

COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Supply Chain Finance

**IL SUPPLY CHAIN FINANCE RIPRENDE A CRESCERE E SCOPRE LA SOSTENIBILITÀ  
NEL 2021 IN ITALIA UN MERCATO POTENZIALE DA 457-495 MILIARDI DI EURO**

*Nel 2021 aumenta il valore dei crediti commerciali delle imprese. Cresce del 5% il mercato servito da soluzioni di Supply Chain Finance, 121 miliardi di euro.*

*Tra le diverse soluzioni, +5 per il Factoring, +200% Dynamic Discounting, +58% Confirming*

*Cresce l'interesse per soluzioni sostenibili, che permettono di creare benefici ambientali, sociali ed economici per tutti gli attori coinvolti*

Milano, 8 marzo 2022 - Dopo il calo del 2020, che aveva visto una riduzione del valore dei Crediti Commerciali del 3,1%, nel 2021 il mercato potenziale del Supply Chain Finance torna a crescere e si attesta tra 457 e i 495 miliardi di euro. In parallelo, cresce in maniera decisa (+5%) il mercato servito con soluzioni di Supply Chain Finance che consentono alle imprese di finanziare il capitale circolante facendo leva sul ruolo e le relazioni della filiera, che raggiunge il valore di circa 121 miliardi di euro nel 2021.

Aumenta pressoché l'intero ventaglio delle soluzioni. Nel 2021 crescono i volumi del Factoring, tornato quasi ai livelli pre-pandemia (+5% sul 2020, per un valore di 57,4 miliardi di euro), quelli del Reverse Factoring (7,2 miliardi di euro +14%) e dell'Invoice Trading (0,3 miliardi di euro, +7%), che registrano il picco più alto di sempre. Crescono il Purchase Order Finance (1 miliardi di euro, +21%) e la carta di credito (2,3 miliardi di euro, +23%). Ma soprattutto le soluzioni innovative, come il Dynamic Discounting (0,3 miliardi di euro, +200%) e il Confirming (1,2 miliardi di euro, +58%). L'Anticipo Fattura, porzione importante del mercato servito pari a 42 miliardi di euro, invece, è stabile rispetto al 2020. La sostenibilità sta trainando il mercato e il suo ecosistema, che ha visto l'introduzione di nuovi attori responsabili di pratiche di sostenibilità integrate nelle soluzioni SCF.

Sono alcuni dei risultati della ricerca dell'**Osservatorio Supply Chain Finance della School of Management del Politecnico di Milano\***, presentata oggi al Convegno "Supply Chain Finance: prove di sostenibilità".

"A seguito della crisi Covid19, il Supply Chain Finance è diventato uno strumento fondamentale di finanziamento addizionale per le imprese italiane - afferma **Federico Caniato**, Direttore dell'Osservatorio Supply Chain Finance -. E oggi, in una situazione macroeconomica di ripresa dopo il 2020 caratterizzato da forti immissioni di liquidità nel sistema, incentivi e cambiamenti normativi come il nuovo codice della crisi, gioca ancora un ruolo rilevante. La diffusione della digitalizzazione e la maggiore consapevolezza della necessità di una gestione oculata della liquidità lungo tutta la filiera stanno aumentando l'uso di questi strumenti".

"Il mercato del Supply Chain Finance è trainato soprattutto dalle soluzioni innovative, cresciute in modo rilevante a discapito di quelle tradizionali, in particolare grazie al sempre maggiore utilizzo di piattaforme che permettono l'offerta di molteplici soluzioni da un unico strumento - spiega **Antonella Moretto**, Direttore dell'Osservatorio Supply Chain Finance -. La sostenibilità è diventata ormai un elemento prioritario sia nell'offerta dei provider che per le imprese adottatrici, e abbiamo assistito alle prime soluzioni SCF basate sui principi ESG e la volontà dei vari attori di rendere trasparenti le operazioni".

**Il mercato 2020** - Guardando gli ultimi dati consolidati disponibili, nel 2020 in Italia si è assistito a una netta riduzione del mercato potenziale del Supply Chain Finance, con un calo del -3,1% del valore dei Crediti Commerciali delle imprese italiane, che si è attestato sui 424 miliardi di euro, a causa del blocco per alcuni mesi delle attività produttive, ma anche del calo del numero di imprese oggetto dell'analisi per vari motivi, tra cui i ritardi nella pubblicazione dei bilanci, il calo complessivo dei fatturati (che ha portato molte sotto la soglia di inclusione nel campione) e la liquidazione di alcune di queste. Il ciclo di cassa nel 2020 è stato in leggera crescita rispetto al 2019 (+4,3%) assestandosi a 24 giorni. Gli aumenti congiunti dei tempi di incasso (73 giorni; +7,4%) e dei tempi di copertura del magazzino (51 giorni; +6,3%) hanno inciso maggiormente rispetto all'estensione dei tempi di pagamento, anch'essi in aumento (100 giorni; +7,5%).

Nel 2020, anche il mercato servito dal SCF è risultato in leggero calo, con una sensibile diminuzione dell'Anticipo Fattura (-34% sul 2019) e di tutte le soluzioni più tradizionali. Un calo che deriva principalmente

dal ricorso a finanziamenti e prestiti garantiti per far fronte alle esigenze di breve e lungo periodo, determinando così un ingente aumento della liquidità (+33% sul 2019). Tuttavia, nel mese di Marzo del 2020 si è comunque registrato un picco di utilizzo, in particolare per il Factoring e il Reverse Factoring, denotando come questi strumenti si siano rivelati molto utili per affrontare la crisi.

**Nuove regole di trasparenza.** Dopo forti pressioni da parte di analisti e società di revisione nei confronti dell'International Accounting Standards Board riguardo alla classificazione e alla trasparenza delle passività legate a programmi di "Supplier Financing", a giugno 2021 lo IASB ha proposto l'introduzione di nuovi requisiti di trasparenza. Secondo la proposta, ora in fase di commento, le imprese saranno tenute a rivelare informazioni qualitative come i "termini e le condizioni chiave di un programma di SCF" e quantitative come l'ammontare delle passività legate a programmi di SCF, le passività "per cui i fornitori hanno già ricevuto pagamento dall'intermediario finanziario coinvolto" e informazioni sulla durata dei termini di pagamento. A ottobre 2021, inoltre, è stato chiesto di indicare specificatamente anche le voci dello stato patrimoniale in cui viene presentato il valore contabile delle passività finanziarie legate ad un accordo di SCF.

Non tutte le imprese includono però ancora dettagli sulle proprie soluzioni di SCF a livello di bilancio. L'Osservatorio Supply Chain Finance ha analizzato il bilancio 2020 di 216 imprese quotate sull'indice azionario italiano FTSE MIB a giugno 2021. Di queste, almeno 37 avevano un programma di SCF, ma solo 23 ne dichiaravano l'utilizzo. Rispetto alle informazioni che lo IASB potrebbe richiedere, 15 imprese dichiaravano i termini e le condizioni chiave, 9 dichiaravano l'ammontare delle passività relative alla soluzione, 4 divulgavano il range dei tempi di pagamento standard delle passività. Nessuna illustrava l'ammontare delle passività per cui i fornitori avessero già ricevuto un pagamento dall'istituto finanziario e il range dei tempi di pagamento delle passività appartenenti al programma.

**La strada verso la sostenibilità.** A seguito della crescente importanza attribuita alla sostenibilità di filiera, anche le soluzioni di Supply Chain Finance stanno iniziando ad integrare logiche ESG. I fornitori vengono valutati generalmente su quattro macroaree: ambientale (ad esempio consumo delle risorse), sociale (condizioni di lavoro, salute e sicurezza del lavoro), governance (corruzione, disclosure e tracciabilità) e di filiera (performance ambientali, sociali e di governance dei fornitori di secondo/terzo livello). La valutazione può essere effettuata dall'impresa cliente che offre una soluzione di SCF sostenibile o da un ESG information provider. Può, inoltre, essere presente un ente terzo che certifichi il processo di valutazione dei fornitori.

Un ESG score sintetizza le performance di sostenibilità dei fornitori e viene integrato nelle soluzioni di SCF sostenibile secondo diverse modalità. Nel modello "Sustainable SCF with Entry Barrier", l'ESG score viene usato come barriera all'ingresso, mentre in quello "Rewarding Sustainable SCF" per introdurre un sistema premiante per i fornitori, ad esempio offrendo condizioni di finanziamento più favorevoli ai fornitori più sostenibili nelle soluzioni di SCF.

*\*L'edizione 2022 è realizzata con il supporto di Accenture, American Express, Banca Sella, C2FO, Credit Agricole, Cribis, EY, Intesa Sanpaolo, Kyriba, Nexi, Niuma, Polaris, Santander, Teamsystem, UniCredit Factoring, AirPlus International, AlixPartners, Banca Popolare di Sondrio, Banca Progetto, Bflows, BNP Paribas, BPER Factor, Cooperfidi, Credem, Euler Hermes, Findynamic, MyCreditService, Piteco, Plusadvance, Sace, Tesisquare/Fifty, Workinvoice, Zucchetti; Adaci, AITI, Assifact, Assolombarda, Confindustria Cuneo, Farmindustria Credit Management, UI Torino.*

**Ufficio stampa School of Management del  
Politecnico di Milano**

Barbara Balabio  
Tel.: 02 2399 9545  
email [barbara.balabio@osservatori.net](mailto:barbara.balabio@osservatori.net)  
Skype [barbara.balabio](https://www.skype.com/name/barbara.balabio)  
[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

**d'I Comunicazione:**

Piero Orlando  
[po@dicomunicazione.it](mailto:po@dicomunicazione.it)  
Mob.: 335 1753472

Tiziano Scolari  
[ts@dicomunicazione.it](mailto:ts@dicomunicazione.it)  
Mob.: 392 3636895

*La School of Management del Politecnico di Milano, costituita nel 2003, accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nel campo dell'economia, del management e dell'industrial engineering che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consortili. La Scuola ha ricevuto, nel 2007, il prestigioso accreditamento EQUIS. Nel 2009 è entrata per la prima volta nel ranking del Financial Times delle migliori Business School europee. Nel 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA. Dal 2015, la Scuola è membro di AACSB International. La Scuola è presente inoltre nei QS World University Rankings. Nel 2017, la School of Management è la prima business school italiana a vedere riconosciuta la qualità dei propri corsi erogati in digital learning nei master Executive MBA attraverso la certificazione EOCCS. La Scuola è membro PRME, Cladea e QTEM. Fanno parte della Scuola: il Dipartimento di Ingegneria Gestionale e il MIP Graduate School of Business che, in particolare, si focalizza sulla formazione executive e sui programmi Master. Le attività della School of Management legate all'Innovazione Digitale si articolano in Osservatori Digital Innovation, che fanno capo per le attività di ricerca al Dipartimento di Ingegneria Gestionale, e Formazione executive e programmi Master, erogati dal MIP. Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano nascono nel 1999 con l'obiettivo di fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale. Oggi sono un punto di riferimento qualificato sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione e Aggiornamento continuo. La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese. La mission è produrre e diffondere conoscenza sulle opportunità e gli impatti che le tecnologie digitali hanno su imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini, tramite modelli interpretativi basati su solide evidenze empiriche e spazi di confronto indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la domanda e l'offerta di Innovazione Digitale in Italia. Le attività sono svolte da un team di quasi 100 tra professori, ricercatori e analisti impegnati su oltre 40 differenti Osservatori che affrontano i temi chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione: Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data & Business Analytics, Blockchain & Distributed Ledger, Business Travel, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Contract Logistics, Digital B2b, Digital Content, Digital Identity, Digital Thinking for Business, Digital Transformation Academy, Droni, eCommerce B2c, eGovernment, Export Digitale, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, Gioco Online, HR Innovation Practice, Industria 4.0, Information Security & Privacy, Innovative Payments, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nelle PMI, Internet Media, Internet of Things, Kids & Toys, Mobile B2c Strategy, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart & Connected Car, Smart Agrifood, Smart Working, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance, Tech Company - Innovazione del Canale ICT.*