

Rendiconto Sociale 2009

Eurofidi | Eurocons



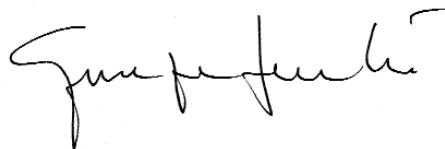
# Sommario

6	<i>Lettere dei Presidenti</i>
9	<b>Premessa</b>
10	<i>Presentazione del Rendiconto Sociale</i>
10	<i>Nota metodologica</i>
13	<b>Due realtà, un marchio</b>
14	<i>Una storia lunga 30 anni</i>
15	<i>I rapporti tra le due realtà</i>
16	<i>Codice etico</i>
20	<b>Eurofidi</b>
20	<i>Corporate Governance</i>
22	<i>Strategie e attività</i>
28	<b>Eurocons</b>
29	<i>Corporate Governance</i>
30	<i>Strategie e attività</i>
33	<b>I nostri stakeholder</b>
34	<i>L'identificazione degli stakeholder</i>
38	<b>Eurofidi</b>
38	<i>La mappa degli Stakeholder</i>
39	<i>I soci istituzionali e i soci imprese</i>
40	<i>Le banche</i>
41	<i>I territori regionali</i>
42	<i>Le altre organizzazioni nazionali e internazionali</i>
46	<b>Eurocons</b>
46	<i>La mappa degli Stakeholder</i>
47	<i>I soci</i>
47	<i>I territori regionali</i>
51	<b>Al servizio dei territori regionali</b>
52	<b>Lo scenario economico</b>
53	<i>Un nuovo ruolo per i confidi</i>
53	<i>Le linee di intervento regionali</i>
54	<i>Il comportamento di Eurofidi</i>
55	<b>Il personale sul territorio</b>
55	<b>Eurofidi</b>
55	<b>Eurocons</b>
56	<i>Attività di formazione e sviluppo</i>
58	<b>Principali attività di Eurofidi e di Eurocons nel 2009</b>
59	<i>Le garanzie sui territori</i>
61	<i>Il percorso dalla Consulenza all'Energia</i>
65	<i>Dialogo con gli Stakeholder</i>
69	<b>Prospettive future</b>
70	<b>Due realtà in continua evoluzione</b>
70	<i>Le sfide future</i>
71	<i>Le nuove frontiere</i>
73	<b>Valore Aggiunto</b>
75	<b>Eurofidi</b>
75	<b>Eurocons</b>

Per strutture come i Confidi, che fanno del contributo allo sviluppo del sistema imprenditoriale delle Piccole e Medie Imprese uno dei valori centrali della propria *mission*, il Rendiconto Sociale può e deve essere lo strumento che consente loro di guardare quello che fanno da un più ampio e diverso punto di osservazione.

Per questo motivo, abbiamo fortemente voluto che Eurofidi iniziasse questo percorso di ulteriore dialogo e confronto con i propri stakeholder. Un percorso di crescita anche interna, in linea con quei valori che abbiamo appreso in tutti questi anni di lavoro sul territorio a fianco delle imprese e che sono parte integrante della nostra cultura e della nostra forza.

Con l'orgoglio e la soddisfazione per il lavoro svolto sino a qui e la certezza che continueremo a dare il nostro contributo per traghettare le nostre imprese oltre la crisi, ci sia permesso di ringraziare tutti coloro che ci hanno consentito di raggiungere questo nuovo obiettivo e che, siamo certi, saranno con noi anche alla volta di altri importanti traguardi.



Giuseppe Pezzetto

*Presidente di Eurofidi*

L'attività di consulenza "a tutto campo" di Eurocons si fonda su un grande patrimonio acquisito negli anni ed in continuo e costante sviluppo: si tratta della professionalità dei nostri collaboratori, della loro attenta e puntuale ricognizione delle esigenze delle imprese, della loro ricerca di un continuo interscambio di esperienze da mettere a disposizione, di problemi da risolvere od opportunità da cogliere.

Questo modo di essere e di lavorare si è dimostrato tanto più importante e prezioso nei momenti di crisi che abbiamo attraversato e che stiamo ancora attraversando. È proprio in questi momenti che la consulenza, quella vera e utile per intenderci, riesce a portare alla luce tutte le risorse, anche quelle immateriali, di cui l'impresa dispone. Risorse fondamentali anche per rapportarsi in modo nuovo nei confronti del mercato o degli istituti di credito a cui si chiede un finanziamento e con i quali, magari, si chiede di "scommettere insieme" per lo sviluppo futuro o per superare una congiuntura difficile.

Il rendiconto sociale rappresenta un momento importante di verifica di questa nostra attività. Significa, in particolar modo, "mettere in bella copia" e presentare ai nostri interlocutori quello che abbiamo fatto e che abbiamo intenzione di fare oltre che mettere a confronto i risultati raggiunti con le attese suscitate: un rendiconto inteso come documento di lavoro per avviare una discussione aperta con tutti.



Piergiorgio Scoffone

*Presidente di Eurocons*



## Presentazione del Rendiconto Sociale

Sviluppo economico e progresso sociale sono due prospettive che possono e devono essere coniugate per la crescita e il benessere di un territorio. Se, nella visione tradizionale dell'economia e della società, l'impresa ha principalmente il compito di "fare profitto", oggi questa visione è sempre meno adeguata.

Sulla base di questa convinzione, le aziende che si impegnano nella definizione e rendicontazione del proprio impatto sociale intendono contribuire allo sviluppo sociale dei territori senza per questo mettere in secondo piano lo sviluppo economico. Queste stesse aziende, grazie alla rendicontazione sociale, possono essere comprese e valutate anche da un più vasto numero di portatori di interesse (stakeholder), certi che questo processo di comunicazione e interazione possa contribuire positivamente allo sviluppo socio-economico del territorio e in particolare delle Piccole Medie Imprese (di seguito anche "PMI").

Perché allora questo documento? L'intento è semplice: **costruire nel tempo, grazie anche al feedback da parte degli stakeholder, un sistema di rendicontazione che consenta di qualificare ulteriormente il ruolo e la capacità di relazione con i diversi territori regionali di Eurofidi e di Eurocons**, per sviluppare partecipazione e consenso sulle loro attività, proposte e progetti.

Questo primo Rendiconto Sociale di Eurofidi e di Eurocons si propone di conseguire i seguenti obiettivi:

- fornire a tutti gli stakeholder un quadro complessivo di Eurofidi e di Eurocons per avviare un processo interattivo di comunicazione
- illustrare le relazioni che intercorrono tra Eurofidi e Eurocons e le logiche di presidio del marchio Eurogroup
- fornire informazioni utili sulla qualità delle attività societarie per ampliare e migliorare, anche sotto il profilo etico-sociale, le conoscenze e le possibilità di valutazione da parte degli stakeholder
- esporre gli obiettivi che entrambe le società si impegnano a perseguire
- rappresentare il Valore Aggiunto e la sua ripartizione tra gli stakeholder

In sintesi, Eurofidi e Eurocons intendono **avviare un dialogo sempre più attivo e proattivo nei confronti dei territori regionali in cui sono presenti**, con l'obiettivo di far fronte alle differenti e peculiari esigenze di sviluppo territoriale, coerenti con strategie e politiche dei diversi stakeholder locali.

## Nota metodologica

La struttura e i contenuti di questo Rendiconto Sociale sono stati definiti ispirandosi alle principali linee guida nazionali ed internazionali in tema di rendicontazione sociale. In particolare, si è fatto libero riferimento ai "Principi di redazione del Bilancio Sociale" del GBS - Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (il cui modello di rendicontazione è quello maggiormente applicato sul territorio nazionale) per quanto riguarda la struttura, i contenuti del documento e il calcolo del Valore Aggiunto.

Inoltre, per quanto riguarda Eurofidi e in particolare la determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto, si è fatto libero riferimento alle linee guida ABI - Econometrica presenti nel documento "*Il rendiconto agli stakeholder - una guida per le banche*" in quanto modello particolarmente flessibile e adattabile alle diverse realtà societarie attive nel settore finanziario, adattandolo quindi alle peculiarità di un Confidi.

**Il presente documento assume una propria unicità trattando le caratteristiche di due differenti società che agiscono sinergicamente e i cui prodotti e servizi sono contraddistinti dal marchio Eurogroup. Si è deciso di realizzare un unico documento includendo la presentazione delle due realtà che, come evidenziato nello scorrere del testo, agiscono spesso affiancate e condividono anche la parte più significativa e numericamente rilevante degli stakeholder di riferimento, cui questo Rendiconto Sociale si rivolge.**

La redazione di un unico documento consente quindi, nella intenzione dei redattori, di spiegare al meglio le specificità delle singole realtà aziendali ed i punti di unione operativi e strategici nell'ambito del marchio Eurogroup, sempre nel rispetto dei criteri di massima trasparenza, inclusione e chiarezza. Per consentire al lettore una chiara comprensione del testo, le pagine di questo volume sono strutturate in modo tale da rendere chiaramente riconoscibili i temi inerenti in modo specifico a Eurofidi o a Eurocons o a entrambe.

Per la realizzazione del Rendiconto Sociale di Eurofidi e di Eurocons **è stato costituito un gruppo di lavoro con compiti di indirizzo e di coordinamento**. Il supporto metodologico, le necessarie attività di relazione e raccolta di informazioni per l'elaborazione e la redazione di questo documento sono stati affidati alla società Accordo. Nell'esposizione delle informazioni rilevanti si è perseguito l'obiettivo di redigere un documento di agevole lettura con rilievi e descrizioni il più possibile esaustivi e di prevalente carattere qualitativo.

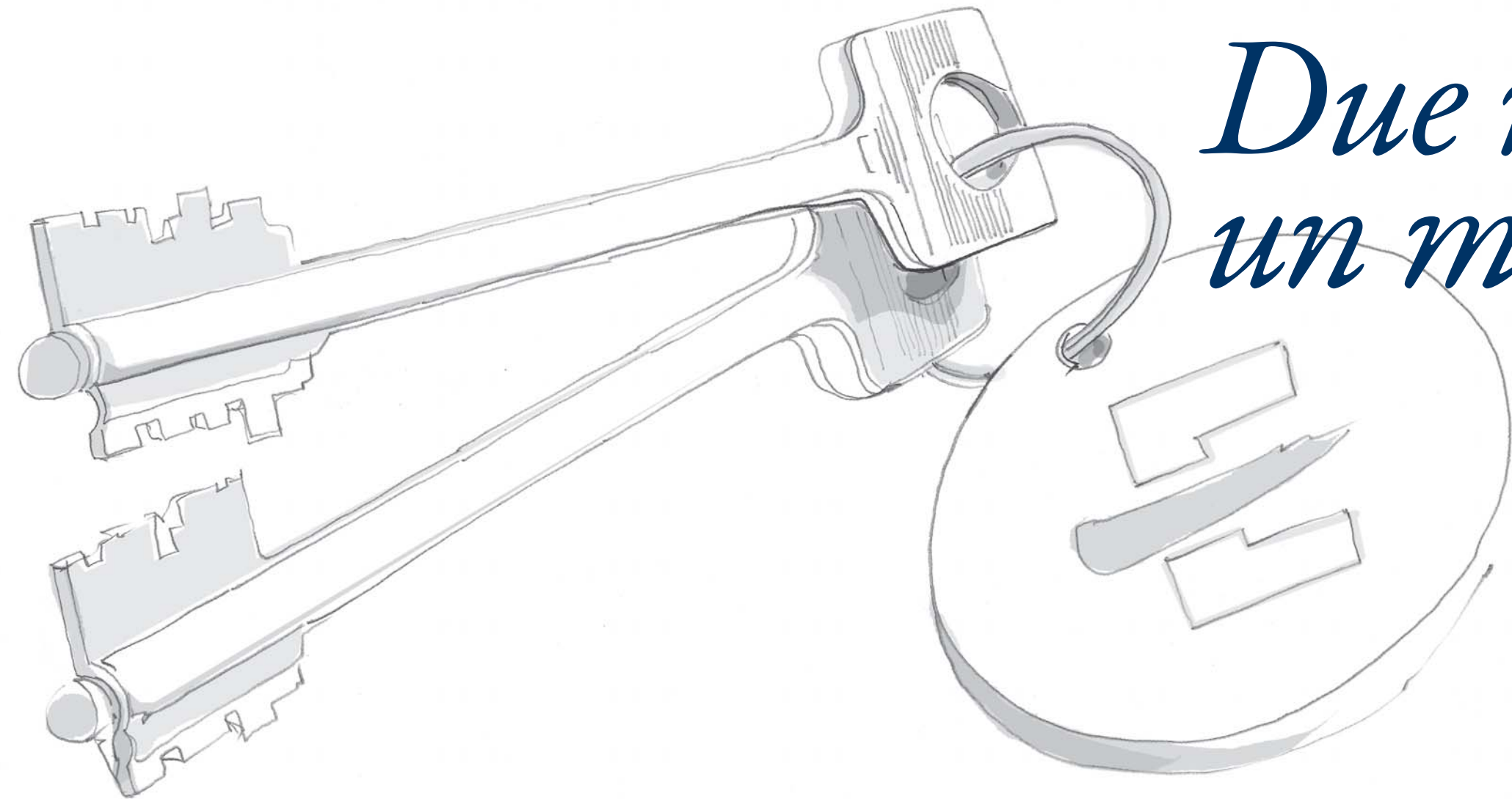
**Il processo di redazione del documento è stato fortemente influenzato dai contributi del personale interno, le cui osservazioni e suggerimenti hanno contribuito in maniera determinante al risultato finale.**

Tale approccio ha inoltre consentito di individuare gli stakeholder, sia per Eurofidi sia per Eurocons, a cui il Rendiconto Sociale è rivolto.

L'intervallo di tempo oggetto di osservazione per il presente documento è relativo al periodo gennaio - dicembre 2009.

Per quanto riguarda la struttura ed i contenuti del documento, questa prima edizione del Rendiconto Sociale è stata suddivisa in **sei sezioni**:

- Questa prima sezione (**PREMESSA**) di presentazione del Rendiconto Sociale e di illustrazione della metodologia utilizzata per la rendicontazione.
- La seconda (**DUE REALTÀ, UN MARCHIO**) relativa alla storia delle due società oggetto di rendicontazione, alle relazioni che intercorrono tra le stesse nell'ambito del marchio Eurogroup ed alla illustrazione delle due rispettive *identità aziendali* per quanto riguarda Corporate Governance, missione, strategie e attività.
- Una terza sezione (**I NOSTRI STAKEHOLDER**) illustra le modalità di mappatura degli stakeholder e l'analisi delle differenti categorie cui il Rendiconto Sociale si rivolge.
- La quarta (**AL SERVIZIO DEI TERRITORI REGIONALI**) descrive lo scenario di riferimento e le modalità di intervento sui diversi territori, evidenziando le principali attività di Eurofidi e di Eurocons che hanno caratterizzato il 2009, oltre ad una illustrazione delle modalità di comunicazione messe in atto per meglio raggiungere i diversi interlocutori sui territori regionali.
- La quinta (**PROSPETTIVE FUTURE**) tratteggia sinteticamente lo sviluppo strategico previsto nel corso dei prossimi anni e gli impegni nei confronti degli stakeholder a seguito del processo di rendicontazione avviato.
- La sesta (**VALORE AGGIUNTO**) riporta i dati quantitativi delle due società e ne calcola il Valore Aggiunto per gli stakeholder, illustrandone le peculiarità.



*Due realtà,  
un marchio*

Per numerosi stakeholder nonché lettori di questo Rendiconto Sociale, il termine “Eurogroup” è certamente ben conosciuto. **Eurogroup è oggi infatti il marchio che identifica chiaramente l’offerta congiunta di servizi di garanzia al credito e di consulenza aziendale alle piccole e medie imprese, contraddistinguendo due distinte entità operative** rappresentate da Eurofidi - società consortile di garanzia collettiva fidi S.c.p.a. (di seguito anche “Eurofidi”) e da Eurocons - Consorzio di Imprese per la Consulenza aziendale (di seguito anche “Eurocons”).

In particolare, Eurofidi rappresenta la più grande realtà di garanzia italiana nata per affiancare le Piccole e Medie Imprese nel rapporto con il sistema bancario, favorendone l’accesso al credito; Eurocons è un consorzio di imprese che fornisce alle consorziate servizi di consulenza in ordine alle modalità per il conseguimento di agevolazioni finanziarie previste da normative locali, nazionali e comunitarie, all’internazionalizzazione nonché a certificazioni di sistema e prodotto, strategia aziendale, consulenza direzionale, formazione, uso di fonti energetiche alternative.

## Una storia lunga 30 anni

Il marchio Eurogroup è nato nel 1999 ma ha alle spalle trent’anni di storia, frutto della evoluzione di una serie di realtà societarie che hanno avuto quale obiettivo comune sia il tipo di stakeholder sia il supporto al mondo delle Piccole Medie Imprese. Di seguito vengono sinteticamente raccontate le fasi salienti che hanno portato alla odierna definizione delle società Eurofidi ed Eurocons, protagoniste di questo primo Rendiconto Sociale.

**Il 21 giugno 1979** nasce **Fidipiémonte**, consorzio di garanzia pensato per l’attuazione di uno specifico programma regionale in Piemonte. Attraverso il rilascio di garanzie si intende favorire il processo di rilocalizzazione delle imprese all’interno di aree attrezzate. La Finanziaria Regionale della Regione Piemonte, con quasi il 60% del capitale, è il socio di maggioranza del consorzio. Altri soci sono l’Istituto Bancario San Paolo di Torino, la Cassa di Risparmio di Torino, la Banca Popolare di Novara (ciascuno con oltre il 10%) e numerosi altri istituti di credito e associazione di categoria.

**Il 24 luglio 1980** viene costituito **Artigianfidi**, consorzio di garanzia nato con l’obiettivo esclusivo di garantire anticipi, a fronte di ordini del settore automobilistico, per le imprese artigiane: questo intervento va quindi ad integrare l’offerta di Fidipiémonte. Anche in questo caso, Finipiémonte, con quasi il 94% del capitale, è il socio di maggioranza.

Sia **Fidipiémonte** sia **Artigianfidi**, dunque, sono consorzi fidi promossi dalla Regione Piemonte con la partecipazione del sistema camerale, degli istituti di credito e delle associazioni imprenditoriali. Entrambe le realtà hanno tuttavia un oggetto sociale molto focalizzato che ne limita fortemente lo sviluppo. Negli anni successivi, infatti, la loro crescita procede a rilento: Fidipiémonte passa da due aziende socie del 1980 a 141 del 1985. Artigianfidi, da 5 del 1980 a 52 del 1985.

**Nel 1986** Finipiémonte approva un piano di sviluppo dei due consorzi fidi. Viene ampliato l’oggetto sociale (ora si garantiscono tutte le linee di credito), si estende l’operatività anche al settore commercio e si effettua una forte ricapitalizzazione (prestito subordinato da Finipiémonte di 12 miliardi di lire). In questo modo, si permette alle due realtà di dotarsi di una prima struttura promozionale e di svilupparsi significativamente negli anni successivi.

**Nel 1994** nasce **Eurocons**, consorzio promosso da Fidipiémonte e da Artigianfidi con l’obiettivo di fornire alle piccole e medie imprese una consulenza qualificata nel settore delle **agevolazioni finanziarie**. Fin dalla nascita quindi Eurocons è caratterizzato dal legame con il mondo dei confidi, con cui condivide la finalità di supportare il mondo delle Piccole



Medie Imprese: tale rapporto, come più avanti illustrato, si rafforzerà ulteriormente fino a contraddistinguere l’odierna organizzazione. La struttura nasce infatti in risposta alla specifica esigenza delle imprese di essere assistite nella ormai sempre più complessa ricerca di contributi e di finanziamenti agevolati regionali, nazionali e comunitari. Anima dell’iniziativa è Natale Monzeglio, vice direttore generale della Banca Crt e presidente di Artigianfidi. All’atto della costituzione di Eurocons, le imprese socie sono nove e vengono assunte sette nuove persone per dare inizio all’operatività del consorzio. Negli anni seguenti Eurocons attiverà ulteriori “linee prodotto” fino ad arrivare all’offerta attuale.

**Nel 1999**, attraverso una fusione per incorporazione di Artigianfidi in Fidipiémonte, nasce **Eurofidi**, mentre si consolida e si amplia l’attività di **Eurocons**, e proprio con Eurofidi prosegue il rapporto sinergico che ancora oggi caratterizza entrambe le realtà.



Per organizzare e razionalizzare questa ampia offerta di servizi alle PMI si dà quindi vita al marchio **Eurogroup**. Complessivamente, le realtà che fanno capo al marchio **Eurogroup** associano, alla fine del 1999, 13.278 imprese.



**Nel 2000**, Eurofidi inizia a sottoporsi al giudizio di Fitch Ratings.

**Nel 2003** in seguito all’approvazione della legge di riforma dei confidi e per prepararsi all’entrata in vigore delle norme di Basilea 2, **Eurofidi** avvia un piano di sviluppo prevedendo la trasformazione in intermediario finanziario vigilato da Banca d’Italia. Due i passaggi fondamentali per consentire al consorzio fidi di raggiungere i suoi obiettivi: la **diversificazione territoriale** e il **rafforzamento patrimoniale**. Il piano prevedeva una redistribuzione dei rischi grazie a uno sviluppo su più aree geografiche. In questo contesto, viene approvato il progetto di diversificazione territoriale, che rende le società sempre più al servizio dei territori regionali dal nord al centro Italia. I consorzi Eurofidi ed Eurocons, attivi fino ad allora solo in Piemonte, vedono perciò estendere l’operatività anche in Lombardia, Liguria, Toscana, Umbria, Marche e Valle d’Aosta: poco alla volta, in tutte queste regioni verranno realizzate sedi e punti operativi.

Nel corso del **2005**, **Eurofidi** modifica la propria forma giuridica, trasformandosi da consorzio in società consortile per azioni. È questo il passo ulteriore del percorso che lo porterà a divenire intermediario finanziario vigilato.

## I rapporti tra le due realtà

Eurogroup è il **marchio che identifica i prodotti e servizi delle due società** oggetto di trattazione in questo Rendiconto Sociale. Tale marchio, attraverso l’azione sinergica delle realtà, identifica un unico interlocutore al quale rivolgersi nelle situazioni in cui si intendano realizzare nuovi investimenti e prima di prendere decisioni di carattere economico-finanziario.

Tutte le attività intraprese dalle singole società vengono attuate in un’ottica di economia di scala, **con un presidio direzionale centrale con visibilità globale sia dell’operatività aziendale sia del mercato** (maggiore dettaglio è presente nei successivi capitoli dedicati alla Corporate Governance di Eurofidi e di Eurocons).

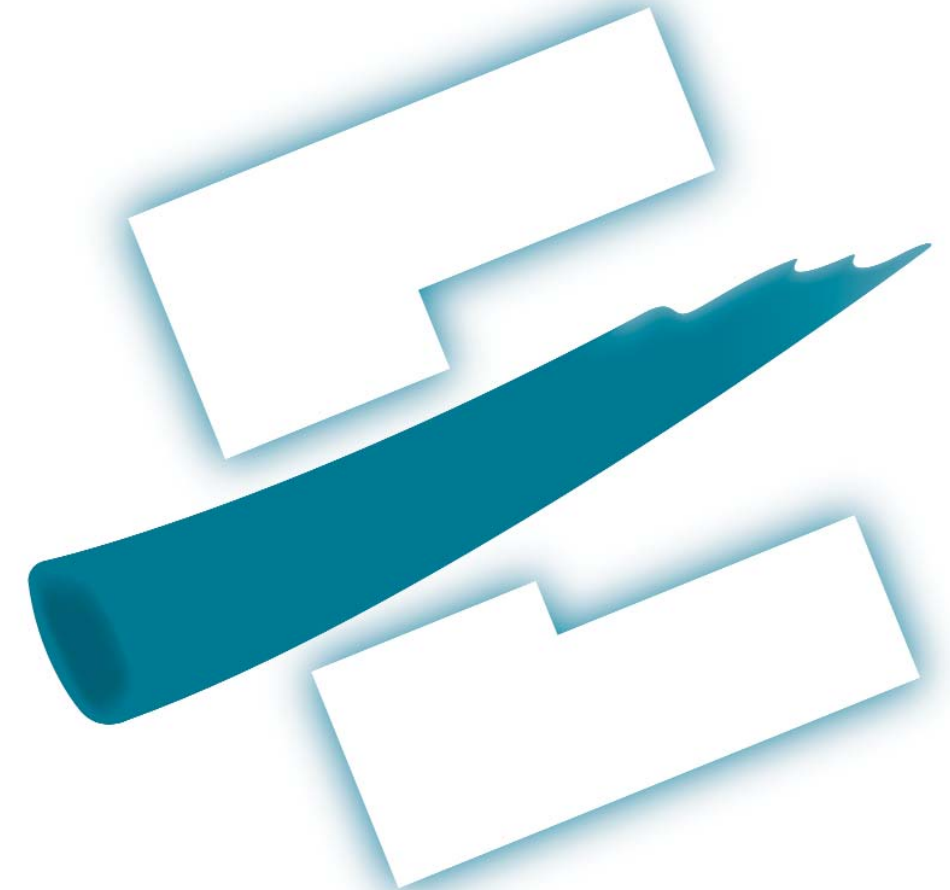
La rete commerciale opera quotidianamente per la promozione congiunta dei servizi offerti sia da Eurofidi sia da Eurocons. Di norma il primo approccio avviene con il servizio di garanzia e successivamente con l’offerta delle diverse tipologie di consulenza di Eurocons.

## Codice etico

Nella consapevolezza che, per un corretto svolgimento della attività di Eurofidi e di Eurocons e per il perseguimento dei propri obiettivi, non si possa prescindere dal rispetto delle leggi vigenti e di fondamentali principi etici, è stata inevitabile la necessità di adottare formalmente **un insieme di regole comportamentali valide nei rapporti interni tra Eurofidi ed Eurocons e in quelli con i terzi**. Tali regole sono dirette quindi a diffondere una solida integrità etica e una forte sensibilità al rispetto delle normative vigenti tra tutti coloro che operano nell'ambito del marchio Eurogroup.

Nella ferma intenzione di garantire la massima correttezza e trasparenza nella gestione delle attività e a tutela dell'immagine e reputazione del marchio Eurogroup, gli organi dirigenti, e precisamente il Consiglio di Amministrazione per Eurofidi ed il Consiglio Direttivo per Eurocons, hanno adottato lo stesso Codice Etico, che definisce in modo chiaro l'insieme dei valori condivisi, e rappresenta inoltre un elemento imprescindibile nella prevenzione dei reati inclusi nel D.Lgs. 8 giugno 2001, n. 231 che ha introdotto nell'ordinamento giuridico italiano la responsabilità amministrativa degli enti al compimento di determinate fattispecie di reato.

Il Codice Etico, che enuncia dunque i principi di correttezza e responsabilità, dei quali è richiesta la più rigorosa osservanza da parte del management, dei dipendenti, dei collaboratori e, più in generale, di tutti coloro con i quali si intrattengano rapporti d'affari, è diffuso sia all'interno della struttura tramite la "bacheca aziendale" nella Intranet sia sui rispettivi siti Internet.



**Eurofidi**  
Garanzia fidi

SOSTENERE

LO SVILUPPO

DELLE IMPRESE

AGEVOLANDONE

L'ACCESSO AL CREDITO

## Eurofidi

Per dimensioni, struttura e capacità di intervento Eurofidi è il più grande soggetto di garanzia fidi italiano e tra i principali europei.

Obiettivo di Eurofidi, società consortile di garanzia collettiva fidi, è **agevolare l'accesso al credito delle Piccole e Medie Imprese**: la sua attività consiste nell'affiancarle nel loro rapporto con il sistema bancario, garantendone le linee di credito.

Attraverso la concessione di garanzie alle imprese socie, appartenenti a ogni settore merceologico, Eurofidi offre un valido sostegno al loro sviluppo. Ampliandone la capacità di credito, queste sono in grado di finanziare i loro investimenti e mantenere la loro competitività.

### L'adesione ad Eurofidi

Eurofidi, per sua stessa natura giuridica, può prestare i propri servizi esclusivamente ai soci. L'adesione al confidi è quindi il presupposto principale sul quale si basa il rapporto tra Eurofidi e il proprio mercato di riferimento, che porta la società ad assistere i soci nel loro percorso di ricerca delle risorse finanziarie necessarie per crescere ed espandersi, con gli strumenti finanziari più versatili e moderni.

Chi aderisce a Eurofidi trova quindi un'azienda orientata al cliente, vicina alle sue esigenze grazie a una presenza capillare sul territorio e alla professionalità dei propri consulenti.

Possono fare richiesta di associazione a Eurofidi:

- 1) le Piccole e Medie Imprese (*criteri PMI*) di tutte le categorie merceologiche: industria, commercio, turismo, artigianato, agricoltura e servizi;
- 2) le imprese di maggiori dimensioni rientranti nei limiti delle piccole e medie imprese (*criteri BEI*) purché complessivamente non rappresentino più di un sesto della totalità delle imprese socie.

## Corporate Governance

Eurofidi, insieme con il Consorzio Eurocons, ha sviluppato un network atto a supportare le piccole e medie imprese in tutte le proprie esigenze, connotato dal marchio Eurogroup.

A questo scopo il marchio Eurogroup ha fondato la sua specificità su una politica di "comunicazione", mentre le società pertinenti al marchio stesso si occupano della promozione e gestione del prodotto di riferimento.

In particolare:

- al prodotto "garanzie" è dedicata Eurofidi S.C.p.A.
- al prodotto "consulenza" è dedicato il Consorzio Eurocons

Le direzioni centrali (Direzione Generale, Direzione Rete Distributiva e Direzione Amministrazione Finanza e Controllo) agiscono operativamente in modo tale che, sfruttando il concetto di "visibilità a 360 gradi", vengano garantite le migliori opportunità di ripartizione del costo e di livello di servizio nonché un monitoraggio completo dei fattori di rischio.

### Il mondo dei Confidi

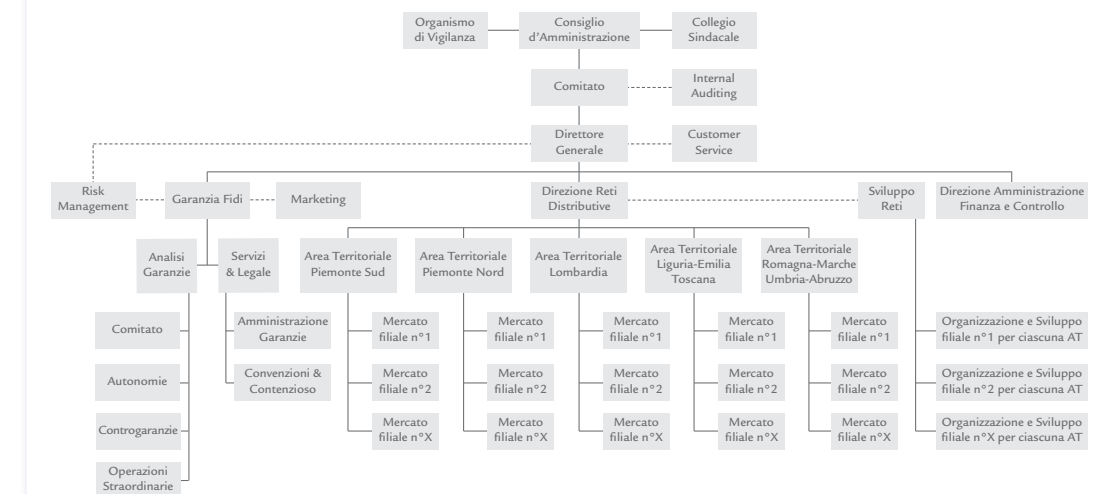
I Confidi sono organizzazioni (consorzi con attività esterna, società cooperative, società consortili per azioni, a responsabilità limitata o cooperative) istituite per offrire una garanzia accessoria e, quindi, per favorire l'accesso al credito da parte delle imprese associate. I Confidi nascono come espressione delle associazioni di categoria nei comparti dell'industria, del commercio, dell'artigianato e dell'agricoltura, basandosi su principi di **mutualità** e di **solidarietà**. In Italia i primi consorzi fidi vengono costituiti alla fine degli anni Cinquanta. Il sistema italiano dei Confidi conta attualmente circa 750 strutture operative, in genere di dimensione molto minore rispetto agli analoghi organismi esteri e in profonda evoluzione secondo la disciplina di razionalizzazione del sistema.

## L'organigramma e l'impianto organizzativo

Eurofidi si è organizzata seguendo la normativa predisposta da Banca d'Italia in tema di "intermediari finanziari vigilati" ex art. 107 del Testo Unico Bancario.

La struttura organizzativa ed operativa di Eurofidi, riportata nell'organigramma, rappresenta il core business dell'azienda, demandando ad Eurocons (mediante contratto di outsourcing) la gestione delle funzioni di staff.

### Organigramma Eurofidi



### Gli organi sociali

Gli organi sociali di Eurofidi sono:

- l'Assemblea dei Soci
- il Consiglio di Amministrazione
- il Comitato Esecutivo
- il Presidente
- il Direttore Generale
- il Collegio Sindacale
- l'Organismo di Vigilanza

Di seguito vengono descritti sinteticamente i principali organi sociali con le relative caratteristiche che ne regolamentano il funzionamento. I nomi dei componenti degli organi sociali di Eurofidi, le rispettive cariche in seno agli organi e l'ente di rappresentanza sono reperibili sul sito [www.eurofidi.it](http://www.eurofidi.it) dove si può trovare un maggiore dettaglio sul tema della Corporate Governance.

L'**Assemblea dei Soci** è composta dai Soci e può essere ordinaria o straordinaria: esprime la "voce" dei soci ed è presieduta dal Presidente del Consiglio di Amministrazione.

Il **Consiglio di Amministrazione**, così come da Statuto, è composto da un numero di membri non inferiore a undici e non superiore a diciannove, secondo le determinazioni adottate dall'Assemblea. Di tali membri due sono nominati dalla Regione Piemonte e tre, di cui uno con funzione di Presidente, dalla Finpiemonte S.p.A. Gli amministratori durano in carica non più di tre esercizi e sono rieleggibili. I consiglieri di amministrazione devono avere i requisiti di professionalità e onorabilità di cui all'art. 109 del D.Lgs. 1 settembre 1993 n. 385.

Il **Comitato Esecutivo** è composto da un numero minimo di tre membri ed un massimo di nove scelti dal Consiglio di Amministrazione tra i suoi componenti. Tale organo ha la gestione operativa della società.

Il Comitato Esecutivo riferisce, tempestivamente e comunque con periodicità almeno trimestrale, sul generale andamento della gestione e sulla sua prevedibile evoluzione ai Sindaci e al Consiglio di Amministrazione.

Il **Presidente del Consiglio di Amministrazione** presiede l'Assemblea, il Consiglio di Amministrazione ed il Comitato esecutivo, ha individualmente il potere di rappresentanza generale della società di fronte ai terzi ed in giudizio; convoca il consiglio di amministrazione, il comitato esecutivo e, previa delibera consiliare, l'assemblea.

Il Consiglio di Amministrazione nomina inoltre un **Direttore Generale** stabilendone le attribuzioni, il quale assiste alle sedute del Consiglio di Amministrazione e del Comitato Esecutivo. Il Direttore Generale è preposto alla struttura operativa ed esecutiva della Società, sulla base e nell'ambito dei poteri conferitigli dal Consiglio di Amministrazione.

Il **Collegio Sindacale** è composto da tre membri effettivi. Devono inoltre essere nominati due supplenti, scelti al di fuori dei soci; i sindaci durano in carica tre esercizi e scadono alla data di convocazione dell'assemblea chiamata ad approvare il bilancio dell'ultimo esercizio di carica. I sindaci sono rieleggibili. Il Presidente e uno dei supplenti sono nominati dalla Regione Piemonte; i due altri componenti effettivi e il secondo dei supplenti sono nominati dall'Assemblea dei soci.

L'**Organismo di Vigilanza** è composto da tre membri nominati dal Consiglio di Amministrazione in ossequio all'art. 6, comma 1 del D.Lgs. 231/01; l'Organismo di Vigilanza resta in carica per tre anni, allo scadere del quale il Consiglio di Amministrazione può rinnovare l'incarico.

## Strategie e attività

L'attività primaria svolta da Eurofidi si concretizza nella **prestazione di garanzie di carattere mutualistico in favore delle imprese socie**. Rappresenta un elemento fondamentale per agevolare l'accesso al credito delle piccole e medie imprese.

Infatti, per contenere il maggior grado di rischio che le piccole e medie imprese di norma presentano rispetto alle imprese di maggiore dimensione, gli istituti di credito subordinano, generalmente, la concessione di linee di credito all'acquisizione di garanzie collaterali. In questo scenario si colloca la garanzia concessa da Eurofidi per le imprese affidate ed in favore degli istituti di credito.

**Eurofidi può aumentare la capacità di credito dell'impresa, ma non crearla:** affinché la garanzia sia efficace occorre, infatti, che le aziende richiedenti godano di una propria autonoma capacità di credito nei confronti del circuito bancario.

I tassi applicati dagli istituti di credito ai fidi garantiti da Eurofidi sono allineati alle migliori condizioni di mercato.

Le operazioni a favore delle quali Eurofidi può rilasciare garanzia sono:

- Linee di credito per scoperto di conto corrente, anticipi su fatture, su effetti e ricevute al SBF, import e export, anticipo su ordini e commesse, su crediti lva, e fidejussioni
- Operazioni di factoring
- Finanziamenti a tassi agevolati previsti da leggi regionali, nazionali o comunitarie
- Finanziamenti a medio e lungo termine con durata fino a 15 anni
- Finanziamenti strutturati
- Operazioni di leasing.

## Intermediario finanziario vigilato

Eurofidi ha intrapreso da alcuni anni un Piano di Sviluppo con l'obiettivo di diventare intermediario finanziario vigilato dalla Banca d'Italia. A fine gennaio 2009, al termine di un processo di valutazione e fattibilità, è stata presentata alla Banca d'Italia la domanda di iscrizione di Eurofidi come intermediario finanziario (ex articolo 107 del Testo Unico Bancario); a dicembre 2009 sono state presentate le integrazioni richieste da Banca d'Italia che, ad aprile 2010, ha comunicato l'avvenuta iscrizione.

## Rating e Certificazione

Eurofidi, al fine di offrire una **maggiore tutela per i propri interlocutori**, si è dotata di alcune validazioni esterne che consentono di fornire un ulteriore grado di informazione e garanzia su quanto svolto quotidianamente.

In particolare Eurofidi si sottopone al **rating di Fitch Ratings e di Standard & Poor's**, due delle principali agenzie internazionali di valutazione del credito: relativamente al 2009 Fitch Ratings ha confermato il rating "BBB+" mentre Standard & Poor's lo ha portato a "BBB".

Il rating esprime il merito di credito degli emittenti di prestiti obbligazionari sui mercati internazionali o delle aziende ed è indicatore del grado di solvibilità di soggetti come uno Stato o un'impresa. La valutazione viene sintetizzata attraverso l'assegnazione di un indice, che viene espresso attraverso un codice rientrante in un apposita graduatoria che varia secondo dell'agenzia che ha effettuato la valutazione. Ad esempio, il rating attribuibile da Standard & Poor's varia tra un valore AAA (valore massimo di affidabilità dell'emittente) e un valore D (valore minimo, attribuito ad emittenti in condizione fallimentare).

**Il rating è un elemento molto importante anche per il mondo delle garanzie.**

### "Basilea 2" e il mondo dei Confidi

A inizio 2007, sono entrate in vigore le norme previste da "Basilea 2", il nuovo accordo internazionale sui requisiti patrimoniali delle banche, anche se per la loro concreta applicazione è stato necessario attendere ancora un anno. Le nuove disposizioni hanno modificato notevolmente le modalità di concessione del credito, incidendo in profondità sui rapporti fra banche e imprese, soprattutto quelle piccole e medie.

Gli accordi di "Basilea 1" imponevano l'applicazione di un coefficiente di adeguatezza patrimoniale pari all'8% degli impieghi delle banche, indipendentemente dalla tipologia di rischio assunto. Le norme "Basilea 2" impongono invece lo stesso coefficiente di adeguatezza patrimoniale pari all'8% degli impieghi delle banche, ma in funzione della rischiosità assunta. Se il rischio è inferiore la base su cui calcolare è ridotta rispetto a "Basilea 1".

Anche i Confidi sono stati influenzati dal nuovo scenario: il loro ruolo, anzi, è diventato molto più determinante nella concessione del credito alle aziende. Con "Basilea 2", infatti, le garanzie dei Confidi sono maggiormente appetibili sia per il sistema bancario sia per le imprese. I Confidi che ricevono un rating esterno permettono infatti alle aziende garantite di essere considerate maggiormente solvibili e, quindi, meno rischiose. E tale minor rischio dà la possibilità alle banche di applicare il coefficiente dell'8% su una base imponibile ridotta, con un conseguente risparmio di capitale.

Attualmente sono allo studio nuove regole per la gestione delle attività a rischio del sistema bancario, note come "Basilea 3", che nell'arco dei prossimi anni andranno ad integrare o sostituire le precedenti versioni delle norme "Basilea".

Eurofidi ormai da dieci anni si sottopone al giudizio di Fitch Ratings e, dal 2005, di Standard & Poor's. Entrambe le valutazioni ribadiscono la validità del programma di sviluppo di Eurofidi, unico confidi italiano a sottoporsi a un doppio giudizio di rating.

Per quanto riguarda il tema della certificazione, **il sistema di gestione per la qualità è certificato secondo la norma Iso 9001:2008.**

Obiettivo è la garanzia che i processi aziendali vengano indirizzati a un continuo miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza della organizzazione oltre che a una maggiore soddisfazione delle aziende socie.

L'evoluzione del rating di Eurofidi nel corso degli ultimi 5 anni

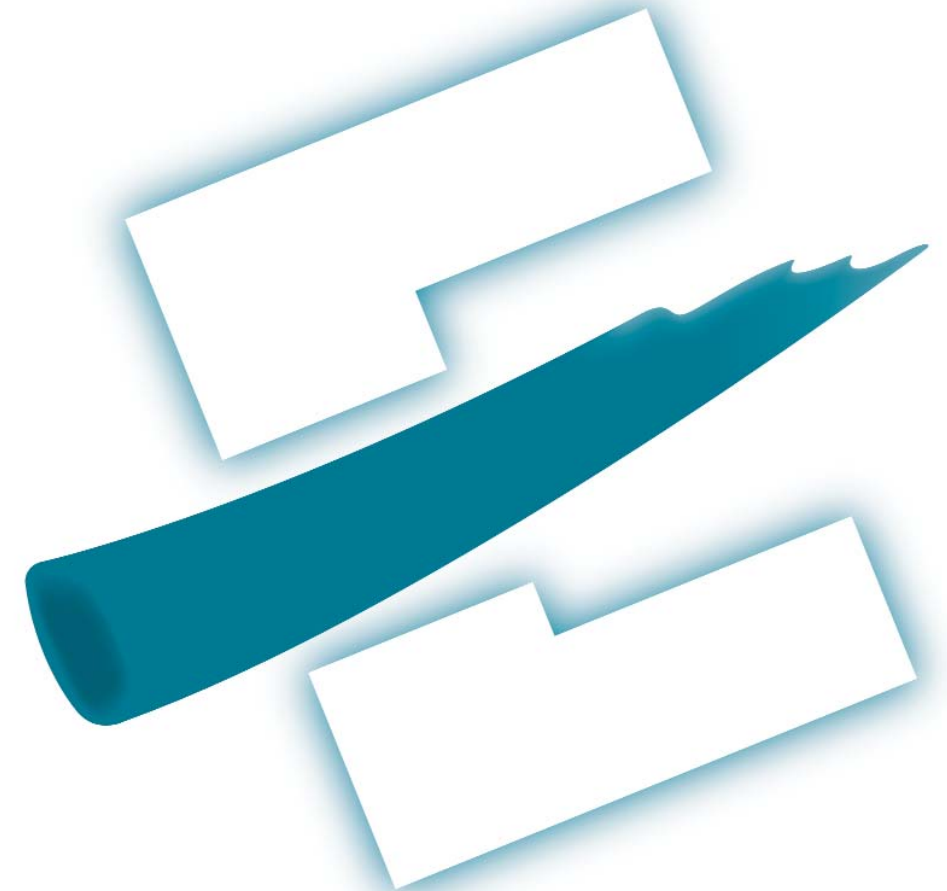
	Standard & Poor's	Fitch Ratings
2009	BBB	BBB+
2008	BBB+	BBB+
2007	BBB+	BBB+
2006	BBB	BBB+
2005	BBB	BBB+

#### Il valore del Rating

Le strategie finanziarie per la gestione degli elementi che portano all'attribuzione del rating si fondano su:

- una solida patrimonializzazione che confermi l'indice Tier Ratio One (patrimonio netto/attivo medio ponderato) in linea con quanto espresso già dal sistema bancario;
- vigilanza e controllo di Banca d'Italia che certifica il lavoro di Eurofidi nei confronti degli altri intermediari e delle società di rating;

Le strategie operative per migliorare il rating si basano sulla diversificazione e sulla attenuazione del rischio. Con riferimento alla diversificazione del rischio, le strategie si basano su una differenziazione settoriale (per essere presente il più possibile in tutte le categorie merceologiche) e geografica (per avere una presenza territoriale ampia). Per quanto riguarda l'attenuazione del rischio, Eurofidi sta ricorrendo ai diversi strumenti di controgaranzia per mitigare i propri rischi.



**Eurocons**  
Consulenza alle imprese

SOLUZIONI COERENTI  
E COMPATIBILI  
CON LA CRESCITA  
E LO SVILUPPO  
DI UN'IMPRESA

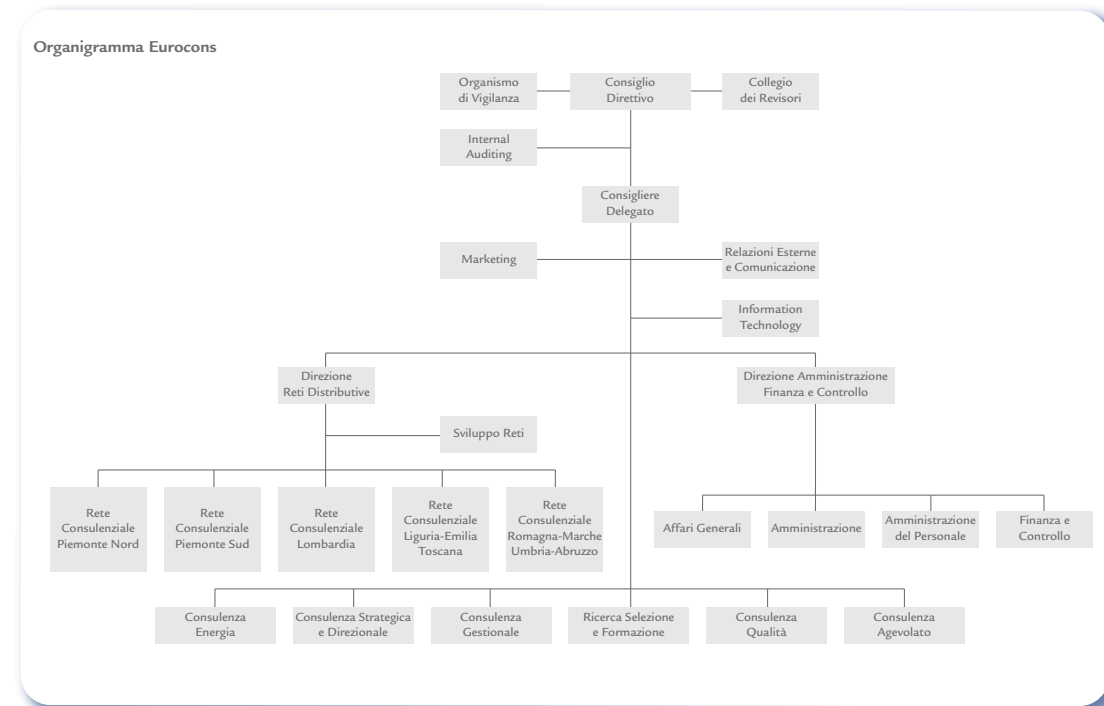
## Eurocons

Eurocons è un consorzio nato e cresciuto intorno alle specifiche esigenze delle piccole e medie imprese italiane, il cui obiettivo è essere tra le **più qualificate società di consulenza rivolte alle PMI con un'ampia gamma di servizi**.

Il consorzio Eurocons fornisce servizi di consulenza ad alto valore aggiunto che consentono alle aziende socie di esprimersi al meglio su tutti i mercati: le attività proposte ai soci si presentano come **soluzioni coerenti e compatibili con la crescita e lo sviluppo di una Piccola Media Impresa**.

In particolare Eurocons ha lo scopo di fornire servizi, anche nell'ambito del terziario avanzato, al fine di promuovere lo sviluppo e la razionalizzazione della gestione delle imprese consorziate.

L'attività del Consorzio è diretta a prestare alle imprese consorziate servizi di informazione, di consulenza e di assistenza per il reperimento e il migliore utilizzo delle agevolazioni finanziarie, per il controllo della qualità, per il miglioramento della gestione finanziaria delle imprese stesse, per una più efficace definizione delle strategie di crescita e di sviluppo aziendale, per la formazione delle risorse ed infine per un più corretto uso delle energie rinnovabili.



## Corporate Governance

Il Consorzio Eurocons, insieme con Eurofidi S.C.p.A., ha sviluppato ed è parte integrante del marchio Eurogroup. A questo scopo il marchio Eurogroup ha fondato la sua organizzazione su una precisa politica di “comunicazione” demandando alle società pertinenti al marchio stesso la promozione e la gestione del prodotto di riferimento.

In particolare:

- al prodotto “consulenza” è dedicato il Consorzio Eurocons;
- al prodotto “garanzie” è dedicata Eurofidi S.C.p.A..

Le direzioni centrali (Direzione Generale, Direzione Rete Distributiva e Direzione Amministrazione Finanza e Controllo) agiscono operativamente in modo tale che, sfruttando il concetto di “visibilità a 360 gradi”, vengano garantite le migliori opportunità di ripartizione del costo e di livello di servizio nonché un monitoraggio completo dei fattori di rischio.

### Gli organi sociali

Gli organi sociali di Eurocons sono:

- l'Assemblea dei Consorziati
- il Presidente
- il Consiglio Direttivo
- il Consigliere Delegato
- il Collegio dei Revisori
- l'Organismo di Vigilanza

La descrizione dettagliata degli organi sociali con le relative caratteristiche che ne regolamentano il funzionamento si trova sul sito [www.eurocons.it](http://www.eurocons.it) e di seguito ne vengono sinteticamente illustrati i principali.

All'**Assemblea dei Consorziati** hanno diritto di partecipare tutti i Soci e viene convocata almeno una volta all'anno, per l'approvazione del bilancio; ogniqualvolta sia ritenuto necessario dal Consiglio Direttivo o ne sia fatta richiesta scritta da almeno un terzo dei consorziate.

Il **Presidente** periodicamente convoca e presiede l'Assemblea dei Consorziati nonché il Consiglio Direttivo. La rappresentanza del Consorzio spetta al Presidente e, disgiuntamente, ai membri delegati nei limiti delle rispettive deleghe.

L'amministrazione e la gestione del Consorzio è affidata ad un **Consiglio Direttivo** composto da tre a dodici membri, secondo le determinazioni dell'Assemblea, ma sempre in numero multiplo di tre. Il Consiglio Direttivo è investito dei più ampi poteri occorrenti per il conseguimento degli scopi del Consorzio, ha individuato un **Consigliere Delegato** che presiede la gestione operativa del Consorzio.

Il **Collegio dei Revisori** è composto da tre membri effettivi e due supplenti nominati tra persone estranee alla compagine dei soci; i revisori durano in carica tre esercizi e scadono alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della carica. I revisori sono rieleggibili.

L'**Organismo di Vigilanza** è composto da tre membri nominati dal Consiglio di Amministrazione in ossequio all'art. 6, comma 1 del D.Lgs. 231/01; l'Organismo di Vigilanza resta in carica per tre anni, allo scadere del quale il Consiglio di Amministrazione può rinnovare l'incarico.

## Strategie e attività

Negli ultimi quindici anni, **Eurocons** ha rappresentato una società di consulenza rivolta alle PMI, alle quali fornisce servizi diversificati ad alto valore aggiunto articolati in sei settori, le cui finalità vengono qui brevemente descritte:

- **Finanza agevolata e internazionalizzazione** per affiancare l'impresa in tutte le fasi del percorso di accesso ai fondi stanziati dagli organi competenti e affacciarsi con successo sui mercati esteri;
- **Consulenza gestionale** per accompagnare le PMI in un percorso di crescita dalla verifica di adeguatezza e di affidabilità dei conti aziendali fino allo sviluppo di strategie di pianificazione;
- **Sistemi per la Qualità** per supportare le aziende che intendono migliorare e certificare i loro sistemi di gestione con un metodo ritagliato sulle diverse esigenze di impresa
- **Corsi di formazione** per trasferire ai dipendenti delle aziende socie competenze e professionalità su temi di rilevanza per i settori di appartenenza;
- **Consulenza direzionale:** per essere un riferimento per le imprese nel migliorare le performance dei processi chiave, nell'identificazione e nell'implementazione delle linee strategiche di sviluppo. In particolare, in questo momento di difficoltà per l'economia, si offre alle imprese un qualificato servizio di consulenza e di assistenza nel processo di rinegoziazione del debito in joint-venture con un partner di esperienza rappresentato dalla società di consulenza **3H Partners** (nata dall'iniziativa dei Professori della Business School Europea ESCP Europe);
- **Consulenza per il risparmio Energetico** ovvero un servizio trasversale di consulenza sugli investimenti a carattere energetico e ambientale. In questo contesto, Eurocons, dopo l'esperienza maturata con il Prodotto "Energia" ha dato vita ad una società controllata (**Euroenergy S.p.A.**), che ha l'obiettivo di fornire alle aziende di tutta Italia soluzioni impiantistiche "chiavi in mano" nel campo delle energie rinnovabili (fotovoltaico, biomasse e altre fonti) attraverso l'utilizzo delle tecnologie più avanzate a livello mondiale e di professionisti adeguatamente preparati.

### Il cambiamento della struttura giuridica

Eurocons è in una fase di transizione per ciò che riguarda il cambiamento della sua forma giuridica: nel 2010 infatti si trasformerà da consorzio in **società consortile a responsabilità limitata**, salvaguardando i suoi principi generali ispiratori, in particolare la forma consortile e la finalità non lucrativa.



*I nostri  
stakeholder*

## *L'identificazione degli stakeholder*

I principali interlocutori di un'impresa, ovvero gli **stakeholder**, sono tutti coloro che hanno un interesse nei confronti di una organizzazione e del suo operato (il termine inglese si traduce in "portatori di interesse" ma è ormai diventato di uso comune l'utilizzo dell'inglesismo in questo contesto). Il termine richiama "stockholder" ovvero coloro che detengono quote azionarie, ma ne amplia notevolmente la dimensione includendo un maggior numero di persone e organizzazioni. Si tratta di tutti coloro che, a prescindere dal possesso di azioni, sono in qualche modo interessati da attività e strategie dell'impresa.

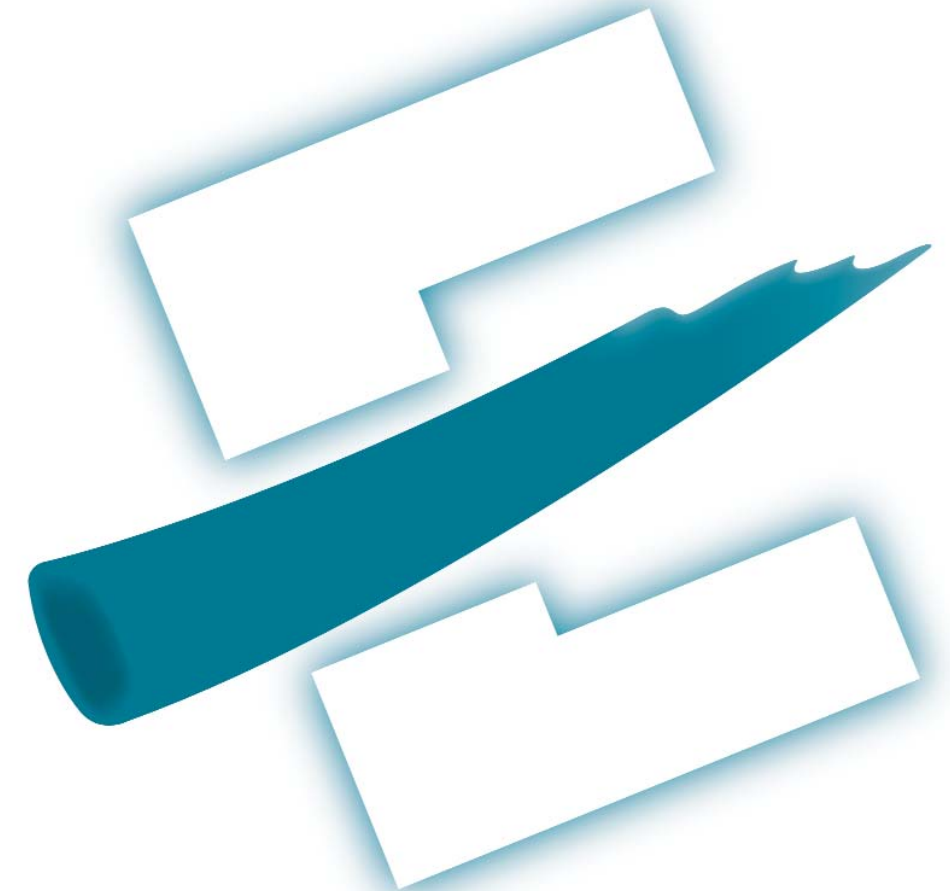
Proprio agli stakeholder si indirizza il primo Rendiconto Sociale di Eurofidi e di Eurocons, per **consentire a tutti i loro interlocutori, e più in generale a quanti si rapportino con il marchio Eurogroup, la migliore comprensione delle due organizzazioni e dell'impatto derivante dalle loro azioni.**

Come è possibile differenziare gli stakeholder? Una delle principali segmentazioni è relativa alla strategicità dei rapporti che intercorrono con i vari soggetti, da cui dipende la sopravvivenza stessa dell'organizzazione. A tale proposito si definiscono "primari" tutti quegli individui e gruppi con cui l'organizzazione ha rapporti prioritari di relazione: azionisti (e più propriamente soci nel caso di un consorzio o società consortile), dipendenti, istituzioni, banche, fornitori e gli altri interlocutori chiave. In senso più ampio, tuttavia, stakeholder è ogni interlocutore ben identificabile che può influenzare o essere influenzato dall'attività dell'organizzazione in termini di prodotti e strategie, quindi in questo senso, sono da considerare tali i gruppi di interesse pubblico, le comunità locali, i concorrenti e i media.

Per consentire una corretta rappresentazione delle due rispettive "mappe degli stakeholder" per Eurofidi e Eurocons, **tra la fine del 2009 e i primi mesi del 2010 è stata realizzata una approfondita analisi dei rapporti che intercorrono tra le due realtà organizzative e una significativa selezione dei loro interlocutori.** In particolare, sono stati inizialmente intervistati i responsabili dei diversi settori aziendali per una loro personale individuazione e valutazione qualitativa dei rapporti con i propri specifici stakeholder. Sulla base di questa analisi, è stata realizzata una prima mappatura che ha portato ad un successivo confronto con una selezione dei referenti esterni e primari nei diversi territori regionali, attraverso interviste con gli stakeholder esterni. Questo processo interattivo ha portato alla definizione delle due mappe presentate in questo Rendiconto Sociale e di seguito illustrate.

In entrambe le mappe sono stati evidenziati **gli stakeholder con cui si intrattengono i rapporti più importanti** sia per frequenza sia per caratteristiche intrinseche della operatività aziendale, che di seguito vengono brevemente descritti.

Il **personale** viene trattato con maggiore dettaglio nel successivo capitolo **"Al servizio dei territori regionali"** data la rilevanza del ruolo dello stakeholder interno come raccordo strategico per il sistema territoriale.





STAKEHOLDER

E PARTNERSHIP

PER IL SISTEMA

IMPRENDITORIALE

LOCALE

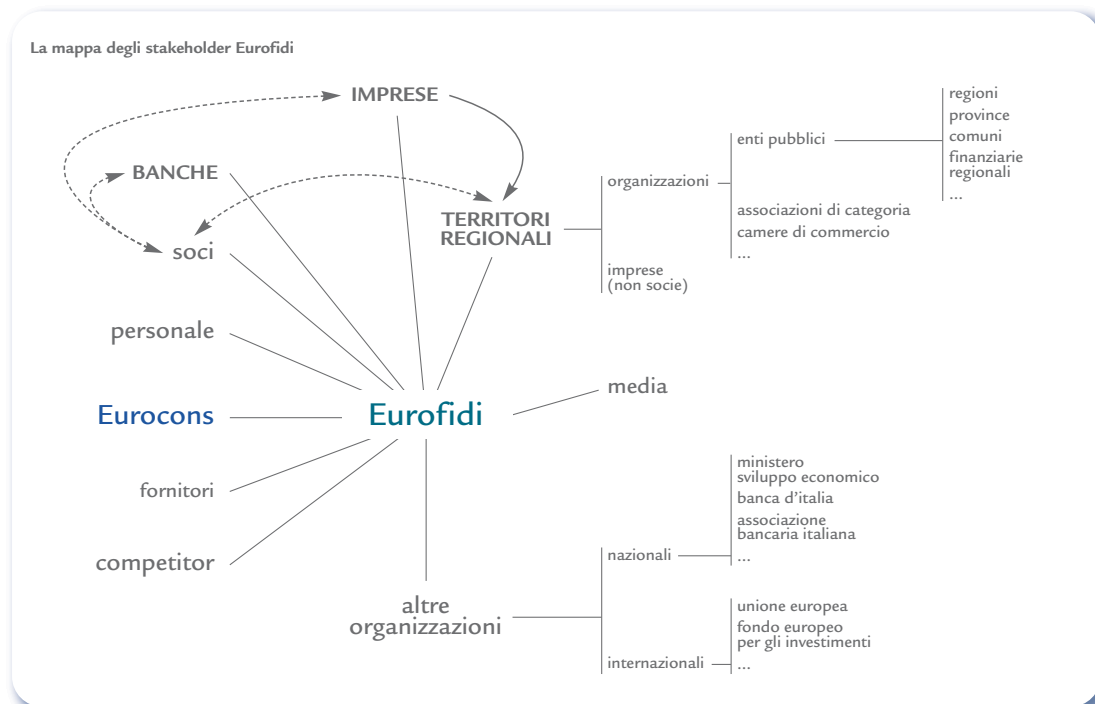
# Eurofidi

## La mappa degli Stakeholder

Eurofidi, nella rappresentazione dei propri stakeholder, evidenzia la specificità della cosiddetta “triangolazione” del rapporto con il mondo delle imprese e con il sistema bancario. Per la concessione delle garanzie, attività che caratterizza Eurofidi, gli interlocutori di riferimento sono infatti **banche** e **imprese**. In particolare, queste ultime, nel momento in cui sviluppano un rapporto operativo con Eurofidi, assumono la veste di stakeholder **socio** della società consortile, che al tempo stesso si può anche ricondurre alla figura di **cliente**. Le linee tratteggiate tra soci e gli altri stakeholder primari evidenziano la duplice veste che uno di loro può assumere in Eurofidi, nel momento in cui diventi parte della compagine societaria (come verrà analizzato nelle pagine successive).

Questa particolarità nei rapporti con gli stakeholder primari viene inoltre calata nella dimensione dei “**territori regionali**” in cui Eurofidi è presente: questa entità assume i connotati di un vero e proprio stakeholder primario e per questo viene evidenziato. I diversi territori regionali beneficiano infatti di strategie, offerta e rapporti con il sistema imprenditoriale locale e con le istituzioni, con l’obiettivo di supportare efficacemente le PMI che localmente si rapportano con le filiali lì presenti.

Inoltre, alla luce della forte sinergia che ha portato proprio alla redazione di un comune Rendiconto Sociale, si considera **Eurocons** stakeholder primario per eccellenza di Eurofidi, con cui condivide il marchio Eurogroup.



## I soci istituzionali e i soci imprese

In una società consortile non esiste la figura di stakeholder riconducibile all’azionista, nel senso stretto della definizione ovvero colui che possiede **azioni**. La struttura societaria risponde invece ad un numero limitato di **soci** istituzionali e ad una parte numericamente assai più significativa che corrisponde al mondo delle **imprese**.

Per quanto riguarda i soci istituzionali, la partecipazione della Regione Piemonte attraverso Finpiemonte Partecipazioni e la presenza di alcuni fra i più importanti gruppi bancari conferisce a Eurofidi solidità ed affidabilità. Il socio istituzionale di riferimento è quindi Finpiemonte Partecipazioni, la finanziaria regionale che dal 2007 gestisce le più importanti partecipazioni per conto della Regione Piemonte (in precedenza gestite da Finpiemonte S.p.A.). A questo soggetto si affiancano poi numerosi istituti bancari, associazioni di categoria, camere di commercio.

La maggioranza relativa della compagine societaria è comunque di pertinenza delle imprese socie, un peso che ben rappresenta l’importanza del sistema imprenditoriale anche nella definizione di strategie e nella rappresentatività di Eurofidi. **Le linee tratteggiate tra soci e gli altri interlocutori primari evidenziano la duplice veste che può assumere, in Eurofidi, uno stakeholder nel momento in cui diventi parte della compagine societaria.**

### L'azionista di riferimento: Finpiemonte Partecipazioni

Finpiemonte Partecipazioni S.p.A., una società mista a prevalente capitale della Regione Piemonte, è stata istituita con legge regionale n. 17 del 26 luglio 2007, nell’ambito dall’operazione di scissione di Finpiemonte S.p.A.

Il progetto di riassetto societario, oltre a rispondere alle evoluzioni normative, è stato inquadrato in un processo di riorganizzazione, razionalizzazione e aumento di efficienza della finanziaria regionale piemontese.

Finpiemonte Partecipazioni, oltre alla Regione Piemonte, annovera tra i suoi soci i principali istituti di credito, organizzazioni imprenditoriali, camere di commercio, province e comuni piemontesi. Il patrimonio netto di Finpiemonte Partecipazioni a fine 2009 ammonta a poco meno di 80 milioni di euro, con un capitale sociale di oltre 40 milioni di euro. Il portafoglio partecipazioni è composto da società operanti nei settori della riqualificazione e promozione del territorio, energia, ecologia, logistica, credito e turismo.

A Finpiemonte Partecipazioni viene quindi affidata la missione di fiancheggiare e sorreggere lo sviluppo economico del territorio, agendo come finanziaria di investimento, incentivando e attraendo capitali privati e sviluppando nuove forme di partenariato.

### I Soci di Eurofidi

#### SOCI ISTITUZIONALI

REGIONE PIEMONTE – 18%  
Finpiemonte Partecipazioni

#### SISTEMA BANCARIO – 30%

UniCredit Corporate Banking  
Banca Popolare di Novara  
Intesa Sanpaolo  
Banca Regionale Europea  
Cassa di Risparmio di Alessandria  
Cassa di Risparmio di Biella e Vercelli  
Cassa di Risparmio di Asti  
Cassa di Risparmio di Bra  
Cassa di Risparmio di Fossano  
Cassa di Risparmio di Saluzzo  
Cassa di Risparmio di Savigliano

#### SISTEMA CAMERALE – 2%

Unioncamere Piemonte  
Camera di Commercio di Torino

#### ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA – 1%

Ascom – Associazione del Commercio del Turismo e dei Servizi  
Api – Associazione Piccole e Medie Imprese di Torino e Provincia  
Ance – Unione Edilizia Piemonte e Valle d’Aosta  
Confesercenti  
Unionfidi Piemonte  
Confapi Piemonte  
Confindustria Piemonte  
Unione Industriale di Torino  
Italia Com-Fidi  
Unione Industriale del Vercellese e della Valsesia  
Casartigiani Torino – Confederazione Autonoma Sindacati Artigiani  
Unione Industriale della Provincia di Cuneo  
Acai – Associazione Cristiana Artigiani Italiani  
Cna di Torino – Confederazione Nazionale dell’Artigianato e della Piccola e Media Impresa  
Confartigianato Imprese Piemonte

#### SOCI IMPRESE – 49%

40.892 aziende

La presenza delle imprese in Eurofidi è particolarmente significativa se si analizza il trend di crescita del numero dei soci negli ultimi 10 anni di vita: un numero che è quasi triplicato, grazie anche alla presenza sempre più radicata nei territori regionali in cui Eurofidi è attualmente attivo. Proprio il crescente sviluppo al di fuori del Piemonte fa sì che percentualmente cresca di anno in anno il peso e l'importanza delle aziende socie non piemontesi, che a fine 2009 si attesta al 46% del totale soci imprese.

Sempre con riferimento alle imprese socie, è interessante rilevare come la provenienza per settore sia distribuita tra tutti i principali comparti produttivi del territorio, con una leggera prevalenza del settore industriale e con una percentuale relativamente meno significativa per quanto concerne il settore agricolo.

## Le banche

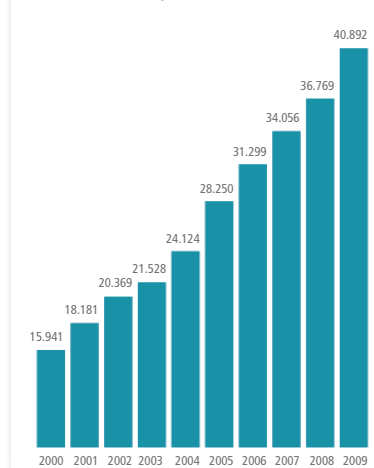
Come precedentemente evidenziato, le **banche** possono assumere per Eurofidi una duplice veste: da un lato socio istituzionale, dall'altro partner strategico per la definizione e offerta di specifici prodotti di garanzia per le imprese socie (che sono illustrati con maggiore dettaglio nei capitoli successivi).

Anche il rapporto con gli istituti bancari caratterizzati da una connotazione maggiormente locale, quando non siano essi stessi già nella compagine societaria del Confidi, si pone come un elemento strategico per offrire al sistema imprenditoriale locale (con cui le banche intrattengono di norma rapporti di stretta collaborazione) una possibile alternativa sul mercato delle garanzie.

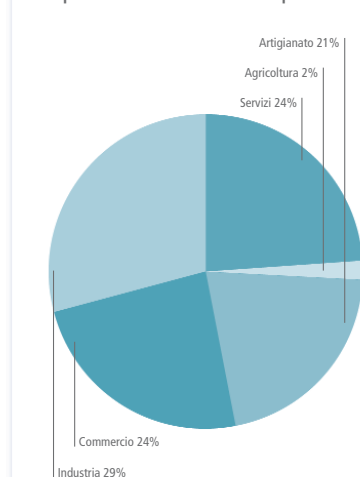
Eurofidi ha in essere specifiche convenzioni, le cui caratteristiche sono uguali in tutti i casi, con oltre 100 istituti di credito. Tale tipologia di convenzione regola il rapporto tra la banca (che concede l'affidamento) ed Eurofidi (che rilascia la garanzia). In caso di insolvenza da parte dell'impresa garantita, la controparte bancaria beneficerà dell'intervento della garanzia di Eurofidi recuperando parte dell'affidamento.

L'elenco completo e aggiornato degli istituti di credito convenzionati con Eurofidi è pubblicato sul sito [www.eurofidi.it](http://www.eurofidi.it).

La crescita delle imprese socie Eurofidi dal 2000



Le imprese socie Eurofidi suddivise per settore



## I territori regionali

Le regioni in cui Eurofidi è attualmente presente sono Piemonte, Lombardia, Liguria, Valle d'Aosta, Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Abruzzo, Lazio e Molise.

I **territori regionali assumono una importanza fondamentale nella erogazione di garanzie**: la diversificazione territoriale ha sempre più contraddistinto l'evoluzione di Eurofidi. Lo sviluppo della presenza nei territori regionali ha inoltre accentuato anche la diversificazione per settori di operatività delle aziende garantite con conseguente limitazione del rischio di insolvenza a livello aggregato.

Le azioni di Eurofidi si sviluppano sui territori con l'obiettivo di rivolgere i propri servizi nei confronti di tutte le PMI locali e quindi ovviamente anche alle **imprese non socie**.

Proprio per raggiungere questo obiettivo nel modo più efficace possibile è importante lo sviluppo di rapporti con **associazioni di categoria e camere di commercio**: il loro ruolo di interlocutori e referenti per le PMI nei territori rappresenta per Eurofidi un importante punto di riferimento per sviluppare un dialogo proficuo verso lo stakeholder impresa, comune per tutti i soggetti e per cui si condivide l'obiettivo finale ovvero il supporto al fine di garantirne l'operatività e lo sviluppo sul mercato.

### Il ruolo delle API per l'avvio di partnership sui nuovi territori

La necessità di dare voce al mondo delle imprese di piccole e medie dimensioni, anche a livello provinciale, è alla base delle azioni sviluppate dalle API, le Associazioni per le Piccole Medie Imprese italiane. Esse agiscono all'interno di un network più ampio, rappresentato da CONFAPI, la Confederazione Italiana della Piccola e Media Industria, un'associazione di categoria creata nel 1947 per rappresentare le esigenze e gli interessi della piccola e media impresa italiana.

La presenza delle API nei diversi territori locali trova la propria origine nella struttura produttiva italiana. La presenza di un vivace ed attivo tessuto imprenditoriale ha reso inevitabile la nascita di associazioni in grado di tutelare e promuovere a tutti i livelli i reali interessi della piccola e media industria. Le API operano con mezzi e finalità che rispecchiano la filosofia di gestione di un'azienda di piccole e medie dimensioni.

Nel corso degli ultimi anni Eurofidi, che come le API opera nell'interesse del tessuto imprenditoriale delle PMI, ha definito con alcune di esse accordi di collaborazione in modo da offrire anche su nuovi territori una serie di specifici servizi per le imprese locali.

Queste partnership strategiche hanno rafforzato la presenza di Eurofidi in particolare nelle Marche, in Toscana e in Umbria: grazie infatti agli accordi con API Pesaro, API Arezzo, API Perugia, Eurofidi si è posta al fianco di importanti istituzioni locali offrendo nelle rispettive aree i propri servizi e la propria esperienza forte anche della struttura e della conoscenza del territorio da parte delle API stesse.

Questi accordi si sono quindi rivelati una modalità di successo per l'avvio di partnership su aree che in precedenza non beneficiavano dei servizi offerti da Eurofidi, diversificandone ulteriormente la presenza sui territori regionali.

Per poter agire nel modo più sinergico ed efficace possibile con i territori, l'azione di Eurofidi va a collocarsi inoltre all'interno delle specifiche azioni di sostegno al sistema imprenditoriale locale sviluppate dagli **Enti Pubblici** nelle diverse regioni, includendo tra questi le Regioni e le Finanziarie Regionali, le Province, i Comuni e tutti gli enti che in particolare nei momenti di crisi economica mettono a disposizione delle imprese del territorio fondi per consentirne la migliore operatività e talvolta la sopravvivenza stessa.

Con gli stakeholder dei territori regionali Eurofidi intende collaborare nel modo più proficuo possibile e con la massima attenzione alle esigenze del territorio, pur nella consapevolezza di alcune difficoltà incontrate nel processo di diversificazione territoriale perseguito negli ultimi anni.

## Le altre organizzazioni nazionali e internazionali

A fianco della dimensione regionale, fondamentale alla luce della crescente diversificazione territoriale di Eurofidi, assumono una importanza altrettanto strategica i rapporti che intercorrono con le organizzazioni e istituzioni di maggiore rilievo nell'ambito delle politiche economico-finanziarie e bancarie.

A livello nazionale i rapporti con il **Ministero per lo Sviluppo Economico** sono di crescente rilevanza strategica e attualità in particolare per quanto riguarda il Fondo Centrale di Garanzia (di seguito anche "FCG"). Questo fondo consente infatti l'accesso alle fonti finanziarie da parte delle piccole e medie imprese mediante la concessione di una garanzia pubblica. Il ruolo dei Confidi e quindi anche di Eurofidi è quello di porsi come facilitatore per l'impresa nell'accesso a questa vera e propria "controgaranzia".

**Banca d'Italia**, alla luce del già citato processo di trasformazione di Eurofidi in Intermediario Finanziario Vigilato, è diventata negli anni interlocutore sempre più fondamentale. In questo ambito anche l'**Associazione Bancaria Italiana (ABI)** ricopre e ricoprirà sempre di più un importante ruolo per l'operatività di Eurofidi.

A livello internazionale, la crescente attenzione per garantire l'accesso al credito per le PMI rende l'**Unione Europea** interlocutore primario, grazie soprattutto al *Programma Quadro per la Competitività e l'Innovazione nella Comunità Europea*. In tale ambito importante ruolo assume il **Fondo Europeo per gli Investimenti**, il cui obiettivo è sostenere specifiche politiche di sviluppo e di crescita del tessuto economico delle PMI negli Stati membri.

### Il Fondo Europeo per gli Investimenti

Il Fondo europeo per gli investimenti (FEI, in inglese EIF ovvero European Investment Fund) è un'istituzione europea il cui scopo principale è sostenere la creazione, la crescita e lo sviluppo delle Piccole Medie Imprese. Istituito nel 1994, il suo azionista di maggioranza è la Banca Europea per gli Investimenti, con la quale il Fondo forma il "Gruppo BEI". Dotato di personalità giuridica, il FEI può contare su una cospicua dotazione finanziaria da impiegare nella prestazione di garanzie o nella partecipazione al capitale di rischio delle piccole e medie imprese. Esso interviene essenzialmente con operazioni di capitale di rischio e strumenti di garanzia, utilizzando risorse proprie ovvero quelle che gestisce su mandato della Banca Europea degli Investimenti (BEI) o dell'Unione europea. Il FEI può operare negli Stati membri dell'Unione Europea, così come nei Paesi candidati per i quali è già in corso il processo di adesione. Storicamente Eurofidi collabora con il FEI con l'obiettivo di sviluppare iniziative a sostegno del sistema imprenditoriale italiano. La prima linea di operatività, denominata Multiannual Programme for Enterprise (MAP 2000/2007), risale al 2000 ed era relativa al rilascio di garanzie a sostegno di operazioni di start-up. Nell'arco di due anni furono coinvolte 1.498 imprese con il rilascio di 71 milioni di euro di garanzie a fronte di 115 milioni di euro di finanziamenti.

### Il Fondo Centrale di Garanzia

Il Fondo Centrale di Garanzia sostiene lo sviluppo delle Piccole e Medie Imprese Italiane concedendo una garanzia pubblica a fronte di finanziamenti concessi dalle Banche anche per investimenti all'estero.

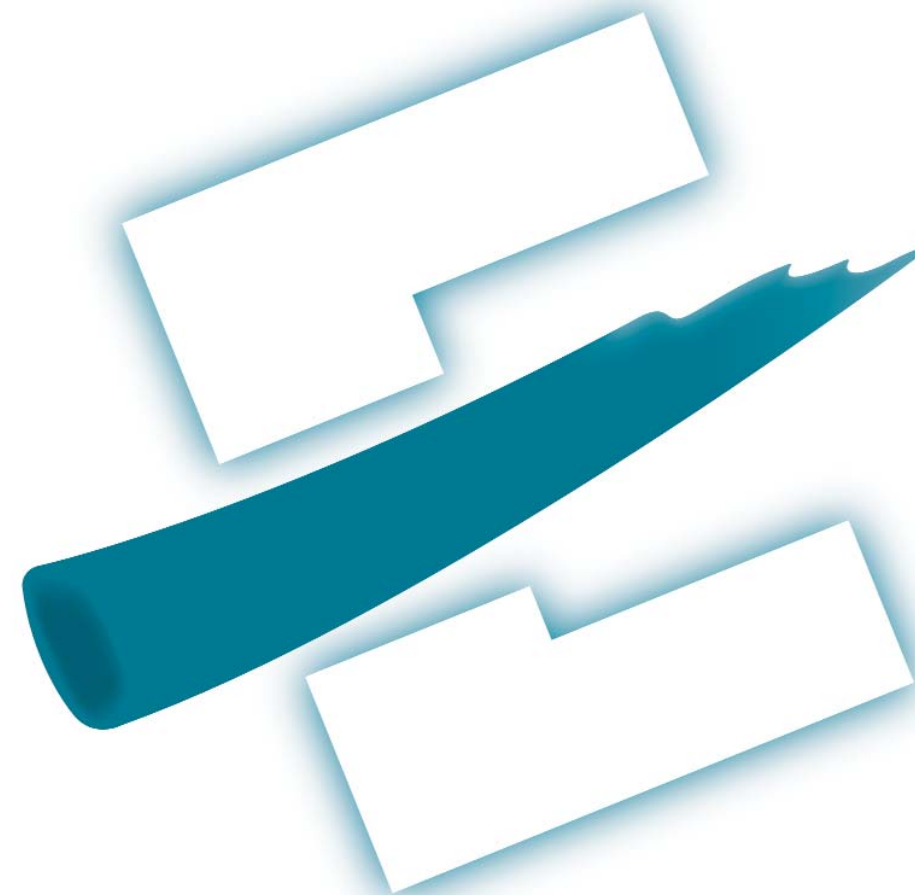
L'impresa può attivare la cosiddetta "Controgaranzia" rivolgendosi ad un Confidi o ad altro fondo di garanzia che provvederanno ad inviare la domanda di controgaranzia al Fondo.

Nel corso del 2009 le domande di intervento al FCG per le PMI sono cresciute del 112% rispetto all'anno precedente. Un aumento ancora maggiore, pari al 212% rispetto allo stesso periodo di riferimento del 2008, si è registrato in relazione al volume dei finanziamenti per il quale viene richiesto l'intervento del Fondo, mentre il tasso di crescita delle operazioni accolte è del 110% rispetto al 2008.

Il FCG ha inoltre ampliato l'operatività del Fondo stesso. A tal fine ne ha aumentato le disponibilità e ne ha modificato significativamente il funzionamento attraverso l'apertura del Fondo agli artigiani. Le modifiche hanno raggiunto il loro obiettivo, come emerge dal già menzionato aumento delle domande pervenute. Le domande ammesse sono state più di 24.600, raggiungendo uno stock di finanziamenti pari a 6,1 miliardi di euro e uno stock complessivo di controgaranzie di 3,4 miliardi di euro.

Disaggregando i dati si scopre che le domande accolte riguardano principalmente le operazioni di controgaranzia, cioè quelle presentate dai confidi (75% circa del totale), le imprese localizzate nel Nord (48% circa del totale), le aziende attive nel settore commercio (44% circa del totale) e le microimprese (55% circa del totale). Un forte tasso di incremento si è avuto nel settore industria con un +139% rispetto all'anno precedente.

In questo contesto il FCG ha rilasciato a Eurofidi controgaranzie per complessivi 1,5 miliardi di euro (il 43% circa dell'intera operatività del Fondo) a fronte di uno stock di finanziamenti garantiti da Eurofidi di 3,4 miliardi circa.



LA CRESCITA DEI SOCI  
È UNA PRESENZA  
SEMPRE PIÙ RADICATA  
NEI TERRITORI  
REGIONALI

## Eurocons

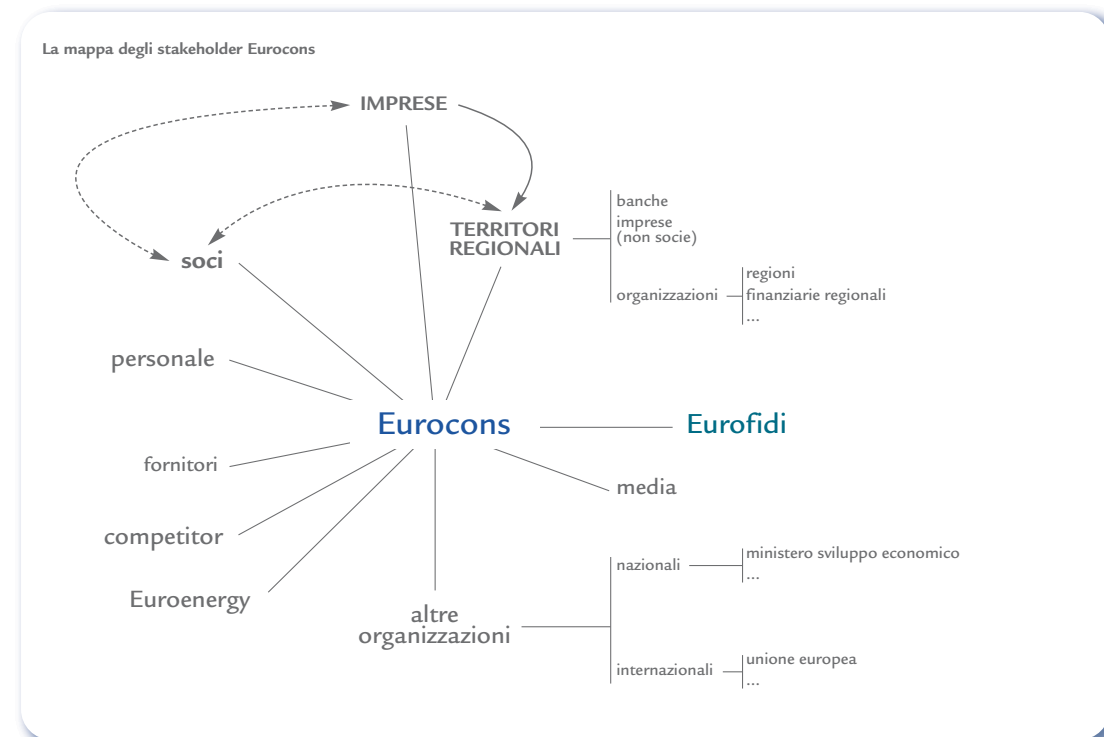
### La mappa degli Stakeholder

Il consorzio Eurocons, nella rappresentazione dei propri stakeholder, evidenzia il rapporto che intercorre con le **imprese** proprio in quanto beneficiarie dei servizi di consulenza offerti. Nel momento in cui sviluppano un rapporto operativo con Eurocons, assumono la veste di **socio** del consorzio, che al tempo stesso si può anche ricondurre alla figura di **cliente**.

I rapporti con gli stakeholder primari non possono prescindere dalla dimensione dei **“territori regionali”** in cui Eurocons è presente: questa entità assume i connotati di un vero e proprio stakeholder primario e per questo viene evidenziato. I diversi territori regionali beneficiano infatti di strategie, offerta e rapporti con il sistema imprenditoriale locale e con le istituzioni, con l'obiettivo di supportare efficacemente le PMI che localmente si rapportano con le filiali lì presenti.

Alla luce della forte sinergia con **Eurofidi**, che ha portato proprio alla redazione di un comune Rendiconto Sociale, stakeholder primario per eccellenza di Eurocons è proprio il Confidi con cui condivide il marchio Eurogroup.

Nella mappa viene inoltre evidenziato il rapporto con la società controllata **Euroenergy**.



### I soci

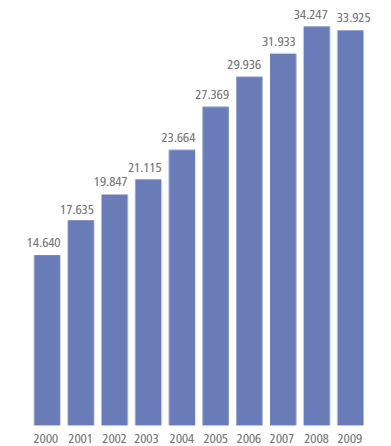
In un consorzio non esiste la figura di stakeholder riconducibile all'azionista: la struttura societaria è invece composta esclusivamente da imprese che, proprio in quanto **socie** del consorzio, assumono la veste di beneficiarie dei servizi richiesti e quindi anche **clienti**.

Analizzando il trend di crescita del numero dei soci negli ultimi 10 anni di vita, si può notare come il numero sia più che raddoppiato, arrivando quasi a 34.000 imprese, **grazie anche alla presenza sempre più radicata nei territori regionali in cui il consorzio è attualmente attivo**.

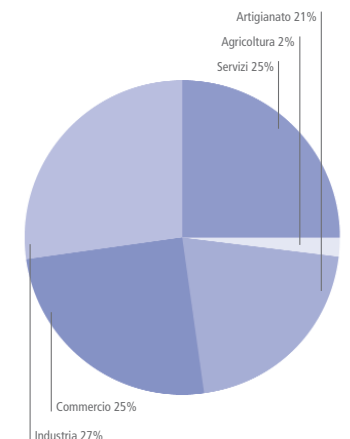
Proprio il crescente sviluppo di Eurocons al di fuori del Piemonte fa sì che percentualmente cresca di anno in anno il peso e l'importanza delle aziende socie non piemontesi, che a fine 2009 si attesta al 42% del totale.

Sempre con riferimento alle imprese socie, è interessante rilevare come la provenienza per settore sia distribuita tra tutti i principali comparti produttivi del territorio, con una leggera prevalenza del settore industriale e con una percentuale relativamente meno significativa per quanto concerne quello agricolo.

La crescita delle imprese socie Eurocons dal 2000



Le imprese socie Eurocons suddivise per settore



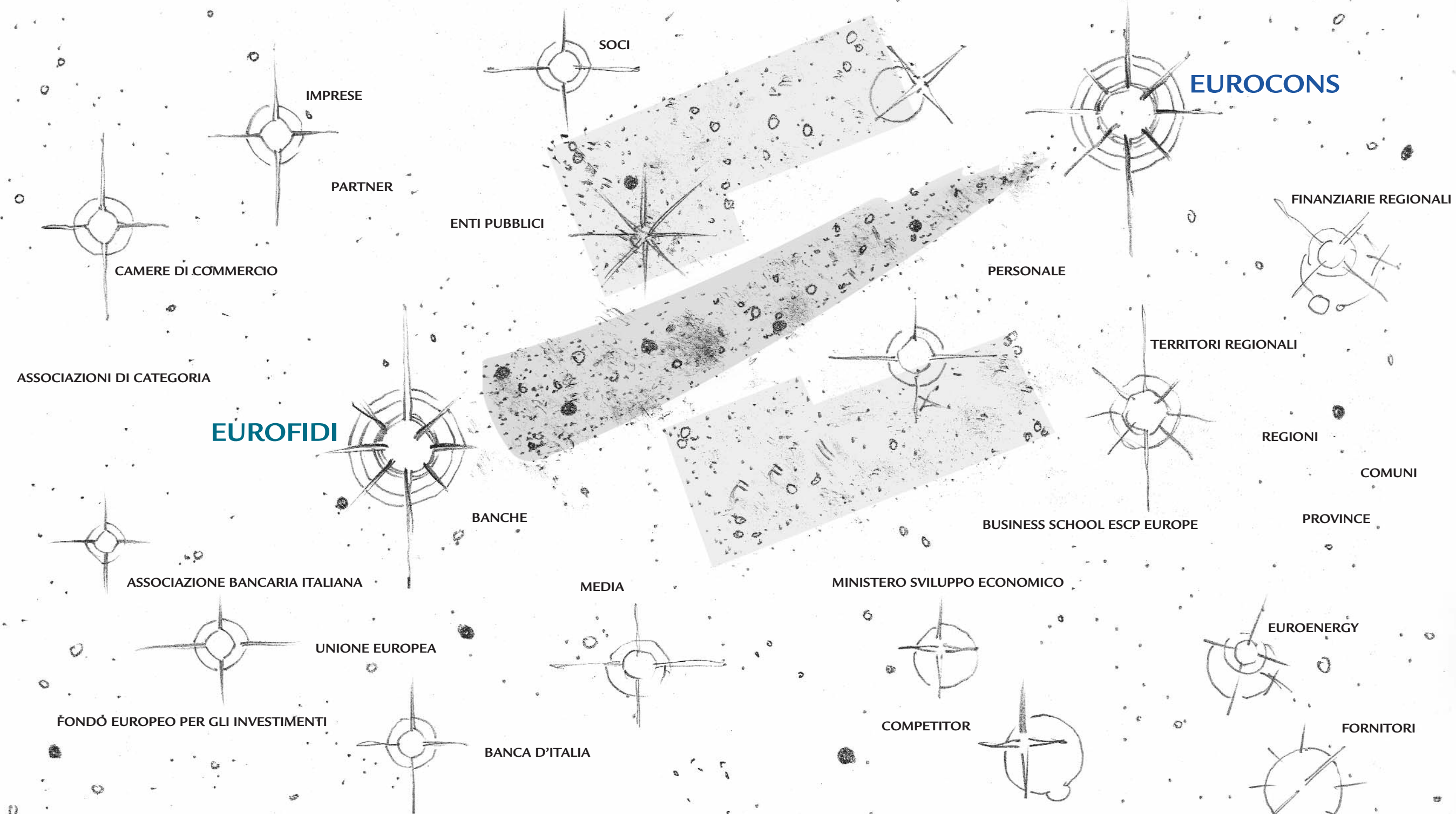
### I territori regionali

Le regioni in cui Eurocons è presente sono Piemonte, Lombardia, Liguria, Valle d'Aosta, Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Abruzzo, Lazio e Molise.

La diversificazione territoriale intrapresa da Eurocons fa sì che le azioni del consorzio si sviluppino sui territori con l'obiettivo di rivolgere i propri servizi nei confronti di tutte le PMI locali e quindi ovviamente anche alle **imprese non socie**.

Per poter agire nel modo più sinergico ed efficace possibile nei diversi territori regionali, l'azione di Eurocons va a collocarsi poi all'interno delle specifiche azioni di politica regionale che vengono sviluppate dai governi delle diverse **Regioni** e con le **finanziarie regionali**. In particolare il rapporto diventa operativo laddove le imprese socie intendano attingere a fondi regionali attraverso contributi a fondo perduto, contributi in conto interessi e finanziamenti a tasso agevolato ovvero tutte quelle tipologie di incentivi di cui le aziende possono usufruire per rafforzare la propria competitività sul mercato.

Per raggiungere questo obiettivo nel modo più efficace possibile è importante anche lo sviluppo di rapporti con **associazioni di categoria, camere di commercio, banche**: il loro ruolo di interlocutori e referenti per le PMI nei territori, rappresenta per il consorzio un importante punto di riferimento per sviluppare un dialogo proficuo verso lo stakeholder impresa, comune per tutti i soggetti e per cui si condivide l'obiettivo finale ovvero il supporto per garantirne la crescita e competitività sui mercati.



SOCI

IMPRESE

PARTNER

ENTI PUBBLICI

CAMERE DI COMMERCIO

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

**EUROFIDI**

BANCHE

ASSOCIAZIONE BANCARIA ITALIANA

UNIONE EUROPEA

FONDO EUROPEO PER GLI INVESTIMENTI

BANCA D'ITALIA

MEDIA

MINISTERO SVILUPPO ECONOMICO

COMPETITOR

PERSONALE

**EUROCONS**

TERRITORI REGIONALI

FINANZIARIE REGIONALI

REGIONI

COMUNI

PROVINCE

BUSINESS SCHOOL ESCP EUROPE

EUROENERGY

FORNITORI



*Al servizio  
dei territori  
regionali*

A partire dal 1999 il marchio Eurogroup ha accompagnato il percorso integrato e complementare di Eurofidi ed Eurocons, forti delle esperienze e competenze maturate negli anni precedenti. **Da allora molti passi sono stati fatti nella direzione di un maggior riconoscimento della garanzia** e più in generale del mondo delle PMI non solo nel Nord Ovest dell'Italia, ma anche e sempre di più a livello nazionale.

In questo capitolo si intendono condividere con il lettore **le principali attività sviluppate nel corso del 2009 da parte di Eurofidi e di Eurocons**, partendo da una analisi del difficile scenario economico che ha contraddistinto l'anno oggetto di rendicontazione e più in generale il sistema delle garanzie per poi passare ad una descrizione delle risposte messe in atto dalle due realtà aziendali sotto forma di strategie, prodotti e offerta di servizi. A ciò seguono il coinvolgimento dello stakeholder interno per rispondere adeguatamente alle sfide poste dal contesto economico e sociale ed infine le modalità di dialogo e comunicazione con gli stakeholder esterni.

## Lo scenario economico

La crisi internazionale che ha colpito l'intero sistema economico nel 2009 ha inevitabilmente avuto ripercussioni sul nostro Paese e quindi sull'azione di Eurofidi e di Eurocons.

La Banca d'Italia ha previsto che la ripresa dell'attività economica prosegua a ritmi ridotti nel corso del 2010, frenata dalla debolezza della domanda interna, **in un contesto in cui anche in Italia si affievoliscono gli effetti delle misure di stimolo messe in atto per fronteggiare la crisi**, cui si aggiungono le prolungate conseguenze della crisi sul mercato del lavoro. Il PIL potrebbe riprendere a svilupparsi solo a partire dal 2011, riflettendo l'ulteriore accelerazione del commercio mondiale e il miglioramento delle condizioni del mercato del lavoro. Pur in presenza di un miglioramento del clima di fiducia delle imprese, l'incertezza sull'esistenza e soprattutto sull'intensità della ripresa rimane significativa.

Con riferimento al 2009, si rileva che il fabbisogno finanziario delle imprese (calcolato come differenza tra gli investimenti lordi comprensivi delle scorte e l'autofinanziamento) è calato, riflettendo la netta contrazione registrata dagli investimenti durante la fase recessiva. L'indebitamento nei confronti delle banche ha continuato a rallentare marcatamente, giungendo a contrarsi in termini tendenziali negli ultimi mesi dell'anno passato. Proprio con riferimento al sistema bancario, primario interlocutore economico, va rilevato che è proseguita la flessione (-3,5% sui dodici mesi) del credito erogato dai primi cinque gruppi bancari italiani, che rappresenta la metà di quello complessivo nel nostro paese. **La flessione dei prestiti alle imprese è risultata sostanzialmente in linea, dal lato della domanda, con la diminuzione del fabbisogno finanziario delle aziende.**

Dal lato dell'offerta di credito, tra le banche italiane partecipanti all'indagine sul credito bancario nell'area dell'euro, il saldo tra quelle che dichiarano di avere operato un irrigidimento dei criteri adottati per la concessione di prestiti alle imprese e quelle che riportano un allentamento ha continuato a ridursi rispetto al picco registrato alla fine del 2008.

Va ricordato come il Ministero dell'Economia e Finanze, l'Associazione Bancaria Italiana e i rappresentanti delle imprese di tutti i settori economici abbiano sottoscritto un accordo, in vigore dall'agosto 2009, che prevede la possibilità, per le PMI che facciano domanda entro il 30 giugno 2010, di sospendere fino a dodici mesi il pagamento della quota capitale delle rate di rimborso dei prestiti. Al 31 dicembre 2009 erano pervenute circa 117.000 domande, con un incremento del +40% rispetto allo stock delle domande pervenute al 30 novembre scorso. La quasi totalità delle domande è stata accolta.

Nel corso del 2009, la crisi finanziaria ha reso quindi le banche più prudenti nella concessione del credito. **Tuttavia la prudenza ha raggiunto livelli più simili a un credit crunch piuttosto che alla normale attenta valutazione del rischio** e il nuovo approccio bancario è stato rilevato pressoché quotidianamente da qualunque impresa.

**In un quadro di generale pessimismo in cui si sono mosse le imprese italiane, anche i soggetti pubblici sono stati chiamati ad invertire la tendenza.** Una crisi finanziaria ed economica di tale portata ha spinto infatti i governi di tutti i paesi sviluppati o in via di sviluppo ad approvare progetti di salvataggio e di stimolo per le economie dei diversi paesi. Piani di stimolo e di salvataggio superiori a quelli adottati dopo la Grande Depressione del 1929, ma anche nettamente più rilevanti del piano Marshall del secondo dopoguerra.

## Un nuovo ruolo per i confidi

Anche il governo italiano e alcune amministrazioni regionali hanno quindi lanciato progetti per il sostegno del credito. Poiché il tessuto economico italiano in termini di Pil e di occupazione si basa sull'apporto delle Piccole Medie Imprese, tali piani hanno focalizzato la loro attenzione sull'accesso al credito delle PMI, **individuando i Confidi tra le strutture capaci di sostenerle nel modo migliore.**

La legge di conversione del decreto legge anti-crisi, ha introdotto il potenziamento del Fondo Centrale di Garanzia (FCG) con il contemporaneo riconoscimento dello Stato Italiano come garante di ultima istanza. Le implicazioni della legge sono state sostanziali per il mondo del credito alle PMI. Per apprezzare la portata di tale modifica è necessario comprendere che per ogni linea di credito concessa, nello specifico alle PMI, le banche devono accantonare capitale in una misura pari all'8%.

In sostanza il FCG opera per concedere garanzia ai Confidi sulle garanzie da questi emesse a favore di linee di credito erogate dal sistema bancario alle PMI.

Le modifiche apportate al Fondo hanno comportato che, sulla parte di garanzia emessa dal Confidi per il quale quest'ultimo riceve a sua volta garanzia del FCG, la banca non accantona capitale, ossia questa porzione è considerata a rischio zero. Tutto ciò, liberando capitale del sistema bancario e abbattendo i rischi, ha consentito un più fluido accesso al credito alle imprese, pur nella difficile situazione congiunturale.

**Il beneficio per il sistema bancario nel concedere credito alle PMI è sostanzialmente duplice:** da un lato, il Confidi fornisce una garanzia attivabile in caso di non pagamento da parte dell'impresa riducendo l'eventuale perdita della banca; dall'altro, sulla quota garantita dallo Stato non essendoci accantonamento di capitale la redditività di tale impiego (interesse) è decisamente maggiore. Questa modifica del FCG ha avvicinato il modello delle garanzie a Stati come la Germania, la Spagna e il Giappone, dove lo schema di garanzia di ultima istanza dello Stato è presente da diversi anni.

## Le linee di intervento regionali

**Le linee di intervento a supporto delle PMI non sono state solamente a carattere nazionale, ma in diversi casi anche a carattere locale:** di seguito si descrivono alcune tra le principali iniziative.

Per quanto riguarda la **Regione Piemonte**, è stato messo a punto un Fondo Regionale di "riassicurazione" che ha permesso a sua volta di concedere garanzia a favore dei Confidi operativi in Piemonte per le garanzie concesse a favore delle PMI locali. Lo stanziamento pari a 40 milioni di euro, 10 milioni per le imprese artigiane e 30 milioni per le altre PMI, ha permesso la concessione di garanzie sino all'80% delle linee di credito.

La **Regione Toscana** ha definito un intervento che prevede di fronteggiare la riduzione del credito alle PMI attraverso la concessione di una garanzia regionale con un fondo da 48 milioni di euro, che è stato messo a disposizione per garantire almeno 480 milioni di finanziamenti. Ad aprile 2009, l'accordo era stato firmato da 22 istituti di credito presenti con i propri sportelli nella Regione Toscana e dalle banche di credito cooperativo.

La **Regione Marche** ha varato un fondo di garanzia di secondo livello cofinanziato dalle Province e dalle Camere di Commercio della Regione per un importo di 10,55 milioni di euro. Il fondo ha come obiettivo la concessione di garanzie su progetti di consolidamento del debito, ristrutturazione e riconversione aziendale delle PMI.

La **Regione Lombardia** e il sistema camerale lombardo hanno stanziato 51 milioni di euro per facilitare l'accesso al credito delle PMI lombarde attraverso la concessione di garanzie ai Confidi, mentre nel mese di novembre sono stati lanciati i cosiddetti "Formigoni Loan", uno strumento finanziario da 30 milioni per ricapitalizzare i Confidi lombardi che erano iscritti o che intendevano iscriversi al registro degli intermediari finanziari di Banca d'Italia.

La **Regione Lazio** ha stanziato 11,5 milioni da apportare ai Fondi rischi dei Confidi e 1,5 milioni per i progetti di aggregazione tra i Confidi del commercio.

In sintesi si può affermare come **da parte dell'operatore pubblico sia giunto un segnale chiaro per il sostegno all'accesso al credito del sistema produttivo**, segnale a cui ha fatto seguito l'approntamento di specifiche misure tendenti a trasferire parte del rischio dal confidi all'operatore pubblico stesso.

## Il comportamento di Eurofidi

Eurofidi è stata ovviamente ampiamente interessata dai vari interventi predisposti dagli operatori pubblici per facilitare l'accesso al credito. **Attualmente è il maggiore utilizzatore del Fondo Centrale di Garanzia nella misura di circa il 43% del totale** e l'ampliamento dello stesso anche alle imprese artigiane (che rappresentano più del 20% circa delle attività di Eurofidi) fa presupporre come tale quota sia destinata a crescere.

Come sopra evidenziato, il sistema bancario da mesi applica una politica del credito molto selettiva tendente a favorire a quelle realtà imprenditoriali che, pur attraversando un momento di tensione finanziaria, sono strutturalmente sane e pertanto dovrebbero superare positivamente il momento congiunturale.

Il trend che ha quindi caratterizzato il 2009 è stato relativo a **richieste di finanziamento da parte di imprese, che il sistema bancario ha ritenuto strutturalmente sane e quindi in grado di superare la congiuntura negativa, relative alla rinegoziazione e alla ristrutturazione del debito senza, nella maggior parte dei casi, concessione di nuova finanza.**

In questo contesto **Eurofidi ha rielaborato la propria politica delle garanzie** per renderla coerente con l'attuale momento e operando in presenza di controgaranzia da parte di operatori pubblici qualificati per:

- concedere la garanzia fino a un massimo del 40% anche a fronte di richieste di finanziamento relative al semplice rinnovo di linee di credito già esistenti anche se non garantite
- concedere la garanzia fino al 60% a fronte di richieste di finanziamento relative al rinnovo con un incremento anche se modesto di linee già esistenti
- concedere la garanzia fino all'80% relativa a richieste di finanziamento per finanza aggiuntiva

In assenza di controgaranzie da parte di operatori pubblici qualificati sono rimaste valide le condizioni di garanzia tradizionali, già definite a fine 2008.

**È ovvio che tale politica sia stata anticiclica e abbia visto Eurofidi a pieno titolo coinvolto nello sforzo di poter assicurare al sistema produttivo i mezzi finanziari per superare la congiuntura. Del resto è la politica imposta dall'oggetto sociale e ancor più dall'operatore pubblico che ha dotato Eurofidi di adeguati mezzi finanziari per sostenerla.**

## Il personale sul territorio

Il **personale**, in precedenza rappresentato nelle mappe degli stakeholder di Eurofidi e di Eurocons, viene trattato in questo capitolo data la rilevanza del ruolo dello stakeholder interno come raccordo strategico per il sistema territoriale. Di seguito vengono quindi esaminate sia le rispettive peculiarità sia le logiche di formazione e sviluppo.

### Eurofidi

Il personale di Eurofidi al 31 dicembre 2009 è rappresentato da un totale di 297 dipendenti di cui 145 uomini e 152 donne. L'età media del personale è relativamente bassa, pari a poco più di 33 anni con una anzianità media di servizio di oltre 4 anni. Il titolo di studio prevalente è la laurea che corrisponde al 69,36% del totale dei dipendenti. Questi dati evidenziano una professionalità medio-alta che, insieme all'età media, sono **sinonimo di dinamicità e capacità di supportare con competenza e flessibilità** le quotidiane richieste di intervento e le occasioni di dialogo con gli stakeholder primari.

Negli anni Duemila si è verificata una forte crescita nel numero dei dipendenti, conseguenza soprattutto della crescente diversificazione territoriale che ha portato alla assunzione di un numero significativo di persone nei territori in cui Eurofidi ha intensificato la sua presenza e ha contestualmente reso necessario un rafforzamento della struttura anche a livello centrale. In particolare, nel corso del 2009, sono state inserite 51 nuove risorse mentre è cessato il rapporto con 21 persone.

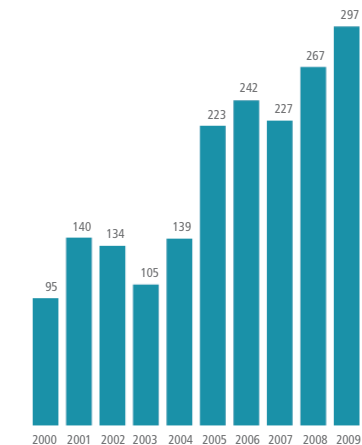
Come anticipato nella sezione dedicata a "I rapporti tra le due realtà (Eurofidi e Eurocons)", si ricorda al lettore come tramite un contratto di outsourcing Eurofidi riceva da parte di Eurocons supporto nelle attività di staff.

Le attività di formazione e sviluppo del personale verranno illustrate di seguito, in quanto oggetto di una politica integrata insieme a quanto realizzato per il personale di Eurocons. Queste logiche infatti si realizzano nell'ambito di una più ampia politica di Risorse Umane per il marchio "Eurogroup", per garantire sia a livello centrale sia a livello di filiali regionali una uniformità di capacità, competenze, professionalità.

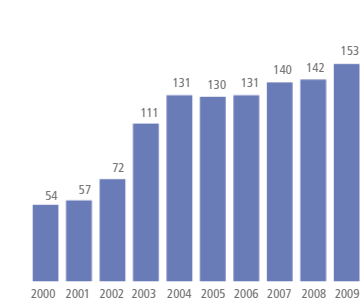
### Eurocons

Lo stakeholder interno di Eurocons al 31 dicembre 2009 è rappresentato da un totale di 153 dipendenti di cui 93 uomini e 60 donne. L'età media del **personale** è relativamente bassa pari a poco più di 36 anni con una anzianità media di servizio di oltre 7 anni. Il titolo di studio prevalente è la laurea che corrisponde al 55,55% del totale dei dipendenti. Questi dati evidenziano una professionalità medio-alta che, insieme all'età media, sono sinonimo di dinamicità e capacità di supportare con competenza e flessibilità le quotidiane richieste di intervento ed occasioni di dialogo con gli interlocutori primari.

Crescita del Personale Eurofidi dal 2000 al 2009



Crescita del Personale Eurocons dal 2000 al 2009



Negli anni Duemila si è verificata una forte crescita nel numero dei dipendenti, conseguenza soprattutto della crescente diversificazione territoriale che ha portato alla assunzione di un numero significativo di persone nei territori in cui Eurocons ha intensificato la sua presenza e ha contestualmente reso necessario un rafforzamento della struttura anche a livello centrale. In particolare, nel corso del 2009, sono state inserite 19 nuove risorse mentre è cessato il rapporto con 8 persone.

Come anticipato nella sezione dedicata a “I rapporti tra le due realtà (Eurofidi e Eurocons)”, si ricorda al lettore come tramite un contratto di outsourcing Eurocons presta ad Eurofidi supporto nella gestione dei servizi di staff.

Le attività di formazione e sviluppo del personale verranno illustrate di seguito, in quanto oggetto di una politica integrata insieme a quanto realizzato per il personale di Eurofidi. Queste logiche infatti si realizzano nell’ambito di una più ampia politica di Risorse Umane per il marchio “Eurogroup”, per garantire sia a livello centrale sia a livello di filiali regionali una uniformità di capacità, competenze, professionalità.

## Attività di formazione e sviluppo

Eurofidi ed Eurocons, per supportare la crescita professionale del proprio personale, hanno sviluppato nel 2009 **un percorso formativo integrato** che prevede azioni specifiche nell’area del management, nell’area tecnica e nell’area amministrativa. Queste politiche di sviluppo risorse umane hanno tenuto in considerazione anche la presenza di un crescente numero di persone provenienti dai diversi territori regionali in cui negli anni si è sviluppata la presenza delle due realtà aziendali attraverso le filiali locali connotate dal marchio Eurogroup.

Il processo formativo del personale è fortemente ancorato agli obiettivi di sviluppo aziendale e alla evoluzione del mercato in cui operano Eurofidi e Eurocons: la formazione interviene pertanto sia sul piano professionale in termini di fabbisogni di orientamento delle risorse umane nell’introduzione e sviluppo dei servizi, sia sull’approccio al mercato in un’ottica di professionalizzazione consulenziale nel rapporto tra società di servizi e impresa cliente.

**Il 2009 è stato per Eurofidi e per Eurocons un anno di svolta in merito all’ambito formativo, poiché ha visto nascere al proprio interno un settore dedicato allo sviluppo delle risorse umane.**

Questa nuova struttura ha creato un punto di rottura con quella che è stata la formazione svolta negli anni precedenti, pur mantenendo un filo conduttore che è andato ad integrare e ad ampliare quanto già realizzato.

### Personale e territori regionali

Come potersi relazionare al meglio con gli stakeholder sui vari territori regionali?

Per consentire la migliore relazione possibile con i vari portatori di interesse sul territorio vengono inserite risorse di provenienza locale, favorendo così da un lato l’occupazione sul territorio stesso e dall’altro il maggior radicamento con la realtà locale. I consulenti di nuovo inserimento, una volta completato uno specifico percorso di formazione, operano nell’ambito delle cosiddette “Aree Territoriali” ovvero raggruppamenti regionali che fanno riferimento ad un Responsabile Area Territoriale, punto di riferimento sul territorio sia per il personale sia per i relativi stakeholder locali.

Il ruolo del consulente, che opera quotidianamente nei diversi territori, è fondamentale e strategico: opera in termini di ascolto e consiglio sui servizi **ove è in grado di offrire all’impresa un valore aggiunto effettivo.**

È questo un ruolo che deve essere compreso, interpretato, sviluppato e migliorato puntando su una relazione sempre più di valore con l’impresa socia e con gli stakeholder primari. Anche per questo motivo vengono inseriti prevalentemente neolaureati o persone con ridotte esperienze professionali precedenti proprio per favorire una crescita che punti su una visione del mercato e del rapporto con le imprese molto diversa dalla tradizionale ottica della vendita di servizi.

## Gli obiettivi della formazione

Le logiche di inserimento di nuove risorse hanno naturalmente privilegiato l’individuazione e l’assunzione di persone direttamente nei territori in cui hanno iniziato il percorso di crescita personale e professionale sia per Eurofidi sia per Eurocons. Questo ha significato non solo contribuire all’occupazione a livello locale ma anche mettere a disposizione degli stakeholder locali delle professionalità che potessero conoscere al meglio le esigenze peculiari di coloro che nel territorio vivono, risiedono, operano.

Per quanto riguarda gli obiettivi della formazione nel 2009, sono stati perseguiti con una pluralità di tematiche articolate su più corsi, di seguito descritti.

Il **corso tecniche e psicologia della vendita** si pone l’obiettivo di far acquisire consapevolezza alle figure professionali che si apprestano a gestire l’aspetto commerciale del prodotto/servizio, rispetto alle principali metodologie e tecniche di vendita e rispetto al proprio ruolo e alla propria efficacia personale nella gestione “commerciale” del cliente. Le persone coinvolte hanno scarsa o nulla esperienza professionale pregressa.

Lo **sviluppo delle abilità del venditore senior** ha lo scopo di professionalizzare la figura del consulente commerciale attraverso l’approfondimento delle principali tecniche di vendita e dei più evoluti modelli interpretativi delle dinamiche commerciali al fine di rendere più immediate ed incisive le azioni di promozione, sviluppo e vendita.

Dalla **fidelity alla loyalty** intende analizzare i presupposti teorici e pratici che sono alla base della lealtà del cliente verificando i principali approcci in materia, le metodologie e gli strumenti concreti in grado di aumentare la soddisfazione e passare dal concetto di fidelizzazione a quello di Loyalty. Inoltre, partendo dalla tematica della fidelizzazione del cliente-partnership, vengono analizzati i concetti di responsabilità, coinvolgimento nell’obiettivo aziendale, efficacia individuale, comunicazione interna, gestione della relazione ed efficienza dei processi.

Il **Corso Bonding - tecniche avanzate di negoziazione** si propone di analizzare un nuovo modello di negoziazione in grado di migliorare e incrementare l’efficacia individuale nella relazione con il proprio interlocutore professionale.

Il **Corso di Team Building - Team Managing** è una formazione mirata rispetto ai fabbisogni del middle management di area e di sede volta ad influenzare in modo significativo l’intero sistema costruendo legami solidi all’interno delle diverse aree, tra le diverse aree, tra le aree e le funzioni centrali.

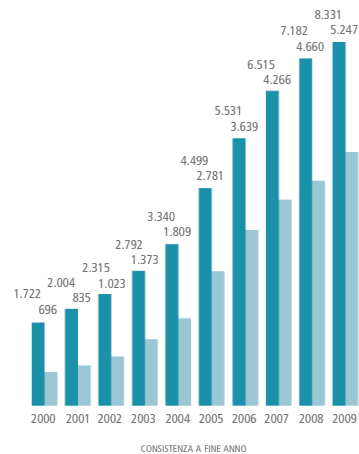
**Public Speaking** ha come obiettivo quello di formare i partecipanti a gestire al meglio la comunicazione verbale, a strutturare e organizzare il messaggio comunicativo, ed a migliorare l’attività espositiva imparando a gestire la propria emotività nel parlare in pubblico.

Da **tecnico a consulente** fornisce alle figure professionali altamente specializzate dal punto di vista tecnico che si apprestano a gestire l’aspetto commerciale del prodotto/servizio, le principali metodologie e gli strumenti indispensabili allo sviluppo e perfezionamento del loro ruolo: la capacità di relazionarsi con il cliente e l’analisi negoziale.

## Principali attività di Eurofidi e di Eurocons nel 2009

In questo capitolo vengono descritti i principali prodotti e le attività, sia a livello esterno sia a livello interno, che hanno contraddistinto l'operato di Eurofidi e di Eurocons nei confronti dei propri stakeholder.

Finanziamenti e garanzie complessive per le imprese socie Eurofidi

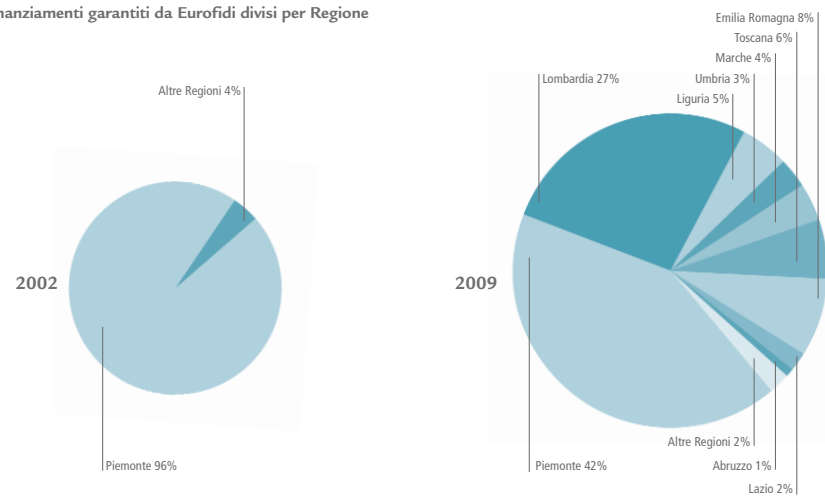


nella colonna di sinistra sono indicati i finanziamenti erogati dal sistema bancario, in quella di destra le garanzie rilasciate da Eurofidi

Indice di solvibilità Eurofidi



Finanziamenti garantiti da Eurofidi divisi per Regione



## Le garanzie sui territori

Lo sviluppo di attività economiche e produttive sui territori regionali nel corso degli ultimi anni ha beneficiato in misura crescente del ruolo dei Confidi. Basti pensare come il sistema italiano, secondo i dati di un'indagine di Assoconfidi, abbia ad oggi garantito finanziamenti per circa 45 miliardi di euro, di cui 20 miliardi nel solo 2009. Parallelamente, il volume delle garanzie in essere è pari a circa 22 miliardi, di cui 9,4 rilasciati nel 2009.

In questo scenario, Eurofidi ha permesso alle proprie imprese socie di ricevere complessivamente dal sistema bancario l'erogazione di finanziamenti per 8,3 miliardi di euro, di cui 2,7 solamente nel 2009. Eurofidi ha rilasciato negli anni più di 5,2 miliardi di euro di garanzie (1,9 miliardi nel 2009), rappresentando quindi circa un quinto dei finanziamenti e delle garanzie prestate dal sistema dei confidi italiani.

È importante poi rilevare come l'indice di solvibilità evidenzi non solo una buona patrimonializzazione della struttura ma anche e soprattutto una buona solidità operativa, per cui Eurofidi non ha solo grandi dimensioni ma è un confido solido, fattore importante di credibilità nei confronti sia del sistema bancario sia imprenditoriale.

Il confronto fra i due grafici a torta evidenzia poi i passaggi importanti nell'operatività di Eurofidi sul territorio dal 2002 al 2009: in 7 anni il peso del Piemonte si è progressivamente ridotto a favore delle altre regioni, in misura particolare nei confronti della Lombardia (data anche la significativa rilevanza che in questa regione assume il settore delle PMI rispetto al totale nazionale).

Tutte le altre regioni in generale sono comunque cresciute a fronte della riduzione percentuale del peso di quella piemontese, evidenziando un riequilibrio nei pesi della presenza territoriale di Eurofidi in Italia.

La diversificazione territoriale ha quindi comportato come conseguenza una più accentuata diversificazione settoriale, consentendo a Eurofidi una più equilibrata ripartizione e gestione del rischio.

È importante tuttavia sottolineare come questo nuovo "assetto" territoriale non sia andato a discapito dell'impegno a favore delle imprese piemontesi in quanto in valore assoluto gli impieghi sulla regione di origine sono comunque sempre cresciuti negli anni: al 31 dicembre 2002 i finanziamenti garantiti a favore delle imprese piemontesi erano infatti pari a 2,222 miliardi di euro, mentre al 31 dicembre 2009 sono pari a 3,499 miliardi di euro.

### FEI e FIDIGAR - Un plafond di garanzie per sostenere le PMI italiane

L'Unione Europea attraverso il FEI (Fondo europeo per gli investimenti, descritto precedentemente nel capitolo relativo agli stakeholder) ha messo a disposizione delle PMI italiane un plafond di garanzie di 560 milioni di euro con l'obiettivo di sostenere specifiche politiche di sviluppo e di crescita del tessuto economico italiano.

Per utilizzare al meglio le opportunità concesse dall'Unione Europea e per usufruire dei fondi europei è nata FidiGar, un'associazione temporanea d'impresa (ATI) tra Confidi. Una collaborazione sinergica che coinvolge tre importanti Confidi del territorio nazionale: Eurofidi, Sardafidi e Apiveneto Fidi.

Scopo di FidiGar è facilitare l'accesso al credito delle PMI, promuoverne gli investimenti in tecnologia e innovazione, stimolare la nascita di nuove attività nonché l'incremento dell'occupazione, supportare le aziende nelle necessità di circolante e liquidità. In questo modo quindi un maggior numero di PMI può accedere a finanziamenti che beneficiano di una garanzia emessa nell'ambito del Programma Quadro per la Competitività e l'Innovazione della Comunità Europea, una preziosa opportunità altrimenti non possibile.

### Compagnia delle Opere Bergamo: quando lo stakeholder diventa partner

Come evidenziato dai dati presentati in queste pagine, la Lombardia rappresenta un elemento sempre più presente nelle strategie di Eurofidi. Non è quindi un caso l'avvio della partnership con Compagnia delle Opere di Bergamo, un esempio di come stakeholder primari possano diventare partner operativi sui territori regionali. Laddove infatti emerga un sentire comune e l'intenzione di offrire una serie di servizi ad hoc per le PMI su specifici territori, è possibile sviluppare una collaborazione a favore delle imprese che fanno riferimento a specifici stakeholder locali.

Compagnia delle Opere (di seguito anche "CdO") è un'associazione imprenditoriale non lucrativa di rilevanza nazionale, che intende promuovere lo spirito di mutua collaborazione e assistenza tra i soci, per una migliore valorizzazione delle risorse umane ed economiche, nell'ambito di ogni attività esercitata sotto forma di impresa, sia profit sia non profit. È presente sul territorio nazionale con oltre quaranta sedi locali e associa ad oggi oltre 34.000 imprese, la maggioranza delle quali sono proprio PMI. Ad oggi la convenzione tra Eurofidi e CdO Bergamo offre agli associati una garanzia consortile pari o superiore al 50% dell'importo delle linee di credito a breve, medio e lungo termine. I vantaggi per gli associati consistono nell'incremento della capacità di credito, nella consulenza gratuita offerta grazie a personale CdO dedicato ed alla flessibilità derivante dalla possibilità di garantire tutte le tipologie di operazioni bancarie e parabancarie.

## Valore “economico” e valore “sociale”, alcune soluzioni innovative

### Plafond sostegno imprese

Iniziativa finalizzata a supportare il credito delle imprese per interventi di garanzia volti al consolidamento delle linee di credito, al riequilibrio della situazione finanziaria e all'ampliamento della capacità di credito dell'impresa. **Questo prodotto è stato sviluppato per intervenire e superare gli effetti del particolare momento di crisi dell'economia e della finanza.**

### Misure promosse dalle CCIAA

Grazie ai contributi che le camere di commercio hanno destinato ai confidi, Eurofidi ha potuto essere il braccio operativo del territorio attraverso cui si sono potuti veicolare fondi con finalità predefinite per le PMI.

### Ulysse per tecnologie digitali

Iniziativa rivolta alle imprese che investono in settori considerati ad alta tecnologia e ad alto valore aggiunto (con particolare riguardo alla ricerca ed innovazione); è questo un esempio di supporto alle imprese che investono in un settore non considerato “tradizionale”.

### Fondo a difesa delle imprese per prevenire il reato di usura

In un momento finanziariamente molto complesso e difficile, al fine di contrastare fenomeni di usura e in collaborazione con il Ministero dell'Economia e delle Finanze e la Regione Piemonte, è stato realizzato il fondo denominato “Antiusura”. Tale prodotto è destinato a finanziare le PMI garantendo (fino all'80%) gli affidamenti concessi dalle banche a fronte delle problematiche di questa delicata tematica.

### Interventi anticrisi “moratoria”

Strumento finalizzato alla sospensione del pagamento delle rate dei finanziamenti in corso per un periodo fino a 12 mesi.

### Riqualificazione delle aree industriali del Piemonte

Eurofidi quale strumento della Regione Piemonte ha supportato questa iniziativa per sostenere le imprese situate in aree considerate “a declino industriale - rurale” attraverso l'erogazione di garanzie appoggiate ad un fondo dedicato.

### Impresa Italia

Progetto rientrante in un piano di interventi a sostegno dell'economia nazionale italiana, valorizza la garanzia dei Confidi rendendo disponibili 5 miliardi di euro di nuovi finanziamenti destinati alle PMI.

### Risorse umane

Iniziativa a sostegno delle imprese in difficoltà e costrette a ricorrere alla cassa integrazione.

## Valore “Economico” e Valore “Sociale”

Eurofidi, come evidenziato nel capitolo “I nostri stakeholder”, sviluppa strategie e prodotti nei territori regionali muovendosi verso due tipologie di interlocutori che per natura spesso si trovano ad avere anche obiettivi diversi: il sistema impresa e il sistema bancario.

Diverse direttrici che implicano specifiche strategie tarate sulle diverse esigenze e rendono necessaria la predisposizione di un sistema aperto e dinamico, di conoscenza verso la comunità e l'ambiente, che tenga conto anche delle implicazioni derivanti dall'attuale scenario economico e sociale. **Obiettivo è quindi la creazione di un valore “economico” insieme a un valore “sociale” attraverso prodotti in grado di inserire azienda e banca in un contesto, di reciproca trasparenza, dove entrambe possano vivere e prosperare.**

Il percorso Eurofidi può essere quindi analizzato secondo due punti di vista: sia come ente che rilascia la garanzia a fronte dell'erogazione di un finanziamento e permette quindi agli istituti di credito di assumere meno rischi e di conseguenza di erogare più denaro all'impresa, sia come “braccio operativo” del territorio attraverso il quale vengono resi disponibili fondi e contributi regionali, nazionali e comunitari a beneficio delle imprese e del loro sviluppo.

Secondo quest'ottica nel corso dell'ultimo anno Eurofidi ha proseguito nella proposta, in collaborazione con i propri partner stakeholder, di alcuni prodotti innovativi di particolare interesse. Questi prodotti rappresentano una selezione significativa del percorso di Eurofidi nel 2009 e vengono sinteticamente descritti nella apposita tabella.

## Il percorso dalla Consulenza all'Energia

Nelle pagine precedenti ci si è soffermati sulle attività che hanno caratterizzato l'operatività di Eurofidi nel 2009. Parallelamente Eurocons, nello stesso periodo di riferimento, ha proseguito nell'ampliamento della propria gamma di servizi che vanno così ad affiancarsi alla “garanzia” presentandosi come le soluzioni più coerenti e compatibili con la crescita e lo sviluppo di una Piccola Media Impresa.

Nel 2009 il consorzio Eurocons ha quindi proseguito nell'offerta suddivisa nei seguenti sei settori: Finanza agevolata e Internazionalizzazione, Sistemi per la Qualità, Consulenza gestionale, Consulenza direzionale, Formazione, Consulenza per il risparmio Energetico e l'utilizzo di fonti alternative. Di seguito vengono descritti i dati più significativi.

### La Finanza Agevolata

L'Area Finanza Agevolata, il prodotto “storico” all'interno dei servizi Eurocons, ha proseguito nell'offerta di una qualificata assistenza sulle agevolazioni previste dalle leggi regionali, nazionali e comunitarie, proponendo alle imprese socie l'incentivo più adatto alle loro esigenze.

Dal 1994 ad oggi le imprese socie hanno beneficiato di oltre 4 miliardi di euro di contributi e di agevolazioni. Più del 98% delle domande presentate, inoltre, ha avuto esito positivo. **Anche nel 2009, nonostante la crisi più volte descritta, gli importi agevolati hanno subito un incremento rispetto all'anno precedente.**

L'attività di consulenza ha affiancato le imprese in tutte le fasi dell'iter di accesso ai fondi stanziati dagli organi competenti in materia di leggi agevolative. Le forme più comuni di incentivo sono state quelle relative ai contributi a fondo perduto, ai bonus fiscali e ai finanziamenti a tasso agevolato. Obiettivo del servizio è quindi assistere l'imprenditore dalla presentazione della domanda fino all'ottenimento dell'incentivo.

Va sottolineato come, ad agevolazione ottenuta, l'attività prosegue con la rendicontazione finale dell'investimento: solo a questo punto infatti l'azienda può ritenere il suo rapporto con gli organi competenti definitivamente concluso con esito positivo, e con un servizio chiavi in mano e di elevato standard qualitativo.

#### Finanza Agevolata e stakeholder: l'esempio di Finpiemonte e Finlombarda

Per Eurocons le Finanziarie Regionali, come già evidenziato nella relativa mappa degli stakeholder, assumono una specifica veste di stakeholder. Ciò avviene in particolare nel momento in cui le imprese socie intendano attingere a fondi regionali attraverso contributi a fondo perduto, contributi in conto interessi e finanziamenti a tasso agevolato ovvero tutte quelle tipologie di incentivi di cui le aziende possono usufruire per rafforzare la propria competitività sul mercato.

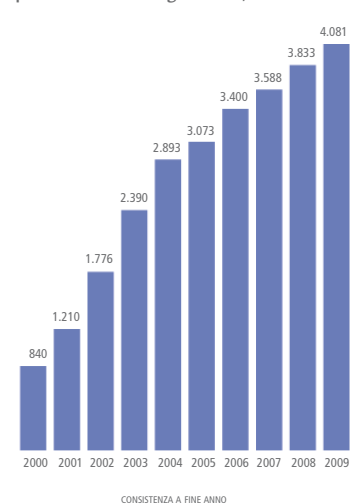
Nel caso specifico, Finpiemonte e Finlombarda ricoprono quotidianamente questo ruolo di stakeholder primario per Eurocons rispettivamente in Piemonte e in Lombardia.

Per quanto riguarda Finpiemonte, la società finanziaria pubblica che opera da oltre trent'anni a sostegno dello sviluppo e della competitività del territorio piemontese, si sta espandendo l'ambito di azione nel settore della finanza per lo sviluppo, dotandosi di una serie di strumenti innovativi necessari per affrontare, attraverso moderni modelli di collaborazione pubblico-privato, le nuove e ambiziose sfide cui è stata chiamata dai suoi azionisti per fare fronte alle mutate condizioni economiche e sociali.

Finlombarda opera storicamente quale advisor della Regione Lombardia nella Progettazione di nuovi strumenti agevolativi ed è soggetto gestore/concessionario di numerosi strumenti finanziari di agevolazione per le Imprese svolgendo attività di istruttoria, di gestione e di amministrazione degli interventi finanziari. Per l'applicazione degli strumenti gestiti, Finlombarda opera anche in co-finanziamento con Istituti di credito convenzionati.

Parallelamente, anche nelle altre regioni, le rispettive Finanziarie Regionali rivestono il ruolo di stakeholder primario per Eurocons.

Importi finanziamenti agevolati €/000.000



#### La diversificazione dell'offerta

Se la Finanza Agevolata rappresenta da sempre l'attività richiesta dai soci Eurocons e "numericamente" più rilevante, anche per la costante e crescente necessità delle PMI di accedere a fonti di finanziamento convenienti, gli altri settori di consulenza hanno altresì riscontrato nel 2009 un incremento di attività che conferma il trend positivo degli anni precedenti (evidenziando così la strategicità di questi ulteriori settori all'interno dell'offerta Eurocons).

In particolare, per quanto riguarda l'Area Sistemi per la Qualità, si è proseguito nella offerta di consulenza mirata al raggiungimento delle principali certificazioni di sistema e di prodotto in ambito qualità, ambiente, sicurezza e responsabilità etica.

Infatti questa continua ad essere una delle richieste prioritarie da parte delle aziende che rispondono così ai **nuovi scenari di mercato che impongono ormai quotidianamente la gestione della Qualità come un reale fattore competitivo di successo.**

Possedere un sistema di gestione validato da un ente terzo accreditato riscuote infatti la fiducia tanto dei clienti quanto dei fornitori, che sanno di poter contare su un'azienda gestionalmente in salute e orientata alla soddisfazione delle loro aspettative. Nel 2009 è stato confermato il trend positivo delle pratiche seguite.

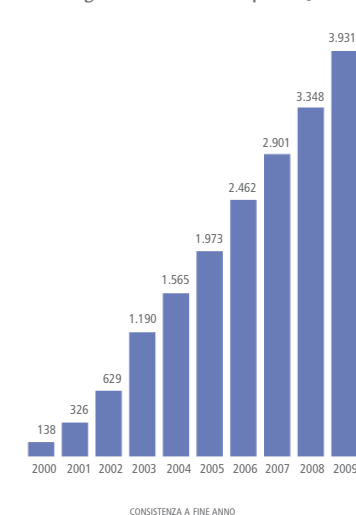
Per quanto riguarda l'Area "Consulenza Gestionale", nel 2009 le pratiche complessivamente gestite hanno raggiunto le 1.694 unità confermando l'ennesimo incremento rispetto all'anno precedente. **Questo servizio dà un supporto concreto alle PMI, aiutandole a verificare l'adeguatezza e l'affidabilità dei conti aziendali.**

L'applicazione dei parametri fissata dall'accordo di Basilea 2 sul merito creditizio impone infatti alle imprese attenzione e consapevolezza nella gestione finanziaria e patrimoniale nell'ottica della trasparenza e dell'affidabilità dei bilanci.

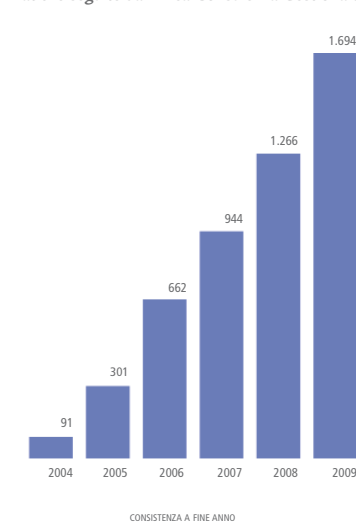
Il 2009 ha rappresentato il primo esercizio di operatività di una nuova Area denominata "Consulenza Direzionale", **in joint-venture con la società di consulenza 3H Partners (nata dall'iniziativa dei professori della Business School europea ESCP Europe)** con l'obiettivo di offrire alle PMI servizi di consulenza di elevata qualità su temi di finanza straordinaria e operazioni di ristrutturazione del debito.

Nei primi mesi di operatività tale consulenza ha interessato 23 imprese, prevalentemente con l'attività di ristrutturazione del debito, visto lo scenario economico che ha comportato una maggiore necessità, per le PMI in crisi, di modificare l'approccio di dialogo verso gli istituti di credito. Questi infatti, dovendo analizzare un sempre maggior numero di richieste da parte di aziende in difficoltà, sono sempre più sensibili al processo di valutazione dei piani proposti e alla loro sostenibilità nel lungo periodo.

Pratiche seguite dall'Area Sistemi per la Qualità



Pratiche seguite dall'Area Consulenza Gestionale



Data l'estesa platea di stakeholder coinvolti, le competenze necessarie a gestire la relazione con questi ultimi sono variegata: si va da quelle industriali per la valutazione della sostenibilità dei piani redatti dalle aziende, fino a quelle legali per definire la corretta procedura da applicare, passando per quelle finanziarie nella definizione della *bancabilità* delle proposte agli istituti di credito.

Anche nell'Area Formazione il trend 2009 è positivo, arrivando ad offrire tali servizi ad un totale di 4.380 partecipanti **con l'obiettivo di accrescere lo sviluppo della professionalità in azienda**. Queste attività di formazione vengono erogate tramite Eurofocus, il marchio di Eurocons dedicato alla formazione, che offre alle imprese percorsi di crescita professionale ad alto valore aggiunto con l'obiettivo di supportarle nell'analisi dei propri processi, prodotti e servizi. I corsi e i seminari proposti, strutturati su base sia interaziendale sia aziendale, godono di collaborazioni eccellenti, metodi formativi flessibili ed efficaci, contenuti ritagliati sulle specifiche esigenze dei clienti. Quando possibile, le attività formative usufruiscono di contributi pubblici ad abbattimento del costo.

### Da "Energia" a Euroenergy

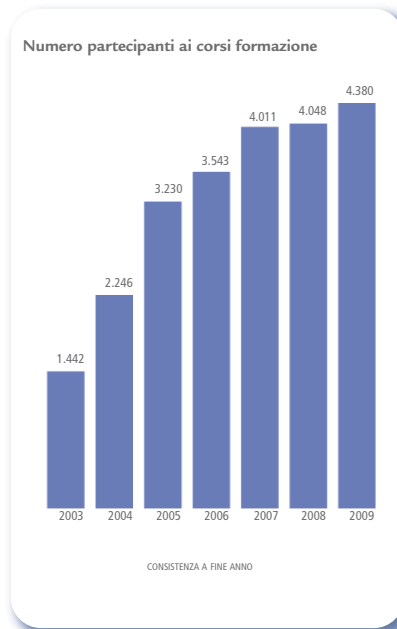
A fianco delle attività "storiche" offerte dal consorzio, negli ultimi anni Eurocons ha sviluppato un servizio trasversale di consulenza sugli investimenti a carattere **energetico e ambientale**. In questo contesto, dopo l'esperienza maturata negli anni passati con "Energia" ha dato vita il 22 maggio 2009 a **Euroenergy S.p.A.**, società controllata da Eurocons con il 55% delle azioni (il 35% detenuto dal partner tecnico Energeia Italia S.p.A.). Euroenergy nasce quindi dall'esperienza nei servizi di consulenza di Eurocons e dalla competenza tecnica di Energeia Italia, entrambe maturate in campo energetico.

**L'obiettivo di Euroenergy è fornire alle aziende di tutta Italia soluzioni impiantistiche "chiavi in mano" nel campo delle energie rinnovabili** (fotovoltaico, biomasse e altre fonti) attraverso l'utilizzo delle tecnologie più avanzate a livello mondiale e professionisti adeguatamente preparati.

La società controllata da Eurocons offre la progettazione, la realizzazione e la fornitura degli impianti al cliente, seguendo ogni aspetto amministrativo della pratica, curando nei dettagli la selezione delle forniture e la metodologia di installazione, fino alla corretta allocazione delle risorse finanziarie disponibili per il progetto. Euroenergy rappresenta per le imprese la possibilità di avere un unico interlocutore professionale nella realizzazione di impianti di produzione di energia da fonti rinnovabili.

In sintesi, il tipo di interventi offerti alle imprese consiste in una delle seguenti attività:

- realizzazione e fornitura di impianti
- realizzazione in proprio di impianti e loro affitto con opzione di acquisto
- realizzazione di impianti in compartecipazione con il cliente



## Dialogo con gli Stakeholder

Nelle pagine precedenti è stato esaminato l'universo degli stakeholder per Eurofidi e per Eurocons, evidenziando strategie e attività sviluppate nei loro confronti con particolare riferimento al 2009.

**È però di fondamentale importanza, per consentire la migliore fruibilità e conoscenza di quanto loro proposto, la creazione e la gestione di un'efficace rete di comunicazione e relazione, che vada ad integrarsi nelle strategie aziendali.**

In questo senso, il marchio Eurogroup assume un ruolo specifico nel consentire la migliore individuazione e fruibilità di quanto proposto da Eurofidi e da Eurocons.

Questo tema è ancor più strategico alla luce della dimensione numericamente assai rilevante che assumono gli stakeholder primari riconducibili soprattutto alle figure dei **soci** e degli **istituti di credito** nei confronti dei quali è necessario adottare specifiche logiche di comunicazione.

Quali strumenti vengono quindi proposti per sviluppare un dialogo costruttivo con i propri portatori di interesse?

Nelle pagine seguenti si presentano le attività e gli strumenti di comunicazione e coinvolgimento che hanno caratterizzato il rapporto con gli stakeholder nel corso del 2009.

### Comunicazione

**Raccontare la variegata realtà del marchio Eurogroup alle imprese socie di Eurofidi e di Eurocons è l'obiettivo dei supporti di comunicazione Eurogroup:** la brochure istituzionale, per avere una visione esaustiva sulle attività di Eurofidi e di Eurocons; la rivista "Eureka!", per essere sempre aggiornati sul mondo delle PMI; le campagne pubblicitarie, per promuovere i servizi e i prodotti individuati dal marchio Eurogroup; i volumi di studio e analisi, per approfondire temi di particolare rilevanza.

#### Brochure istituzionale

La brochure rappresenta un utile strumento per comprendere efficacemente il variegato mondo che contraddistingue Eurofidi ed Eurocons. Il documento, infatti, non solo illustra i servizi di garanzia al credito di Eurofidi e le attività di consulenza aziendale proposte da Eurocons, ma racconta anche la storia e l'evoluzione delle due società e dello stesso marchio Eurogroup.

Viene pubblicata annualmente in due edizioni ed è disponibile anche in inglese e in spagnolo.

**L'edizione realizzata per il 2009 è illustrata con fotografie del personale che quotidianamente opera in Eurofidi e in Eurocons, per rendere ancora più personalizzata la presentazione delle due realtà.**

#### Un evento con gli stakeholder in Liguria

Nell'ambito del processo di dialogo e coinvolgimento degli stakeholder da parte di Eurofidi e Eurocons, vengono organizzati dei momenti di incontro e confronto sui temi inerenti allo sviluppo delle imprese. In tali contesti si creano le basi e le condizioni per la condivisione di esperienze e la creazione di nuove soluzioni.

Secondo tale logica, nel mese di aprile 2009 si è svolto a Genova un convegno al quale hanno partecipato i principali protagonisti del tessuto economico ligure (enti pubblici, istituti di credito, associazioni di categoria, confidi) e un folto pubblico. Il territorio ligure è da sempre considerato uno snodo logistico di vitale importanza, sia per il ruolo di "apertura" verso la Francia sia per le interconnessioni dei suoi nodi portuali: anche per questo motivo tale territorio regionale è stato protagonista di uno specifico incontro di condivisione con gli stakeholder.

Il convegno dal titolo "La crisi degli strumenti territoriali a sostegno del sistema imprenditoriale e l'analisi di nuove proposte" è stato anche l'occasione per presentare i risultati di una ricerca il cui obiettivo era lo studio della economia del territorio e le reazioni alla recente crisi economica e finanziaria. Tale incontro ha inoltre consentito di esaminare la situazione relativa agli strumenti di sostegno al sistema e delle imprese, con l'obiettivo di far emergere nuove proposte "istituzionali".

### Eureka!

"Eureka!" è la rivista delle piccole e medie imprese abbonate Pass Eurogroup. Ha una cadenza mensile e un taglio prettamente **informativo sia su temi generali (soprattutto economici) sia sulle attività di Eurofidi e di Eurocons.**

Ogni numero ospita in genere un articolo di apertura su un'area (città, territorio o regione) dove Eurogroup è presente, con un'intervista a un'azienda abbonata della zona. Il magazine, realizzato da una redazione specializzata, rappresenta per le PMI uno strumento utile non solo per informarsi, ma anche per conoscere e per sfruttare ogni opportunità.

Su "Eureka!", infatti, sono illustrate le principali leggi di agevolazione regionali, nazionali e comunitarie: le imprese hanno così la possibilità di organizzarsi per predisporre le domande all'apertura dei bandi. La rivista offre inoltre notizie e approfondimenti sul mondo dell'economia e, in particolare, delle PMI.

Nel 2009, la tiratura media è stata di 23.000 copie a numero.

Copertine e sommari degli ultimi numeri di "Eureka!" sono consultabili on line su [www.eurofidi.it/eureka](http://www.eurofidi.it/eureka) o su [www.eurocons.it/eureka](http://www.eurocons.it/eureka).

Gli abbonati Pass Eurogroup possono invece leggere o scaricare l'intera rivista su [www.eurogroup.it](http://www.eurogroup.it), in una sezione dedicata.

### Dossier PMI 24

"Dossier PMI 24" è il periodico di informazione, realizzato in esclusiva dalla redazione de "Il Sole 24 Ore", **che viene inviato gratuitamente a tutte le Piccole e Medie Imprese con Abbonamento Pass Eurogroup**, nonché ad una selezione di interlocutori del sistema bancario.

La pubblicazione approfondisce temi di attualità di maggiore interesse per il mondo delle aziende.

### Pass Eurogroup

Il Pass è una occasione per **le imprese socie** di ottenere il massimo di opportunità e di privilegi. Grazie a questa formula, le aziende Premium ed Extra possono ricevere proposte concrete per l'incremento del loro business e ottenere informazioni dedicate e consulenze personalizzate.

### Il fondo "Goccia di speranza"

Eurofidi ed Eurocons, rifacendosi allo spirito mutualistico che accompagna le due società fin dalle loro origini, hanno deciso di abbinare la celebrazione dei loro anniversari (30 anni di vita del primo e 15 anni del secondo) sostenendo un'iniziativa curata dalla Caritas Diocesana di Torino: si tratta di un fondo sociale di rotazione, denominato "Goccia di speranza", con una dotazione iniziale di circa 40 mila euro, di cui 20 mila messi a disposizione da Eurofidi e da Eurocons.

L'iniziativa, avviata in fase sperimentale alla fine di novembre 2009, è rivolta a **persone e famiglie che si trovano in difficoltà economica** (cassaintegrati, pensionati, fruitori di indennità di disoccupazione, nuclei familiari monoreddito). Soggetti appartenenti alla cosiddetta "fascia grigia", ossia in difficoltà a sostenere spese che incidono in maniera troppo alta in rapporto al loro reddito.

La restituzione del sostegno economico concesso potrà consentire la rotazione degli aiuti, raggiungendo in questo modo più persone. Questo aspetto rappresenta un elemento qualificante per la responsabilizzazione del soggetto: **il fondo infatti non vuol essere un intervento di natura assistenzialistica, ma un sostegno alla speranza e all'imprenditorialità personale.**

Nelle prime settimane di attivazione molte persone si erano già rivolte ai volontari che gestiscono l'iniziativa per fare richiesta del fondo di solidarietà. In prevalenza, le richieste pervenute hanno riguardato famiglie con figli o donne sole con bambini o anche un sostegno nelle cure dentistiche.

In particolare, con il Pass Premium le aziende ottengono una visibilità a 360 gradi grazie a diversi strumenti integrati e complementari tra loro: uno spazio in omaggio su Pagine Premium, la brochure che presenta tutte le migliori aziende, suddivise per settore merceologico con i riferimenti utili per contattarle; la realizzazione di un minisito gratuito che mette a disposizione un dominio e un indirizzo riservato ed è quindi direttamente raggiungibile.

Il Pass Premium offre inoltre uno spazio dedicato sulla rivista "Eureka!" e su "Newsimpresa", la newsletter quindicinale che viene inviata tramite e-mail.

**Novità assoluta attivata nel 2009 è l'iniziativa "Premium in Fiera" grazie alla quale è possibile partecipare gratuitamente alle più importanti manifestazioni fieristiche di settore.**

Questa partecipazione avviene attraverso uno stand connotato dal marchio Eurogroup in cui le aziende socie possono esporre i propri depliant per promuovere la loro attività, incontrare i propri clienti e farsi conoscere da nuovi potenziali clienti.

### TG Impresa

Il TG impresa è un **notiziario multimediale con nuove edizioni rese disponibili ogni settimana sul portale [www.eurogroup.it](http://www.eurogroup.it)**, che offre sia notizie ("Breaking News" che riguardano argomenti di attualità in tema di cultura d'impresa, scenari di mercato ed eventi economico-finanziari) sia approfondimenti (con interventi di esperti qualificati su specifiche questioni).



*Prospettive  
future*

## Due realtà in continua evoluzione

Lo scenario economico finanziario in continua evoluzione, il mercato che manifesta esigenze di ampliamento e rinnovamento della gamma dei servizi e non ultima l'importanza di tenere sotto controllo la redditività e l'equilibrio finanziario di Eurofidi e di Eurocons sono le prospettive future che impongono una visione strategica proiettata negli anni successivi.

Questa visione caratterizza in realtà le due strutture da tempo in quanto **periodicamente vengono definiti e approvati dei piani di sviluppo triennale che tracciano le principali linee guida lungo le quali le due società tendono a muoversi nel corso di un triennio.**

Per i prossimi anni tali linee guida tengono conto della fase recessiva, pur in corso di attenuazione, che ha colpito l'economia mondiale e conseguentemente quella nazionale, mantenendo il nostro Paese in una fase di sviluppo rallentato almeno fino alla fine del 2010. In questo contesto economico i Confidi continueranno ad avere un ruolo centrale nell'agevolare l'accesso al credito delle Piccole e Medie Imprese assistendole innanzitutto nel necessario processo di ristrutturazione del debito e successivamente nel facilitare l'ottenimento di finanziamenti a medio termine per sostenere gli investimenti necessari per il rilancio produttivo.

Per poter cogliere tutte le opportunità offerte dai segnali di ripresa le PMI dovranno adeguare non solo la propria struttura produttiva alle nuove esigenze, sostenendo i necessari investimenti in macchinari e impianti ma anche, ad esempio, i propri programmi di crescita investendo in ricerca e sviluppo. Per facilitare le aziende socie in questo complesso processo di reimpostazione della strategia aziendale, Eurocons da un lato continuerà a dedicare più risorse umane nel seguire le aziende socie, dall'altro svilupperà nuove linee di servizi ad alto valore aggiunto per le PMI, consentendo loro, sempre più, di avere un interlocutore in grado di offrire consulenze dedicate e ad ampio spettro.

**L'iscrizione di Eurofidi nell'elenco degli intermediari finanziari vigilati dalla Banca d'Italia (ex art. 107 T.U.B.) consentirà poi di valorizzare sempre più il rilascio delle garanzie e la ricaduta positiva sia sul sistema delle imprese che sul sistema bancario.** Eurofidi, anche in questa nuova veste, intende procedere nel consolidamento del proprio posizionamento di mercato, eventualmente anche valutando proposte di collaborazione con Confidi locali qualora dovessero essere presentate.

**La trasformazione di Eurocons da consorzio a società consortile consentirà di avere una struttura più agile nel rispondere ai diversi problemi che lo scenario attuale comporta,** con prontezza di intervento, rapidità nelle scelte e celerità nelle decisioni.

## Le sfide future

L'enorme potenzialità del mercato, coniugata con la posizione di leadership, permette di guardare con moderato ottimismo agli obiettivi futuri delle due organizzazioni.

**Per quanto riguarda Eurofidi, uno degli elementi strategici del prossimo sviluppo sarà la patrimonializzazione, mentre per quanto riguarda Eurocons molto importante sarà l'alto livello di marginalità dei diversi servizi offerti.** Questi due elementi, importanti per un equilibrato sviluppo delle due strutture, consentiranno anche di assicurare nel tempo un adeguato sostegno al panorama imprenditoriale italiano. In tal modo sarà possibile, nel corso dei prossimi anni, seguire e supportare oltre 50.000 imprese nei territori di operatività.

Per sostenere tale sviluppo è previsto un adeguamento dei modelli organizzativi con l'inserimento di nuove risorse sul mercato, prevalentemente dedicate allo sviluppo nei territori ad oggi meno seguiti e in parte nei servizi centrali a supporto dell'intera struttura.

Queste sfide si svilupperanno sui territori regionali dove, ad oggi, Eurofidi e Eurocons operano in modo strutturato con 29 punti operativi in dieci regioni (Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Toscana, Marche, Umbria, Lazio e Abruzzo) ed in modo non strutturato in Veneto e Molise. Una presenza in continua evoluzione: basti pensare che nonostante oltre il 50% degli impieghi di Eurofidi sia nei confronti di imprese localizzate fuori dal territorio piemontese, il grado di penetrazione di mercato è completamente diverso.

In Piemonte infatti Eurofidi rappresenta il 7,2% degli impieghi complessivi concessi dal sistema bancario alle imprese produttive, mentre nelle altre regioni la quota di mercato oscilla tra un massimo del 3% e un minimo dello 0,25% con un valore medio che non supera l'1,3%. Tale diverso grado di penetrazione è dovuto alla storia trentennale in Piemonte mentre nelle altre regioni l'inserimento è ancora molto recente.

Se nei prossimi 10 anni si eguagliasse nelle altre regioni la quota di penetrazione piemontese, Eurofidi potrebbe intervenire a fronte di finanziamenti per oltre 30 miliardi di euro.

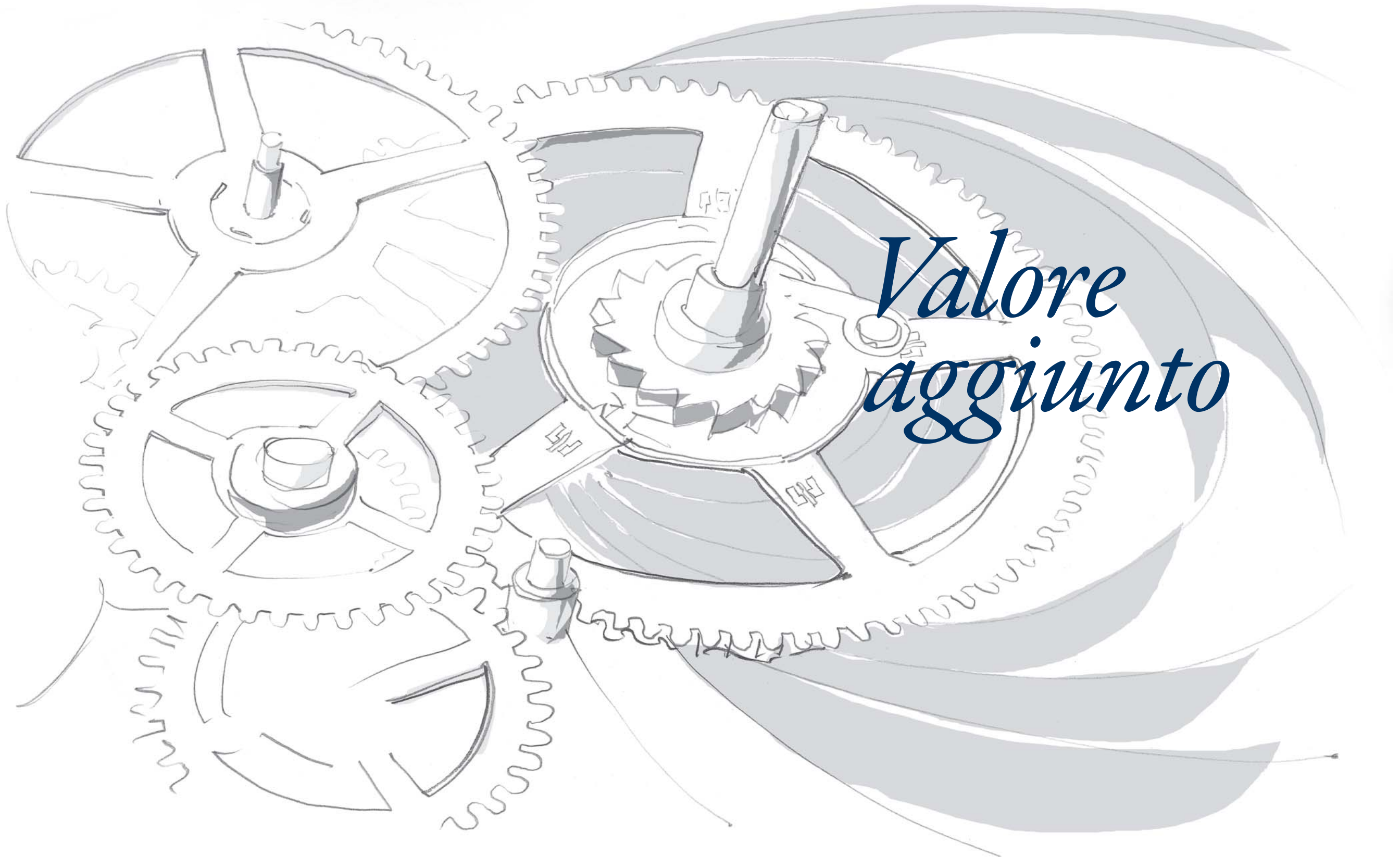
## Le nuove frontiere

L'autorevolezza di Eurofidi unita alla capacità di innovare hanno consentito anche in ambito internazionale di essere identificati come *player* importanti e per i prossimi anni verrà rinnovata la disponibilità a partecipare ad eventuali nuove iniziative di partnership apportando il proprio "expertise", con l'obiettivo di proseguire nell'internazionalizzazione della propria esperienza.

Questa apertura verso nuove frontiere è infatti già stata sperimentata nel corso del triennio scorso con la conclusione di due progetti che hanno visto Eurofidi coinvolto in Sud America, in Cile e in Argentina nella Provincia di Santa Fe. Sia il Governo Cileno sia il Governo della Provincia di Santa Fe hanno infatti definito e promulgato provvedimenti legislativi per l'introduzione nei rispettivi paesi della figura giuridica dei Confidi.

Eurofidi ha inoltre stretto da anni un rapporto di collaborazione con il fondo coreano di garanzia fidi Kodit, importante organismo a livello internazionale, grazie al quale c'è un reciproco scambio di esperienze e di modalità operative con sessioni di lavoro alternate nei due paesi ogni due anni. La sequenza di tali WLC (Working Level Council) ha certamente arricchito negli anni l'esperienza di Eurofidi.

Il confronto con realtà internazionali di primaria importanza nel settore **consentirà di apportare miglioramenti culturali ed operativi alla struttura e permetterà, valorizzando l'esperienza, di crescere in termini di valore e di prestigio e di migliorare il posizionamento sul mercato nazionale ed internazionale.** D'altro canto, grazie alle importanti relazioni sviluppate, questo canale potrà essere un utile veicolo per **cogliere eventuali opportunità di internazionalizzazione per le PMI associate.**



*Valore  
aggiunto*

Il concetto di Valore Aggiunto permette di valutare il risultato della gestione aziendale in termini di ricchezza distribuita nel corso di un determinato periodo ad una serie di specifici stakeholder, portatori anche di interesse economico. **È questo l'aggregato che realizza il collegamento tra la contabilità aziendale e quella "sociale".**

Per il calcolo e la distribuzione del Valore Aggiunto di seguito presentata si è fatto libero riferimento ai "Principi di redazione del Bilancio Sociale" del GBS - Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (il cui modello di rendicontazione è quello maggiormente applicato sul territorio nazionale): si è preso in considerazione il cosiddetto Valore Aggiunto Globale Netto, ovvero quello derivante dal risultato di tutte le attività della società siano esse caratteristiche, accessorie o straordinarie, al netto di ammortamenti e svalutazioni.

**Tale determinazione avviene mediante una apposita riclassificazione degli schemi di conto economico del bilancio d'esercizio, tenendo conto di alcune informazioni presenti nella nota integrativa dello stesso.**

Inoltre, per quanto riguarda Eurofidi, si è fatto libero riferimento alle linee guida ABI - Econometrica presenti nel documento *"Il rendiconto agli stakeholder - una guida per le banche"* in quanto modello particolarmente flessibile e adattabile alle diverse realtà societarie attive nel settore finanziario.

**Di conseguenza tale modello è stato adattato alla realtà di un Confidi:** per questo motivo è stato appositamente calcolato il "risultato della gestione garanzie", dando così evidenza ad una attività di particolare rilievo nella operatività societaria.

Tale risultato va quindi ad integrare il calcolo del valore aggiunto derivante dalla differenza tra produzione lorda ed il totale consumi.

Vengono qui di seguito presentati sia i prospetti di determinazione del Valore Aggiunto Globale Netto, sia le relative tabelle di ripartizione tra gli stakeholder. La riclassificazione del conto economico è avvenuta tenendo conto di alcune informazioni presenti nella nota integrativa dello stesso e secondo gli standard di sopra esposti.

## Eurofidi

Dall'analisi della distribuzione del Valore Aggiunto relativa all'esercizio 2009 si evince che:

- il 71,6% del Valore Aggiunto è distribuito al personale, sotto forma di stipendi, oneri sociali, trattamento di fine rapporto; **tale quota dimostra la centralità delle risorse umane in Eurofidi** ed evidenzia come una parte significativa della ricchezza prodotta ricada su coloro che contribuiscono attivamente al conseguimento degli obiettivi societari;
- il 25,7% della ricchezza prodotta è destinato al **sistema impresa**; va sottolineato come la natura stessa di Eurofidi in quanto società consortile non preveda lo scopo di lucro e non vengano perciò distribuiti utili ai soci; il rilevante importo della quota di Valore Aggiunto destinata alla remunerazione dell'azienda, corrispondente ad un quarto del totale, è quindi da intendersi come un ulteriore rafforzamento patrimoniale del Confidi stesso. **Si tratta infatti di risorse finanziarie che, rimanendo all'interno di Eurofidi, consentono di operare con ulteriore solidità a tutela di tutti i soci e nel rispetto della missione di garanzia del sistema imprenditoriale, del territorio e quindi anche della collettività.**
- infine il 2,7% è distribuito alla Pubblica Amministrazione sotto forma di imposte e tasse.

Si tenga presente come il calcolo del Valore Aggiunto fornisca comunque un dato pur sempre influenzato da valutazioni "contabili", rappresentando quindi solo una parte del benessere prodotto e trasferito all'esterno: tale valore infatti non evidenzia al meglio il profondo contributo alla crescita dell'economia ed alla tutela del tessuto imprenditoriale delle PMI che beneficiano delle attività e dalle politiche sviluppate da Eurofidi (ovvero la missione stessa della società).

## Eurocons

L'analisi della distribuzione del Valore Aggiunto dell'esercizio 2009 ha evidenziato quanto segue:

- il 77,2% del Valore Aggiunto è distribuito al personale, sotto forma di stipendi, oneri sociali, trattamento di fine rapporto, **a dimostrazione della centralità delle risorse umane e di come una parte significativa della ricchezza prodotta ricada su coloro che contribuiscono attivamente al conseguimento degli obiettivi societari**;
- il 15,5% è destinato alla Pubblica Amministrazione sotto forma di imposte e tasse, incluso un accantonamento per contenzioso;
- il 7,1% della ricchezza prodotta è destinato al sistema impresa; **va sottolineato come la natura stessa di Eurocons in quanto consorzio non preveda lo scopo di lucro e non vengano perciò distribuiti utili ai soci**; la quota di Valore Aggiunto destinata alla remunerazione dell'azienda è quindi da intendersi come un ulteriore rafforzamento patrimoniale del consorzio stesso;
- infine lo 0,2% del Valore Aggiunto è riservato alla **collettività** sotto forma di offerte e liberalità nei confronti di ONLUS e organizzazioni non profit.

## Determinazione del Valore Aggiunto Globale Eurofidi

Ricavi	
Interessi Attivi e proventi assimilati	906.607
Corrispettivi delle prestazioni di garanzia	34.337.126
Dividendi e altri proventi finanziari	1.464.609
Altri proventi di gestione (gestione accessoria e straordinaria)	951.056
<b>Totale valore della produzione lorda</b>	<b>37.659.398</b>

Consumi	
Interessi passivi e oneri assimilati	3.398
Altre spese amministrative	11.120.070
Accantonamenti e perdite su crediti	90.540
Rettifiche di valore su immobilizzazione	73.254
Oneri straordinari	1.311.473
<b>Totale consumi</b>	<b>12.598.735</b>

Gestione garanzie	
Recuperi su insolvenze	80.957.572
Utilizzo fondi rischi	24.311.197
Perdite per insolvenze	-43.064.584
Svalutazione crediti per interventi a garanzia	-61.724.185
Accantonamento a fondi rischi generali finanziari	-2.150.944
Commissioni passive	-3.819.152

<b>Risultato della gestione garanzie</b>	<b>-5.490.096</b>
--	-------------------

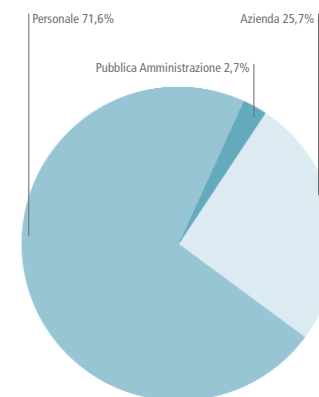
<b>Valore aggiunto caratteristico lordo</b>	<b>19.570.567</b>
Ammortamenti	-988.756

<b>Valore aggiunto globale netto</b>	<b>18.581.811</b>
--------------------------------------	-------------------

# Eurofidi

Garanzia fidi

## Distribuzione Valore Aggiunto Eurofidi



## Ripartizione del Valore Aggiunto Globale Eurofidi

a) Remunerazione del personale	13.301.638	(71,6%)
a) di cui personale dipendente		
remunerazioni dirette	9.467.306	
remunerazioni indirette	3.411.519	
b) di cui personale non dipendente	422.813	
b) Remunerazione della Pubblica Amministrazione	510.138	(2,7%)
c) Capitale di credito	-	(0%)
e) Remunerazione dell'Azienda	4.770.035	(25,7%)
f) Liberalità esterne	-	(0%)
g) Valore aggiunto globale netto	18.581.811	(100%)

## Determinazione del Valore Aggiunto Globale Eurocons

A) Valore della produzione	
ricavi delle vendite e delle prestazioni	14.130.063
altri ricavi e proventi	4.978.116
<b>TOTALE VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>19.108.179</b>

B) Costi intermedi della produzione	
per servizi	3.424.093
per godimento beni di terzi	1.968.927
accantonamenti per rischi	-
oneri diversi di gestione	1.797.563
<b>Totale costi intermedi della produzione</b>	<b>7.190.582</b>

<b>Valore aggiunto caratteristico lordo</b>	<b>11.917.597</b>
---	-------------------

C) Componenti accessori e straordinari	
Ricavi gestione accessoria	21.670
Costi gestione accessoria	-904
<b>Saldo gestione accessoria</b>	<b>20.767</b>

Ricavi straordinari	
Costi straordinari	-289.360
<b>Saldo gestione straordinaria</b>	<b>-289.360</b>

<b>Valore aggiunto globale lordo</b>	<b>11.649.004</b>
Ammortamenti e svalutazioni	-1.101.258
<b>Valore aggiunto globale netto</b>	<b>10.547.746</b>

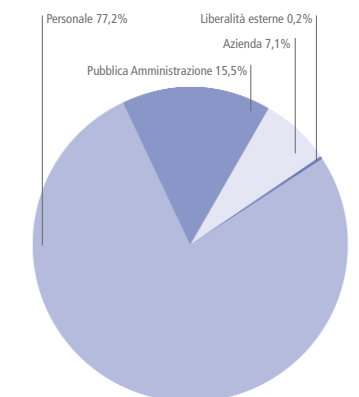
## Ripartizione del Valore Aggiunto Globale Eurocons

a) Remunerazione del personale	8.145.425	(77,2%)
a) di cui personale dipendente		
remunerazioni dirette	5.646.837	
remunerazioni indirette	2.061.534	
b) di cui personale non dipendente	437.053	
b) Remunerazione della Pubblica Amministrazione	1.629.010	(15,5%)
c) Capitale di credito	-	(0%)
e) Remunerazione dell'Azienda	747.996	(7,1%)
f) Liberalità esterne	25.315	(0,2%)
g) Valore aggiunto globale netto	10.547.746	(100%)

# Eurocons

Consulenza alle imprese

## Distribuzione Valore Aggiunto Eurocons



Per la realizzazione del primo Rendiconto Sociale di Eurofidi e di Eurocons è stato costituito un gruppo di lavoro interno con compiti di indirizzo e coordinamento, con il supporto metodologico di una società esterna, Accordo, responsabile delle necessarie attività di relazione con gli stakeholder e di raccolta delle informazioni per la elaborazione e la redazione del rendiconto.



*arty e illustrazioni capitoli*

**agostini**

*impaginazione*  
Gianluca Negro

*stampa*  
Moglia, Torino

***Si ringraziano i colleghi coinvolti nella realizzazione del progetto e tutti gli stakeholder per il contributo prezioso e l'entusiasmo dimostrato in questa prima esperienza di rendicontazione.***

*Saremo grati di ricevere dai nostri stakeholder e dai lettori ogni prezioso suggerimento, indicazione, critica o apprezzamento.*



**EUROFIDI**  
**Società Consortile di Garanzia Collettiva Fidi s.c.p.a.**  
Sede centrale  
via Perugia, 56 - 10152 Torino



**EUROCONS**  
**Consorzio di Imprese per la Consulenza Aziendale**  
Sede centrale  
via Perugia, 56 - 10152 Torino