

La comunicazione finanziaria come leva per lo sviluppo delle PMI

Intervento del Dott. Ruggero Battisti – Socio Amministratore ItalRevi S.p.A.

10° Convegno

LE IMPRESE FRA P.A., CONCORRENZA, GIUSTIZIA

Iniziative per la crescita e ruolo delle Istituzioni

Roma, 18 giugno 2015

L'ATTUALE CONTESTO

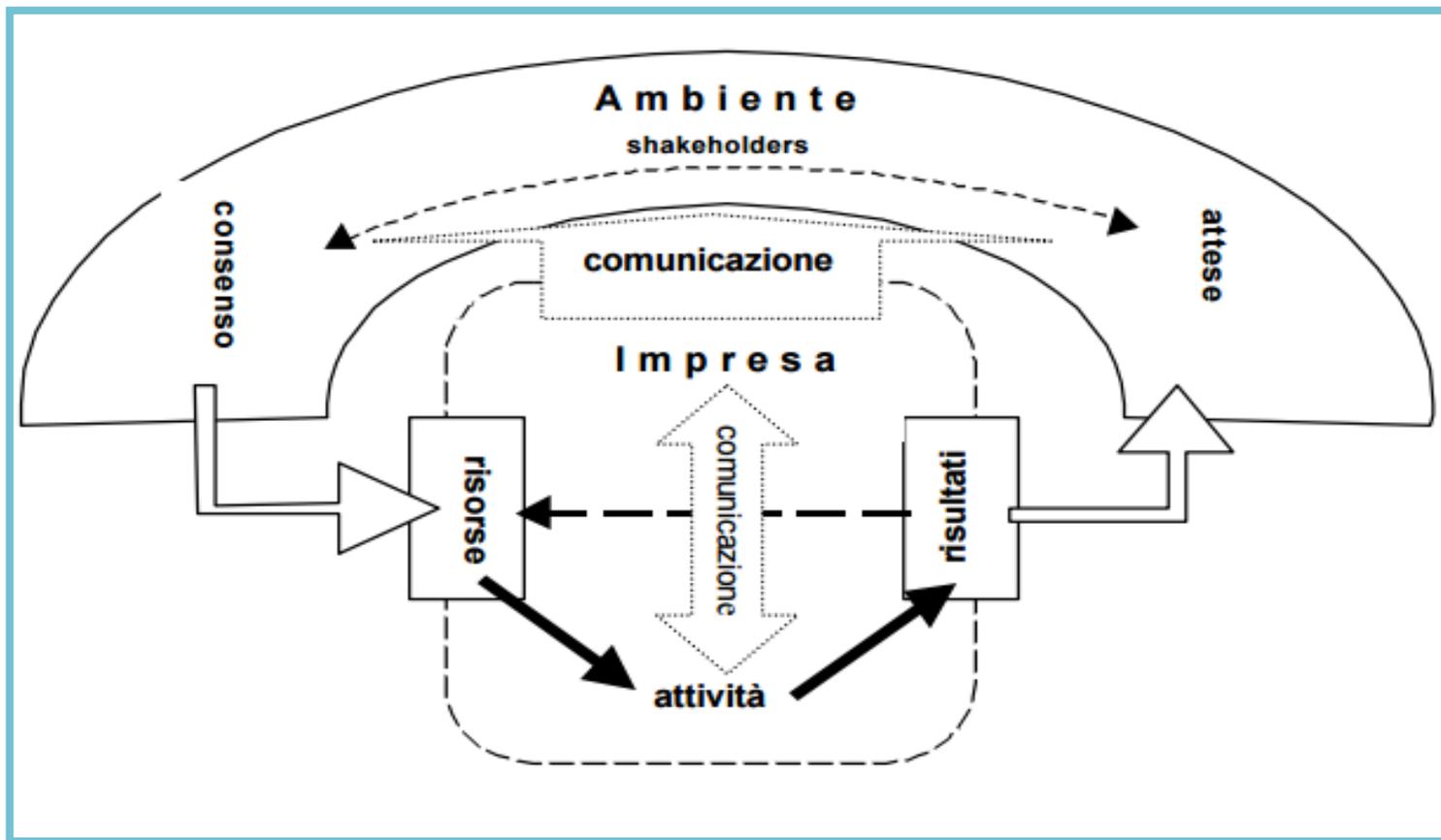
L'attuale contesto economico e finanziario in cui le nostre imprese si 'muovono', impone a queste ultime di tendere sempre più vs **modelli di business** nei quali **governance, sistema di controllo, trasparenza e comunicazione** costituiscono le **basi per lo sviluppo e la crescita**, stabilendo quindi un quadro di atteggiamenti e processi aziendali che:

- aggiunga **VALORE ALLE ATTIVITÀ** dell'impresa
- aiuti a costruire/migliorare la sua **REPUTAZIONE PRESSO I DIVERSI STAKEHOLDERS**
- garantisca la **CONTINUITÀ** e il suo **SUCCESSO** nel lungo termine, **MIGLIORANDONE RISULTATI E SOSTENIBILITÀ**

tramite:

- **TRASPARENZA DEI PROCESSI DI GOVERNO** nei confronti degli investitori, del sistema finanziario e degli Stakeholders in generale
- **DISCIPLINA DEI PROCESSI DECISIONALI** e **MIGLIORAMENTO DEI SISTEMI DI CONTROLLO**

L'ATTUALE CONTESTO



LA COMUNICAZIONE FINANZIARIA

La **COMUNICAZIONE ECONOMICA e FINANZIARIA** in un'impresa può essere definita come l'insieme delle informazioni *razionalmente raccolte, validamente assemblate e opportunamente trasmesse* al proprio interno e *quindi diffuse* a chi ne ha interesse

Perchè parlare di comunicazione?

Perchè la comunicazione non solo **diffonde il valore del capitale economico**, facendo conoscere il **valore esplicito**, ma

ESSA STESSA CREA VALORE

incrementando il **valore intangibile** dell'impresa incidendo su una delle sue componenti,



L'IMMAGINE

L'IMPORTANZA DELL'IMMAGINE AZIENDALE

Pensare alla comunicazione come leva di sviluppo significa quindi **RAFFORZARE** anche **L'IMMAGINE AZIENDALE** in modo che l'impresa possa:



- ✓ Ottenere il **CONSENSO DEGLI STAKEHOLDERS**
- ✓ Accrescere la **“RISORSA FIDUCIA”**
- ✓ Facilitare l'allineamento delle **VALUTAZIONI / CONSIDERAZIONI DEGLI OPERATORI FINANZIARI** con il **VALORE REALE ECONOMICO - FINANZIARIO** dell'impresa
- ✓ Evitare **DISTORSIONI** nel trasferimento delle **INFORMAZIONI**
- ✓ **PORRE** in una nuova luce le relazioni tra impresa e sistema - PA
- ✓ Costruirsi quindi una **CREDIBILITÀ “STRATEGICA”**



Maggiore consapevolezza dell'imprenditore e partecipazione attiva al processo informativo

QUALI GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE PER LE PMI?



GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE PER LE PMI



1. Utilizzo del **BILANCIO DI ESERCIZIO** come **PRIMARIO STRUMENTO DI COMUNICAZIONE, PROMOZIONE E TRASPARENZA**
2. Maggiore enfasi sulle attività di **AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO** e quindi propensione vs budgeting, controlling, forecasting, etc.
3. Previsione, anche di tipo volontario, del processo di **REVISIONE CONTABILE (Società di Revisione)** e di **ALTRE FUNZIONI DI CONTROLLO** da “adattare“ alle **dimensioni dell’impresa** (p.es. OdV, Internal Auditing, Risk Management)
4. Introduzione di un **MODELLO EX D.LGS. 231/01** come strumento necessario per **accrescere l’etica nei comportamenti aziendali** e quindi prevenire la corruzione



Maggiore trasparenza

La TRASPARENZA quindi per un'impresa:

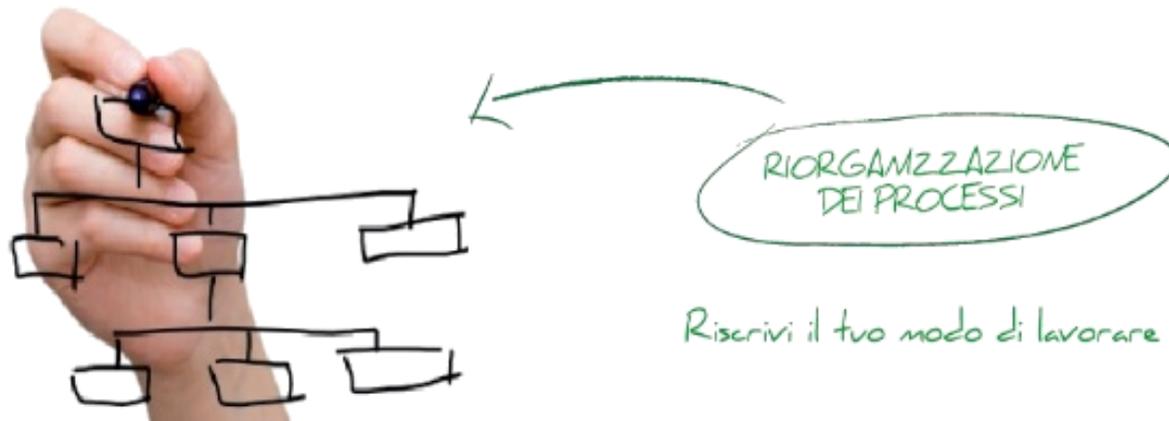


- deve diventare un **MODELLO DI COMPORTAMENTO** per le PMI che vogliono distinguersi
- fa **MIGLIORARE LA GESTIONE DELLE ATTIVITÀ** aziendali
- aiuta a diffondere un'**IMMAGINE SERIA E AFFIDABILE** di chi investe, crea lavoro e ricchezza con attenzione e sensibilità al contesto socio - economico, culturale e ambientale



ciò permetterebbe anche di ottenere un più agevole accesso al credito

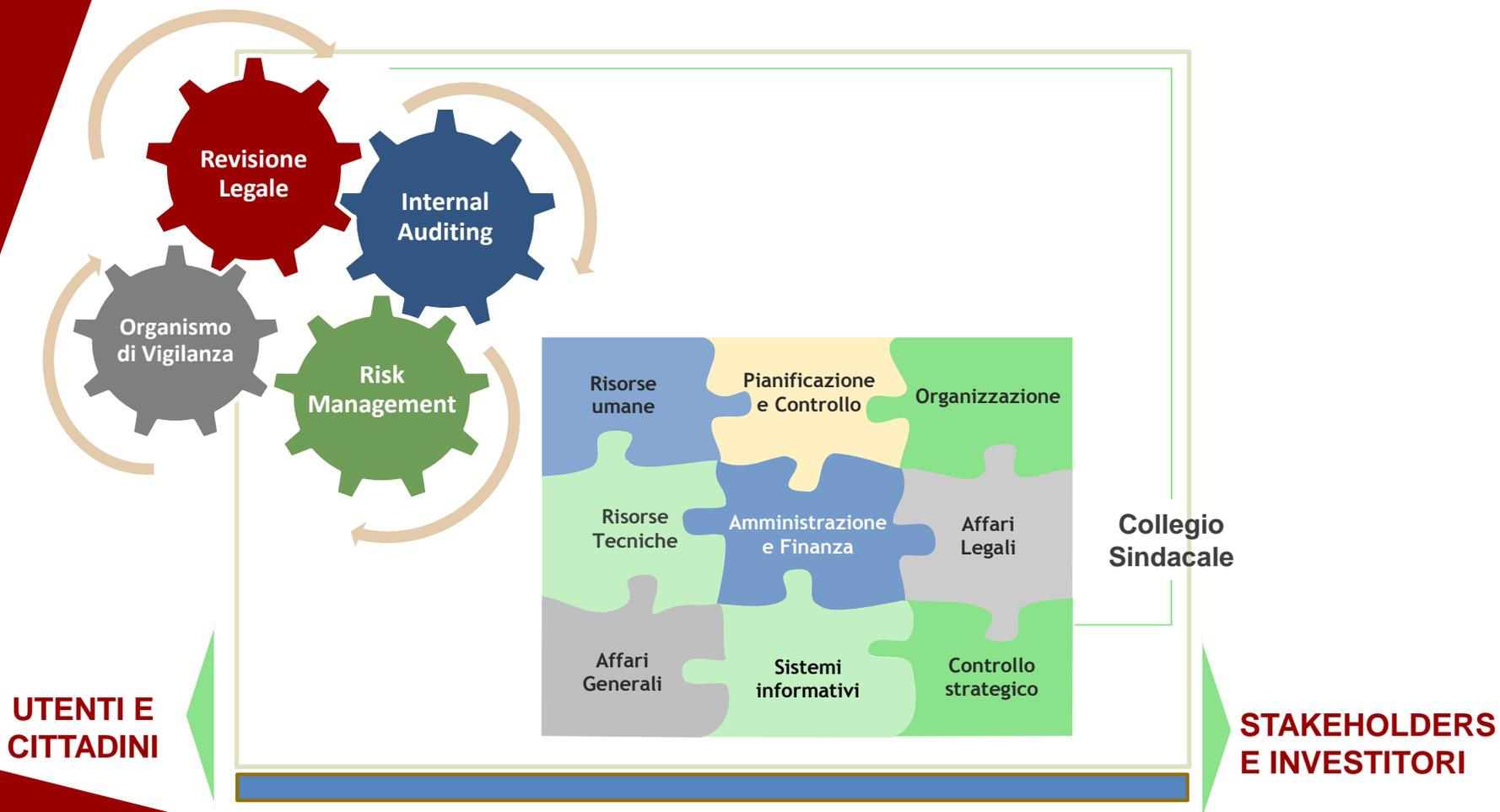
“PUNTARE“ ALLE *BEST PRACTICES*



I temi della **governance**, dei **sistemi di controllo**, della **trasparenza** e della **comunicazione** sono stati da sempre considerati come un'**esigenza specifica solo delle grandi aziende** (ad esempio banche o società quotate in Borsa):

oggi devono sempre più rappresentare
obiettivo anche per le PMI in quanto
basi per lo sviluppo e la crescita

IL CONTROL ENVIRONMENT *a cui tendere*



QUINDI SU COSA BISOGNA AGIRE



L'Obiettivo è tendere ad un giusto equilibrio tra l'informazione "obbligatoria" e....

**l'informazione/comunicazione "utile" per lo
SVILUPPO DELL'IMPRESA!**

