

BUSINESS INFO

ARCHIVIO SALVA AZIENDE

In tempi di crisi diventa ancora più necessario conoscere i dati delle imprese con cui si fanno affari. E Paolo Engheben, di D&B, spiega come. di Anna Momigliano

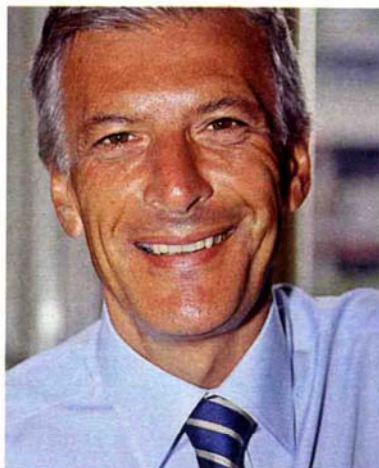
■ Pagamenti in ritardo e insolvenza dei clienti. Per le piccole e medie imprese italiane sono da sempre questi i più grandi ostacoli. Se a questo problema (già radicato di per sé) si aggiunge la stretta creditizia seguita alla crisi finanziaria internazionale, il risultato è davvero esplosivo: in Italia, oggi, il 13,2% delle imprese è a rischio di insolvenza. Quanto ai ritardi dei pagamenti, persino nel Nord riguardano il 57% delle transazioni tra

**ECCO CHI È A RISCHIO
(E CHI SE NE PREOCCUPA)**

IL 70%
DELLE AZIENDE FALLITE NEL 2008
ERANO STATE «SEGNALATE» DA D&B.

IL 13,2%
DELLE AZIENDE ITALIANE, ATTUALMENTE,
È A RISCHIO D'INSOLVENZA.

IL 20%
DELLE AZIENDE ITALIANE SI RIVOLGE
A SOCIETÀ DI «BUSINESS INFORMATION».



UN DATABASE SEMPRE AGGIORNATO
Paolo Engheben, amministratore delegato di Dun & Bradstreet Italia: D&B possiede un database su ben 3,5 milioni di aziende italiane. E i dati internazionali vengono aggiornati un milione di volte ogni giorno.

aziende. Insomma il rischio di essere pagati molto in ritardo, o di non essere pagati affatto, è molto più alto di quanto si potrebbe pensare.

Eppure, in pochi si informano sulle reali condizioni dei propri partner: solamente il 20% delle aziende si rivolge a servizi di business information, come **Cerved**, **Cribis** o **Dun & Bradstreet** (D&B), che mantengono ampie banche dati sulle imprese. Lo rivela una recente indagine, condotta dalla stessa D&B: «La cultura della business information non ha ancora attecchito in Italia» dice a *Economy* Paolo Engheben, amministratore delegato della società, che gestisce una banca dati d'informazioni commerciali e

di bilancio su oltre 3,5 milioni di imprese, classificate in base al livello di rischio.

Certo, le aziende si preoccupano, ma le informazioni su clienti e fornitori si cercano ancora con il passaparola, che non sempre è uno strumento efficace. «Il concetto stesso di rivolgersi a strutture specializzate e indipendenti è lontano» prosegue il manager.

PARTNER IN DIFFICOLTÀ. Invece proprio in tempi di crisi, dice Engheben, le aziende dovrebbero fare più attenzione ai partner e all'affidabilità delle informazioni: «La rischiosità intrinseca del cliente cresce». Non solo: «La difficoltà di accesso al sistema creditizio aggrava ulteriormente la situazione» sostiene il manager, perché «basta un singolo caso di cliente insolvente per mettere un'azienda solida in grande difficoltà».

Molte di queste situazioni, anche se non tutte, sarebbero facilmente prevedibili: «Delle società che sono fallite negli ultimi mesi, circa il 70% erano state segnalate da noi come partner inaffidabili» racconta il dirigente. «È per questo che noi monitoriamo con grande attenzione non solo i dati di bilancio, ma anche la storia dei pagamenti effettuati. Così, se c'è una tendenza a pagare in ritardo, siamo in grado di intercettarla per tempo».

Un altro errore commesso frequentemente dalle società, specie dalle piccole, sta nel raccogliere informazioni sul parco clienti senza aggiornarle costantemente: «Noi aggiorniamo il nostro database internazionale un milione di volte al giorno» dice Engheben. «Infatti una società che poteva essere affidabile un anno fa può essere diventata un partner problematico oggi». Specie di questi tempi. ①

