

L'analisi qualitativa

Sebbene le analisi quantitative ed andamentale rappresentino indubbiamente i pilastri fondamentali dell'analisi d'impresa, la valutazione degli aspetti qualitativi ne rappresenta una opportuna integrazione e complemento, presentando indubbi vantaggi conoscitivi, anche ai fini dell'attribuzione dello score tecnico.

Parlare di analisi qualitativa significa identificare tutta una serie di variabili che possono influenzare la gestione ed i risultati conseguibili dall'impresa in futuro, senza interessare direttamente gli attuali dati contabili; per la valutazione qualitativa solitamente ci si avvale di questionari compilati direttamente dall'impresa, l'attenzione verrà sostanzialmente rivolta a tre dimensioni fondamentali:

1. una dimensione "interna", cui ci si riferisce nel valutare le caratteristiche della governance, l'assetto proprietario, le qualità del management e delle risorse umane;
2. una dimensione "esterna" che fa riferimento all'ambiente competitivo in cui l'impresa opera, distinguendo ad esempio l'area geografica, le caratteristiche del mercato e quelle della concorrenza.
3. una terza dimensione che attiene al posizionamento competitivo dell'impresa nel mercato/i di riferimento, altrimenti definita "analisi di benchmarking".

Per quanto attiene al primo punto, le domande più frequenti che compongono l'indagine sono tese ad identificare, ad esempio, se il top management sia vicino al passaggio generazionale, quale sia il sistema di regole condivise che caratterizza la governance dell'impresa, quale lo stile di leadership dell'imprenditore (tipico nel caso delle PMI italiane); su un piano più prettamente tecnico, può essere interessante osservare l'attitudine, o la predisposizione, del management alla redazione di documenti formalizzati per la programmazione economico-finanziaria ed il controllo, unitamente alla capacità previsionale effettiva di questi documenti. Non ultimo il tema del personale, in

ordine a rilevare l'esistenza di programmi formalizzati di formazione, oppure se esistano sistemi di incentivazione e possibilità di carriera.

Circa l'ambiente competitivo che costituisce lo scenario operativo esterno dell'impresa può essere rilevante conoscerne le caratteristiche intrinseche di stabilità o ciclicità settoriale, quelle del mercato/i di sbocco dell'impresa, nonché la propria capacità di battere la concorrenza. Importante in questo caso è chiarire la posizione competitiva anche nei confronti della propria filiera: chi sono e come operano clienti e fornitori, ad esempio osservando il numero di clienti che rappresentano l'80% del fatturato, come sono improntati i rapporti con i clienti prima e dopo la vendita, se, ed in quale misura in rapporto al fatturato l'impresa ricorra all'outsourcing (produttivo e/o di servizi). Inoltre l'analisi può rivolgersi al grado di diversificazione dell'offerta, al ciclo di vita dei prodotti, nonché al ruolo dell'impresa nell'area geografica in cui opera: rapporti con le comunità ed enti locali e con le autorità pubbliche.

In riferimento all'analisi di benchmarking, la comparazione avrà come oggetto alcuni indici quantitativi come ROI, Turnover, Ciclo Monetario, Leverage ecc. raffrontati a quelli dei principali competitors, piuttosto che valutati alla luce delle medie di settore.

Un altro aspetto che può essere interessante analizzare è la "qualità informativa" che può riguardare sia la qualità dei bilanci definita *stricto sensu* come rispetto dei principi di redazione, puntualità nella presentazione, credibilità, chiarezza informativa, sia la presenza di certificazione dei bilanci da parte di una società di revisione; inoltre è possibile rilevare se l'impresa sia dotata di un sistema informativo e su quale area gestionale questo venga impiegato (produzione, commercializzazione, controllo interno ecc.).

Il passaggio dal questionario all'attribuzione di uno score che concorra alla determinazione di un rating complessivo si basa sulla attribuzione per ciascuna classe di informazioni reperite di un peso relativo cui associare un punteggio: la media ponderata di tutti i punteggi determinerà uno score complessivo che potrà affiancarsi a quelli determinati per le analisi quantitativa ed andamentale, concorrendo così ad ottenere una visione più organica e completa della complessa realtà aziendale.