



---

**Comitato esecutivo del 5 febbraio 2014**

**Punto 7 all' ODG**

**Attività delle commissioni tecniche e dei gruppi di lavoro**

**ALLEGATO 7.1**

**Commissione Marketing e Comunicazione: guida al nuovo factoring tour**



## Proposta

# "Mini Factoring Tour"

---

Documento elaborato da	Versione
Commissione Marketing e Comunicazione	Bozza al 31 gennaio 2014

Il mini-factoring tour rappresenta uno degli strumenti inseriti nel piano "marketing e comunicazione" per il 2014 formulato dalla Commissione Marketing e Comunicazione.

Il presente documento definisce le caratteristiche e le opportunità offerte dallo strumento ed è soggetto alla verifica in seno alla Commissione ed all'approvazione da parte del Consiglio dell'Associazione ed è così strutturato:

1. Caratteristiche ed organizzazione del Mini Factoring Tour;
  2. Traccia di esempio dell'evento;
- All. 1 Modulo per l'attivazione di un Mini Factoring Tour;
- All. 2 Tavola sinottica dei target potenziali suggeriti dalla Commissione.

# 1. Caratteristiche ed organizzazione del Mini Factoring Tour

## Obiettivi

---

A seguito dell'esperienza già realizzata con successo in passato da Assifact, la Commissione ha ideato un format analogo ma modificato in alcuni aspetti, che valutiamo contribuire ad un maggior successo dell'iniziativa.

Questi i vantaggi offerti dal presente format:

- La collaborazione con altre Associazioni garantisce un ampliamento della portata dell'evento,
- La durata limitata della presentazione non impatta sulle agende dei potenziali partecipanti,
- La collocazione in un momento informale facilita l'aspetto relazionale del contatto e l'efficacia del trasferimento dei contenuti.

## Contenuti e target

---

La proposta prevede una medesima struttura di erogazione (**contenuti**) e due modalità di realizzazione (**target**):

- a. in collaborazione con associazioni di categoria, e
- b. patrocinio Assifact ad evento organizzato da singolo/gruppo di associati.

### TARGET

Nella prima modalità, verrebbero coinvolte associazioni di categoria e professionali, anche territoriali, i cui associati possano risultare interessati a conoscere gli strumenti del factoring e della gestione del credito; a titolo esemplificativo, associazioni come ACMI (Associazione Credit Manager Italia), AITI (Associazione Italiana Tesorieri d'Impresa) o partner con cui l'Associazione ha già collaborato quali Assofin, Assilea, Confindustria, Camera di Commercio, SDA Bocconi. L'evento andrebbe realizzato in modalità co-branded, a cura dell'Associazione.

Nella seconda modalità, che coinvolge direttamente gli Associati, si prevede l'organizzazione dell'evento da parte di un singolo o più Associati che si fanno carico degli oneri e delle relazioni, invitando ove possibile anche clienti che possano presentare la propria esperienza; Assifact garantirà il proprio patrocinio all'iniziativa.

In particolare, si ritiene che il format proposto possa consentire di raggiungere la clientela attuale e potenziale in maniera efficace per le seguenti ragioni:

- i. il Mini Factoring Tour, così come impostato, rappresenta una iniziativa su base territoriale ma anche settoriale;
- ii. oltre a quanto indicato al punto precedente, si ritiene che la collaborazione con Associazioni imprenditoriali e/o professionali consentirà un maggiore impatto sulla domanda;



- iii. i contenuti potranno essere sviluppati in coerenza con il business principale del territorio che si vuole attrarre ovvero su tematiche specifiche di interesse per la clientela, anche concordate con le altre Associazioni partecipanti, ove presenti;
- iv. sarà possibile attrarre le figure di riferimento nelle imprese anche attraverso il co-branding fra Assifact e le Associazioni professionali di interesse;
- v. il format molto snello consentirà maggiore interazione fra i relatori e i partecipanti, stimolandone l'interesse;
- vi. l'orario previsto (tardo pomeriggio), insieme alla presenza sul territorio, consentirà di non pregiudicare la giornata lavorativa dei partecipanti, e la durata contenuta ne potrà mantenere elevato il livello di attenzione;
- vii. la possibilità per gli Associati di svolgere iniziative non solo in co-branding ma anche individuali, mantenendo il patrocinio e la partecipazione dell'Associazione, dovrebbe consentire di superare le eventuali resistenze al coinvolgimento della propria clientela.

## CONTENUTI

Nel corso dell'evento potranno essere presentate alcune slide generiche sul factoring e saranno previsti interventi focalizzati sui temi di volta in volta selezionati da parte degli intermediari organizzatori, al fine di stimolare la partecipazione e la curiosità dei presenti, invitandoli a fare domande, di volta in volta integrate con interventi relativi a tematiche di specifico interesse dell'audience individuato.

Il Segretario Generale e altri rappresentanti dell'Associazione sono disponibili a partecipare in qualità di relatori, compatibilmente con le relative agende e gli impegni associativi.

La Commissione Marketing e Comunicazione si occuperà della realizzazione delle slide di base, che potranno ovviamente essere personalizzate a seconda della modalità prescelta e del target (associazione o associato). Nei materiali sarà inoltre inclusa, a cura degli Associati organizzatori, la brochure prodotta dalla Commissione (cfr. CT 04/13, allegata per pronto riferimento).

Al fine di supportare gli Associati nella individuazione di target e contenuti di potenziale interesse per la clientela, la Commissione ha ritenuto utile proporre, sulla base delle esperienze e degli studi svolti sulla domanda di factoring, una mappa di riferimento, di natura indicativa e senza alcuna pretesa di esaustività, dei target selezionabili dagli Associati (cfr. All. 2).

## Logistica

---

La proposta si caratterizza per i seguenti elementi chiave:

- i. La durata prevista del singolo evento è di circa 45/90min, eventualmente seguito da un aperitivo (si ritiene utile valutare anche la possibilità di abbinare iniziative culturali e/o ludiche);
- ii. location in varie città d'Italia, in sedi anche periferiche.

La Segreteria Organizzativa dell'evento (definizione e contatti location, inviti e raccolta delle adesioni, gestione catering) sarebbe in carico ad Assifact in caso di modalità partnership con altre Associazioni, mentre resta in carico all'Associato/gruppo di Associati organizzatori in caso di altra modalità (ivi inclusa la selezione e l'invito della clientela target individuata).



## **Costi e pianificazione**

---

I costi si prevede siano a carico dell'Associato o degli Associati organizzatori ovvero, se in partnership con Associazioni che ospitano l'evento, da concordare con l'Associazione ospitante; in questo ultimo caso, si farà in modo, nei limiti del possibile, che i costi di ospitalità (location, catering) siano a carico dell'Associazione ospitante.

I Mini Factoring Tour saranno lanciati nel corso del 2014, sulla base dell'interesse riscontrato fra gli Associati.

Non sono previsti costi diversi da quelli dell'organizzazione dell'evento a carico degli Associati per l'attivazione dell'iniziativa (si fa tuttavia presente che in caso di richiesta di partecipazione all'evento da parte di un rappresentante dell'Associazione, gli eventuali costi di trasferta saranno fatturati dall'Associazione all'Associato/gruppo di Associati promotori).

## **Attivazione di un "Mini Factoring Tour" da parte degli Associati**

---

Il Mini Factoring Tour viene attivato su iniziativa dell'Associato o degli Associati interessati: le iniziative che rispettano il formato previsto potranno utilizzare la nomenclatura "Mini Factoring Tour" con il patrocinio e, ove richiesta, la partecipazione dell'Associazione.

In particolare, gli Associati che intendessero avviare un Mini Factoring Tour dovranno compilare un apposito modulo (cfr. All. 1) riportante almeno le seguenti informazioni:

- target di clientela attuale e/o potenziale individuato;
- argomento dell'iniziativa;
- data e ora dell'iniziativa;
- location dell'iniziativa;
- eventuale richiesta della partecipazione di un rappresentante dell'Associazione;
- presenza o meno di imprese in qualità di testimonial;
- programma previsto dell'evento;
- presenza o meno di aperitivo e/o altre iniziative di natura culturale e ludica al termine dell'evento.

Tale modulo dovrà pervenire alla Segreteria Associativa ([efact@assifact.it](mailto:efact@assifact.it)) almeno 35 giorni prima della data prevista dell'iniziativa.

La Segreteria Associativa potrà concedere, entro 10 giorni dalla ricezione del modulo, il patrocinio di Assifact e l'utilizzo della nomenclatura "Mini Factoring Tour" a seguito della valutazione dell'aderenza dell'iniziativa proposta con il format previsto e, ove ritenuto opportuno, potrà inoltre proporre modifiche al programma dell'iniziativa, che saranno discusse direttamente con l'Associato o gruppo di Associati organizzatore.

Dell'evento approvato sarà data comunicazione agli Associati e al pubblico attraverso gli strumenti a disposizione, fra cui il sito internet dell'Associazione.



## 2. Traccia di esempio dell'evento

La Commissione Marketing e Comunicazione ha ritenuto utile proporre agli Associati, a titolo di esempio e per una migliore comprensione del progetto, una traccia di esempio riportante un programma di massima per l'organizzazione di un "Mini Factoring Tour".

La Commissione ritiene inoltre opportuno ricordare che l'iniziativa ha l'obiettivo di diffondere la conoscenza dei servizi e delle soluzioni offerte dal factoring alla clientela e, pertanto, auspica che l'utilizzo del format "Mini Factoring Tour" persegua la divulgazione della cultura finanziaria e delle esperienze presso la clientela attuale e potenziale piuttosto che la mera promozione dei prodotti offerti dalla Società o gruppo di Società organizzante.

Il programma dovrebbe essere contenuto nei 45-90 minuti di durata ipotizzati. Gli orari di inizio e le durate degli interventi sono indicative e possono essere modulate a seconda delle preferenze degli organizzatori.

### Traccia di esempio di Mini Factoring Tour

h 17.30	Avvio dell'evento e saluti iniziali
h 17.35	Eventuale intervento introduttivo sul factoring, sul mercato del factoring ovvero sulla tematica specifica di interesse della clientela target da parte di un esponente dell'Associazione, ove richiesto, ovvero da parte dell'Associato/degli Associati ospitanti (circa 15 minuti)
h 17.50	Intervento del/dei testimonial invitati dalla Società organizzatrice /dalle Società organizzatrici dell'evento in merito alla tematica oggetto dell'incontro (circa 25 minuti)
h 18.15	15 - 45 minuti a disposizione degli Associati promotori (incluso Q&A)
h 18.30/19.00	Chiusura lavori e avvio aperitivo / iniziativa culturale o ludica





## All. 1 Modulo per l'attivazione di un Mini Factoring Tour

*Il presente modulo deve essere compilato in tutte le sue parti e trasmesso alla Segreteria Associativa (efact@assifact.it ovvero fax 02 76020159) almeno 60 giorni prima della data prevista dell'iniziativa.*

1	Società organizzatrici

2	Target di clientela attuale e/o potenziale individuato

3	Argomento specifico dell'iniziativa

4	Data dell'iniziativa	
5	Ora di inizio	
6	Location (sede e indirizzo)	

7	Richiesta della partecipazione di un rappresentante dell'Associazione (barrare con "X" la casella a destra)	<input type="checkbox"/>
---	---	--------------------------

8	Presenza di imprese in qualità di testimonial (barrare con "X" la casella a destra)	
---	---	--

9	Programma previsto dell'evento (indicare relatore, titolo ipotizzato dell'intervento e durata prevista)	

10	Previsione di un aperitivo / rinfresco al termine dell'evento (barrare con "X" la casella a destra)	
----	---	--

11	Previsione di una iniziativa ludica/culturale al termine dell'evento (barrare con "X" la casella a destra)	
----	--	--

12	Ove previste iniziative ludiche/culturali al termine dell'evento, indicare quali:	

13	Firme	



## COMMISSIONE MARKETING E COMUNICAZIONE

### All. 2 Suggerimenti per l'organizzazione dei mini-factoring tour da parte degli Associati

BOZZA AL 21 NOVEMBRE 2013

La seguente tabella presenta alcuni suggerimenti della Commissione Marketing e Comunicazione in merito alla selezione dei temi e della clientela target per supportare gli Associati nell'organizzazione dei mini-factoring tour. Le celle contrassegnate con la "X" rappresentano ipotesi di combinazione efficace sulla base delle esperienze dei membri della Commissione e dei risultati dell'indagine sulla domanda di factoring svolta dalla SDA Bocconi. Si precisa che le tematiche incluse in tale griglia rappresentano esclusivamente suggerimenti e ipotesi di lavoro e che gli Associati sono assolutamente liberi di selezionare temi o tipologie di clientela non inclusi.

Tema / Clientela target	SME	Corporate	Fornitori PA	Fornitori sanità	Esportatori / importatori	Società di calcio	Filiera dell'energia	Filiera agroalimentare	Filiera automotive	Nord Italia	Centro Italia	Sud Italia	Distretti industriali	Responsabili Corporate banche
Il factoring come fonte di finanziamento complementare al credito bancario	X		X	X	X			X	X		X	X	X	X
Cessione pro soluto IAS compliant		X	X	X						X	X			X
Factoring internazionale come sostegno all'esportazione	X				X									X
Certificazione, decreto 35/2013 e semplificazioni alla cessione del credito verso la PA	X	X	X	X						X	X	X		
Factoring e art 62								X						
Supply chain finance e reverse factoring		X	X					X	X	X	X	X	X	X
Reverse factoring all'importazione		X			X					X	X	X		X
Piattaforme internazionali di reverse factoring		X			X					X	X	X		X
Factoring per le squadre di calcio (serie A)						X								
Settore energia (trader)							X							
Fatturazione elettronica verso la PA	X	X	X	X						X	X	X		