

Ns. Rif.: 23/19/VD

Milano, 25 gennaio 2019

OGGETTO: COMMISSIONE MARKETING E COMUNICAZIONE

Verbale riunione del 24 gennaio 2019

Si trasmette alla Commissione in oggetto il verbale della riunione del 24 gennaio 2019. Si prega di inviare eventuali commenti/osservazioni **entro giovedì 31 gennaio p.v.**

Si ricorda inoltre che il presente documento è pubblicato nell'Area Commissioni dell'Area Riservata del sito associativo, a cui i membri delle Commissioni Tecniche possono accedere attraverso le credenziali personalizzate ricevute.

Cordiali saluti

 Il Segretario Generale
 Alessandro Carretta

DISTRIBUZIONE:

e p.c.:

AOSTA FACTOR	Roberto PERRUQUET	Alessandro BERTOLDO
BANCA CARIGE	Walter CAPPO	Walter CAPPO
BANCA FARMAFACTORING	Alessia CAPPELLI	Massimiliano BELINGHERI
BANCA IFIS	Mara DI GIORGIO Federico BACCILOLO	Alberto STACCIONE Raffaele ZINGONE
BANCA SISTEMA	Patrizia SFERRAZZA	Fausto GALMARINI Andrea TRUPIA
BANCO DI DESIO E DELLA BRIANZA	DIREZIONE GENERALE	Davide TOGNETTI
BARCLAYS BANK	Carlo SADAR (*) Alessandro RICCO (**)	Alessandro RICCO
BCC FACTORING	Aldo BODINI	DIREZIONE GENERALE Carlo NAPOLEONI
BURGO FACTOR	DIREZIONE GENERALE	Ugo BERTINI
CREDEMFACOR	DIREZIONE GENERALE	Luciano BRAGLIA
CREDIMI	Gianmarco MOLINARI	DIREZIONE GENERALE Luca BOTTONE Ezio CARLAQ
CREDIT AGRICOLE EUROFACTOR	Roberto COSMO Alberto BENEGLI	Ivan TOMASSI
CREVAL PIUFACTOR	DIREZIONE GENERALE	Stefano ZUCCHERATO
EMIL-RO FACTOR	Paolo PAGANI	Paolo LICCIARDELLO Vittorio GIUSTINIANI
EXPRIVIA	Paola LONGHI	Gianluigi RIVA
FACTORCOOP	DIREZIONE GENERALE	Franco TAPPARO
FACTORIT	Andrea DE PINO	Antonio DE MARTINI
FERCREDIT	DIREZIONE GENERALE	Giacomo PORRECA Stefano PIERINI
FIDIS	DIREZIONE GENERALE	Andrea FAINA
GBM BANCA	Niccolò PANELLA	DIREZIONE GENERALE
GE CAPITAL FUNDING SERVICES	Francesco SCIONTI	Emiliano VERNIERO
GENERALFINANCE	Barbara ADAMI LAMI Marco GHISLANDI	Massimo GIANOLLI
IBM ITALIA SERVIZI FINANZIARI	DIREZIONE GENERALE	Bruno PASERO
IFITALIA	Francesco CARBONARO Elena BASSETTI	Gianluca LAURIA
MBFACTA	Carlo GIORGI	Enrico BUZZONI
MEDIOCREDITO ITALIANO	Giuseppe ACQUISTAPACE	Teresio TESTA Alberto REBOSIO
MPS LEASING & FACTORING	Simone MANGANELLI Riccardo NERI	Simone PASQUINI
SACE FCT	Antonio ROMEO Ezio Franco BORCIANI	Paolo ALFIERI
SERFACTORING	DIREZIONE GENERALE	Sergio MEREGHETTI
SG FACTORING	DIREZIONE GENERALE	Carlo MESCIERI
UBI FACTOR	Luca OLDRINI	Sergio PASSONI
UNICREDIT FACTORING	Francesco OIENI Laura BINUCCI	Roberto FIORINI

(*) Coordinatore della Commissione

(**) Presidente della Commissione

Associazione Italiana per il Factoring

assifact@assifact.it - www.assifact.it

20122 Milano, via Cerva 9

Cod.Fisc. 97067880159

Tel. 0276020127 - Fax: 0276020159

Partita I.V.A. 10316950152

Verbale riunione della Commissione Tecnica

Marketing e comunicazione

Data e luogo

24 gennaio 2019, h. 11.00 presso Assifact, via Cerva 9 Milano.

Ordine del giorno

1. Approvazione verbale della riunione precedente
2. Stato avanzamento lavori Gdl Value Proposition del factoring
3. Case history factoring
4. Varie ed eventuali

Presenti

Cfr. Foglio presenze allegato

Verbale

1. Approvazione verbale della riunione precedente

Il verbale della riunione precedente (9 marzo 2018) è approvato all'unanimità senza modifiche.

Si segnala quanto segue:

- Avendo intrapreso una nuova sfida professionale, Anna Mascioni ha lasciato il ruolo di Coordinatore della Commissione. Il ruolo di Coordinatore viene quindi accentrato su Carlo Sadar, mentre le attività seguite dalla dott.ssa Mascioni potranno essere svolte da un Gdl apposito con un proprio Coordinatore interno;
- Il Gdl Value proposition ha svolto gli approfondimenti assegnati e presenta nella riunione odierna il risultato dei lavori in vista della presentazione in Comitato Esecutivo di Assifact;
- Il progetto "Case history nel factoring" è stato avviato (cfr All. 3 e 4). Ulteriori informazioni nella discussione di cui al punto 3.

2. Stato avanzamento lavori Gdl Value Proposition del factoring

Il Presidente Alessandro Ricco ringrazia i colleghi che hanno lavorato al tema del rinnovamento della proposizione di valore del factoring. Tale attività è mirata a favorire una migliore comprensione del prodotto e dei benefici offerti da parte della clientela attuale e potenziale e da parte delle reti distributive.

Il risultato è un documento programmatico, in forma di slides, che riassume i principi chiave che il Gdl propone di enfatizzare.

Su invito del Presidente, il Coordinatore Carlo Sadar procede ad illustrare i contenuti del documento.

Il progetto ha natura strategica e consiste in un processo che si sviluppa contemporaneamente lungo più canali. Si ritiene che il focus debba essere, in particolare, sulla componente di servizio e sugli aspetti connessi ai livelli di servizio e all'innovazione di prodotto, con enfasi sui profili di innovazione tecnologica. Il messaggio va differenziato per categorie di destinatari, così come gli strumenti. Si enfatizza la necessità di contributi focalizzati, snelli e di rapida fruizione. Si richiama l'opportunità, ove possibile, di fare leva su dati, progetti e contenuti già disponibili o elaborati da altri Gruppi di lavoro.

Rispetto al documento esaminato, la Commissione:

- Condivide l'approccio e le modalità di presentazione proposte dal Gdl
- Sottolinea come il paniere di prodotti del factoring sia particolarmente ricco e specializzato, confermando la necessità di irrobustire gli strumenti a supporto della rete distributiva, da non porre in subordine ma in contemporanea con le attività verso la clientela
- Evidenzia, in ogni caso, l'opportunità di non trascurare gli aspetti finanziari per le PMI ed in particolare il profilo della maggiore facilità di accesso al credito tramite il factoring grazie alla integrazione del merito creditizio del cliente
- Suggerisce di includere, fra le attività in prospettiva, lo sviluppo di un preciso piano editoriale e il potenziamento degli strumenti di comunicazione dell'Associazione.

La Commissione ringrazia il Gruppo di lavoro, approva quindi il documento con alcune modifiche ed invita il Presidente ed il Coordinatore a presentarlo al Comitato Esecutivo.

3. Case history factoring

Si aggiorna la Commissione sull'iniziativa di diffusione di Case History di successo del factoring, facendo un breve excursus storico per i nuovi membri della Commissione presenti alla riunione.

Con l'obiettivo di contribuire alla diffusione della conoscenza del prodotto factoring e delle sue potenzialità, l'Associazione ha avviato, previo confronto e discussione in sede di Commissione, l'iniziativa di raccolta presso gli Associati di un catalogo di operazioni di factoring di particolare interesse e rilevanza che potessero destare l'interesse dei media per ottenere uscite "esclusive" su rubriche e testate dedicate alle imprese (comunicazione Ns. Rif. 179/18/VD del 5 aprile 2018 e successiva Ns. Rif. 274/18/VD del 15 giugno 2018 - in allegato per pronto riferimento).

Ad oggi l'Associazione ha già raccolto, tramite un format condiviso con gli Associati che hanno comunicato la loro adesione (in allegato per pronto riferimento), quattro casi che coprono tipologie di operazioni e di clientela diversificate:

- factoring tradizionale pro solvendo con cessione dei crediti in massa e anticipazione in monte
- reverse factoring
- acquisto a titolo definitivo, con LIR, con debitori appartenenti al segmento della P.A.
- confirming

Gli Associati conferenti sono Generalfinance, Ifitalia, Mediocredito, Ubi Factor.

Alla luce delle casistiche, il consulente esterno di media relation “Giovanna Marchi Comunicazione” sta prendendo contatto con i giornalisti e redattori di alcune delle principali testate nazionali per pianificare una serie di uscite dedicate al factoring, ognuna delle quali accentrata su una casistica specifica.

I casi saranno quindi oggetto di pubblicazione e approfondimento, singolarmente e in via autonoma, sulle testate contattate, con tagli e tempistiche diversificate in relazione alla contestualizzazione scelta dal giornalista. L’arco temporale di pubblicazione è tuttavia concentrato in un range di un paio di mesi al massimo e su testate di equivalente diffusione. A seguito della pubblicazione sui media, i casi saranno poi riutilizzati nel contesto della comunicazione associativa (linkedin, web assifact, Fact&News, ecc). La diversificazione di testate e tempistiche consente di contattare una più ampia platea di soggetti e per un tempo più prolungato.

L’ipotesi di uno speciale sul factoring con la pubblicazione di tutte le casistiche contemporaneamente sullo stesso numero appare allo stato poco perseguibile, salvo la volontà di realizzare un publiredazionale. Si ritiene peraltro che questa strada, oltre alla necessità di stanziare un budget, non sia la soluzione migliore. L’alternativa, in assenza di risorse da stanziare ad hoc, è utilizzare i casi sugli strumenti di comunicazione associativa (Social e Newsletter) ma la diffusione non sarebbe ovviamente quella di media di tiratura nazionale.

Gli Associati conferenti presenti alla riunione condividono le modalità proposte di utilizzo dei casi.

Lo staff associativo si fa carico di portare avanti l’iniziativa con Giovanna Marchi e aggiornare tempestivamente gli Associati sugli sviluppi, anche in relazione alla necessità di ottenere eventuali liberatorie dai clienti coinvolti nelle casistiche contribute.

4. Varie ed eventuali

Non essendovi altri argomenti da discutere, la seduta viene tolta alle 13.00.

Follow up

- Finalizzare documento “Aggiornare la Value proposition del factoring: servizio e tecnologia”
- Monitorare sviluppi progetto Case history factoring

Allegati

1. Foglio presenze
2. Documento “Aggiornare la Value proposition del factoring: servizio e tecnologia” (aggiornato alla presente riunione)
3. Ns. Rif. 274/18/VD - Iniziativa di comunicazione associativa - Diffusione Case History di successo del factoring
4. Diffusione Case History di successo del factoring - Scheda raccolta dati e presentazione del caso

RIUNIONE DELLA COMMISSIONE MARKETING E COMUNICAZIONE

24 gennaio 2019 - ore 11.00

Assifact è impegnata nel rispettare a pieno le leggi antitrust italiane ed europee. Pertanto, i lavori e le discussioni devono seguire quanto stabilito nell'ordine del giorno ed essere condotti nel rispetto della vigente normativa Antitrust, del Modello di organizzazione e gestione associativo, del Codice etico e del Codice Antitrust che vi sono stati messi a disposizione precedentemente al momento delle nomine e comunque in occasione della riunione. Ogni partecipante alla riunione è tenuto ad evitare ogni discussione che possa in via diretta o indiretta, esplicita o implicita, porsi in contrasto con le norme che regolano la concorrenza. A tal fine è necessario evitare il rilascio e lo scambio di informazioni sensibili, sia in forma orale che scritta, che possano avere effetti sulle proprie o altrui strategie commerciali (es. dati non pubblici relativi a politiche di pricing, strategie di marketing e comunicazione, costi e ricavi, condizioni commerciali). Quanto sopra riguarda sia le discussioni in riunione, sia le conversazioni informali prima e dopo l'incontro. Ogni partecipante deve essere consapevole che le suestese indicazioni hanno carattere meramente esemplificativo e non esaustivo e che pertanto è necessario adottare la massima cautela ed evitare di discutere durante la riunione di temi sui quali non si abbia la certezza che siano conformi alla disciplina antitrust. Con la firma del "foglio presenze" e la partecipazione alla riunione si esprime l'accettazione del Codice Antitrust di Assifact con assunzione di responsabilità per il rispetto delle norme a tutela della concorrenza.

PRESENZE

Coordinatore:

BARCLAYS BANK

Carlo SADAR



Presidente:

BARCLAYS BANK

Alessandro RICCO



Membri:

AOSTA FACTOR

Roberto PERRUQUET

BANCA CARIGE

Walter CAPPO



BANCA FARMAFACTORING

Alessia CAPPELLI



BANCA IFIS

~~CARMELA CARBOTTI~~
Mara DI GIORGIO



BANCA SISTEMA

Federico BACCIOLO

Patrizia SFERRAZZA



BANCO DI DESIO E DELLA BRIANZA

DIREZIONE GENERALE



BARCLAYS BANK

Carlo SADAR



BCC FACTORING

Aldo BODINI



BURGO FACTOR

DIREZIONE GENERALE



CLARIS FACTOR

DIREZIONE GENERALE





CREDEMFACTOR

DIREZIONE GENERALE

CREDIMI

Gianmarco MOLINARI



CREDIT AGRICOLE EUROFACTOR

Roberto COSMO

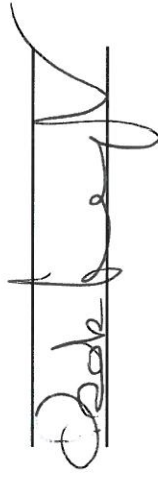
Alberto BENEGGI

EMIL-RO FACTOR

Paolo PAGANI

EXPRIVIA

Paola LONGHI



FACTORCOOP

DIREZIONE GENERALE

FACTORIT

Andrea DE PINO

FERCREDIT

DIREZIONE GENERALE



FIDIS

DIREZIONE GENERALE

GBM BANCA

Niccolò PANELLA

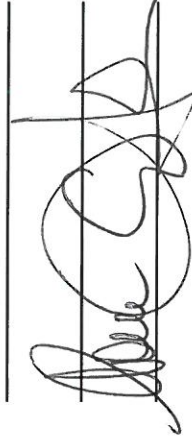
GE CAPITAL FUNDING SERVICES

Francesco SCIONTI

GENERALFINANCE

Barbara ADAMI LAMI

Marco GHISLANDI



IBM ITALIA SERVIZI FINANZIARI

DIREZIONE GENERALE

IFITALIA

Francesco CARBONARO

Elena BASSETTI



MBFACTA

Carlo GIORGI

MEDIOCREDITO ITALIANO

Giuseppe ACQUISTAPACE



MPS LEASING & FACTORING

Simone MANGANELLI

Riccardo NERI

SACE FCT

Antonio ROMEO

Ezio Franco BORCIANI

SERFACTORING

DIREZIONE GENERALE

SG FACTORING

DIREZIONE GENERALE

UBI FACTOR

Luca OLDRINI

UNICREDIT FACTORING

Laura BINUCCI

FRANCESCO VOLPINARI
FRANCESCO OTENT



ASSIFACT

Nicoletta BURINI

Nicoletta Burini

Valeria FUMAROLA

Diego TAVECCHIA

Diego Tavecchia





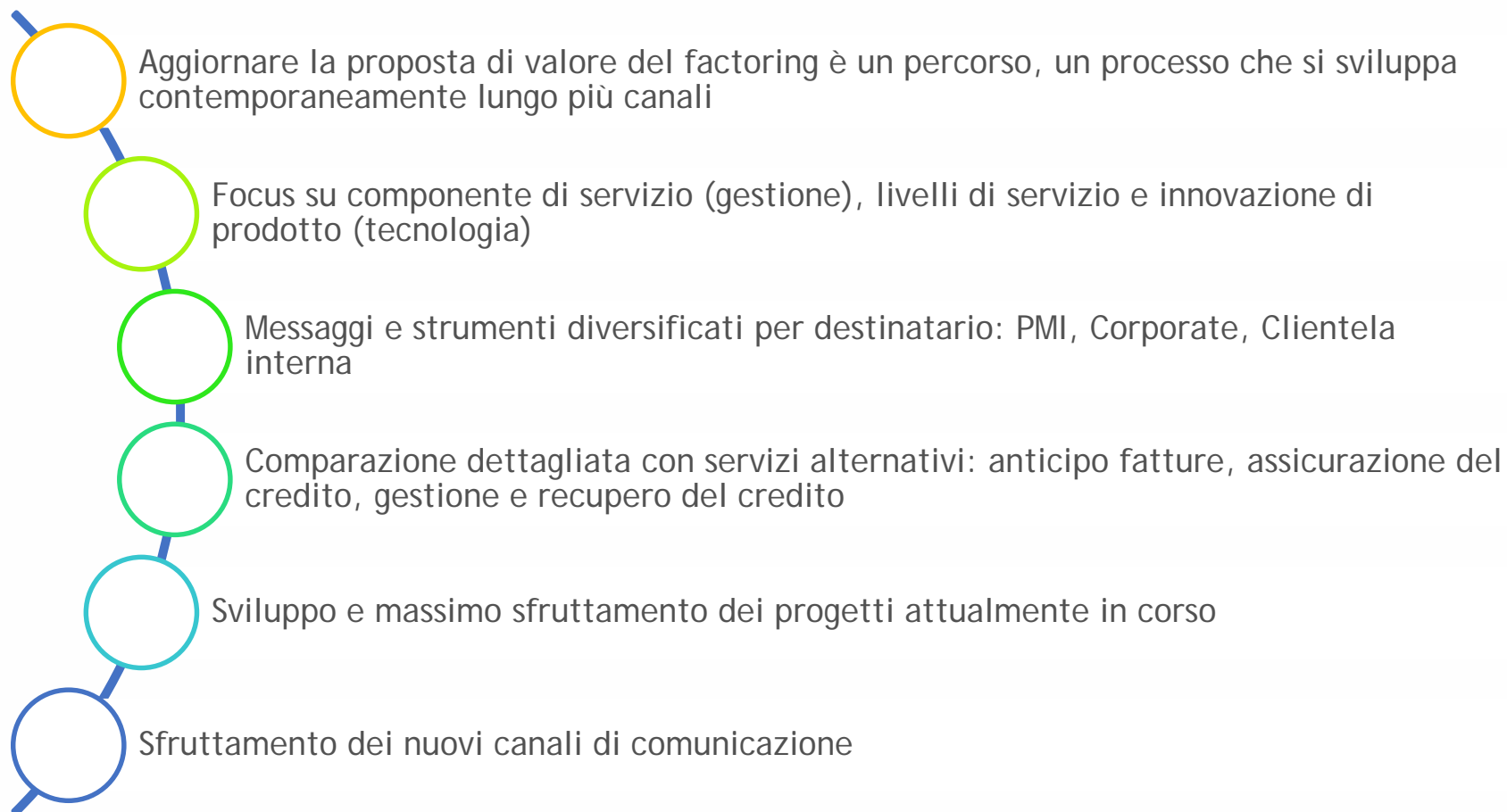
ASSIFACT

Associazione Italiana per il Factoring

Aggiornare la Value proposition del factoring: servizio e tecnologia

Concetti chiave

«Il factoring riscopre se stesso e si aggiorna»



Il contesto competitivo odierno

Perché è opportuno aggiornare la proposta di valore del factoring?

La domanda

- le imprese richiedono sempre più rapidità nei tempi di erogazione
- sono mutati i fabbisogni delle imprese
 - corporate: verso operazioni IFRS e Supply chain finance
 - PMI: forme alternative di smobilizzo e finanziamento del circolante (es. cartolarizzazioni, FinTech)
- le imprese tendono a preferire strumenti innovativi e user friendly

L'offerta

- i factor sono sovente emanazione di gruppi bancari o “banca”
- i processi talvolta si appiattiscono su quelli bancari
- I canali distributivi si sono diversificati per migliorare la penetrazione ma allo stesso tempo hanno determinato una diluizione dell'expertise di prodotto
- il contesto dei tassi sfavorisce i servizi ad alto valore aggiunto come il factoring nel confronto dei costi con i finanziamenti tradizionali

Il contesto competitivo

- Le nuove tecnologie stanno aprendo la strada a nuove soluzioni di supporto al working capital e a nuovi attori
- Emergono nuovi modelli di servizio focalizzati su rapidità e semplicità di utilizzo in risposta a nuove esigenze della clientela
- L'evoluzione delle piattaforme digitali e l'introduzione della fatturazione elettronica come «game changer»



Il factoring 2.0

Le chiavi di lettura

Rinnovare la tradizione del factoring

- Il factoring svolge un ruolo rilevante nella gestione del capitale circolante delle imprese, i cui benefici sono spesso sottovalutati dalle imprese e non adeguatamente trasferiti dalla rete di vendita
- Il cliente sovente non percepisce e non valorizza adeguatamente il servizio offerto, che viene svilito e considerato un «costo» e non un reale «valore aggiunto», focalizzandosi esclusivamente sulla componente finanziaria
- Il factoring si può porre sempre più come strumento per la gestione e l'ottimizzazione del capitale circolante netto, operando sia sul ciclo attivo che sul ciclo passivo
- È opportuno «riscoprire» il factoring come servizio, spiegarne nel concreto i meccanismi di funzionamento e i benefici e valorizzarne le differenze con strumenti alternativi

Riconoscere e sviluppare il ruolo della tecnologia

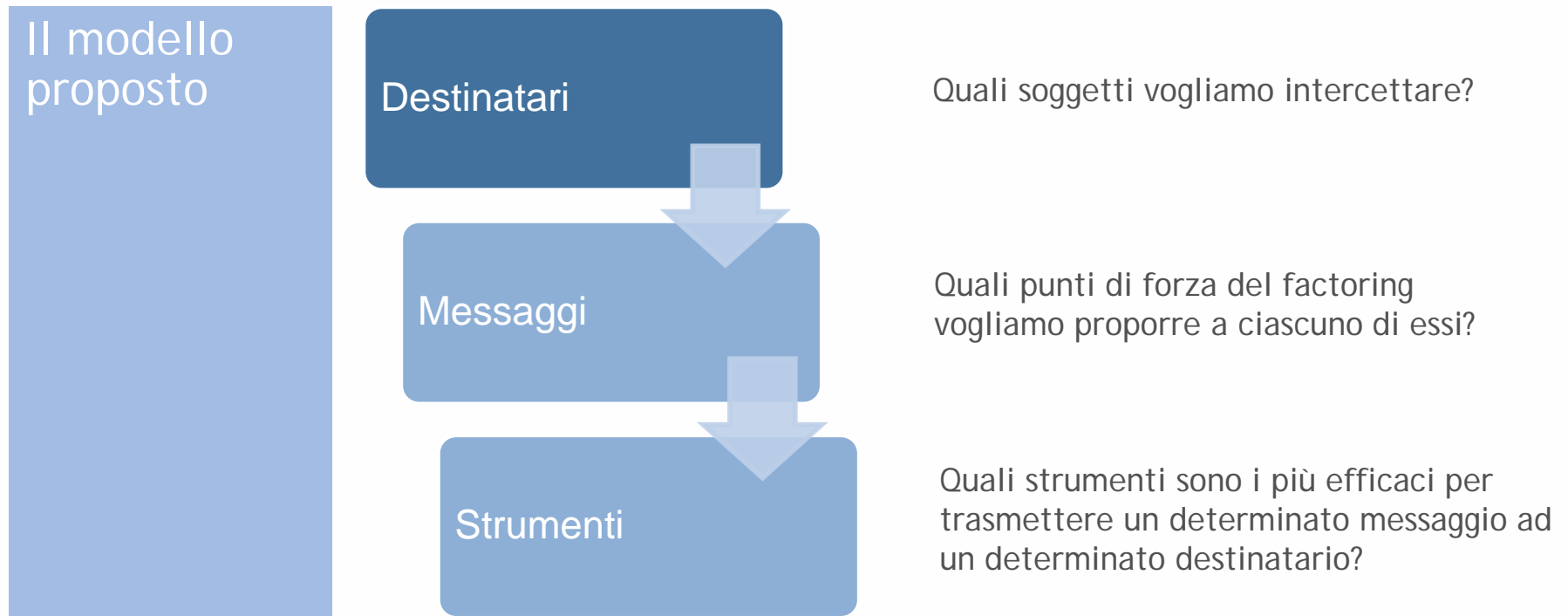
- Il factoring è proiettato verso l'innovazione tecnologica, che va considerata come un'opportunità e non un rischio
- La clientela è sempre più attratta da soluzioni innovative ed alternative, con cui interfacciarsi in modo semplice ed immediato comprimendo i tempi fra la richiesta e il suo soddisfacimento
- Il factoring, in alcune delle forme assunte, si pone già oggi come uno strumento ad alto contenuto tecnologico, grazie all'utilizzo di piattaforme digitali a supporto dell'operatività
- In prospettiva, l'introduzione della fattura elettronica può accelerare il processo di dematerializzazione dei processi e la domanda di servizi digitali a supporto del capitale circolante
- È opportuno valorizzare e sviluppare il contenuto tecnologico del prodotto, evidenziandone i benefici



Il factoring 2.0

Ri-costruire una cultura del prodotto ... nel mondo di oggi

Aggiornare, enfatizzare e diffondere la proposta di valore del factoring per i prossimi anni è un processo che coinvolge l'associazione e gli associati



I destinatari

Chi vende...e chi compra

Le imprese

- le **imprese di grandi dimensioni** mostrano elevata conoscenza del prodotto e profonda comprensione delle proprie esigenze, ponendo maggior attenzione agli effetti sul bilancio
- le **imprese piccole e medie** sovente ricercano fonti di liquidità alternative al credito bancario, sorvolando o non approfondendo i possibili benefici derivanti da un uso più esteso ed ottimale del prodotto e dei servizi offerti

Le banche

- nei **gruppi bancari** e nelle **banche più strutturate** si registra la tendenza, al di fuori della divisione o società di factoring, ad assimilare il prodotto all'anticipo bancario
- la **rete di vendita** spesso non ha gli strumenti adeguati a convincere la clientela della bontà dei servizi di gestione e garanzia, con il rischio di "svendere" il prodotto o "scontentare" il cliente



I messaggi

Messaggi differenziati per tipologie di clienti con competenze ed esigenze diverse

	Corporate	PMI	Banche e reti distributive (clienti interni)
Priorità di intervento	Medio-bassa	Elevata	Elevata
Messaggi chiave	<p>Il factoring a supporto del bilancio</p> <p>Il factoring a supporto della filiera</p> <p>Il factoring come servizio ad elevato contenuto tecnologico per l'ottimizzazione del circolante</p>	<p>Il factoring come servizio ad elevato valore aggiunto</p> <p>Approccio consulenziale: mercati, rapporti commerciali, programmi di filiera, struttura finanziaria</p> <p>Il factoring come partner per l'internazionalizzazione</p> <p>Facilità di accesso, semplicità di utilizzo e rapidità di esecuzione</p>	Tutti i precedenti
Prodotti da enfatizzare	Cessione del credito IFRS Reverse factoring Confirming Piattaforme digitali ciclo attivo/passivo sia domestico che internazionale	Factoring pro solvendo e pro soluto Factoring digitale	Tutti i precedenti



Piccole e medie imprese

Il messaggio

Il factoring come servizio integrato, non solo finanziamento

Il factor incassa prima e meglio

Il pro soluto come garanzia più semplice e completa rispetto all'assicurazione del credito

Il factor come consulente e partner nello sviluppo del business

Il factor supporta l'impresa nell'acquisizione di nuovi clienti, nell'ingresso in nuovi mercati e nell'internazionalizzazione

Il factor propone soluzioni per sostenere ed ottimizzare la struttura finanziaria dell'impresa

Accesso ai servizi di factoring semplice ed immediato grazie all'innovazione tecnologica

Le nuove tecnologie e il ricorso alle piattaforme digitali rendono l'accesso al factoring più snello e l'utilizzo quotidiano più semplice



Piccole e medie imprese

Gli strumenti

Strumenti informativi

- Documenti informativi e brochure
- Brevi video focalizzati
- Analisi comparative per illustrare differenze di funzionamento
- Case history

Strumenti di supporto

- Raccolta/elaborazione dati sulla bontà del servizio di gestione (DSO medi, capacità di recupero dei crediti scaduti ...)
- Raccolta/elaborazione dati sul livello di servizio (tempi medi di erogazione, uso piattaforme digitali ...)



Sfruttare al massimo le altre iniziative associative (es. GdI Analisi dei processi produttivi)



Operazioni IFRS compliant per ottimizzare il working capital

Il Factor acquista i crediti a titolo definitivo, liberando immediatamente liquidità e migliorando gli indici di bilancio

Il factor come partner per la gestione del ciclo passivo

I servizi offerti aiutano a valorizzare e sviluppare le relazioni di filiera, supportando e fidelizzando i fornitori nella prospettiva della Supply Chain Finance

Piattaforme digitali customizzate

Il factor predispone insieme al cliente la piattaforma digitale per le operazioni di Supply Chain Finance, ottimizzando i flussi informativi in un ambiente flessibile



Strumenti informativi

- Brevi video focalizzati
- Analisi comparative per illustrare differenze nelle prestazioni di servizio
- Case history

Strumenti di supporto

- Raccolta/elaborazione dati su Supply Chain Finance (reverse factoring / confirming)
- Valorizzazione collaborazione con Osservatorio Supply Chain Finance per modelli operativi e dati



Banche / rete di vendita

Gli obiettivi

1. Sviluppare e diffondere la conoscenza:

- del prodotto
- delle sue caratteristiche di funzionamento
- dei benefici
- delle differenze rispetto a prodotti alternativi

2. Migliorare l'efficacia del canale distributivo attraverso:

- maggiore incisività nella rappresentazione dei benefici non finanziari dell'operazione
- maggiore chiarezza e trasparenza nel differenziare il servizio rispetto alle alternative illustrandone i meccanismi di funzionamento e le prestazioni di servizio, anche in relazione a strumenti diversi
- concorrenza non solo sul prezzo, ma anche sul livello di servizio



Banche / rete di vendita

Gli strumenti

Strumenti informativi

- Brevi video focalizzati
- Analisi comparative per illustrare differenze di funzionamento
- Education (corsi di approfondimento ecc...)
- Community

Strumenti di supporto

- Tutti i precedenti



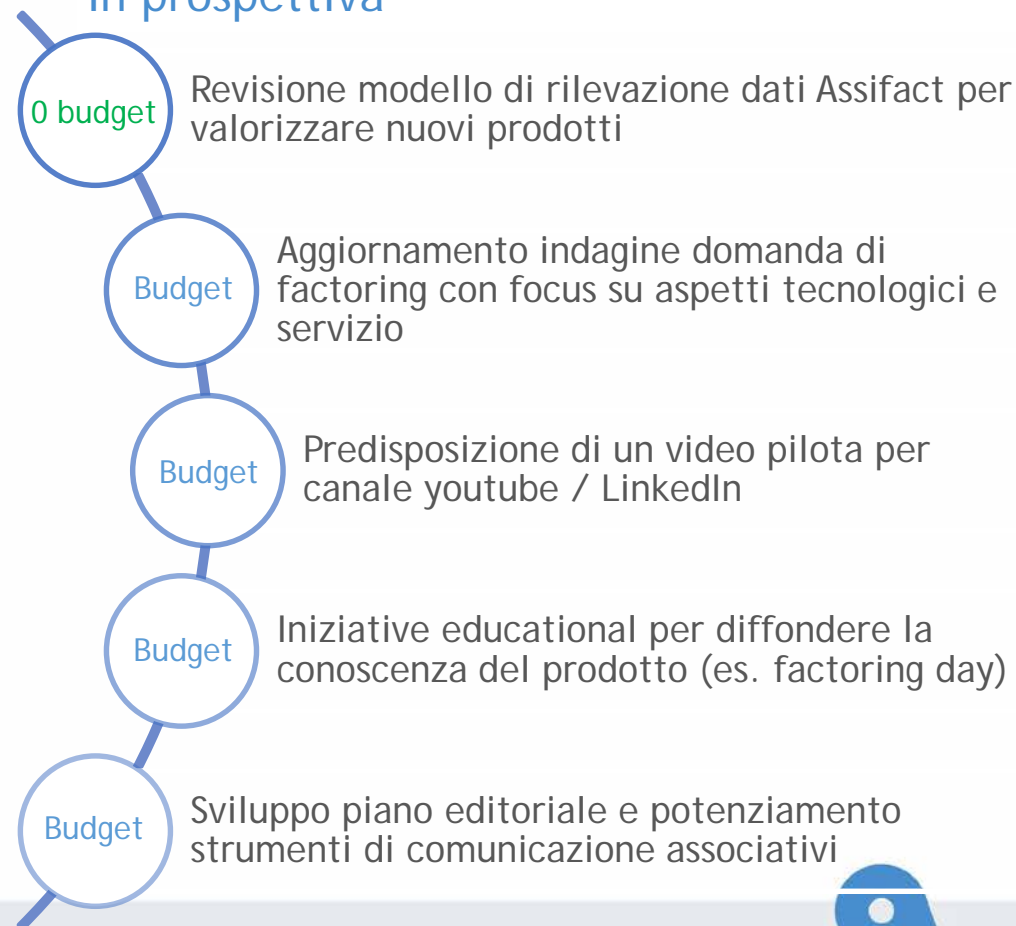
I progetti

Le attività già in corso e prospettiche da parte dell'Associazione

I progetti in corso



In prospettiva



Ns. Rif.: 274/18/VD

Milano, 15 giugno 2018

OGGETTO: Iniziativa di comunicazione associativa - Diffusione Case History di successo del factoring

Cordiali saluti

Il Segretario Generale
Alessandro Carretta**DISTRIBUZIONE:**

e p.c.:

		COMMISSIONE MARKETING E COMUNICAZIONE
AOSTA FACTOR	Marziano BOSIO	Roberto PERRUQUET
BANCA CARIGE	Walter CAPPO	Walter CAPPO
BANCA FARMAFACTORING	Massimiliano BELINGHERI	Alessia CAPPELLI
BANCA IFIS	Alberto STACCIONE Raffaele ZINGONE	Mara DI GIORGIO Federico BACCIOLO
BANCA SISTEMA	Marco POMPEO Fausto GALMARINI	DIREZIONE GENERALE
BANCO DI DESIO E DELLA BRIANZA	Giuseppe CASTIGLIA	DIREZIONE GENERALE
BARCLAYS BANK	Alessandro RICCO	Carlo SADAR (*) Alessandro RICCO (**)
BCC FACTORING	DIREZIONE GENERALE Carlo NAPOLEONI	Aldo BODINI
BURGO FACTOR	Ugo BERTINI	DIREZIONE GENERALE
CLARIS FACTOR	DIREZIONE GENERALE	DIREZIONE GENERALE
CREDEMFACTOR	Luciano BRAGLIA	Fabrizio AVALLONE
CREDIMI	DIREZIONE GENERALE Luca BOTTONE	Gianmarco MOLINARI
CREDIT AGRICOLE EUROFACTOR	Ivan TOMASSI	Roberto COSMO Alberto BENECCI
EMIL-RO FACTOR	Paolo LICCIARDELLO Vittorio GIUSTINIANI	Paolo PAGANI
EXPRIVIA	Gianluigi RIVA	Paola LONGHI
FACTORCOOP	Franco TAPPARO	DIREZIONE GENERALE
FACTORIT	Antonio DE MARTINI	Andrea DE PINO
FERCREDIT	Giacomo PORRECA Stefano PIERINI	DIREZIONE GENERALE
FIDIS	Andrea FAINA	DIREZIONE GENERALE
GBM BANCA	DIREZIONE GENERALE Tiziana CATUOGNO	Niccolò PANELLA
GE CAPITAL FUNDING SERVICES	Emiliano VERNIERO	Francesco SCIONTI
GENERALFINANCE	Massimo GIANOLLI	Riccardo GIANOLLI Luca GAUDIANO
IBM ITALIA SERVIZI FINANZIARI	Bruno PASERO	DIREZIONE GENERALE
IFITALIA	Gianluca LAURIA	Francesco CARBONARO Elena BASSETTI
MBFACTA	Enrico BUZZONI	Carlo GIORGI
MEDIOCREDITO ITALIANO	Teresio TESTA Alberto REBOSIO	Giuseppe ACQUISTAPACE
MPS LEASING & FACTORING	Enzo NICOLI	Simone MANGANELLI Riccardo NERI
SACE FCT	Paolo ALFIERI	Antonio ROMEO Ezio Franco BORCIANI
SERFACTORING	Sergio MEREGHETTI	DIREZIONE GENERALE
SG FACTORING	Carlo MESCIERI	DIREZIONE GENERALE
UBI FACTOR	Sergio PASSONI	Luca OLDRINI
UNICREDIT FACTORING	Roberto FIORINI	Francesco MOLINARI Laura BINUCCI

(*) Coordinatore della Commissione

(**) Presidente della Commissione



ASSIFACT

Associazione Italiana per il Factoring

L'Associazione auspica di avviare quanto prima l'iniziativa di comunicazione *%Case History di successo del factoring+*, deliberata dal Consiglio di Assifact nella riunione del 21 marzo u.s. e già descritta nella precedente comunicazione ns. rif. 179/18/VD del 5 aprile 2018 (in allegato per pronto riferimento).

Vi preghiamo pertanto di comunicare con tempestività alla Segreteria Assifact (efact@assifact.it) l'intenzione di codesta Associata di partecipare o meno all'iniziativa e, in caso positivo, di segnalare un nominativo di riferimento da contattare per avviare la raccolta della casistica.

Ns. Rif.: 179/18/VD

Milano, 5 aprile 2018

OGGETTO: Iniziativa di comunicazione associativa È Diffusione Case History di successo del factoring

Cordiali saluti

Il Segretario Generale
Alessandro Carretta

DISTRIBUZIONE:

AOSTA FACTOR	Marziano BOSIO
BANCA CARIGE	Walter CAPPO
BANCA FARMAFACTORING	Massimiliano BELINGHERI
BANCA IFIS	Alberto STACCIONE
BANCA SISTEMA	Raffaele ZINGONE
BANCO DI DESIO E DELLA BRIANZA	Marco POMPEO
BARCLAYS BANK	Fausto GALMARINI
BCC FACTORING	Giuseppe CASTIGLIA
BURGO FACTOR	Alessandro RICCO
CLARIS FACTOR	DIREZIONE GENERALE
CREDEMFACTOR	Carlo NAPOLEONI
CREDIT AGRICOLE EUROFACTOR	Ugo BERTINI
EMIL-RO FACTOR	DIREZIONE GENERALE
EXPRIVIA	Luciano BRAGLIA
FACTORCOOP	Ivan TOMASSI
FACTORIT	Paolo LICCIARDELLO
FERCREDIT	Vittorio GIUSTINIANI
FIDIS	Gianluigi RIVA
GE CAPITAL FUNDING SERVICES	Franco TAPPARO
GENERALFINANCE	Antonio DE MARTINI
IBM ITALIA SERVIZI FINANZIARI	Giacomo PORRECA
IFITALIA	Stefano PIERINI
MBFACTA	Andrea FAINA
MEDIOCREDITO ITALIANO	Emiliano VERNIERO
MPS LEASING & FACTORING	Massimo GIANOLLI
SACE FCT	Bruno PASERO
SERFACTORING	Gianluca LAURIA
SG FACTORING	Enrico BUZZONI
UBI FACTOR	Teresio TESTA
UNICREDIT FACTORING	Alberto REBOSIO
	Enzo NICOLI
	Paolo ALFIERI
	Sergio MEREGHETTI
	Carlo MESCIERI
	Sergio PASSONI
	Roberto FIORINI

Fra i principali compiti istituzionali, l'Associazione persegue con impegno quello di contribuire alla diffusione della conoscenza del prodotto factoring e delle sue potenzialità, quale strumento principe per la gestione e il finanziamento del capitale circolante delle imprese.

Con questa finalità, la Commissione Marketing e Comunicazione ha valutato, condiviso e promosso un'iniziativa di comunicazione, approvata dal Consiglio di Assifact nella riunione del 21 marzo u.s., che si concretizza nella diffusione, tramite selezionati strumenti di comunicazione, di una casistica di operazioni di factoring di successo.

L'idea è quella di:

- ✓ raccogliere presso gli Associati un catalogo di operazioni di factoring di particolare interesse e rilevanza;
- ✓ intervistare le controparti (cedenti o debitori ceduti) coinvolte nell'operazione;
- ✓ evidenziare le finalità e i vantaggi perseguiti con l'operazione in relazione agli obiettivi raggiunti dall'impresa;
- ✓ divulgare la descrizione dell'operazione tramite uscite **%esclusive+** su rubriche e testate dedicate alle imprese (p.e. Imprese e Territorio de IlSole24Ore, L'impresa, etc.), sulla newsletter associativa, su sito e sui profili social Assifact (LinkedIn o video-interviste sul canale YouTube).

In particolare, le informazioni raccolte sui casi e la relativa descrizione prevedono l'approfondimento del profilo qualitativo, relativo alle caratteristiche e alle attese dei clienti, ai servizi di gestione e smobilizzo / finanziamento che sono stati maggiormente apprezzati e agli obiettivi raggiunti dall'impresa con la realizzazione dell'operazione. Preme inoltre segnalare che le operazioni saranno descritte, se richiesto, garantendo **%anonimato+** delle società di factoring coinvolte.

In base alle adesioni e alle casistiche raccolte, sarà possibile pianificare un piano editoriale con i casi di successo che gli Associati sono disposti a fornire, con il consenso dei propri clienti, schedato anche in base alle principali tematiche che di volta in volta si vogliono evidenziare.

Nel caso principale di uscite **%esclusive+** sulla stampa, l'intervista ai clienti sarà condotta dal giornalista di riferimento, sulla base di materiali e virgolettati concordati a monte con l'Associazione e con il cliente stesso. I contenuti saranno pertanto concordati prima della divulgazione.

La presente lettera ha l'obiettivo di presentare l'iniziativa a tutti gli Associati e procedere concretamente alla realizzazione della stessa, raccogliendo le adesioni e la disponibilità a fornire informazioni e contatti con i clienti.

Per fare ciò, ogni Società deve verificare al proprio interno:

- con l'alta direzione: la disponibilità a fornire i dati e i contatti.
- con la funzione compliance / legale: il livello di disclosure che è possibile dare e ulteriori eventuali aspetti legali da tener presenti;
- con la funzione commerciale: la presenza di operazioni di interesse e la disponibilità dei clienti;

Si invitano gli Associati a esprimere entro metà aprile la propria adesione e a fornire i contatti interni per l'avvio del progetto.