

I modelli di Rating per la valutazione delle imprese.

VISUREITALIA.COM di Baita Paolo • www.visureitalia.com • info@visureitalia.com

Sede legale: via L. Einaudi, 15 • 09044 Quartucciu (CA) • p.iva 02296100924 • REA CA n° 173470

Uffici: via Andorra, 4 • 09045 Quartu S. Elena (CA) • tel. +39 070832098 • fax +39 0703292771

I modelli di Rating

Nelle attività di segmentazione della clientela e di prevenzione delle insolvenze, le imprese utilizzano sempre con maggiore frequenza il *rating*, cioè un indice sintetico di valutazione che integra le informazioni provenienti da diverse fonti e, grazie all'applicazione di sofisticati algoritmi su base statistica, esprime un giudizio sintetico sull'affidabilità di un'impresa.

Ma come si sviluppa un *rating* efficace?

Quali caratteristiche deve avere per essere un supporto realmente affidabile nella prevenzione del rischio?

Sulla base dell'esperienza maturata sul campo si può ritenere che le ragioni del successo dei sistemi di *rating* tra le imprese siano sostanzialmente le stesse che hanno determinato il loro successo nel mondo bancario, ovvero la tangibilità dei risultati in termini di efficacia e di efficienza.

Da un lato, infatti, aggregando le informazioni da diverse fonti sulle caratteristiche dell'impresa e applicando modelli di *scoring* che "pesano" le diverse variabili, il *rating* consente una più efficace capacità di analisi della clientela, oltre ad un'uniformità di indipendentemente dall'operatore che la effettua.

Dall'altro, grazie all'elaborazione in tempo reale, il *rating* riduce in modo significativo i tempi di gestione delle pratiche e ottimizza l'attività degli operatori.

La realizzazione di un modello di *rating* prevede sostanzialmente cinque fasi:

1. **Start up**, in cui si imposta il progetto e si determina il piano di campionamento.
2. **Data quality**, nella quale viene effettuato un controllo logico e formale delle informazioni campionate e verificata la loro stabilità nel tempo.
3. **Data analysis**, dove si individuano le informazioni più predittive ai fini della valutazione.
4. **Model development**, in cui vengono determinate le variabili, stabiliti i pesi all'interno del modello e misurate le performance.
5. **Validation**, nella quale viene riapplicato il modello a un campione indipendente da quello utilizzato per lo sviluppo, in modo da verificare della stabilità delle misure di performance precedentemente riscontrate.

La messa a punto di un *rating* efficace dipende sicuramente dall'esperienza e dalle competenze del soggetto che lo sviluppa in quanto la realizzazione di un modello di valutazione è un processo complesso, che deve essere gestito correttamente. Inoltre, le *performance* del modello sono strettamente legate alla qualità dei dati su cui è stato sviluppato. Infine, l'efficacia del *rating* dipende in modo determinante da come il modello viene inserito nel processo decisionale (se è effettivamente applicato, se è monitorato nel tempo, ecc.).

In ogni caso, oltre alla qualità delle informazioni, sono assolutamente determinanti la varietà e l'indipendenza dei dati, cioè la possibilità di disporre, nel campione di sviluppo, di dati relativi ad aree informative diverse e tra loro indipendenti, ad esempio dati finanziari e comportamentali.

Per altro, alcuni *credit manager* si sentono rassicurati se il *rating*, oltre che sulla base di modelli statistici, viene elaborato anche con il contributo di analisti che intervengono "manualmente" nel calcolo del giudizio finale.

Se il modello di *rating* è finalizzato alla produzione di una probabilità (come ad esempio nei modelli di valutazione della nuova clientela) e l'intervento manuale va ad alterare il *rating assignment*, il rischio è quello di far perdere le proprietà statistiche al sistema sviluppato riducendo la sua efficacia e perdendo l'uniformità del giudizio, dato che operatori diversi possono effettuare valutazioni differenti.

E' chiaro che la decisione sul rischio, cioè se e come concedere credito commerciale, dipende dall'operatore e dalle *policy* interne di ciascuna azienda. Quindi, nei casi dubbi, per l'operatore può essere utile esaminare anche le informazioni che hanno determinato uno specifico giudizio sintetico.

Le dinamiche attuali del mercato vedono una crescita dei sistemi di *rating* specializzati per segmento, per settore di attività e per processo con *rating* specifici per le fasi acquisizione, gestione della clientela e recupero dei crediti.

Sul piano degli utilizzatori, oltre a un fenomeno di ulteriore specializzazione, si sta assistendo anche ad un allargamento dei soggetti utilizzatori, in particolare le *utilities* e la pubblica amministrazione.