



Consiglio del 19 maggio 2015

Punto 9 all' ODG

Attività delle Commissioni tecniche e dei gruppi di lavoro

Allegato 9.4.

Possibili iniziative in ambito EXPO: riflessioni in Commissione Marketing e Comunicazione



Possibili iniziative in ambito EXPO: riflessioni in Commissione Marketing e Comunicazione

Su richiesta del Consiglio di Assifact, la Commissione Marketing e Comunicazione ha discusso in merito all'opportunità e alla tipologia di un'eventuale iniziativa associativa nell'ambito dell'EXPO, in relazione ai possibili punti di contatto fra prodotto factoring e food (e settore agroalimentare, più in generale), con il contributo di Spot RP, lo studio di consulenza di Comunicazione & Media Relation che storicamente supporta l'Associazione per lo sviluppo del piano di comunicazione annuale.

Dalla discussione è emerso quanto segue:

- gli Associati non hanno attualmente in progettazione iniziative in ambito EXPO, se non in pochi casi nell'ambito del proprio gruppo di appartenenza;
- in considerazione di quanto sopra, i membri della Commissione esprimono un generale interesse nei confronti di una iniziativa associativa;
- è opportuno però che tale iniziativa si collochi all'interno di un contesto coerente con gli argomenti trattati.

In merito alla tipologia dell'iniziativa, si discutono due tipi di ipotesi:

- I. partecipazioni attraverso **sponsorship e partecipazione al panel dei relatori a un evento di terzi** (in particolare altre Associazioni di categoria dell'industria agroalimentare e conserviera) **con patrocinio Expo Milano 2015**, e
- II. organizzazione di un **evento ad hoc con patrocinio Expo Milano 2015**. Gli altri patrocini possibili, quali ad esempio, Expo in città e Expo per le università 2015, sono valutati di minore efficacia.

Si segnala come possibile media partner ESPANSIONE, una rivista mensile rivolta alle imprese, che ha già ottenuto il patrocinio EXPO Milano 2015 e dispone di sua mailing list del target imprese.

La Commissione, dopo approfondita discussione, sottolinea che:

- è stata rilevata una difficoltà oggettiva a capire il calendario degli eventi EXPO ed a interagire con l'ente stesso, in modo da calibrare al meglio l'eventuale iniziativa;
- un simile evento dovrebbe avere **taglio "istituzionale"** e non "commerciale", ed essere finalizzato alla promozione della conoscenza del prodotto e dei relativi benefici. In tale ottica, non appare funzionale la previsione di "casi aziendali" da parte di clienti attuali; in relazione a questo,
- appare opportuno il **coinvolgimento delle associazioni di categoria delle imprese del settore e dell'indotto agroalimentare e conserviero**, per mantenere il taglio istituzionale ed intercettare con maggiore probabilità le aziende ad esse associate;
- i temi di maggiore interesse sono quelli del **supporto alla filiera agroalimentare e all'export** di tali prodotti, con tutti i sotto-temi ad essi connessi (reverse factoring, export factoring, art. 62, ecc.);



- potrebbe essere interessante, se possibile, **verificare la disponibilità di FCI e IFG a partecipare per dare un taglio più internazionale all'evento**, eventualmente sfruttando la presenza fisica in occasione del comitato esecutivo di EUF che sarà organizzato a fine settembre a Milano e a cui i rappresentanti delle due catene parteciperanno;
- emergono **significativi timori sulla possibilità di riuscire a portare effettivamente a partecipare a tale evento la clientela potenziale di interesse del settore** (il target di riferimento è stato individuato in particolare nelle imprese export oriented).

In considerazione di quanto sopra, la soluzione II. relativa all'organizzazione di un evento ad hoc con patrocinio Expo Milano 2015 appare in ogni caso difficilmente attuabile.