiamento e carattere mi riferisco a questo.

I soldi del Recovery Fund sono a disposizione di chi ha il coraggio di pensare che sono lì anche per lui, di chi sa affidarsi a chi ne sa di più, di chi vuole essere protagonista e non solo un semplice spettatore, di chi è stanco di lamentarsi e ha la volontà di muoversi nella direzione dei propri sogni.

E tu cosa aspetti? Ci credi in te?

*Allora agisci!*



## CONCLUSIONI

In questo viaggio insieme, abbiamo capito fondamentalmente tre cose:

- se la banca non ti dà i soldi che chiedi, forse l'errore non risiede nella banca (da cui tu vai a bussare alla porta in un momento di bisogno), ma risiede nelle modalità in cui tu ti approcci ad essa;
- non importa di chi sei figlio, a cosa ti servono a parole i soldi e quanto è bello il tuo progetto: prima di darti ogni singolo euro, la banca valuta il tuo rating;
- un rating pulito, chiaro, limpido e ben impostato ti apre le porte non solo alle cifre di denaro che stai richiedendo, ti dà anche la fiducia degli istituti di credito che saranno sempre più intenzionati a fare affari con te.

Di seguito alcuni consigli operativi da seguire per evitare possibili default anche temporanei:

- rispettare le scadenze ed evitare arretrati, anche di piccole somme;
- ripianificare le diverse linee di credito alle reali esigenze aziendali;
- tenere sotto controllo i conti correnti che si usano raramente;
- pianificare entrate e uscite mensili in un intervallo di almeno sei mesi;
- verificare frequentemente i saldi dei conti correnti e delle carte di credito;
- evitare di ricorrere a troppi prestiti contemporaneamente, anche di piccolo importo;
- tenere sotto controllo la situazione dei rapporti cointestati, anche se non gestiti in prima persona.

Ultimo, ma non meno importante: *non è vero che non ci sono soldi, i soldi ci sono eccome.*

Questo è un momento più che propizio. È un momento chiave per tutti gli imprenditori.

Il business post Covid-19 funziona un po' come il salto in lungo: è vero, l'economia e le imprese hanno sofferto e sono tornate molto indietro, ma questa retrocessione può diventare una rincorsa, se farai tutti i passaggi nel modo corretto. Disperarsi dopo due anni di pandemia può essere una soluzione, ma sicuramente non è l'unica.

Con questo libro ho voluto mostrarti come aiuto le aziende e i privati ad avere accesso a quella fonte di liquidità che molti vogliono farci credere sia limitata. La realtà è che è concentrata in pochi posti ed è a disposizione di chi ha le carte a posto.

Ogni situazione per essere di successo va studiata, strutturata e pianificata.

Non tutte le imprese e le situazioni economiche personali sono uguali, come non sono uguali le soluzioni e le strategie che si applicano a esse.



## RINGRAZIAMENTI

Questo libro è stato possibile grazie all'incontro con le tante persone che mi hanno portato fino a qui, grazie ai miei inizi, ai miei mentori e alle mie guide: i miei nonni, i miei genitori, il mio mentore Prof. Giuseppe D., tramite i loro insegnamenti, il loro esempio e le loro azioni, mi hanno trasmesso concetti profondi che costituiscono oggi le mie radici.

Grazie a mia moglie Alesia che mi ha sostenuto nei momenti di sconforto; è sempre stata una guida straordinaria e fonte di ispirazione.

Grazie al mio staff: Mirella Mungo, Karen Cobo, che mi hanno aiutato nelle ricerche e sostenuto quando ero impegnato a scrivere.

Grazie all'avv. Alfredo Martucci Schisa, staff legale interno, per i suoi preziosi consigli in materia legale e l'apporto giornaliero nelle soluzioni di casi complessi.

Grazie al dott. Gianemilio Osculati già A.D. Deutsche Bank Italia e Amministratore Delegato Banca Progetto, consigliere dell'Associazione Bancaria

Italiana per il supporto e le preziose informazioni in materia di credito alle imprese.

Infine grazie a quei 20.000 utenti che mi hanno dato la loro fiducia. Alcuni li ricordo con grande affetto per lo scambio umano, oltre che professionale, avuto.

**Con l'acquisto di questo libro hai diritto a una  
consulenza specifica personalizzata sul tuo caso, e se hai  
una partita IVA inseriscila nel form che troverai su  
[www.ratingbancario.eu](http://www.ratingbancario.eu)**

**Ti invierò il report di Creditsafe,  
il primo passo per capire dove sei.  
E per andare dove ti sei prefissato posso aiutarti io.**

**Per informazioni chiama lo 02.87167176  
oppure visita il sito [www.brokerassociati.it](http://www.brokerassociati.it)**



**<https://www.ilmiorating.it/video3>**

Esiste un modo giusto per chiedere soldi alle banche e farseli dare; non conoscerlo espone al rischio concreto di girare a vuoto e collezionare rifiuti. Il vero problema, infatti, non è da cercare nella mancanza di fondi a disposizione delle aziende o delle persone, ma nella loro capacità di saperli chiedere alle banche, alle assicurazioni e in genere a tutti gli enti pubblici o privati erogatori di risorse economiche.

È qui che entra in gioco Luca Pacini, rating advisor fra i più conosciuti in Italia, già intervistato dal programma di RAI 3 “Presa Diretta”, che da anni insegna cosa e come fare per ottenere i beni più preziosi del terzo millennio, quelli che più interessano alle banche: la credibilità e la reputazione.

Perché per chiedere soldi devi sapere come fare, non quanto ti serve.

Nasce così il “metodo Pacini”, un mix di errori da evitare, competenze e strategie da acquisire per far crescere un imprenditore velocemente e al minor costo possibile, e per trasformare ogni problema in altrettante opportunità.

**Luca Pacini** è un rating advisor, uno dei massimi esperti italiani nella consulenza del rating bancario per aziende e privati. Da oltre 15 anni si occupa anche di sofferenze bancarie e segnalazioni nelle banche dati.

Ex bancario, anni di studio e ricerca sul campo gli hanno permesso di perfezionare un metodo che gli consente di intervenire sui dati negativi presenti nelle banche dati che impediscono l'accesso al credito alle aziende e ai privati con conseguente riabilitazione.

Il suo studio di consulenza bancaria e finanziaria ha sede a Milano, in zona San Babila, ed è formato da avvocati, commercialisti e mediatori del credito.

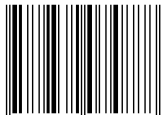
Segue con successo ogni anno migliaia di casi in tutta Italia, collabora con giornalisti d'inchiesta sui temi bancari per molte riviste di settore e su alcune reti nazionali.

*Come chiedere soldi e farseli dare* è il suo primo libro.



€ 12,90

ISBN 978 88 320 7488 8



9 788832 074888 >