

# Il progetto “Finance 4 Food”. Palestra per le imprese o sprone per la filiera?

L. Frigiolini  
Founder

*Frigiolini & Partners Merchant*

Se vi dovesse capitare di incontrare un ricercatore che lavori in un polo di eccellenza nazionale o internazionale, al quale doveste chiedere dove si colloca secondo lui la parte critica del suo lavoro, forse non vi parlerà della criticità legata alle fasi di ricerca in sé, ma della criticità derivante dalla realizzazione del c.d. “*technology transfer*”, e cioè il trasferimento tecnologico.

Che cosa significa esattamente “trasferimento tecnologico”? Significa trasformare quintali di relazioni, calcoli, sperimentazioni, paradigmi dottrinari, brevetti, piani di sviluppo, proiezioni di risultato, tanti soldi investiti e parecchi anni di lavoro a doppia cifra, in una cosa semplice semplice: un prodotto, anzi “Il Prodotto”.

Qualunque utente finale (tradizionalmente classificato come “Consumatore”) infatti è incentivato a dotarsi di uno strumento nuovo solo se quest'ultimo assume la veste di un prodotto (o parimenti di un servizio).

L'utente non si perita di conoscerne la genesi, spesso non è interessato alla molecola di cui esso è composto, né ritiene (peraltro giustamente) che competa a lui progettare qualcosa che



*Francoforte*

ancora non esiste, dunque non si agita alla ricerca di qualcosa che non possiede perché non c'è, ma si lascia catturare solo quando questo “qualcosa” viene messo in bella mostra su uno scaffale, nella sua fisicità (e nella sua già testata affidabilità).

E' pur vero che senza tutta la parte propedeutica, fatta di anni di ricerca, di soldi, di quintali di carta e litri di inchiostro (forse meglio dire di *terabyte* di memoria dato che l'inchiostro è ormai sparito dagli scaffali...) quel determinato “oggetto” non sarebbe mai nato.

C'è dunque chi lavora con il “brodo primordiale” (analizzando i bisogni ed “inventando” il Prodotto) e chi si sveglia oggi e, in fondo alla catena del valore, resta disponibile ad acquistare un bene solo quando lo vede sullo scaffale.

Ci sono allora individui (i ricercatori) che mossi dalla passione, partono addirittura dalla declinazione dei bisogni del loro *consumatore-finale-target* (quasi sempre all'insaputa di quest'ultimo) lavorando dietro le quinte magari per molti anni prima di raggiungere un risultato e per converso esistono altre figure (i consumatori finali) che vivono bene e non sentono la mancanza di un *prodotto-che-non-esiste*, salvo poi non potervi rinunciare quando questo viene alla luce e dimostra di funzionare.

Di esempi è pieno il mondo: dall'ABS agli airbag per le autovetture, da Internet agli smartphones, dall'home banking alle



Praga

apps per trovare il parcheggio più vicino, dall'antibiotico al taglio-laser, con l'eterna regola che i nostri nonni non usavano i prodotti che non esistevano (né si sognavano nemmeno lontanamente di dedicare tempo a progettarli o a chiedere a qualcuno che lo facesse per loro) mentre i nostri figli si nutrono quotidianamente di oggetti frutto dell'innovazione e spesso si lamentano di aver bisogno di qualcosa che ancora non è stato inventato.

Questo preambolo per sottolineare un'analogia con la recente introduzione di alcuni nuovi strumenti finanziari (i mini-bond e le cambiali finanziarie), alternativi (*rectius*: complementari) al credito bancario, dei quali, anteriormente all'emanazione dei decreti 83 e 179 (risalenti all'ormai lontano 2012), non si sentiva il bisogno nonostante i modelli di sviluppo economico degli altri Paesi (soprattutto di quelli di matrice anglosassone) ne facessero ampio uso da tempo e che oggi sono stati regolamentati anche da noi, e viene da chiedersi se essi riscuoteranno il successo presso i loro naturali destinatari, oppure no.

A tre anni di distanza dalla loro introduzione (per meglio dire dalla loro re-introduzione) ci si interroga sul livello di "usabilità" degli stessi, similmente all'esempio del *technology transfer* sopra citato.

La norma regolatrice e la tecnicità di questi strumenti, li rendono "oggetti" di possibile reale utilizzo per le nostre imprese?

Il legislatore ha ritenuto di sì ed ha lavorato parecchio (similmente al ricercatore dell'esempio in apertura) per renderli fruibili all'utente finale ma il c.d. *technology transfer* si è effettivamente (e completamente) realizzato per questo genere di "prodotti"?

La risposta non è facile perché se analizziamo gli *output* realizzati fino ad oggi scopriamo che essi restano al livello di mera sperimentazione poco più che occasionale. In altri termini il prodotto esiste "sulla carta" ma la sua diffusione resta ancora limitata nella "realtà quotidiana".

Viene da domandarsi allora se l'inventore abbia creato un oggetto di difficile impiego, oppure se sia proprio l'utilizzatore a non averne colto a pieno le potenzialità.

Come fare per avvicinare l'oggetto al suo naturale utilizzatore se questi non dimostra spontanea attrazione?

Qualunque ne sia il motivo i mini-bond e le cambiali finanziarie restano ancora prodotti in parte misteriosi e, come per tutti i prodotti misteriosi, similmente al monolite del noto film di Spielberg,

#### **Primo mini-bond short term quotato sull'Extra Mot Pro**

ETT spa, società genovese specializzata in information technology e new media, ha emesso il primo mini-bond short term, ovvero un mini-bond a scadenza molto breve.

L'emissione da 800mila euro è a fronte di crediti futuri per circa un milione di euro. Il titolo paga una cedola del 4,5% e ha scadenza al 30 settembre 2016 con l'opzione per l'emittente di estinguerlo anticipatamente fra aprile e agosto ove il circolante non dovesse avere la necessità di essere protrato fino alla naturale scadenza.

vengono spesso analizzati come oggetti oscuri, decontestualizzati rispetto all'ambiente naturale, quasi innaturali, ispirando al massimo sentimenti di curiosità che arrivano talvolta ad "annusarne il prezzo" prima ancora che cercare di comprenderne l'intima finalità.

Siamo certamente in presenza di un *gap* informativo, (o come si dice in gergo di una asimmetria informativa) per cui chi ha inventato lo strumento ha pensato al bene dell'azienda la quale invece ritiene di stare bene così come sta. I sociologi ci insegnano che la *routine* è un rassicurante nido entro cui cercare protezione.

Ma allora, come colmare questo *gap*? A chi compete il ruolo (e lo sforzo) di rappresentare ad un utilizzatore potenziale, ancora parzialmente inconsapevole, i vantaggi derivanti dall'utilizzo di questo oggetto ancora sconosciuto?

Ci sono molteplici risposte e sappiamo anche molto bene che la diffusione dell'informazione non procede mai in modo lineare ma in taluni casi con progressione geometrica, più spesso logaritmica: è ragionevole immaginare che se dieci soggetti utilizzano uno strumento dichiarandosi soddisfatti, contribuiranno alla diffusione di quell'oggetto con una progressione 100, 1.000, 10.000, 100.000 e via così. Spesso le scosse di assestamento del mercato colmano in pochi giorni quello che in anni di fatica non si è riusciti a produrre, tuttavia (almeno per il momento) l'oggetto esiste ma l'utilizzatore lo guarda con sospetto e le sperimentazioni si contano con un pallottoliere tascabile.

Chi scrive ha avuto la fortuna di rappresentare più o meno meritatamente il crocevia fra l'impianto normativo, il mercato e le aziende destinatarie dell'intervento, ed ha quindi potuto realizzare alcuni test di mercato che hanno dimostrato di poter funzionare (e divenire presto "scalabili" su più ampi numeri) contribuendo probabilmente a



San Paolo

realizzare un pezzetto di quel *technology transfer* sopra citato, mediante alcuni (ancora timidi) "esperimenti applicati" (di mercato) partendo da un "manuale delle istruzioni" (l'impianto normativo) per poi realizzare la costruzione "effettiva" dello strumento sul mercato, con ciò chiudendo il cerchio del processo.

Dal 2013 è nata infatti una fase sperimentale di emissioni di cambiali finanziarie che sotto la regia del *team* di chi scrive (sotto un marchio diverso da quello attuale) ha realizzato nei due anni trascorsi il 100% delle (pur se ancora poche) emissioni di cambiali finanziarie di PMI assistite da *Sponsor* e quotate su un mercato (l'Extramot Pro di Borsa Italiana) seguite, solo pochi giorni fa, dall'emissione del primo "Mini-bond short Term" con durata 9 mesi, emesso da una PMI già pluri-emittente (la ETT SpA) e finalizzato al sostegno dell'attivo circolante. Questi due anni di *test* sono stati una fucina di idee che hanno consentito di inquadrare meglio il problema e di comprendere che la soluzione per incrementare l'output non potrà che passare dalle seguenti *milestones*:

1. Il *technology transfer* relativo ai nuovi strumenti di finanza alternativa/complementare al credito bancario potrà realizzarsi a pieno solo se gli operatori del settore accetteranno l'idea che si è di fronte

ad un problema di carattere culturale e non finanziario.

2. L'asimmetria informativa in cui versano le imprese oggi è un serio problema da risolvere che limita la diffusione dello strumento.
3. Non sempre chi spiega questi strumenti alle Imprese, li spiega correttamente.
4. L'introduzione di questi strumenti è una via obbligata in quanto il problema del credito bancario per le imprese (soprattutto le PMI italiane) non è più un problema congiunturale (banche ingenerose) ma un problema strutturale (le imprese hanno ormai livelli insopportabili di dipendenza dal sistema bancario).
5. Qualcuno deve farsi carico di spiegare alle aziende la corretta rotta di avvicinamento ai mercati; un novello Virgilio che prenda per mano la PMI (al giusto prezzo) e la porti alla mèta.
6. La costruzione di un percorso culturale a beneficio delle PMI, cui faccia seguito un percorso applicato che le porti a diventare un "soggetto di mercato", non può essere considerato dagli operatori uno "sport individuale" (pur nella competizione accesa fra le varie tipologie di consulenti d'impresa), ma deve essere concepito al più presto come uno "sport di squadra" dati i molteplici livelli di specializzazione che questo nuovo modello di *business* richiede.

Queste considerazioni hanno portato chi scrive a lanciare il progetto "Finance 4 Food". Un progetto fortemente voluto dalla Frigiolini & Partners Merchant per costruire una narrativa semplice ma coerente e per quanto possibile di *appeal*, intorno ad una "sperimentazione" che permetta di realizzare l'agognato "*technology transfer*" in campo finanziario.

Parlare del food in Italia significa parlare di eccellenze, soprattutto nell'anno dell'Expo che ha messo le nostre PMI (del settore alimentare) sotto i riflettori internazionali. Ed ecco l'idea: creare un ambiente favorevole, multidisciplinare,



Torino

insomma una squadra di professionisti, che sapesse accompagnare le PMI meritevoli al mercato. Il tutto condito da una narrativa di facile comprensione che potesse rappresentare un *benchmark* (ed anche uno sprone) per le altre imprese; provare a costruire una filiera multidisciplinare capace di strutturare un processo a più mani, in grado di accogliere le imprese più sensibili o forse semplicemente le più curiose (ma pur sempre meritevoli), facendo loro intravedere la corretta via per mettere un piede nel mercato, con ciò diversificando le fonti di approvvigionamento del denaro.

Provando ad elencare i soggetti in grado di realizzare qualcosa in gruppo che somigliasse a questo e che potesse esprimere un valore aggiunto per le nostre PMI, si è riscoperto il ruolo delle Camere di commercio (qualcuno ha tenuto a precisare parafrasando una canzoncina di qualche anno fa... "*oltre i diritti c'è di più*"...), quello delle Sezioni di Confindustria, per poi arrivare a ragionare sul ruolo dei confidi (in questo momento impegnati a diversificare le fonti di ricavo dopo la mungitura da parte delle banche ansiose di chiudere la partita delle garanzie da escutere), coinvolgendo revisori dei conti, commercialisti e avvocati d'affari, per approdare infine alle Regioni, forti dei rispettivi "bracci armati", le Finanziarie Regionali, senza dimenticare le Banche del territorio (anch'esse alle prese con le ben note problematiche legate al credito malato)



Rio De Janeiro

ma pur sempre con una presenza capillare e strategica accanto alle imprese destinatarie di questi strumenti innovativi, il tutto finalizzato alla creazione di quella "Filiera multidisciplinare" che si è venuta naturalmente a creare per aggregazione e coincidenza di obiettivi e che ha diffusamente aderito al progetto Finance 4 Food (patrocinato dal Consorzio Camerale per il credito e la finanza di Milano) per cercare di dare un messaggio concreto alle nostre aziende di piccola e media dimensione.

Un po' come quando un gruppo di amici decide di condividere la cena insieme e ciascuno porta (o produce) qualcosa, la "Filiera" si è prefissa di realizzare a guisa di un *fil rouge* un processo organico presente in tutte e tre le componenti che tipicamente caratterizzano un'emissione di mini-bond: *scouting*, *building*, *placement*.

Ad oggi lo stato di progetto è il seguente: partito quasi in sordina pochi mesi fa (la scorsa estate), ha già oggi realizzato sotto la regia di Frigiolini & Partners Merchant e grazie alle Camere di commercio, alle Sezioni di Confindustria ed ai confidi aderenti, il censimento di circa 800 aziende-target (considerate come "di eccellenza") e fra queste ne è stato estratto un primo campione rappresentativo composto da circa 30 imprese che si sta accingendo ad emettere il primo strumento finanziario-test, sotto il tutoraggio dell'intera Filiera, composta da professionisti di alto

*standing* e da soggetti che incorporano fra i propri compiti istituzionali anche quelli di sostegno e supporto alle PMI.

L'obiettivo dichiarato dalla Filiera è trasformare un primo lotto di imprese di eccellenza in "emittenti seriali" che in futuro probabilmente cammineranno con le proprie gambe, per poi passare ad un secondo lotto, ad un terzo e così via...

Una palestra per le imprese più attente alle evoluzioni dei mercati dunque, ma soprattutto una sfida per i membri naturali di Filiera i quali sia per responsabilità professionale che per dovere istituzionale è richiesto di dissodare il terreno ancora incolto per favorirne una proficua semina futura.

Appuntamento quindi al primo trimestre del nuovo anno con gli esiti di questo immane lavoro, assai impegnativo ma estremamente affascinante per la capacità di generare relazioni, aggregazione, cultura e dunque valore aggiunto.

In chiusura, in occasione dell'ultima uscita per il 2015 della newsletter del Consorzio Camerale che ha deciso di ospitare queste riflessioni, un sincero augurio di Buone Feste a tutti i lettori con l'auspicio di un sereno 2016.

#### **Via libera all'Albo Unico dei Consulenti Finanziari**

La commissione Bilancio della Camera ha approvato l'emendamento alla Legge di Stabilità con la quale viene creato l'albo unico dei consulenti finanziari a cui vengono trasferite le funzioni di vigilanza sui promotori finanziari attribuite alla Consob.

Collegato alle nuove norme sulla consulenza finanziaria arriva anche l'istituzione di un fondo per la tutela stragiudiziale dei risparmiatori e degli investitori, nato per consentire ai consumatori di rivolgersi gratuitamente alla Consob per la risoluzione stragiudiziale delle controversie tra i risparmiatori e gli intermediari, esonerandoli dal pagamento delle spese amministrative (pari a circa 80 euro).