

Ns. Rif.: 30/23/VD

Milano, 14 febbraio 2023

OGGETTO: COMMISSIONE MARKETING E COMUNICAZIONE
 Verbale riunione del 20 gennaio 2023

Si trasmette alla Commissione in oggetto il verbale della riunione del 20 gennaio 2023. Si prega di inviare eventuali commenti/osservazioni **entro venerdì 17 febbraio p.v.**

Si ricorda 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 CF+	Simona SALIS Sara MASSIMIANO	DIREZIONE GENERALE Michele RONCHI
BANCA IFIS	Federico BACCIOLLO	Andrea BERNA Alberto STACCIONE
BANCA PROGETTO	DIREZIONE GENERALE	DIREZIONE GENERALE Giorgio GRAZIANI
BANCA SISTEMA	Patrizia SFERRAZZA	Fausto GALMARINI Andrea TRUPIA
BANCO DI DESIO E DELLA BRIANZA	DIREZIONE GENERALE	Davide TOGNETTI
BARCLAYS BANK IRELAND	Carlo SADAR (*) Alessandro RICCO (**)	Alessandro RICCO
BCC FACTORING	Aldo BODINI	Paolo IACHETTINI
BFF BANK	Alessia CAPPELLI	Massimiliano BELINGHERI
BPER FACTOR	Daniele BELETTI	Franco TOMASI Vittorio GIUSTINIANI
BURGO FACTOR	DIREZIONE GENERALE	Ugo BERTINI
CLESSIDRA FACTORING	Andrea CAVERZAN Keoma GARBILLO	Gabriele PICCINI Keoma GARBILLO
CREDEMFACOR	Andrea VARINI	Gabriele DECO'
CREDIT AGRICOLE EUROFACTOR	Roberto COSMO Alberto BENEGLI	Ivan TOMASSI
EXPRIVIA	Paola LONGHI	Dario GRECO
FACTORCOOP	DIREZIONE GENERALE	Franco TAPPARO
FACTORIT	Antonio RICCHETTI	Antonio DE MARTINI
FERCREDIT	DIREZIONE GENERALE	Stefano PIERINI
FIDIS	DIREZIONE GENERALE	Andrea FAINA
GENERALFINANCE	Marco GHISLANDI	Massimo GIANOLLI
GUBER BANCA	Marco BUGLIANI Andrea DE PINO	DIREZIONE GENERALE Simone PORCELLATI
IFITALIA	Matteo DE MIELESI	Ruxandra VALCU
ILLIMITY BANK	Franco MARCARINI	Franco MARCARINI
INTESA SANPAOLO	Alice TOGNI	Anna CARBONELLI
ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO	Alessandro BOLIS	DIREZIONE GENERALE Alfonso IAQUINANDI
MBFACTA	Carlo GIORGI	Enrico BUZZONI
MEDIOCREDITO CENTRALE	DIREZIONE GENERALE	DIREZIONE GENERALE Alberto ROMANI
MPS LEASING & FACTORING	Salvatore DI PUMA	Simone PASQUINI
SACE FCT	Antonio ROMEO Ezio Franco BORCIANI	Daniele SCHRODER
SG FACTORING	Paolo MOROSINI	Sylvain LOISEAU
UNICREDIT FACTORING	Claudia CONTARINI Francesco OIENI	Simone DEL GUERRA

(*) Coordinatore della Commissione

(**) Presidente della Commissione

Riunione della Commissione

Marketing e comunicazione

Data	20 gennaio 2023	Luogo	Videoconferenza
Ora	11:00		
Presidente	Alessandro Ricco	Coordinatore	Carlo Sadar
Presenti	Cfr. Foglio presenze allegato		
Ordine del giorno	1. Presentazione primi risultati indagine domanda di factoring 2. Percorso di avvicinamento all'assemblea per i 35 anni di Assifact 3. Piano di comunicazione 2023 4. Varie ed eventuali		

Verbale

1. Presentazione primi risultati indagine domanda di factoring

- i. Su invito del Presidente, Diego Tavecchia presenta alla Commissione un estratto del rapporto relativo all'indagine sulla domanda di factoring svolta da Assifact in collaborazione con KPMG, attualmente in elaborazione.
- ii. L'indagine pone in evidenza alcuni punti chiave:
 - o Appare accresciuta la consapevolezza delle imprese del proprio ruolo all'interno della filiera e di come il credito (e il debito commerciale) rappresenti uno strumento fondamentale per instaurare e mantenere le relazioni con gli altri attori.
 - o Il processo di digitalizzazione delle relazioni di filiera è in corso, e le soluzioni factoring e la Supply Chain Finance rientrano in questo percorso. Vi è particolare attenzione alla flessibilità delle soluzioni digitali e alla semplicità di utilizzo.
 - o Con riferimento al factoring, le imprese valorizzano in particolare il ruolo di supporto alla liquidità dell'impresa in via complementare al credito bancario e la capacità di proteggere l'impresa dagli insoluti anche consentendo l'eliminazione dei crediti dal bilancio.
 - o Il factoring sembra oggi meglio "accettato" dai debitori ceduti, che anzi ne percepiscono i benefici per i propri fornitori.
 - o La PA sembra fare eccezione, con frequenti rifiuti di cessione e scarsa comunicazione. Per le imprese, la parola chiave nel B2PA è «semplificazione» degli adempimenti amministrativi per gli enti e delle formalità di cessione, anche attraverso l'eliminazione del rifiuto.
- iii. Il rapporto dell'indagine sarà presentato nel corso di un evento che si terrà il 21 marzo 2023 nel pomeriggio.
- iv. L'indagine risulta particolarmente ricca e articolata, consentendo approfondimenti anche segmentando il campione in cluster differenziati attraverso l'incrocio delle risposte. In questa approssimazione, si ritiene utile stendere un rapporto generale, eventualmente corredato da alcuni incroci rilevanti, a cui far seguire approfondimenti tematici specifici, periodicamente rilasciati, in modo da evitare la pubblicazione di tomi eccessivamente voluminosi.
- v. In aggiunta, si richiama il suggerimento del Consiglio di Assifact di adottare, negli opuscoli di approfondimento, un approccio divulgativo e finalizzato alla comprensione e all'esemplificazione di casi d'uso del factoring attraverso l'esperienza delle imprese che lo utilizzano.

- vi. A questo proposito, si chiede alla Commissione di esprimere un proprio parere sulle tematiche di particolare rilevanza che si ritiene utile approfondire. Sul punto la Commissione ritiene che le imprese corporate abbiano raggiunto già un elevato grado di maturità nella comprensione e nell'utilizzo delle soluzioni offerte dai factor. In questa prospettiva appare invece particolarmente utile sfruttare le evidenze dell'Indagine per approfondire ed educare le piccole e medie imprese, anche attraverso la presentazione dell'esperienza delle imprese intervistate, con riferimento ai seguenti ambiti:
- o Il factoring per le PMI (con taglio educativo, l'uso del factoring può portare ad un rating migliore del cliente);
 - o Ruolo e benefici del fornitore in una soluzione di Supply Chain Finance;
 - o Il factoring per i fornitori della PA e il PNRR.

2. Percorso di avvicinamento all'assemblea per i 35 anni di Assifact

- vii. Nicoletta Burini informa la Commissione che Assifact intende organizzare un ciclo di eventi di accompagnamento verso l'Assemblea 2023 del 27 giugno, nella quale si festeggerà il 35° anniversario dell'Associazione.
- viii. Il ciclo di eventi include l'evento di presentazione in anteprima dell'indagine della domanda di factoring già calendarizzato per il 21 marzo, rivolto a un pubblico ampio ma probabilmente di maggiore attrattiva per gli operatori del settore (organizzato con il format della tavola rotonda). Negli eventi successivi ci piacerebbe coinvolgere maggiormente gli interlocutori di riferimento mirando gli incontri sulla base dei temi selezionati per gli approfondimenti monografici.
- ix. Assifact sarà inoltre presente con un altro focus di approfondimento alla Fiera del Credito che si terrà a Milano il 23 e 24 maggio.
- x. La Commissione è invitata a fornire idee e suggerimenti per l'organizzazione di tali eventi.
- xi. In primo luogo, si ritiene che i vari approfondimenti dell'indagine sulla domanda di factoring (di cui al punto precedente), che si attende di pubblicare a cadenza mensile a valle della presentazione del rapporto generale, possano essere utili agganci per i suddetti eventi di accompagnamento.

3. Piano di comunicazione 2023

- xii. Nicoletta Burini e Fiorella Pagani presentano il piano di comunicazione di Assifact per il 2023.
- xiii. Il piano presenta la medesima struttura di quello redatto per la prima volta in via sperimentale l'anno scorso, con l'integrazione della sezione 3 che restituisce il monitoraggio delle azioni realizzate nell'anno rispetto a quelle previste nel piano di comunicazione 2022.
- xiv. E' rimasta sostanzialmente invariata la Sezione 1 che individua gli obiettivi e i target di riferimento, con l'aggiunta dei temi della sostenibilità.
- xv. La Sezione 2 delinea la proposta del piano operativo distinguendo, per ciascun ambito di attività (media relation, digitale e social communication, eventi, ecc.), fra azioni in continuità rispetto al passato e azioni nuove da implementare e sperimentare. Per le azioni nuove si auspica nel supporto creativo dei membri della Commissione.
- xvi. Il piano, integrato con i commenti formulati in riunione o trasmessi via email nei giorni successivi alla riunione, sarà inviato ai membri, chiedendo eventuali ulteriori osservazioni a distanza.

4. Varie ed eventuali

- xvii. Il Presidente segnala la volontà di tornare a riunioni in presenza fisica. La prossima riunione sarà svolta in modalità ibrida il 17 febbraio 2023.
- xviii. Si propone di valutare l'inclusione di un rimando al 35° anniversario di Assifact nel logo, eventualmente cogliendo l'occasione per un aggiornamento nel colore (anche temporaneo).
- xix. Non essendovi altri argomenti da discutere, la seduta viene tolta alle 13.00.

Allegati

1	Foglio presenze
2	Indagine sulla domanda di Factoring & Invoice Fintech – Sintesi dei risultati principali
3	Piano di comunicazione 2023

Follow up


1	Convocare riunione 17 febbraio 2023
2	Avviare approfondimenti sull'indagine
3	Commentare a distanza Piano di comunicazione 2023

RIUNIONE DELLA COMMISSIONE MARKETING E COMUNICAZIONE

20 gennaio 2023, ore 11.00 (in videoconferenza)

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 nomina 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 sue stesse 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 termini 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 RILEVATE DALL'ELENCO DEI PARTECIPANTI IN MICROSOFT TEAMS E SEGNALATE CON X IN SOSTITUZIONE DELLA FIRMA IN PRESENZA

Coordinatore:	BARCLAYS BANK IRELAND	Carlo SADAR	
Presidente:	BARCLAYS BANK IRELAND	Alessandro RICCO	
Membri:	AOSTA FACTOR	Roberto PERRUQUET	X
	BANCA CF+	Simona SALIS	
		Sara MASSIMIANO	
	BANCA IFIS	Federico BACCIOLO	X
	BANCA SISTEMA	Patrizia SFERRAZZA	X
	BANCO DI DESIO E DELLA BRIANZA		
	BARCLAYS BANK IRELAND	Alessandro RICCO	X
		Carlo SADAR	X
	BCC FACTORING	Aldo BODINI	
	BFF BANK	Alessia CAPPELLI	X
	BPER FACTOR	Daniele BELETTI	



BURGO FACTOR		
CLESSIDRA FACTORING	Andrea CAVERZAN	
	Keoma GARBILLO	
CREDEMIFACTOR	Andrea VARINI	
CREDIT AGRICOLE EUROFACTOR	Alberto BENEGLI	
	Roberto COSMO	
EXPRIVIA	Paola LONGHI	X
FACTORCOOP		
FACTORIT	Antonio RICCHETTI	
FERCREDIT		
FIDIS		
GENERALFINANCE	Marco GHISLANDI	X
GUBER BANCA	Marco BUGLIANI	X
	Andrea DE PINO	
IFITALIA	Matteo DE MIELESI	
ILLIMITY BANK		
INTESA SANPAOLO	Alice TOGNI	X
ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO	Alessandro BOLIS	
MBFACTA	Carlo GIORGI	
MEDIOCREDITO CENTRALE		
MPS LEASING & FACTORING	Salvatore DI PUMA	



SACE FCT

Ezio Franco BORCIANI

Antonio ROMEO

SG FACTORING

Paolo MOROSINI

UNICREDIT FACTORING

Claudia CONTARINI

Francesco OIENI

ASSIFACT

Pietro BARTOLINI

Nicoletta BURINI

Fiorella PAGANI

Diego TAVECCHIA

ALTRE PRESENZE RILEVATE:

INTESA SANPAOLO

ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO

MPS LEASING & FACTORING

SG FACTORING

LUCA CATTANEO FERRARI

EMANUELE PETROLITO

LUCA MINETTO

VERONICA NEGRI





ASSIFACT

Associazione Italiana per il Factoring

Indagine sulla domanda di Factoring & Invoice Fintech

Sintesi dei risultati principali

In collaborazione con



Commissione Marketing e Comunicazione

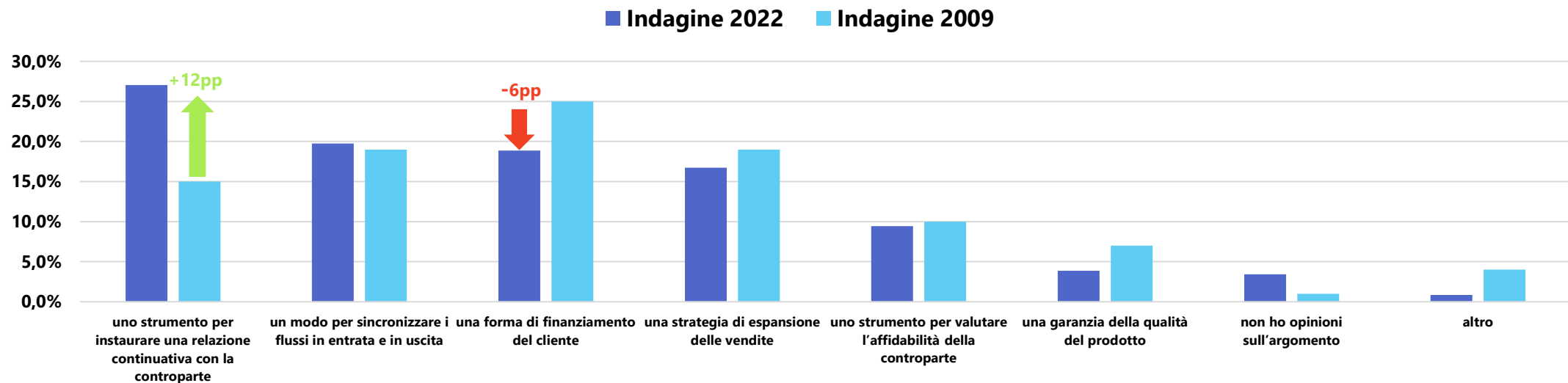
20 gennaio 2023

Indagine sulla domanda di Factoring & Invoice Fintech

Tempi di pagamento ed esigenze connesse al capitale circolante

- Le imprese intervistate incassano i propri crediti commerciali in media entro 120 giorni nel 90% dei casi e pagano al di sotto dei 90 giorni nell'82% dei casi
- Il credito commerciale rappresenta in primo luogo uno strumento per instaurare una relazione continuativa con la controparte
- Le esigenze principali connesse al capitale circolante risultano ancorate alla necessità di assicurare la liquidità dell'impresa ed evitare insoluti
- Quasi la metà delle imprese utilizza una o più piattaforme offerte dai singoli finanziatori a supporto del capitale circolante. C'è interesse per piattaforme «multicanale»

Cosa rappresenta il credito commerciale per l'impresa? (ripartizione % delle risposte, evoluzione temporale, pp = punti percentuali)

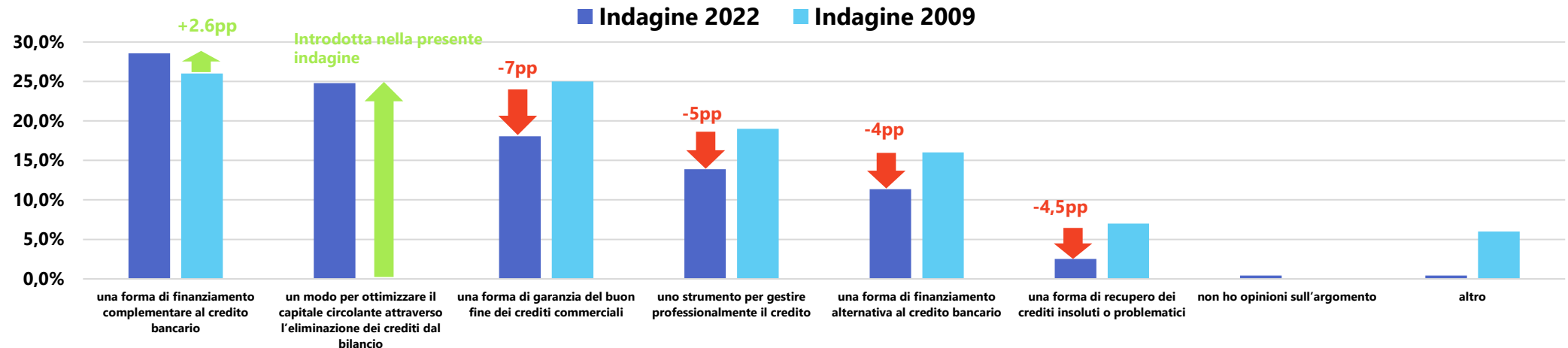


Indagine sulla domanda di Factoring & Invoice Fintech

Ricorso al factoring e ad altre forme di supporto al capitale circolante

- Il factoring rappresenta in primo luogo una forma di finanziamento complementare al credito bancario (28,6% delle risposte) e un modo per ottimizzare il capitale circolante attraverso l'eliminazione dei crediti dal bilancio (24,8%), nonché una forma di garanzia del buon fine dei crediti commerciali (18,1%)
- Le imprese utilizzano sovente l'anticipo bancario su fatture o Ri.Ba. (62% dei casi). Meno frequente, ma comunque rilevante per oltre un terzo delle imprese intervistate, è l'adesione ad un programma di reverse factoring o confirming attivato da un cliente ovvero all'assicurazione del credito

Cosa rappresenta il factoring? (ripartizione % delle risposte, evoluzione temporale, pp = punti percentuali)

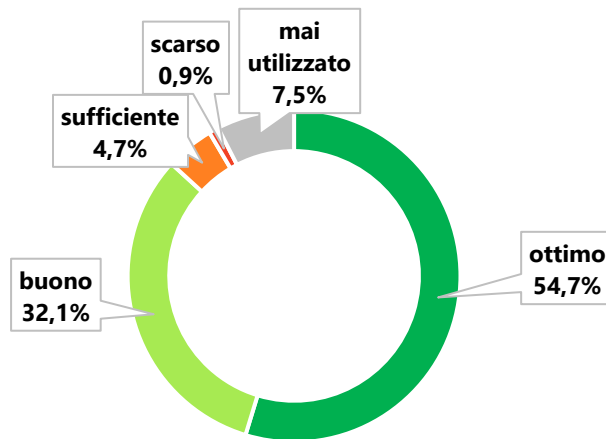


Indagine sulla domanda di Factoring & Invoice Fintech

Ricorso al factoring e ad altre forme di supporto al capitale circolante

- Il grado di soddisfazione nell'utilizzo del factoring risulta complessivamente elevato
- oltre al factoring, riscuotono un gradimento elevato anche i rapporti di anticipo fatture bancario, l'assicurazione del credito e quelli connessi ad un rapporto di supply chain finance
- Il factor, rispetto alle banche è più disponibile a concedere finanziamenti e offre un servizio più completo
- Il giudizio medio sul grado di evoluzione tecnologica dei servizi offerti dal factor è superiore rispetto alla banca e anche rispetto ai provider di finanza alternativa

Grado di soddisfazione nel rapporto di factoring



I principali elementi di soddisfazione nel ricorso al factoring

- Elevata professionalità nella gestione dei crediti
- Velocità e sicurezza nell'erogazione dei fondi
- Garanzia del buon fine dei crediti
- Maggiore facilità di accesso al credito
- Intuitività della piattaforma

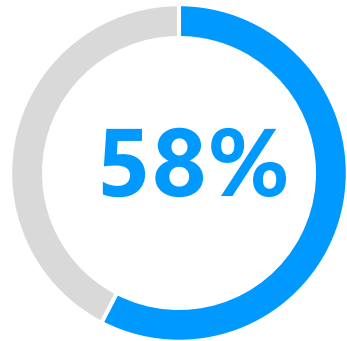
Le principali aree di miglioramento (ad esclusione del costo)

- Integrazione con i sistemi ERP dell'azienda
- Accesso multicanale
- Utilizzo di tecnologie avanzate (AI, Blockchain ecc...)
- Riduzione dei costi interni di gestione
- Personalizzazione del servizio

Indagine sulla domanda di Factoring & Invoice Fintech

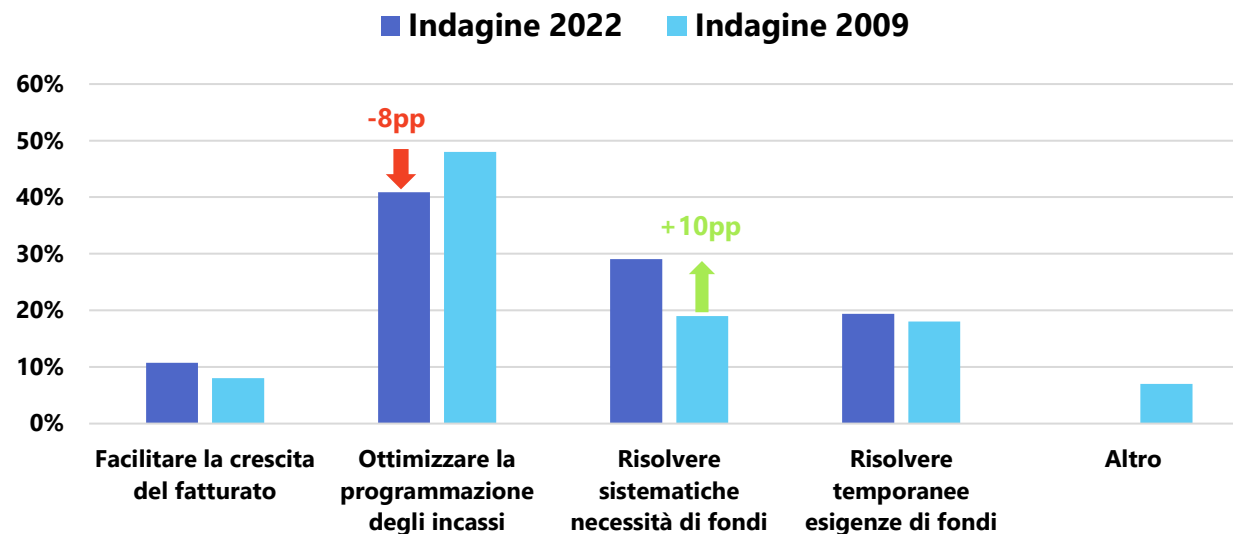
Aspetti finanziari del ricorso al factoring

- Dal punto di vista finanziario, la funzione principale del factoring è quella di ottimizzare la programmazione degli incassi (40,9%) e risolvere necessità di fondi a carattere sistematico
- Il ricorso al factoring ha portato in generale effetti neutrali o positivi, che si riscontrano principalmente su regolarità d'incasso, tempi d'incasso, e livello di insoluti
- La grande maggioranza delle imprese utilizza i fondi derivanti dallo smobilizzo dei crediti tramite il factoring per rimborsare i debiti a breve, ad esempio verso banche e/o fornitori (40%) ovvero per fare fronte alle uscite correnti come stipendi, utenze ecc. (46%)



Imprese che hanno ridotto l'attività interna di gestione dei crediti commerciali grazie al factoring

Le funzioni del factoring dal punto di vista finanziario (ripartizione % delle risposte, evoluzione temporale, pp = punti percentuali)



Indagine sulla domanda di Factoring & Invoice Fintech

Il punto di vista dei debitori ceduti

- Il 63% che ritiene il ricorso al factoring da parte dei suoi fornitori un fatto normale nella gestione aziendale e il 24 lo vede positivamente come un segno che il fornitore è attento alla gestione dei crediti e alla programmazione dei flussi di cassa.
- Emerge una maggiore consapevolezza da parte delle imprese rispetto alle caratteristiche del factoring ed il venire meno di alcuni “luoghi comuni”: rispetto al 2009 crolla infatti la quota di imprese che ritiene che il ricorso al factoring sia un evento fastidioso che fa perdere il contatto con il fornitore, così come anche l’idea che il ricorso al factoring rappresenti un segnale di difficoltà finanziaria del fornitore.

Supply Chain Finance

- Per le imprese intervistate una soluzione di supply chain finance rappresenta in primo luogo uno strumento di ottimizzazione del capitale circolante e un modo per aumentare i tempi medi di pagamento.
- nell’ambito di una soluzione di supply chain finance, le imprese valutano come maggiormente importanti l’automazione della fase finale di pagamento, la flessibilità della piattaforma, e la facilità di onboarding dei fornitori.

I rapporti con la Pubblica Amministrazione

- La frequenza del rifiuto della cessione del credito è considerata una criticità “essenziale” da oltre l’11% delle imprese e almeno molto importante da oltre il 55% di esse
- Per migliorare i rapporti con la PA, le imprese valutano come prioritaria la semplificazione degli adempimenti amministrativi in capo all’ente e propedeutici al pagamento delle fatture (32% delle risposte).
- Occorre inoltre semplificare la cessione del credito, sia riducendo le formalità (21%) sia eliminando la possibilità per l’ente di rifiutare la cessione stessa.

Key takeaways

1

Appare accresciuta la consapevolezza delle imprese del proprio ruolo all'interno della filiera e come il credito (e il debito commerciale) rappresenti uno strumento fondamentale per instaurare e mantenere le relazioni con gli altri attori

2

Il processo di digitalizzazione delle relazioni di filiera è in corso, e le soluzioni factoring e la supply chain finance rientrano in questo percorso. Vi è particolare attenzione alla flessibilità delle soluzioni digitali e alla semplicità di utilizzo.

3

Con riferimento al factoring, le imprese valorizzano in particolare il ruolo di supporto alla liquidità dell'impresa in via complementare al credito bancario e la capacità di proteggere l'impresa dagli insoluti anche consentendo l'eliminazione dei crediti dal bilancio

4

Il factoring sembra oggi meglio "accettato" dai debitori ceduti, che anzi ne percepiscono i benefici per i propri fornitori.

5

La PA sembra fare eccezione, con frequenti rifiuti di cessione e scarsa comunicazione. Per le imprese, la parola chiave nel B2PA è «semplificazione» degli adempimenti amministrativi per gli enti e delle formalità di cessione, anche attraverso l'eliminazione del rifiuto

Piano di marketing e comunicazione 2023

obiettivi, strategie e azioni del progetto di comunicazione

Attraverso il Piano di Marketing e Comunicazione annuale, Assifact intende definire un set di strumenti e azioni coordinati per perseguire obiettivi di marketing e di comunicazione funzionali agli obiettivi strategici dell'Associazione.

Il Piano è uno strumento interno di programmazione, ma vuole anche essere un mezzo per consolidare la relazione con gli Associati, un modo per coinvolgere i nostri principali Stakeholder nella sua costruzione, al fine 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. Nella prima sezione, più generale, sono esposti gli obiettivi e i pubblici di riferimento; nella seconda si definisce il piano operativo, con indicazioni delle azioni in continuità e di quelle nuove; nella terza si riporta il monitoraggio del Piano dell'anno precedente.

SEZIONE 1

1.1 Obiettivi strategici prioritari e coerenti con quanto stabilito nello Statuto

Obiettivi strategici

- Collaborare all'analisi e alla soluzione delle problematiche interessanti il factoring
- Fornire supporto agli 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

1.2 Obiettivi di comunicazione prioritari e coerenti con gli obiettivi strategici

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 al suo interno

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, SCF, ESG)

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

1.3 Target di riferimento rispetto agli obiettivi

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

Promuovere i rapporti diretti con le Capogruppo	Capogruppo (referenti funzioni corporate, relazioni istituzionali e lobbying, HR)
Aumentare gli Associati interessanti	Potenziati Associati interessanti da tenere monitorati (attività mirata di contatto su società selezionate)
Individuare fonti aggiuntive di finanziamento	Pubblici potenzialmente interessati a sponsorizzare gli eventi dell'Associazione, ad acquistare eventi a pagamento e ad aderire alla formazione
Comunicazione di prodotto: <ul style="list-style-type: none"> - 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 - 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) 	Clienti prodotto factoring (PMI e Corporate) - Banche/reti di vendita
Favorire il circuito interno d'informazione tra Assifact e i suoi Associati	Associati e risorse interne
Rafforzare lo spirito associativo e aumentare il contributo degli Associati nella formulazione dei paper di settore	Associati
Coinvolgere maggiormente gli Associati sostenitori	Associati sostenitori

1.4 Metodo

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

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

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

1.5 Comunicazione e pianificazione su base annua

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 svilupperebbe, pertanto e salvo esigenze contingenti, nel periodo 1° aprile – 31 marzo.

SEZIONE 2

2.1 Piano operativo

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, basate anche su tematiche di attualità, notizie e proposte che si rivelano nel corso del tempo, sono programmabili solo in parte. Di seguito quelle già individuabili:

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicati stampa e altre attività tipiche per comunicare principali eventi e tematiche dell'Associazione e i dati di mercato - Comunicato stampa annuale dati chiusura anno e dati internazionali - Comunicati con dati settoriali e geografici per media locali e di settore - Press Conference in occasione dell'Assemblea o eventualmente in occasione di altro evento di particolare rilievo
Azioni nuove	Altre eventuali da definire con la Commissione Marketing e Comunicazione

Eventi organizzati

Azioni in continuità	- Assemblea – Convegno parte pubblica - Titolo DA DEFINIRE ma in continuità con le tematiche di gestione del capitale circolante delle
----------------------	---

	<p>imprese ed evidenze emerse dall'indagine sulla domanda di factoring, 27 giugno 2023</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evento "Osservatorio sul mercato del factoring" - Con previsioni chiusura anno e analisi di scenario prospettico, 16 novembre 2023 - Fact&Spritz, evento mirato per membri commissioni, come aperitivi o breakfast, per creare occasioni di networking – DATA DA DEFINIRSI
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - Celebrazione del 35° esercizio di attività dell'Associazione – Evento sociale ricreativo destinato al network associativo - Presentazione Indagine sulla domanda di factoring, 21 marzo 2023 - Eventi locali con Unioni Industriali per presentazione risultati indagine domanda factoring - Evento di presentazione dell'approfondimento in collaborazione con Deloitte "Factoring & Crisi d'impresa" - Evento di presentazione dell'approfondimento in collaborazione con CRIF "ESG nel mondo del factoring: la valutazione della sostenibilità delle aziende" - Possibile Convegno giuridico IN CORSO DI DEFINIZIONE - Possibile Evento di approfondimento sulle tematiche del PNRR - Altri eventi di "avvicinamento" all'Assemblea del 35° anniversario da definire con la Commissione Marketing e Comunicazione

Eventi esterni, supportati o patrocinati

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Convegno Supply Chain Finance Polimi, 28 marzo 2023; Assifact sponsor istituzionale - EUF – EU Factoring and Commercial Finance Summit, 20 e 21 aprile 2023; presidenza Assifact - Studio dei pagamenti CRIBIS, 10 maggio 2023; patrocinio e eventuale partecipazione - Fiera del credito, 23 e 24 maggio 2023; patrocinio (secondo anno di partecipazione), intervento in momento di approfondimento e comunicazione a tema -
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - Credit Awards – patrocinio e partecipazione in rappresentanza - Altre eventuali azioni da definire con la Commissione Marketing e Comunicazione

Sito Assifact – Area PUBBLICA

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Manutenzione tecnica e miglioramento grafico per aumentarne navigabilità, attrattività e condivisione social - Pubblicazione continuativa news, statistiche, documenti di approfondimento, eventi - Collegamento sinergico con i profili social
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - Ulteriore arricchimento dei contenuti e revisione di testi in un'ottica di maggiore attrattività e chiarezza

	<ul style="list-style-type: none"> - 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) - Creazione sezione dedicata alla SOSTENIBILITA' per comunicare il percorso avviato da Assifact, evidenziare le iniziative intraprese e valorizzare la sostenibilità del settore (GdL ESG, GdL Diversity, iniziative singoli associati). - Revisione sezione "Assifact Education" - Revisione sezione "Il Factoring"
--	---

Sito Assifact – Area RISERVATA

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Pubblicazione circolari, osservatori, documenti rilevanti, lavori e verbali degli organi associativi - Miglioramenti nella navigazione e valorizzazione dei contenuti - Invii delle email alert sulla pubblicazione dei contenuti direttamente ai singoli interessati
Azioni nuove	- Attività di Q&A

Linkedin

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Valorizzazione e arricchimento del profilo Assifact - Post attinenza factoring: eventi, corsi di formazione, pubblicazione documenti associativi, articoli Magazine F&N, statistiche di settore, notizie di rilievo, attività associative, eccetera - Enfatizzare le partnership con altre realtà prestigiose (consulenti, istituzioni, eccetera) - Enfatizzare percorso e tematiche sostenibilità e corporate social responsibility
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - Ulteriore ampliamento dei temi trattati nei post con argomenti di interesse per le imprese: <ul style="list-style-type: none"> ○ Introduzione post di "educazione finanziaria" ○ Introduzione post di tipo "Tips" ("5 consigli per migliorare la gestione del tuo credito commerciale"; "Stop doing ... and do this instead"; "The ... step process to use for achieving ..." - Maggiore coinvolgimento degli associati

You Tube

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Valorizzazione e arricchimento del profilo social con diretta streaming degli eventi e pubblicazione delle registrazioni - Pubblicazione Video interviste dall'Assemblea 2023
Azioni nuove	- Video interviste Assemblea 2023/35° anniversario

Magazine F&N

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Proseguire con regolarità la programmazione editoriale - Mantenere alto il livello dei contenuti con approfondimenti di esperti e consulenti su temi di attualità
----------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Valorizzare progetti e partnership: articoli di presentazione e poi di conclusione per ogni singolo progetto - Pubblicare articoli di figure esterne al mondo del factoring e autorevoli sugli argomenti trattati
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - Focalizzarsi sul target imprese, dando del factoring l'immagine di una realtà che offre prodotti efficaci, curati, professionali - Interviste e articoli di imprenditori - Interviste e articoli di responsabili amministrazione e finanza - Nuova rubrica e articoli di educazione finanziaria - Interviste e articoli terze parti prestigiose (Banca d'Italia, Confindustria, eccetera) - Valorizzare i risultati dell'indagine sulla domanda di factoring per esempio con interviste alle imprese che hanno risposto al questionario d'indagine o con focus specifici per singolo target - Evidenziare "casi d'uso"

Members Care

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Rendere sempre più agevole la convocazione e la partecipazione alle riunioni e l'accesso alla documentazione, attraverso evoluzioni del sito area riservata - Semplificare il processo di annovero dei nuovi associati e organizzare Incontri di presentazione e accoglienza dei nuovi associati - Valorizzare i nuovi ingressi con comunicazione web e social
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - 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). - 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) - Servizio Q&A

Formazione Assifact Education

Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Revisione area sito dedicata - Mailing list e post linkedin con notizie corsi e catalogo corsi - Monitorare gli standard di qualità (indagini di customer satisfaction) - Mantenere certificazione di qualità UNI 9001 dell'attività di formazione
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - Valorizzare la partecipazione ai corsi (Adozione di nuovi format grafici per attestati e introduzione di un badge digitale – attestato – per profilo LinkedIn) - Valorizzare i partecipanti con post competenze maturate a fine corso - Arricchimento catalogo corsi e individuazione percorsi

SEZIONE 3
3.1 Azioni previste vs Azioni realizzate
Media Relation e press office

AZIONI PREVISTE		AZIONI REALIZZATE
Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicati stampa e altre attività tipiche dell'ufficio stampa per comunicare principali eventi, attività e tematiche dell'Associazione e i dati di mercato - Comunicato stampa annuale dati chiusura anno e dati internazionali - Comunicati con dati settoriali e geografici per media locali e di settore - Press Conference in occasione dell'Assemblea o eventualmente in occasione dell'evento "Osservatorio sul mercato del factoring" con le previsioni di chiusura anno 	<ul style="list-style-type: none"> - N. 7 comunicati stampa - N. presenze su media nazionali, locali e settoriali con trattazione di tematiche di interesse per il settore, dati di mercato, report settoriali e geografici, report dati internazionali - N. 1 Press Conference in occasione dell'Assemblea
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - Incontri 1:1 fra Presidente o Segretario Generale e rappresentanti dei media - Fiera del Credito – giugno 2022 - patrocinio Assifact, intervento evento di approfondimento e comunicazione a tema - Attività di comunicazione per sostegno CIAI e altre iniziative 	<ul style="list-style-type: none"> - Avviati alcuni incontri con giornalisti - Sì, 14 e 15 giugno 2022 - NO. Comunicazione gestita direttamente tramite canali social
Altri eventi		<ul style="list-style-type: none"> - Innovation Days Sole24Ore Trento, 3 giugno 2022

Eventi

AZIONI PREVISTE		AZIONI REALIZZATE
Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Assemblea – Convegno parte pubblica "La gestione del capitale circolante delle imprese in uno scenario di continua incertezza", giugno 2022 - Evento "Osservatorio sul mercato del factoring" - Con previsioni chiusura anno e analisi di scenario prospettico, novembre 2022 	<ul style="list-style-type: none"> - Sì, 22 giugno 2022 - Sì, 9 novembre 2022
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - Eventi locali con Unioni Industriali per presentazione risultati indagine domanda factoring – settembre/novembre 2022 	<ul style="list-style-type: none"> - NO

	<ul style="list-style-type: none"> - Evento di presentazione “ESG per il factoring” - Evento “Crisi d’impresa e factoring” - Eventi mirati per membri commissioni, come aperitivi o breakfast, per creare occasioni di networking 	<ul style="list-style-type: none"> - Sì: Convegno “La prospettiva ESG nel business: il factoring tra sfide e opportunità di creazione di valore”, 5 maggio 2022 - NO, lavoro di approfondimento ancora in corso di completamento con Deloitte. - Fact&Spritz 13 dicembre 2022
Altri eventi		<ul style="list-style-type: none"> - Convegno Supply Chain Finance Polimi, 8 marzo 2022; Assifact sponsor istituzionale - EUF – EU Factoring and Commercial Finance Summit a Roma, 4 e 5 aprile 2022; partecipanti e membri fondatori - Studio dei pagamenti CRIBIS, 11 maggio 2022; patrocinio

Sito Assifact – Area PUBBLICA

	AZIONI PREVISTE	AZIONI REALIZZATE
Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Manutenzione tecnica e miglioramento grafico per aumentarne navigabilità, attrattività e condivisione social - Pubblicazione continuativa news, statistiche, documenti di approfondimento, eventi - Collegamento sinergico con i profili social 	<ul style="list-style-type: none"> - Sì, con il rifacimento di testi e layout delle pagine “Chi siamo”, “Missione e Attività”, “Gli Associati”, “Come associarsi” e “La Struttura dell’Associazione” - Sì, n. 85 news pubblicate da aprile 2021 a marzo 2022; n. 29 report statistici; n. 3 approfondimenti in “Contributi e ricerche” - Sì
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - Arricchimento dei contenuti e revisione di testi in un’ottica di maggiore attrattività e chiarezza - 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) 	<ul style="list-style-type: none"> - Sì, con la Creazione della sezione “Video pillole sul factoring” e il caricamento di tutti i materiali e gli atti relativi agli eventi nella sezione “Eventi organizzati da o con la partecipazione di Assifact” - NO

	<ul style="list-style-type: none"> - 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). - Revisione sezione "Assifact Education" - Revisione sezione "Il Factoring" 	<ul style="list-style-type: none"> - NO - Aggiornamento dei contenuti con la proposta formativa in essere nella parte di corsi interaziendali. Da avviare la revisione grafica dell'intera sezione - NO
--	--	--

Sito Assifact – Area RISERVATA

AZIONI PREVISTE		AZIONI REALIZZATE
Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Pubblicazione circolari, osservatori, documenti rilevanti, lavori e verbali degli organi associativi 	- SI
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - Evoluzione tecnica del sito Area Riservata - Miglioramenti nella navigazione e valorizzazione dei contenuti, calendario attività, ... - Attività di Q&A 	<ul style="list-style-type: none"> - SI, effettuato il passaggio sulla nuova piattaforma - In corso. Avviato il processo di invio diretto dell'email alerting per il caricamento di materiali nuovi sul sito e link ai documenti - NO

Linkedin

AZIONI PREVISTE		AZIONI REALIZZATE
Azioni in continuità	<ul style="list-style-type: none"> - Valorizzazione e arricchimento dei profili social - Post eventi, corsi di formazioni, pubblicazione documenti associativi e articoli F&N - Enfatizzare partnership 	<ul style="list-style-type: none"> - Sì - Sì, n. 117 post pubblicati dal 1° aprile 2021 al 31 marzo 2022, e n. 507 nuovi follower acquisiti. Al 31/12 /22 Assifact è seguita da oltre 3.100 utenti - Sì
Azioni nuove	<ul style="list-style-type: none"> - Ampliare le tematiche trattate nei post rispetto a quelle di stretta attinenza factoring, introducendo temi di interesse per le imprese - Enfatizzare percorso e tematiche sostenibilità, corporate sociale 	<ul style="list-style-type: none"> - INIZIATO - Sì

	responsability (gdl ESG, GDL diversity, iniziativa CIAI, ecc) - Maggiore coinvolgimento degli associati	- INIZIATO
--	--	------------

You Tube

	AZIONI PREVISTE	AZIONI REALIZZATE
Azioni in continuità	- Valorizzazione e arricchimento dei profili social con diretta streaming degli eventi e pubblicazione delle registrazioni (ciò enfatizza anche le collaborazioni)	- Sì; a indicare l'effettiva utilità che tale servizio fornisce, la registrazione dell'evento "Le frodi nel factoring: principali schemi e strumenti di mitigazione" è stata visionata da oltre 100 utenti
Azioni nuove	- Pubblicazione Video sul factoring con calendario editoriale pianificato	- Sì, 10 videopillole con i protagonisti del factoring

Magazine F&N

	AZIONI PREVISTE	AZIONI REALIZZATE
Azioni in continuità	- Proseguire con regolarità la programmazione editoriale - Mantenere alto il livello dei contenuti con approfondimenti di esperti e consulenti su temi di attualità - Valorizzare progetti e partnership: Articoli di presentazione e poi di conclusione per ogni singolo progetto	- INIZIATO - INIZIATO - Sì
Azioni nuove	- 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 - Arricchimento con interviste a rappresentanti di imprese - Introdurre nuove rubriche e contributi di educazione finanziaria	- INIZIATO - INIZIATO - NO

Members Care

	AZIONI PREVISTE	AZIONI REALIZZATE
Azioni in continuità	- Rendere sempre più agevole la convocazione e la partecipazione alle riunioni e l'accesso alla documentazione,	- SI

	attraverso ulteriori evoluzioni del sito area riservata. - Valorizzare i nuovi ingressi con comunicazione web e social	- SI
Azioni nuove	- Nuova impostazione delle lettere di annovero dei nuovi associati - Incontri di presentazione e accoglienza dei nuovi associati - 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). - Calendario attività / bacheca eventi - 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) - Servizio Q&A	- SI - SI - NO - NO - problema tecnico risolto. Avviata attività di inserimento nominativi. - NO

Formazione Assifact Education

	AZIONI PREVISTE	AZIONI REALIZZATE
Azioni in continuità	- Revisione area sito dedicata - Mailing list e post LinkedIn con notizie corsi e catalogo corsi	- NO (parzialmente nella sezione "corsi interaziendali") - SI
Azioni nuove	- Valorizzare la certificazione di qualità dell'attività di formazione - Comunicare gli standard di qualità (indagini di customer satisfaction) - Valorizzare la partecipazione ai corsi (Adozione di nuovi format grafici per attestati e introduzione di un badge digitale – attestato – per profilo LinkedIn) - Valorizzare i partecipanti con post competenze maturate a fine corso	- SI. Certificazione di qualità ottenuta a ottobre 2022 e comunicata all'interno e all'esterno del perimetro associativo. La qualifica va ancora maggiormente valorizzata - Da Studiare. Al momento la condivisione si è realizzata nell'ambito del gruppo di lavoro HR degli associati in fase di implementazione con la piattaforma Accredible - SI

	- Arricchimento catalogo corsi e individuazione percorsi	- SI
--	---	------