

**Comitato Esecutivo del 3 maggio 2022**

**Punto 8 all' ODG  
Attività delle Commissioni Tecniche e dei Gruppi di lavoro**

**allegato 8.2  
Piano di comunicazione 2022**

## Piano di comunicazione 2022

### obiettivi, strategie e azioni del progetto di comunicazione

Attraverso il Piano di Comunicazione annuale (di seguito “Piano”), Assifact intende programmare un set di strumenti e azioni coordinati, per raggiungere obiettivi di comunicazione funzionali agli obiettivi strategici dell’Associazione.

Il Piano è uno strumento interno di programmazione ma vuole anche essere uno strumento per rafforzare la relazione con gli Associati. Un modo per coinvolgere i principali Stakeholders del settore nella costruzione di un “piano di comunicazione integrato” con l’obiettivo di rafforzare l’identità del settore e la rappresentanza istituzionale dell’Associazione.

Il Piano è condiviso con la Commissione Comunicazione e Marketing e ne è data notizia in Consiglio. Il Piano presenta una prima parte in cui sono esposti gli obiettivi e i pubblici di riferimento e una seconda parte che definisce il piano operativo con indicazioni delle azioni in continuità e delle azioni nuove.

A partire dal prossimo anno il documento conterrà una ulteriore parte che riporterà il monitoraggio del Piano dell’anno precedente.

### 1. Assifact ha fissato alcuni obiettivi strategici considerati prioritari e coerenti con quanto stabilito nello Statuto

#### **Obiettivi strategici**

- Collaborare all'analisi e alla soluzione delle problematiche interessanti il factoring
- Fornire supporto ai propri Associati attraverso un'attività di studio, informazione, assistenza tecnica e formazione ad hoc
- Rappresentare gli interessi del comparto nei confronti del sistema economico e finanziario, delle autorità monetarie e di vigilanza, dei pubblici poteri in Italia e all'estero
- Diffondere la conoscenza del prodotto e del settore del factoring presso i clienti attuali o potenziali e nel Paese in generale

### 2. Tali obiettivi strategici si riflettono negli obiettivi di gestione e in quelli di comunicazione, nonché nel piano di comunicazione conseguente

#### **Obiettivi di comunicazione**

##### **Obiettivi generali**

- Sostenere lo standing del marchio affinché Assifact rimanga sempre un interlocutore autorevole e dunque possa impegnarsi con efficacia nel perseguimento dei propri obiettivi strategici
- Sviluppare il processo di sostenibilità dell’Associazione e garantire l’introduzione dei parametri ESG anche all’interno di Assifact

##### **Obiettivi specifici**

- Fidelizzare gli Associati
- Valorizzare l’attività quotidiana di studio, informazione, assistenza tecnica
- Aumentare la vendita di formazione
- Sviluppare partnership prestigiose per l’analisi di temi d’attualità per il factoring

- Promuovere i rapporti con le autorità, i pubblici poteri e la PA
- Promuovere i rapporti diretti con le Capogruppo dei propri Associati
- Aumentare gli Associati interessanti
- Individuare fonti aggiuntive di finanziamento

**Obiettivi comunicazione di prodotto**

- Comunicare le caratteristiche peculiari del prodotto factoring ai clienti-imprese
- Sottolineare la componente di servizio
- Evidenziare nuovi usi per il prodotto esistente nonché usi e vantaggi diversificati per tipologia di clientela (PMI, corporate)
- Rimarcare i vantaggi rispetto alle alternative di finanziamento: il factoring è un servizio integrato e non solo un finanziamento
- Fare cultura sulla buona gestione del capitale circolante (educazione finanziaria) e sul ruolo del factoring nella gestione del ciclo attivo e passivo
- Dare rilievo alle evoluzioni del prodotto (piattaforme digitali e SCF)

**Obiettivi di comunicazione interna**

- Favorire il circuito interno d'informazione tra Assifact e i suoi Associati
- Rafforzare lo spirito associativo e aumentare il contributo degli Associati per la stesura dei position paper e delle proposte di settore
- Coinvolgere maggiormente gli Associati sostenitori

### 3. In base agli obiettivi definiti si sono individuati alcuni target di riferimento

Obiettivo	Pubblici di riferimento
<b>Sostenere lo standing del marchio affinché Assifact rimanga sempre un interlocutore autorevole e dunque possa impegnarsi con efficacia nel perseguimento dei propri obiettivi strategici</b>	Associati - Capogruppo - Clienti prodotto factoring (PMI e Corporate) - Autorità, pubblici poteri e PA - Partner istituzionali - Media
<b>Fidelizzare gli Associati</b>	Associati
<b>Valorizzare l'attività quotidiana di studio, informazione, assistenza tecnica</b>	Associati – Capogruppo - Clienti prodotto factoring (PMI e Corporate) - Autorità, pubblici poteri e PA - Partner istituzionali – Media Altre Associazioni di categoria
<b>Aumentare la vendita di formazione</b>	Associati e Gruppi di appartenenza - Imprese e consulenti d'impresa tramite le associazioni di categoria (es. AITI - dottori commercialisti ...)
<b>Sviluppare partnership prestigiose per l'analisi di temi d'attualità per il factoring</b>	Società di consulenza - altri partner istituzionali
<b>Promuovere i rapporti con le autorità, i pubblici poteri e la PA</b>	Autorità, pubblici poteri e PA

<b>Promuovere i rapporti diretti con le Capogruppo</b>	Capogruppo (referenti funzioni corporate, relazioni istituzionali e lobbying, HR)
<b>Aumentare gli Associati interessanti</b>	Potenziali Associati interessanti da tenere monitorati (attività mirata di contatto su società selezionate)
<b>Individuare fonti aggiuntive di finanziamento</b>	Pubblici potenzialmente interessati a sponsorizzare gli eventi dell'Associazione, ad acquistare eventi a pagamento e ad aderire alla formazione
<b>Comunicazione di prodotto:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Comunicare le caratteristiche peculiari del prodotto factoring ai clienti-imprese</li> <li>– Sottolineare la componente di servizio</li> <li>– Evidenziare nuovi usi per il prodotto esistente nonché usi e vantaggi diversificati per tipologia di clientela</li> <li>– Rimarcare i vantaggi rispetto alle alternative di finanziamento: il factoring è un servizio integrato e non solo un finanziamento</li> <li>– Fare cultura sulla buona gestione del capitale circolante (educazione finanziaria) e sul ruolo del factoring nella gestione del ciclo attivo e passivo</li> <li>– Dare rilievo alle evoluzioni del prodotto (piattaforme digitali e SCF)</li> </ul>	Clienti prodotto factoring (PMI e Corporate) - Banche/reti di vendita
<b>Favorire il circuito interno d'informazione tra Assifact e i suoi Associati</b>	Associati, risorse interne
<b>Rafforzare lo spirito associativo e aumentare il contributo degli Associati nella formulazione dei paper di settore</b>	Associati
<b>Coinvolgere maggiormente gli Associati sostenitori</b>	Associati sostenitori

#### 4. Individuati gli obiettivi e i pubblici di riferimento, per ciascuno si ragiona in termini di:

<b>Strategia di comunicazione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cosa vogliamo ottenere? Finalità</li> <li>– Come lo vogliamo ottenere? Risultati attesi</li> <li>– Di quali mezzi disponiamo per la nostra comunicazione?</li> </ul>
-----------------------------------	---

	- Quali sono i tempi di realizzazione?
<b>Scelta dei contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quali valori e/o informazioni veicolare?</li> <li>- Quale leva creativa utilizzare? <ul style="list-style-type: none"> <li>o Messaggi <u>razionali</u>, con argomentazione, dimostrazione</li> <li>o Educativi e/o informativi</li> <li>o Richiamo a sensazioni ed <u>emozioni</u></li> <li>o Riferimento a persone simboliche, con cui il pubblico si <u>identifichi</u> (testimonial, transfer affettivo, situazione emozionale, Life Style)</li> </ul> </li> </ul>
<b>Azioni e strumenti</b>	- Da intraprendere e utilizzare

## 6. Pianificare nel tempo, di solito su base annua, tutte le attività di comunicazione

L'esercizio associativo decorre dal 1° aprile di ogni anno. Il bilancio preventivo viene approvato dall'assemblea di giugno sulla base di quanto deliberato dal Consiglio nell'ultima riunione utile (di solito a fine maggio). Il budget della comunicazione viene pertanto deliberato nel mese di maggio. La tempistica amministrativa condiziona anche la scansione temporale del piano di comunicazione che si sviluppa pertanto nel periodo 1° aprile – 31 marzo.

Gli eventi ricorrenti dell'Associazione, già in essere o da consolidare a partire dall'esperienza sperimentale del 2021, sono rappresentati da:

- Assemblea annuale, nel mese di giugno, con una valorizzazione sempre maggiore della parte pubblica (quest'anno in calendario il 29 GIUGNO 2022).
- Forefact, nel mese di novembre, che può diventare l'appuntamento annuale dell'"Osservatorio del mercato del factoring" (quest'anno in calendario il 9 NOVEMBRE 2022).

Oltre agli appuntamenti ricorrenti, l'Associazione organizza eventi specifici inerenti temi di attualità di interesse per il settore.

Per l'anno 2022 i temi per i quali sono previsti approfondimenti sono:

- Osservatorio Frodi nel factoring
- ESG per il factoring e Progetto ESG Assifact
- L'indagine sulla domanda di factoring
- Crisi d'impresa e factoring
- Convegno giuridico su tema da definire
- Altri eventuali lavori delle commissioni su temi di attualità

Oltre agli eventi associativi, vanno aggiunti gli eventi ricorrenti che Assifact supporta o patrocina:

- Studio dei pagamenti CRIBIS D&B
- Osservatorio SCF

## 8. La messa a terra del piano di comunicazione

Sulla base dell'analisi complessiva svolta nei paragrafi precedenti che tiene conto del calendario annuale delle attività, degli obiettivi e del budget a disposizione si individua il seguente piano di azione:

### Media Relation e press office

*Le attività dell'ufficio stampa, essendo basate anche su tematiche di attualità, notizie e proposte che si sviluppano nel corso del tempo, sono programmabili solo in parte. Di seguito alcune già individuabili:*

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicati stampa e altre attività tipiche dell'ufficio stampa per comunicare principali eventi, attività e tematiche dell'Associazione e i dati di mercato.</li> <li>- Comunicato stampa annuale dati chiusura anno e dati internazionali</li> <li>- Comunicati con dati settoriali e geografici per media locali e di settore</li> <li>- Press Conference in occasione dell'Assemblea o eventualmente in occasione dell'evento "Osservatorio sul mercato del factoring" con le previsioni di chiusura anno</li> </ul>
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incontri 1:1 fra Presidente o Segretario Generale e rappresentanti dei media</li> <li>- Fiera del Credito – giugno 2022 - patrocinio Assifact, intervento in momento di approfondimento e comunicazione a tema</li> <li>- Attività di comunicazione per sostegno CIAI e altre iniziative</li> </ul>

*Le tematiche di maggior rilievo per il settore nel 2022 sono quelle individuate a pagina 4 e qui riportate per pronto riferimento:*

- Osservatorio Frodi nel factoring
- ESG per il factoring e Progetto ESG Assifact
- L'indagine sulla domanda di factoring
- Crisi d'impresa e factoring
- Il ruolo di supporto del factoring nel PNRR

### Eventi

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assemblea – Convegno parte pubblica <b>"La gestione del capitale circolante delle imprese in uno scenario di continua incertezza"</b>* - giugno 2022</li> <li>- <b>Evento "Osservatorio sul mercato del factoring"</b> - Con previsioni chiusura anno e analisi di scenario prospettico – novembre 2022</li> </ul>
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Eventi locali con Unioni Industriali</b> per presentazione risultati indagine domanda factoring – settembre/novembre 2022</li> <li>- Evento di presentazione "ESG per il factoring"</li> <li>- Evento "Crisi d'impresa e factoring"</li> </ul>

- Eventi mirati per membri commissioni, come aperitivi o breakfast, per creare occasioni di networking

**\*Convegno “La gestione del capitale circolante delle imprese in uno scenario di continua incertezza” in occasione dell’Assemblea**

Presentazione preliminare risultati dell’**Indagine sulla domanda di factoring e invoice fintech**

**Assifact/KPMG** con partecipazione rappresentanti istituzioni e imprese.

Relazione annuale e dati mercato 2021 + previsioni 2022.

Redazione della Relazione di sostenibilità e presentazione formale

**Sito Assifact – Area PUBBLICA**

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manutenzione tecnica e miglioramento grafico per aumentarne navigabilità, attrattività e condivisione social</li> <li>- Pubblicazione continuativa news, statistiche, documenti di approfondimento, eventi</li> <li>- Collegamento sinergico con i profili social</li> </ul>
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arricchimento dei contenuti e revisione di testi in un’ottica di maggiore attrattiva e chiarezza</li> <li>- Creazione di una sezione ad hoc per le imprese con contenuti di interesse specifico (news su temi generali, notizie connesse a crediti commerciali e gestione circolante)</li> <li>- Creazione sezione dedicata alla SOSTENIBILITA’ per comunicare il percorso avviato da Assifact, evidenziare le iniziative intraprese (sostegno CIAI) e valorizzare la sostenibilità del settore (gdl ESG, GDL Diversity, iniziative singoli associati).</li> <li>- Revisione sezione “Assifact Education”</li> <li>- Revisione sezione “Il Factoring”</li> </ul>

**Sito Assifact – Area RISERVATA**

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pubblicazione circolari, osservatori, documenti rilevanti, lavori e verbali degli organi associativi</li> </ul>
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evoluzione tecnica del sito Area Riservata</li> <li>- Miglioramenti nella navigazione e valorizzazione dei contenuti, calendario attività, ...</li> <li>- Attività di Q&amp;A</li> </ul>

**Linkedin**

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valorizzazione e arricchimento dei profili social</li> <li>- Post eventi, corsi di formazioni, pubblicazione documenti associativi e articoli F&amp;N.</li> <li>- Enfatizzare partnership</li> </ul>
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ampliare le tematiche trattate nei post rispetto a quelle di stretta attinenza factoring, introducendo temi di interesse per le imprese</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enfatizzare percorso e tematiche sostenibilità, corporate sociale responsibility (gdl ESG, GDL diversity, iniziativa CIAI, ecc)</li> <li>- Maggiore coinvolgimento degli associati</li> </ul>
--	--

### You Tube

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valorizzazione e arricchimento dei profili social con diretta streaming degli eventi e pubblicazione delle registrazioni (ciò enfatizza anche le collaborazioni)</li> </ul>
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pubblicazione Video sul factoring con calendario editoriale pianificato</li> </ul>

### Magazine F&N

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proseguire con regolarità la programmazione editoriale.</li> <li>- Mantenere alto il livello dei contenuti con approfondimenti di esperti e consulenti su temi di attualità.</li> <li>- Valorizzare progetti e partnership: Articoli di presentazione e poi di conclusione per ogni singolo progetto</li> </ul>
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perfezionare l'organo informativo di Assifact migliorandone la qualità dei contenuti, coinvolgendo a vario titolo figure che ne confermino la ricchezza e la qualità, inserendo contenuti di valore oggettivo per tutti i target (focalizzarsi sul target imprese), dando l'immagine di una realtà che offre prodotti efficaci, curati, professionali.</li> <li>- Arricchimento con interviste a rappresentanti di imprese.</li> <li>- Introdurre nuove rubriche e contributi di educazione finanziaria.</li> </ul>

### Members Care

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rendere sempre più agevole la convocazione e la partecipazione alle riunioni e l'accesso alla documentazione, attraverso ulteriori evoluzioni del sito area riservata.</li> <li>- Valorizzare i nuovi ingressi con comunicazione web e social</li> </ul>
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuova impostazione delle lettere di annovero dei nuovi associati</li> <li>- Incontri di presentazione e accoglienza dei nuovi associati</li> <li>- Migliorare la conoscenza di tutte le attività svolte dall'Associazione tramite ad esempio un migliore pannello delle attività nell'area riservata del sito o l'introduzione di una newsletter "interna" con il sommario di tutte le comunicazioni inviate (es. elenco circolari).</li> <li>- Calendario attività / bacheca eventi</li> <li>- Inserimento di tutti i soggetti "rappresentanti" gli associati (organi, commissioni, gdl) nella mailing list di Factoring Outlook (proposta già approvata ma bloccata da problema tecnico del sito)</li> </ul>



	- Servizio Q&A
--	----------------

#### **Formazione Assifact Education**

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisione area sito dedicata</li> <li>- Mailing list e post linkedin con notizie corsi e catalogo corsi</li> </ul>
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valorizzare la certificazione di qualità dell'attività di formazione</li> <li>- Comunicare gli standard di qualità (indagini di customer satisfaction)</li> <li>- Valorizzare la partecipazione ai corsi (Adozione di nuovi format grafici per attestati e introduzione di un badge digitale – attestato – per profilo LinkedIn)</li> <li>- Valorizzare i partecipanti con post competenze maturate a fine corso</li> <li>- Arricchimento catalogo corsi e individuazione percorsi</li> </ul>