

RICOSTRUIRE LA FIDUCIA NELLA BANCA E IL RAPPORTO CON IL CLIENTE. ATTRAVERSO I SOCIAL NETWORK.



➔ FARMACEUTICO IN ITALIA: LA CURA PER CRESCERE

➔ TIME TO SUPPORT MAKER FAIRE

➔ SE IL TUO C.V. NON BASTA, DIVENTA CAMPIONE DI VIDEOGAMES



SILVIA

Settore Artigianato

DALLA PARTE DEL LAVORO E DELLE IMPRESE

C'è un'Italia diversa dagli stereotipi, un'Italia che non si nasconde dietro un muro di parole e giustificazioni. Un'Italia che innova, crea ricchezza e non ha paura di confrontarsi con i grandi sul mercato. Noi di Credi Impresa Futuro siamo dalla parte di questa Italia e vogliamo aiutarla a fare la differenza.

Cerchi un finanziamento?

Scopri le caratteristiche delle imprese che possono contare sulle soluzioni di Credi Impresa Futuro sul sito www.credimpresafuturo.it

credimpresafuturo.it



**CREDI
IMPRESA
FUTURO**
di BANCA IFIS

RICOSTRUIRE LA FIDUCIA NELLA BANCA E IL RAPPORTO CON IL CLIENTE. ATTRAVERSO I SOCIAL NETWORK.



Alberto Staccione,
Direttore Generale
di Banca IFIS

Recentemente ho avuto occasione di fare un Twitter time. Per chi, come me, per motivi che definirei "generazionali", è ancora ai primi passi in questa dimensione del digitale che sta rivoluzionando le nostre vite e ha già posto i nostri figli su mondi e distanze tecnologiche per noi incolmabili, si tratta di un tempo, spazio, luogo organizzato sulla piattaforma Twitter, una sorta di conversazione aperta a chiunque abbia voglia di porre domande, scambiare idee, esprimere valutazioni su un determinato argomento.

Mi sono reso conto proprio da questa esperienza che la "relazione digitale" scatena una rivoluzione silenziosa. La dimensione social porta alla relazione un elemento di straordinaria importanza rispetto ai canali più tradizionali, effetto ancor più ampio per una banca come la nostra che non aspetta il cliente allo sportello ma è abituata a incontrare quel cliente nel suo territorio, nella sua impresa. Nel mondo che ora definirei come "tradizionale" sei tu, Banca, che vai a cercare il cliente e instauri una relazione, cercando di aiutarlo nelle sue necessità finanziarie. Nel mondo social invece è come se un ciclone entrasse improvvisamente dalla finestra – o, meglio, dallo schermo – dicendoti "io ho questo problema" oppure "ti contatto perché". È un ribaltamento della prospettiva.

È sorprendente come, attraverso la comunicazione tecnologica, incontri la persona più che nell'incontro diretto. E ne scopri l'elemento nuovo, quello che non misuri in termini di budget, di margine o di volumi; quell'elemento che, anche quando non hai risposte concrete e non riesci a dare soluzioni pratiche, crea sempre valore: l'attenzione e il rispetto per l'individuo.

Ecco che l'incontro digitale ha il grande valore di tenere attiva quella fase di totale e libera apertura all'altro, che l'incontro diretto tende dai primi istanti a soffocare con mille strati di valutazioni, considerazioni e giudizi. Ricordo che un tempo, la "Banca" era considerata un'istituzione, sinonimo di valore e qualità.

Oggi ci sono poche parole, nel sentire comune, più odiose di "Banca", a volte a torto, troppo spesso, purtroppo, a ragione. Ripartiamo allora dal valore e dal rispetto per la persona e per il cliente, che possa diventarlo o meno. Ripartiamo dal comprendere bisogni e condizioni delle persone, dalla capacità di parlare con trasparenza e obiettività, dalla capacità di guardare al risultato di medio lungo periodo piuttosto che al ritorno immediato.

Per farlo, occorre ricostruire la fiducia nel rapporto banca/cliente e questo non può essere fatto se non ponendo la persona al centro della relazione. In qualunque fase del nostro lavoro, sul territorio o nel nostro ufficio, di fronte al cliente o alla nostra scrivania, è indispensabile essere sempre consapevoli che dall'altro lato del nostro lavoro c'è sempre qualcuno che si attende qualcosa da noi: possibilmente una soluzione; sempre una risposta, tempestiva, sincera e rispettosa. ■

Alberto Staccione

12



PARLIAMO DI:

01

EDITORIALE

di Alberto Staccione

04

**TIME TO SUPPORT
MAKER FAIRE**

08

**INDUSTRIA
AGROALIMENTARE
A TUTTO EXPORT**

12

**POP ECONOMIX:
L'ECONOMIA SPIEGATA
CON I FUMETTI**

di Paolo Piacenza

16

**RISCHIO MISMATCH:
TRE MITI DA SFATARE PER
IL LAVORO DEI GIOVANI**

di Alberto Magnani

20

WEB STREAMING OPEN DAY

22



22

**SE IL TUO C.V. NON BASTA,
DIVENTA CAMPIONE DI VIDEOGAMES**

26

**BITCOIN, LA CRIPTOMONETA
DEL PRESENTE**

di Matteo Maggioni

30

**FARMACEUTICO IN ITALIA:
LA CURA PER CRESCERE**

34

**QUANDO LA DIREZIONE
SI METTE A... TWITTARE**

36

**PMI E CULTURA DIGITALE: CAMBIARE
TESTA PER FARE BUSINESS**

di Rosa Giuffrè

42

BANCA IFIS GOES MORE SOCIAL

44

ROAD TO NPL MEETING

58



BANCA IFIS



48

IL NUOVO LOGO CORPORATE

50

QUANDO LAVORARE IN BANCA
NON È COME LAVORARE IN BANCA

52

CORPORATE ART, COSA SUCCEDA QUANDO
L'AZIENDA "ASSUME" UN ARTISTA

54

CREDIFAMIGLIA
DIGITAL EVOLUTION

56

INIZIATIVE PER LE IMPRESE: CREDI
IMPRESA FUTURO È MULTICHANNEL

58

TRASPARENZA PER GLI STAKEHOLDERS:
BANCA IFIS INNOVA CON PERISCOPE

60

NEWS E SERVIZI PER IL
MERCATO POLACCO:
IFIS FINANCE NEW LOOK

62

L'I.P.E.R. FORMULA
DEL PERSONAL BRANDING

64



ENGLISH VERSION

65

EDITORIAL
by Alberto Staccione

66

TIME TO SUPPORT MAKER FAIRE

68

PHARMA IN ITALY: TAKING CARE OF GROWTH

72

ROAD TO NPL MEETING

74

BANCA IFIS GOES MORE SOCIAL

76

WHEN MANAGEMENT STARTS... TWEETING

78

NEWS AND SERVICES FOR THE POLISH MARKET:
IFIS FINANCE NEW LOOK

80

CREDIFAMIGLIA DIGITAL EVOLUTION

82

INITIATIVES FOR BUSINESSES:
CREDI IMPRESA FUTURO IS MULTICHANNEL



IFIS_Magazine di Banca IFIS
N° 02_Annò 2015

redazione
mail comunicazione@bancaifis.it
tel +39 041 5027856

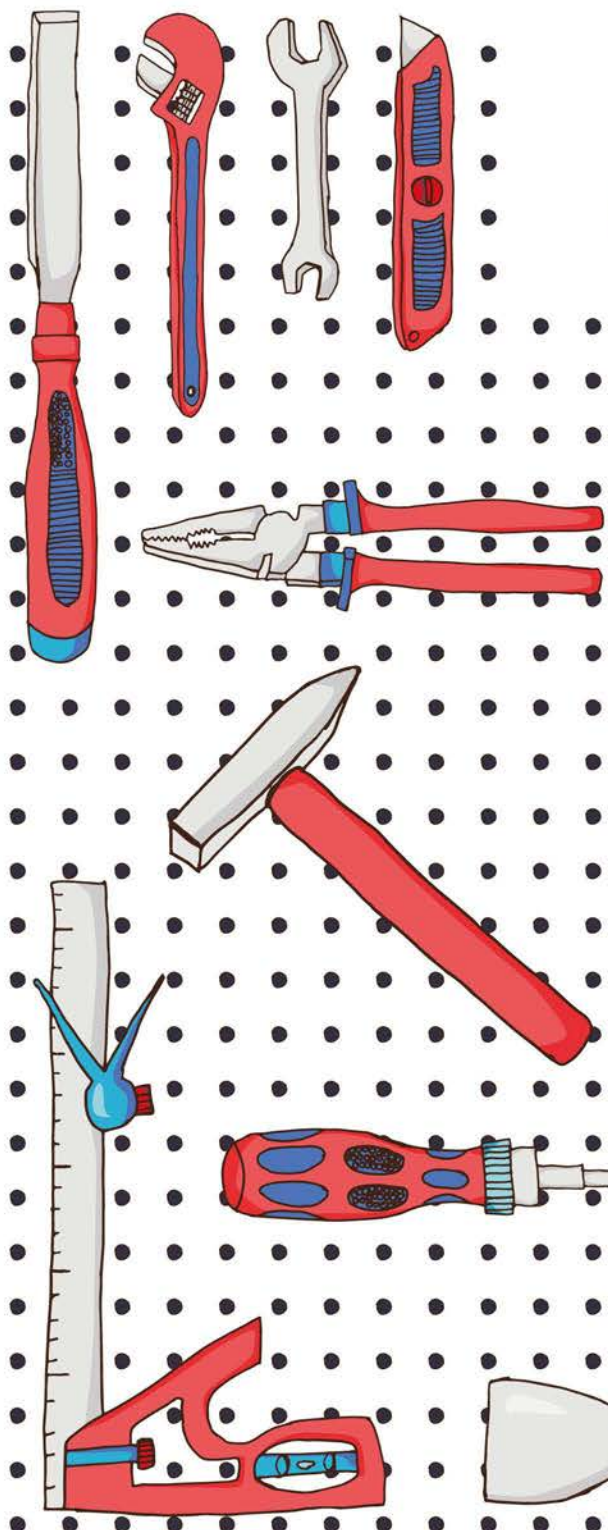
Coordinamento editoriale: **Chiara Bortolato**

progetto grafico e impaginazione
Emporio ADV
www.emporioadv.it

TIME TO SUPPORT

MAKER

FAIRE



Maker Faire Rome è l'edizione europea di Maker Faire. Con oltre 600 invenzioni in mostra nel 2014 e 90 mila visitatori, la Maker Faire Rome è la più grande esposizione al mondo dell'innovazione, dopo le americane "Area Bay" e "New York".

È una fiera che unisce scienza, tecnologia, divertimento e business e dà vita a qualcosa di completamente nuovo. Gli appassionati di *DIY*, i *maker*, i *Fab Lab*, gli entusiasti di tecnologia e innovazione trovano nella Maker Faire il riferimento naturale dei loro interessi: si tratta del **più importante evento dedicato all'innovazione nel mondo del fare.**

Se si aggiunge il fatto che l'innovazione di prodotto, di processo o di distribuzione ha una immediata ricaduta benefica sul business delle aziende, è facile comprendere perché Banca IFIS abbia deciso di diventare **partner strategico di Maker Faire.**

LA PARTNERSHIP TRA LA FIERA DEI MAKER E BANCA IFIS AVRÀ UN ORIZZONTE A 18 MESI E COMPRENDE DUE FASI BEN DISTINTE:

1° FASE

MAKER FAIRE 2015



CANDIDA LA TUA AZIENDA

Il progetto di Banca IFIS è ambizioso: se anche le aziende che guidate, o che conoscete, possono ritenersi tali, preparatevi a candidarvi!

**Per farlo, inviate una mail a:
comunicazione@bancaifis.it**

La partnership "adotterà" due aziende, e agirà su queste in due modalità:

- **INNOVAZIONE DI PRODOTTO TRAMITE LA CONTAMINAZIONE TRA AZIENDE E MAKER;**
- **CONSULENZA DI BUSINESS DESIGN PER RENDERE LE AZIENDE COMPETITIVE NEL NUOVO MERCATO GLOBALE.**

La prima azienda che farà parte del progetto è **LINO'S TYPE**, una tipografia di Verona rilevata da un gruppo di designer, grafici e appassionati di *letterpress*, che ha saputo abbracciare la modernità integrando nuove tecnologie di stampa.

Banca IFIS parteciperà quindi alla Maker Faire 2015 raccontando il progetto ed esponendo questa prima fase iniziale, condividerà con il pubblico le *case history* relative alle aziende che si impegnano ad intraprendere un percorso di innovazione "*maker based*", dando appuntamento all'anno successivo e all'update sui profili web e social che saranno creati. →

2° FASE

MAKER ← FAIRE 2016

Banca IFIS, durante l'anno precedente, darà vita a un "call to innovate" digitale: 5 aziende saranno selezionate tra tutte quelle che si candideranno, e saranno affiancate dalla Banca e dai suoi consulenti con l'obiettivo di arrivare alla Maker Faire 2016 con i 5 prototipi di prodotto o 5 *new business* da raccontare come *case history* di successo e cambiamento.

Perché una banca dà vita a un simile progetto di collaborazione



La mission storica di Banca IFIS è finanziare il lavoro delle imprese, e fornire - quindi supportare - le aziende virtuose che hanno saputo nel tempo fornire prodotti e servizi riconosciuti dal mercato.

La Piccola e Media Impresa e il sapere artigiano che le accompagna devono oggi affrontare una situazione di rottura, in termini di nuovi mercati, tecnologie, strategie di distribuzione. La trasformazione storica dell'impresa italiana passa attraverso la trasformazione del sapere artigiano

in strumenti e processi che consentano, contemporaneamente, di mantenere da un lato l'eccellenza e il genio distintivo, dall'altro la capacità di rendere scalabile la produzione e di aprirsi sul mercato globale.

È chiaro quindi che la banca cerca le aziende di domani, ma soprattutto le aziende di oggi che hanno capito che senza 3 componenti fondamentali non è possibile competere ed eccellere nel contesto attuale. →

QUESTE COMPONENTI SONO:

1) UN PRODOTTO CHE FUNZIONA, APPETIBILE IN VARI MERCATI;

2) UN MODELLO DI BUSINESS ED UNA STRATEGIA DISTRIBUTIVA ALL'AVANGUARDIA;

3) UN PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATO E DIGITALE.

È quindi certamente possibile che un'azienda che storicamente ha funzionato possa tornare competitiva innovando, per esempio, il proprio prodotto o i propri modelli di distribuzione.

Banca IFIS si pone quindi come partner ideale di Maker Faire, per "adottare" 5 aziende da supportare in maniera totalmente gratuita, integrando le proprie competenze sul credito e sul business model delle PMI con quelle di primari attori del mondo del futuro management, come l'autore di "Futuro Artigiano" Stefano Micelli. ■

MAKER FAIRE

The European Edition

ROME

dal 16 al 18 OTTOBRE 2015

Maker Faire Rome è l'edizione europea di Maker Faire. Con oltre 600 invenzioni in mostra nel 2014 e 90 mila visitatori, la Maker Faire Rome è la più grande esposizione al mondo dopo le americane "Area Bay" e "New York". Quest'anno, dopo il successo delle edizioni 2013 e 2014, sono attese centinaia di invenzioni e attrazioni da 65 nazioni. In programma: *live performance, panel, workshop*, seminari, conferenze e molte sorprese soprattutto per i più piccini ai quali sarà riservata una speciale **Area Kids** ancora più grande e ricca di attività rispetto alle precedenti edizioni.

Maker Faire Rome - The European Edition è organizzata da Asset Camera, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Roma la cui *mission* è mettere la città di **Roma** al centro del dibattito sull'innovazione, attraverso la diffusione della cultura digitale e lo sviluppo dell'imprenditorialità individuale e collettiva, propria del DNA del movimento dei Makers. La Maker Faire 2015 si svolgerà dal **16 al 18 ottobre 2015** a "**La Sapienza**" **Università di Roma** che diventerà, per l'occasione, una vera e propria "città del futuro".



industria agroalimentare a tutto export



SETTORE FOOD AND BEVERAGE 2014

le esportazioni
valgono

28,4

miliardi di euro

Da sempre ritenuto uno dei settori più importanti per il sistema Paese, l'industria agroalimentare italiana rappresenta oggi uno dei capisaldi del Made in Italy all'estero. Secondo il Censis nel corso del 2014 le **esportazioni** nel settore food and beverage hanno raggiunto i 28,4 miliardi di euro, segnando un **+30% negli ultimi 5 anni**. Una crescita registrata anche nei primi mesi del 2015: +6,2% su base annua nel periodo gennaio-marzo 2015 (Dati Ismea, Unioncamere). Una forte spinta alle esportazioni arriva in particolare

dai paesi extra Ue che incrementano la richiesta di prodotti italiani.

Dopo la fase di prolungata contrazione **anche la domanda interna fa registrare un dato positivo**. Nei primi due mesi del 2015 sono incrementati dell'1,4% gli acquisti alimentari domestici e al contempo sono saliti i prezzi dei prodotti agricoli.

Le difficoltà degli ultimi anni sembrano in parte superate per l'agroalimentare italiano, un comparto oggi sempre più importante per rilanciare il PIL nazionale. →

LE ASPETTATIVE DEL COMPARTO ALIMENTARE. L'Italia dell'Alimentare guarda con positività al futuro. Secondo Federalimentare più del 50% delle imprese del comparto vuole continuare sulla strada degli investimenti, a patto che il Governo intervenga con riforme concrete per alleggerire la burocrazia che oggi scoraggia e blocca molte iniziative. **In questo momento storico esistono condizioni più favorevoli** determinate principalmente dall'immissione di liquidità nel sistema ad opera della BCE, dall'indebolimento dell'euro e dalla riduzione del prezzo del petrolio.

Per il 2015 si stima un aumento della produzione dell'1,1%, con 18,6 miliardi generati dalle esportazioni all'estero (+4,4% rispetto al 2014). Dati positivi per un settore che in Italia ricopre il secondo posto dopo il metalmeccanico all'interno dell'industria manifatturiera.

Fonte: Censis, Unioncamere e Federalimentare.



CREDI SOSTIENE **IMPRESA** LE PMI **FUTURO** AGROALIMENTARI

Credi Impresa Futuro, divisione di Banca IFIS dedicata al supporto creditizio delle PMI italiane, **ha incrementato** nell'ultimo anno **il numero di imprese finanziate** supportando una grossa fetta di aziende attive nel settore agroalimentare. Nel 2014 il numero di aziende clienti del settore alimentare è cresciuto dell'11% (465 imprese, pari a 323 nel 2012), con un aumento dell'impiego medio del 58%, considerando le aziende finanziate nei comparti:

- coltivazioni agricole e produzione di prodotti animali;
- industria del food and beverage;
- attività di servizi di ristorazione.

Un settore strategico sul quale Credi Impresa Futuro scommette anche nel 2015, portando la testimonianza e la visione di Stefano Spelta, Direttore Generale di A.R.P., Agricoltori Riuniti Piacentini, azienda cliente della Banca. →

EXPORT COMPARTO ALIMENTARE 2015

aumento delle
esportazioni
rispetto al 2014

+4,4%

ARP Agricoltori Riuniti Piacentini

ARP Agricoltori Riuniti Piacentini è una cooperativa di Aziende Agricole che dal 1958 trasforma e commercializza il pomodoro, i piselli e i fagioli conferiti dai propri associati; i mercati su cui opera sono la GDO/Retail, la Ristorazione/Foodservice e le forniture di semilavorati alle industrie che producono sughi, zuppe, pasti pronti, pizza ecc. Su questi mercati commercializza sia in Italia che all'estero. ARP negli anni si è specializzata nella produzione di cubettato e polpa di pomodoro principalmente in scatole metalliche. Produce al 90% a marchio del cliente **garantendo la tracciabilità al consumatore finale** dal seme da cui nasce la piantina di pomodoro alla scatola che si trova sugli scaffali dei supermercati. Tutto questo attraverso un processo agronomico e produttivo che **rispetta i migliori standard di sicurezza alimentare e impatto ambientale.**

Alimentare: un'eccellenza italiana. Perché? Cosa rende le aziende italiane delle best practices?

Il settore agroalimentare Italiano è forse **il più completo in termini di offerta di materie prime da lavorare e prodotti finiti ottenuti**; questo grazie alla ricchezza dei nostri terreni e alla tradizione non solo di trasformazione industriale ma anche di buone pratiche agricole.

Come sta impattando il mercato dell'export sulla vostra realtà?

L'export è sicuramente il segmento di maggiore sviluppo, soprattutto nelle zone emergenti (Sud est asiatico, Brasile, Estremo Oriente). Il **Made in Italy è apprezzato e richiesto ovunque** anche su un prodotto base come possono essere le conserve di pomodoro.

Quale consiglio darebbe a un neo-imprenditore che opera nel suo settore?

Penso che nel nostro settore per avere successo sia basilare impostare l'attività aziendale con **l'obiettivo di valorizzare la filiera completa** (agricola e produttiva) e **la qualità e le garanzie dei prodotti offerti** (sicurezza alimentare, tracciabilità completa, utilizzo di disciplinari agricoli e produttivi garantisti del consumatore).

All'interno di questo contesto come Banca IFIS supporta il vostro lavoro?

Cosa vi aspettate in futuro da Banca IFIS?

Banca IFIS è uno dei nostri principali partner economici che ci aiuta ad affrontare la stagionalità della nostra attività anche dal punto di vista finanziario; **da IFIS ci aspettiamo supporto sia nella gestione del ciclo di cassa ordinario sia nell'affrontare i piani di sviluppo** che la nostra azienda ha in programma. ■

Si ringrazia Stefano Spelta,
Direttore Generale di A.R.P. Agricoltori Riuniti Piacentini.

POP ECONOMIX:

L'economia spiegata con i fumetti

di Paolo Piacenza



Dove eravate voi, il luogo e il momento precisi, il 15 settembre 2008? Pop Economix Live Show inizia così, inizia da una data che (ne abbiamo avuto conferma spettacolo dopo spettacolo) ai più dice poco. Eppure la data del fallimento di Lehman Brothers è altamente

simbolica, con i suoi 24mila colletti bianchi che lasciano definitivamente una delle più grandi e antiche banche d'affari del pianeta con una scatola di cartone tra le mani, con il suo seguito di crisi globale, banche fallite o salvate a caro prezzo, milioni di disoccupati in tutto il mondo. →

Il ricordo sbiadito di quel passaggio cruciale rivela la difficoltà di leggere, da cittadini, la complessità dei fatti economici, di conoscerli, capirli e valutarli con equilibrio. Anche negli anni in cui la crisi globale è divenuta protagonista delle cronache, sulla scena sono stati soprattutto gli effetti. Sulle cause, e dunque sulle possibili cure, prevale, tra le persone, una nebulosa di informazione parziale, demagogia e scarsa consapevolezza.

Lo spettacolo Pop Economix Live Show, che vede sulla scena Alberto Pagliarino con la cura artistica di Alessandra Rossi Ghiglione, **è nato per raccontare proprio la crisi e le sue cause, i suoi meccanismi noti e meno noti**. Scritto tra 2010 e 2011 da Nadia Lambiase e Alberto Pagliarino con il nome Pop Economy, è stato rivisto e allargato in un nuovo testo, Pop Economix Live Show appunto (che vede anche il sottoscritto tra gli autori), e ha dato vita al **progetto Pop Economix**, che punta sull'incontro tra giornalismo e teatro **per raccontare a** →



POP ECONOMIX LIVE SHOW: IL 22 OTTOBRE 2015 L'APPUNTAMENTO CON LA CULTURA FINANZIARIA È IN BANCA IFIS

Giovedì 22 ottobre 2015 Pop Economix entra... in banca. Non una banca qualsiasi, ma Banca IFIS: senza nessuno sportello, la sede della Banca vanta però un teatro, dove prenderà vita lo spettacolo live di Pop Economix.

Una serata dedicata sia ai colleghi e ai collaboratori della banca stessa, sia a chi per una sera vuole aumentare la propria coscienza sociale ed economica su quello che è successo al mondo dalla crisi finanziaria statunitense ad oggi... e a quello che potrebbe accadere nel vicino futuro.

Lo spettacolo, ad ingresso gratuito, inizierà alle 18:00, al quale seguirà una discussione interattiva con i responsabili del progetto Pop Economix e l'Amministratore Delegato di Banca IFIS Giovanni Bossi.

I posti sono limitati: per partecipare è necessario inviare la richiesta a comunicazione@bancaifis.it indicando nome e cognome, recapito cellulare, eventuale società e indirizzo mail:

POPECONOMIX LIVE SHOW - Giovedì 22 ottobre 2015 ore 18:00

**Direzione Generale Banca IFIS
Via Gatta, 11 Mestre (VE)**

**Ingresso gratuito
previa iscrizione**



tutti, in modo interessante – e, se possibile, divertente – **l'economia, i meccanismi del mercato finanziario e la crisi globale**: da qui un sito, una graphic novel (Pop Economix, disegnato da Davide Pascutti, edito da BeccoGiallo), a breve un nuovo progetto di racconto sui grandi crimini finanziari via podcast insieme all'associazione giornalistica Publican.

Ma sono soprattutto le oltre 260 repliche in qualsiasi contesto, dai grandi teatri alle aziende, dalle scuole agli oratori, dalle piazze ai festival piccoli e grandi, il vero cuore del progetto.

Da un lato lo spettacolo, che racconta la storia di Jack, l'americano medio che ha creduto nel sogno del mutuo per tutti, fino al punto di

trasformare la sua casa in un bancomat e trovarsi sommerso dai debiti, accanto a quella di Dick Fuld, Amministratore Delegato di Lehman, o del responsabile del debito greco, Christoforos Sardelis. Dall'altra il dialogo con il pubblico, che il teatro scatena e alimenta, incentrato sulla necessità di cercare domande, più ancora che risposte. Un dialogo, un confronto che può trovare e via via troverà nuovi canali e nuovi spazi di informazione civile.

Il nodo gordiano che Pop Economix cerca di recidere è infatti l'intreccio tra la diffusa ignoranza delle nozioni economiche di base e il prevalere di un atteggiamento che tende a cercare un colpevole su cui scaricare le colpe.

L'informazione diventa così impegno sociale condiviso, scelta etica di fondo che permette a ciascuno di decidere.

L'obiettivo vero di Pop Economix non è raccontare una storia, **ma favorire**, attraverso il racconto delle storie dell'economia e attraverso la spiegazione delle sue parole chiave, **una coscienza piena di cittadinanza**, che si traduce nella possibilità di fare scelte responsabili.

Con il voto, certo, ma prima di tutto con scelte di consumo, risparmio e investimento che possono alimentare una economia più o meno sana, più o meno etica. ■

**PREMIO SPECIALE
DELLA GIURIA
LUCCA COMICS & GAMES
2014**

**VINCITORE
GRAN GUINIGI**



LA SCHEDA

POP ECONOMIX LIVE SHOW

Ovvero da dove allegramente vien la crisi e dove va

- Una produzione di Pop Economix, Banca Popolare Etica, Teatro Popolare Europeo e Il Mutamento Zona Castalia (produttore esecutivo)
- Di Alberto Pagliarino, Nadia Lambiase e Paolo Piacenza
- Con Alberto Pagliarino
- Supervisione artistica di Alessandra Rossi Ghiglione
- Collaborazione scientifica di Roberto Burlando (Università degli Studi di Torino) e Marco Ferrando (Il Sole 24Ore)
- Anno: prima produzione 2011 e successivi aggiornamenti

Lo spettacolo è stato programmato in eventi, rassegne e festival quali FestAmbiente - Festival di ecologia, solidarietà e cultura 2012, Fa' la cosa giusta - Fiera nazionale del consumo critico e degli stili di vita sostenibili 2013, Salone del risparmio 2013, Fiera Quattro Passi 2013, Festival Internazionale del Teatro di narrazione 2013, Arzo, Festival della Fiducia, SGUARDI festa/vetrina del teatro contemporaneo veneto, Festival dei Diritti, Politicamente Scorretto, Altrocioccolato 2013, Festival di Teatro Comico Civile 2014, Stagione di Prosa del Teatro Comunale di Belluno 2013-2014, Settimana per gli Investimenti Sostenibili e Responsabili 2014. ■



SCRIVONO DI POP ECONOMY E POP ECONOMIX LIVE SHOW:

"La crisi economica ha anche una sua versione pop [...] È lo spettacolo Pop Economy: una narrazione teatrale che vuole raccontare la crisi di questi ultimi cinque anni, dal fallimento (tutto finanziario) di Lehman Brothers nel 2008 fino ai problemi (molto economici) dell'Italia di oggi. L'idea è quella di spiegare la crisi in modo popolare e leggero, per arrivare a tutti, in qualsiasi contesto sociale e culturale. Così, accanto ai meccanismi della finanza e del mercato, vanno in scena i racconti delle piccole storie di chi ha visto cambiare la propria vita radicalmente".
Corriere Economia

"Si esce sconcertati dalla visione di "Pop Economy" [...] L'attore torinese ha raccontato nella sua conferenza-spettacolo la crisi globale che ha investito il mondo e lo ha fatto snocciolando in maniera semplice e ironica la storia con tanto di dati. Pagliarino è riuscito a rendere comprensibile e quasi divertente un argomento ostico come quello economico. Un'ottima messa in scena, prodotta dal Teatro Popolare Europeo e da Banca Etica, con la supervisione artistica di Alessandra Rossi Ghiglione, che porta lo spettatore a riflettere e a porsi delle domande".

Franca Cassine su La Stampa

RISCHIO MISMATCH: TRE MITI DA SFATARE PER IL LAVORO DEI GIOVANI

di Alberto Magnani



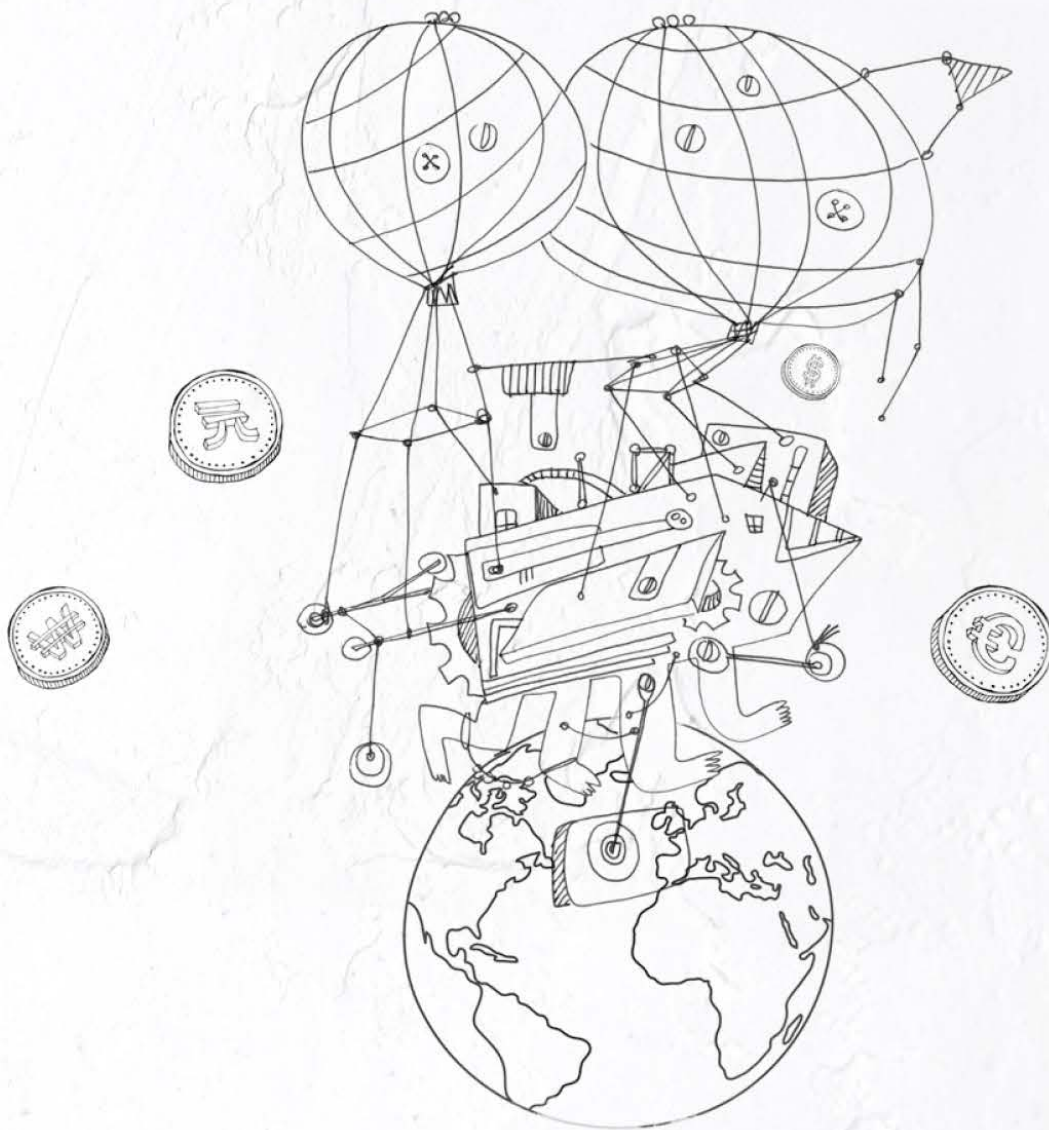
Voto di laurea, 110 e lode. Lingue parlate, inglese e francese. Offerte di lavoro: zero. Sembra un paradosso, ma è una sequenza tutt'altro che rara per gli under 30 italiani. Lo scenario è conosciuto, a partire dai numeri: tasso di disoccupazione sopra il 40%, stipendi di ingresso fermi all'asticella simbolica (e non solo simbolica) dei 1000 euro, segni di disagio come sindrome "Neet" e l'emorragia di talenti in direzione Europa, Nord America e Asia. Le statistiche pesano, ma c'è un dettaglio che sfugge: se il lavoro c'è, non sempre si vede. Dagli studi alla fuga di cervelli, tre miti da sfatare su (e per) l'occupazione dei "millennials" italiani.

#1

C'È SPAZIO SOLO PER I LAUREATI?

La **laurea** resta un valore aggiunto, come certificano i dati AlmaLaurea: nel vivo della crisi, il **tasso di occupazione** dei neo-dottori a cinque anni dal titolo viaggia comunque sul **90%** (stipendio medio di circa 1.300 euro). Ma **formazione** non equivale "solo" ad Università. Un'alternativa di qualità arriva dagli ITS, gli **Istituti Tecnici Superiori**: bienni organizzati da scuole, aziende ed enti locali che sfornano **professionisti iperqualificati** in settori aderenti alle esigenze del territorio. Dai professionisti della meccatronica in Abruzzo agli esperti di viticoltura in Veneto, dagli ufficiali di bordo a Genova e Gaeta agli specialisti in mobilità sostenibile. Ad oggi la media di occupati si aggira sul **70%**, con picchi del 90 e del **100%** nel Nord Italia. →





#2

MA ALL'ESTERO PAGANO SEMPRE DI PIÙ?

Dipende. Lo *"spread"* degli stipendi si fa sentire, ma la sua entità varia a seconda del livello di qualifiche. Se un *project manager* – dati JobPricing per Il Sole 24 Ore – assunto in Italia guadagna **17.100 euro** in meno di un collega tedesco, il gap si fa molto più sottile per impieghi come **venditori e addetti di cassa**: si resta comunque su differenze tra i 2mila e i 6-7mila euro, ma non si tengono in conto fattori come **tassazione e costo della vita**. Facciamo un esempio. L'offerta della vita è a

Londra, meta storica per gli *"expat"* italiani? Conviene considerare che i **prezzi al consumo** sono del 38,62% superiori alla media di quelli – ad esempio – di Milano, con un picco del 125,36% per i soli affitti. Quanto basta, e avanza, ad assorbire i bonus salariali. Pochi dubbi, invece, sul valore dell'**esperienza all'estero** in curriculum. Il solo **Erasmus**, accessibile a qualsiasi studente universitario, spiana la strada a **maggiori chance di assunzione e stipendi superiori** alla media. →

#3

SAPER
SCEGLIERE
IL SETTORE

C'è chi parla del *mismatch*, il **disallineamento** tra **domanda** e **offerta** di lavoro, come una "teoria zombie" nel sistema economico. Eppure, è un dato di fatto che in Italia alcuni settori aprano maggiori spiragli per l'occupazione. Se si parla di scelta universitaria, le ultime analisi AlmaLaurea confermano le corsie preferenziali di **medicina** (tasso di occupazione a cinque anni dal titolo del 97%), **ingegneria** (95%), **economia** (90%), **chimico-farmaceutico** (90%) e **discipline scientifiche** (88%). Se si parla di profili specifici, la richiesta sta spingendo soprattutto su figure di **taglio ingegneristico**, **ICT** (non solo programmatori) e figure ipertecniche come l'**attuario**, il «miglior lavoro dell'anno» secondo la classifica del sito americano CareerCast.com: un

esperto di previsioni economiche reclutato da assicurazioni, enti previdenziali e fondi pensione. Senza contare il boom di **biotech**, **energie rinnovabili**, **biorobotica**, **ingegneria informatica**.

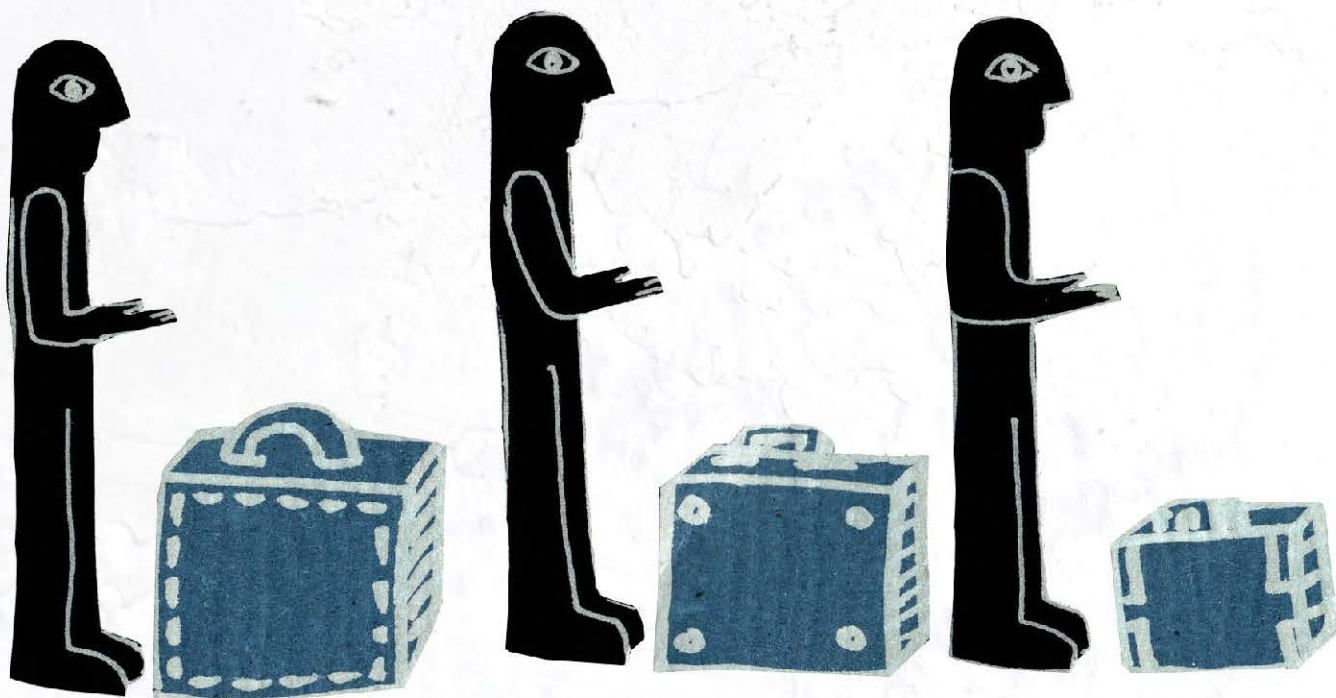
La strada è tracciata. Ma il **futuro** non è riservato alle matricole dell'area tecnico-scientifica. Qualche esempio? I laureati in **discipline umanistiche** possono farsi strada in settori che vanno dalla **consulenza**, alle **risorse umane**, all'**advertising digitale**. I designer si dividono tra settori più tradizionali, come l'**arredo**, e le ultime frontiere del **digitale**. E una conoscenza professionale di **cinese** o **hindi** può spianare la strada a una carriera nell'*export*, come ambasciatore del Made in Italy nelle **nuove economie**. ■

ALBERTO

MAGNANI

BIOGRAPHY

Alberto Magnani, 25 anni, collabora con Il Sole 24 Ore, dove scrive di lavoro, Università, management e innovazione. Nel 2015 ha vinto il premio giornalistico "Alimentiamo il nostro futuro, nutriamo il mondo" di Agrofarma-Federchimica e Fondazione Veronesi con un servizio sull'agro-business come motore per il futuro dell'Africa.



WEB STREAMING OPEN DAY

**CREDI
FAMIGLIA**
di BANCA IFIS

L'aumento delle risorse che lavorano per **Banca IFIS** riguarda soprattutto due sue Business Unit: **CrediFamiglia** e **Credi Impresa Futuro**.

Da ottobre 2014 i *roadshow* nelle principali città italiane per la selezione di nuovi **Consulenti del Credito** e degli **Sviluppatori Commerciali** da integrare alle reti già esistenti di CrediFamiglia e Credi Impresa Futuro, hanno vissuto un'evoluzione importante, diventando digitali e prendendo il nome di **Web Streaming Open Day**.

Con cadenza mensile, i candidati interessati ad entrare nelle realtà di **Banca IFIS** hanno la possibilità di approfondire la conoscenza della Banca, del progetto e del ruolo del Consulente del Credito CrediFamiglia o dello Sviluppatore Commerciale Credi Impresa Futuro comodamente collegati dal **pc di casa** o via **tablet**.

Non solo, gli utenti connessi al live hanno la possibilità di porre domande ai relatori e ricevere risposta ai loro quesiti **in tempo reale** durante la diretta.

La selezione prosegue poi con un **questionario online** il cui superamento dà la possibilità di accedere al colloquio via Skype.

Gli idonei concluderanno poi **l'iter di selezione** e inizieranno il percorso di formazione che li preparerà a diventare Consulenti del Credito o Sviluppatori Commerciali.

Dal suo debutto, il Web Streaming Open Day ha permesso l'inserimento di **oltre 30 risorse** per CrediFamiglia e di **21 commerciali** per Credi Impresa Futuro, risorse che hanno raggiunto le rispettive squadre composte ormai da **oltre 100 componenti ciascuna**. ■

**CREDI
IMPRESA
FUTURO**
di BANCA IFIS





GIUSEPPE

Settore Vitivinicolo

DALLA PARTE DEL LAVORO E DELLE IMPRESE

C'è un'Italia diversa dagli stereotipi, un'Italia che non si nasconde dietro un muro di parole e giustificazioni. Un'Italia che innova, crea ricchezza e non ha paura di confrontarsi con i grandi sul mercato. Noi di Credi Impresa Futuro siamo dalla parte di questa Italia e vogliamo aiutarla a fare la differenza.

Cerchi un finanziamento?

Scopri le caratteristiche delle imprese che possono contare sulle soluzioni di Credi Impresa Futuro sul sito www.credimpresafuturo.it

credimpresafuturo.it



**CREDI
IMPRESA
FUTURO**
di BANCA IFIS

SE IL TUO C.V. NON BASTA, DIVENTA CAMPIONE DI VIDEOGAMES

TRE STARTUP CHE AIUTANO LE AZIENDE
AD ASSUMERE SENZA LEGGERE
NEMMENO UN CURRICULA

“Se vuoi capire davvero l’inclinazione di una persona, guardalo giocare” sosteneva nel 1907 Richard Lingard (R. Lingard, A Letter of Advice to a Young Gentleman Leaving the University Concerning His Behavior and Conversation in the Word, McAuffliffe & Booth, 1907), “capirai su di lui più cose in un’ora di gioco che in 7 anni di conversazioni”.

La natura rivelatrice del gioco è da sempre conosciuta molto bene dagli psicologi e negli ultimi anni è stata scoperta anche dal **mondo del business, grazie alle tecnologie di gaming, usate per migliorare la comunicazione interna** o come strumento per aiutare i dipendenti ad **aumentare la produttività**.

L’accelerazione in questo ambito è avvenuta nel momento in cui i *videogames* sono diventati potenziali fonti di micro-dati, in quanto tutte le azioni che il giocatore compie sul videogioco generano micro segnali digitali che possono essere registrati e studiati.

Spieghiamo brevemente il processo: nel momento in cui siamo in grado di raccogliere un grosso quantitativo di dati generati da, per esempio, i **best performer di un’area aziendale**, è possibile creare degli algoritmi che aggregino i dati generati da questi giocatori durante delle sessioni di *videogaming*, al fine di **svelare i tratti che questi best performers hanno in comune**.

The Knack, startup di Palo Alto [California] che annovera tra i fondatori **Alvin E. Roth**, vincitore del **premio Nobel all’Economia** nel 2012, ha studiato **un algoritmo che, applicato ai micro big data da gamification, è in grado di individuare competenze soft dei candidati-giocatori.** →

Ovviamente per individuare questo tipo di *skill* attraverso un algoritmo, vengono studiati e continuamente elaborati i *micro big data* provenienti dalle sessioni di giocatori su tre *games* di proprietà di The Knack, scaricabili da Appstore e GooglePlay, ovvero **Wasabi Waiter**, **Meta Maze**, **Balloon Brigade**.

The Knack ha poi **mappato le soft skills aggregate per specifici lavori**

quali venditori, specialisti delle public relations, addetti all'assistenza clienti o addirittura sviluppatori software, e molti altri, al fine di offrire una sorta di "*badge*" (come quelli usati per esempio su FourSquare) a chi, giocando, dimostrasse di possedere le caratteristiche che The Knack, assieme alle →





aziende clienti, ha identificato come necessarie per assolvere a quella determinata mansione, per poter poi procedere alla richiesta di un colloquio. **Uno degli obiettivi di The Knack, infatti, è quello di diventare uno standard per il recruitment:** ci dobbiamo immaginare un mondo in cui il solito Mario Rossi, nel tempo libero e specie se ha intenzione di cercare un nuovo lavoro, giochi a **“Wasabi Waiter”** e guadagni così dei *badge* che lo porteranno ad essere notato, per esempio, da quella catena di negozi di dolci (La Ghirardelli Chocolate è stata tra le prime ad affidarsi a The Knack per il recruiting) che sta cercando persone con le sue caratteristiche attraverso The Knack.

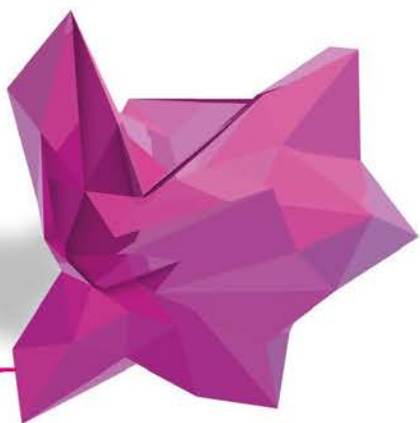
Più giochi, più ti racconti, più le aziende sanno chi sei davvero e quindi possono capire se gli piaci o meno. Inquietante? Non direi, ma rispetto a questo approccio il classico curriculum dimostra tutti i suoi limiti.

I *Big Data* stanno quindi cambiando il modo in cui **le aziende assumono** e come gestiscono la propria forza lavoro.

Un altro player che si sta facendo notare nell'ambito recruiting e che utilizza i Big Data è **Cornerstone**.

Cornerstone, chiamato agli inizi Evolv, è una piattaforma che, utilizzando importanti dati interni ed esterni, per valutare oggettivamente la capacità, l'esperienza di lavoro e le personalità di dipendenti e candidati **aiuta le grandi company a scandagliare le prestazioni** e a tamponare i *turnover*, sovvertendo le attuali logiche delle *human resources*.

Cornerstone non solo mette a confronto le competenze, le esperienze di lavoro e le personalità dei dipendenti, ma incrocia queste analisi con altri *data point*, per esempio sui prezzi del gas, sui tassi di disoccupazione, sull'uso dei social media, **riuscendo così a supportare clienti come Xerox**, che grazie a Cornerstone **ha diminuito il tasso di abbandono del 20%**, a prevedere quando è più probabile che un dipendente lasci il posto di lavoro, per prevenirne l'uscita, nel caso l'azienda lo ritenesse utile, dando modo alle HR di attivare processi di *audit* e di *engagement*. →



Una curiosità: i *data scientist* di Cornerstone hanno inoltre scoperto che le persone con due *account* social media attivi performano molto meglio dei dipendenti che ne hanno di più o di meno e che le persone con un background criminale hanno prestazioni migliori di quelli con la fedina penale intonsa.

Ma spesso assumere la persona che possiede le competenze ricercate e che saprebbe fare il lavoro al meglio non basta. Spesso è l'inserimento nel team la parte critica.

Ed ecco perché **Prophecy Sciences**, una startup ora acquisita da Lumos Lab, approcciando il problema dal punto di vista del team, **ha creato un test di 30 minuti per misurare il livello di abilità, i tratti di personalità e gli stili di interazione all'interno dei gruppi di lavoro.**

Fondata da ricercatori in neuroscienze di Stanford, invece di fare semplicemente affidamento sui *big data* e sui software di automazione, Prophecy Sciences vuole andare più in profondità. Il test si propone di analizzare la miscela unica di reazioni chimiche, impulsi elettrici, di riflessi e comportamenti che fanno di ogni persona l'essere che è, e misura come il candidato risponde alle dinamiche di gruppo, il tutto attraverso biosegnali e giochi cognitivi.

«L'idea è che meglio si comprendono gli schemi in cui il team comunica e interagisce, più facile sarà trovare il candidato giusto e **ottimizzare** le squadre esistenti», dice Bob Schafer, fondatore di Prophecy Sciences. ■

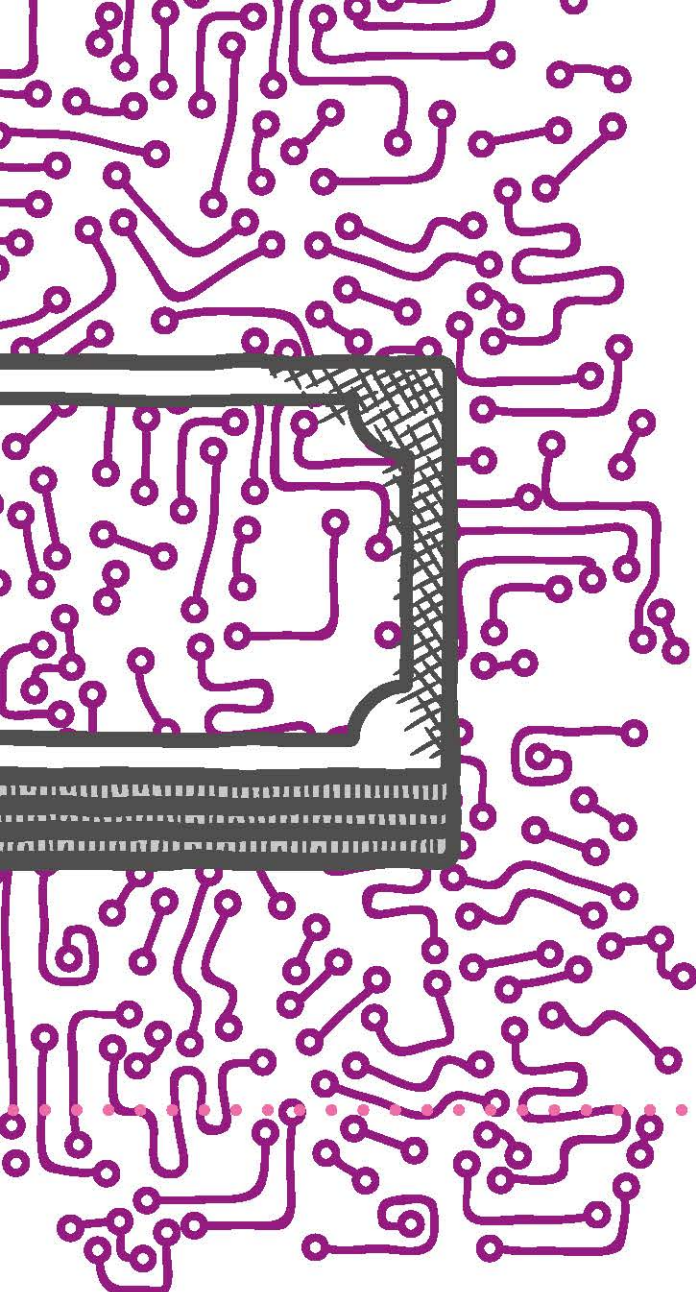




BITCOIN

LA CRIPTOMONETA DEL PRESENTE

di Matteo Maggioni



○ Ufficialmente nata il 3 gennaio 1999, la **moneta digitale** si presenta sia come riserva di valore che come rivoluzionario sistema di pagamento on-line con la quale è possibile acquistare beni reali e servizi.

Il Bitcoin, la **criptomoneta** per eccellenza, si basa su complessi algoritmi e su un protocollo di monitoraggio internet *peer-to-peer* che monitora ogni Bitcoin generato (o estratto) e ogni transazione in atto al fine di evitarne la duplicazione e falsificazione.

Le transazioni sono irreversibili, cioè non annullabili, perché il sistema non prevede la presenza di una parte terza come ad esempio una banca centrale. Il sistema è infatti *open source*, cioè vigilato dagli stessi utenti riuniti in *network*. Le transazioni sono protette da chiavi crittografiche che garantiscono sicurezza e integrità.

È possibile gestire personalmente transazioni finanziarie e commerciali senza la necessità di un intermediario. Quello dei Bitcoin è quindi un **sistema monetario decentralizzato**, veloce e senza costi di intermediazione, al contrario delle valute convenzionali. →



RICICLAGGIO, TERRORISMO BITCOIN: IL VIAGGIO (INSTANCABILE) DEL DENARO

“Dove laviamo i panni sporchi? Il viaggio del denaro tra money laundering, terrorismo e Bitcoin”: questo il titolo dell’incontro sul tema del riciclaggio e del finanziamento del terrorismo ospitato il 16 aprile 2015 da Banca IFIS, presso la Direzione Generale a Mestre (Venezia). Dopo un’introduzione sulla situazione del Medio Oriente da parte di **Matteo Legrenzi**, Professore del Dipartimento di Studi Linguistici e Culturali Comparati dell’Università Ca’ Foscari di Venezia e Associate Professor all’Università di Oxford, la discussione è entrata nel dettaglio dei temi legati all’antiriciclaggio. **Alberto Rosa**, del Servizio Normativa Antiriciclaggio Gruppo Cariparma Crédit Agricole, ha presentato i rischi connessi ai fenomeni del *money laundering* e del *money dirtying*, portando esempi tratti dalla realtà di come viaggia – nel

significato vero e proprio del termine – il denaro tra Paesi, persone e soggetti economici. Su questi temi si è soffermata anche **Giovanna Bazzaro**, Responsabile Antiriciclaggio di Banca IFIS, mentre **Matteo Maggioni**, autore del libro Bitcoin Revolution, ha introdotto il tema del Bitcoin, in relazione anche ai rischi di riciclaggio ai quali la moneta virtuale può essere sottoposta. ■



BITCOIN REVOLUTION

Hoepli, 2015

Dopo il Bitcoin nulla è più come prima. Quasi uno spartiacque. A livello mondiale, cresce la fama e la diffusione della moneta digitale “non ufficiale”, quale rivoluzionario sistema di pagamento online con cui è possibile acquistare beni reali e servizi. Il cambiamento è in atto.



DAVIDE CAPOTI

è laureato in Economia delle istituzioni internazionali e in Giurisprudenza presso l’Università Bocconi di Milano. Membro dell’IFTA e socio della SIAT, a maggio 2014 ha tenuto la prima conferenza in Italia sul Bitcoin, presso l’ITF di Rimini.

EMANUELE COLACCHI

è laureato in Ingegneria presso l’Università La Sapienza di Roma. Ha maturato una specializzazione su mercato azionario con operatività sia da trading system che discrezionale.

MATTEO MAGGIONI

è laureato in Economia delle istituzioni e dei mercati finanziari presso l’Università Cattolica di Milano. Membro dell’IFTA e socio della SIAT, è trader istituzionale sui mercati delle commodities per uno dei primari player del settore.

FARMACEUTICO IN ITALIA: LA CURA PER CRESCERE

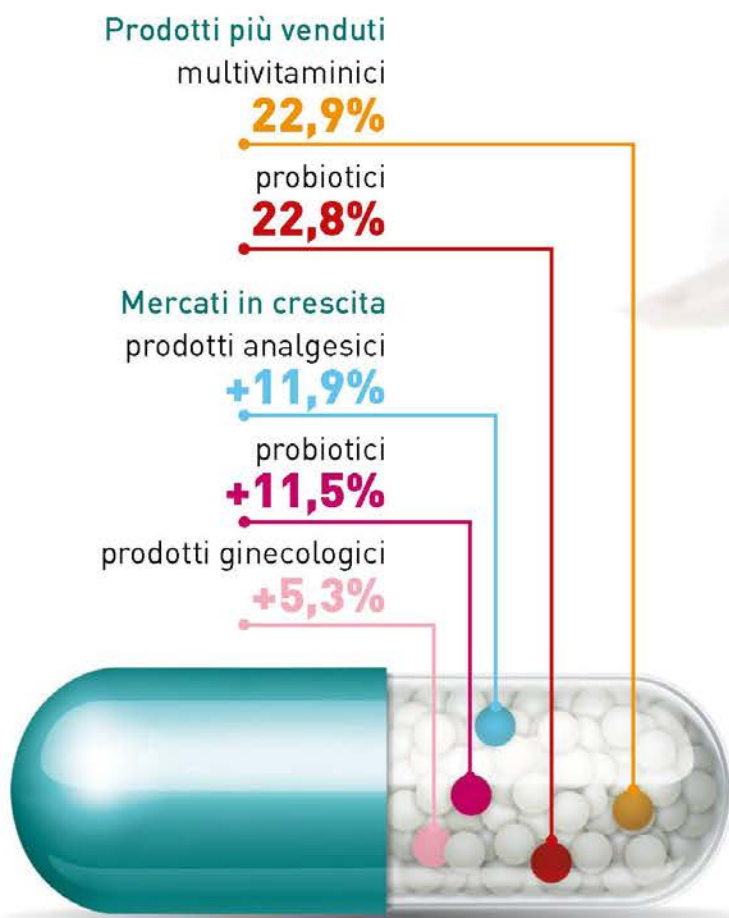


**I PRIMI TRE POSTI DEL
PODIO IN EUROPA SONO
OCCUPATI
DA TURCHIA (24.406
FARMACIE), FRANCIA
(22.655) E SPAGNA (21.459).
A PRECEDERE L'ITALIA, AL
QUARTO POSTO,
LA GERMANIA, CON 20.921
FARMACIE ATTIVE.**

Con circa **18.000 farmacie presenti su tutto il territorio nazionale, l'Italia è il quinto Paese in Europa** per numero di presidi farmaceutici. Caratterizzato da una contrazione del mercato rimborsato (-2,3%) e una crescita di quello commerciale (+3,3%), il valore del canale farmacia è rimasto praticamente stabile (-0,3%) nel 2014. I dati del mercato in farmacia sono stati presentati da **Ims Health Italia** nell'edizione 2015 di Cosmofarma Exhibition, l'evento leader a livello europeo nell'ambito dei servizi legati al mondo della farmacia tenutasi a Bologna il 17 aprile. **Nei primi**

mesi del 2015 il mercato commerciale è cresciuto del 3,9%, arrivando a coprire il 40% del fatturato della farmacia per un valore di 9,9 miliardi di euro. Il 52,7% del valore è portato dagli Otc (farmaci da banco), seguiti da prodotti di parafarmacia (22,9%), igiene e bellezza (20,1%) e nutrizionali (4,2%). Le categorie preferite del mercato commerciale, secondo un'indagine su 300 farmacisti condotta da Ims, sono la nutraceutica (38% di preferenze) e la dermocosmesi (54% di preferenze).





NUTRACEUTICA. Nel 2014 il mercato della nutraceutica in farmacia è cresciuto a valore del 7,3% arrivando a toccare i 2,2 miliardi di euro di fatturato. Cresciuto anche nei volumi (+5,5%), il settore è rappresentato in Italia da oltre 1.675 aziende di cui le prime dieci generano il 25% del fatturato totale. Tra i prodotti più venduti il primo posto è occupato dai multivitaminici (22,9% del totale) seguiti dai probiotici (22,8%). A presentare la crescita maggiore a valore sono i prodotti dell'area analgesica (+11,9%), i probiotici (+11,5%) e i prodotti dell'area ginecologica (+5,3%). Sono soprattutto ginecologi, pediatri e urologi

a prescrivere maggiormente prodotti nutraceutici: sul totale delle prescrizioni, infatti, questi specialisti prescrivono rispettivamente il 13,7%, 12,5% e 11,7%. **L'Italia è uno dei mercati europei più maturi nel settore della nutraceutica:** nel 2014, infatti, la loro spesa pro capite ha raggiunto i 41 euro, a fronte dei 33 euro spesi, per esempio, dai vicini austriaci e belgi. Per valore totale del mercato nei canali farmacia, parafarmacia e corner della grande distribuzione, l'Italia al primo posto con **2,4 miliardi** spesi nel 2014, seguita dalla Germania con 1,4 miliardi e la Francia con 719 milioni.



DERMOCOSMESI. Nel 2014 il settore della dermocosmesi in farmacia è cresciuta a valore del 2,2% (con un fatturato di 1,8 miliardi di euro) e a volumi del 3,6%. Il mercato in Italia è formato da 694 aziende (presenti in farmacia), e di queste 120 occupano il 92% del fatturato. I prodotti a maggior mercato a valore sono quelli dedicati alla cura del viso (20,4%) e del corpo (14,2%). Il 33,6% del mercato a valore è occupato dai prodotti con prezzo medio-basso (meno di 16 euro), seguiti da prodotti con prezzo medio-alto (16-25 euro) con il 36,9% di mercato. Sebbene le quote a valore del mercato siano dominate da questi prodotti, a presentare la crescita maggiore nel 2014 sono stati i prodotti premium price (oltre i 50 euro), aumentati del 13%. In sei farmacie su dieci i prodotti dermocosmetici sono presenti con un banco dedicato e in quattro di queste hanno anche un addetta dedicata alla vendita. ■



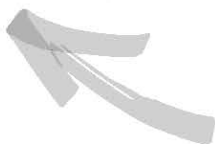
Fonte: aboutpharma.com e Federfarma



Nel rispetto dell'anima digitale di Banca IFIS, oltre alla sede fisica - "Farmacie" ha sede a Milano - l'Area Pharma dispone anche di presidi web e social. **È online il sito web dedicato a Banca IFIS Pharma e Farmacie: <http://pharma.bancaifis.it>**

In un ambiente fresco e dinamico, gli utenti potranno scoprire l'offerta sia di Banca IFIS sia della business unit Farmacie, e potranno ricevere le novità più importanti del settore grazie a una newsletter dedicata e al blog curato da una redazione interna. Al sito è inoltre associata la **pagina vetrina LinkedIn** che riporta articoli di interesse per gli operatori del settore, con informazioni sui risultati finanziari e sull'andamento di Banca IFIS, realtà quotata nel segmento Star di Borsa Italiana.

SOCIAL

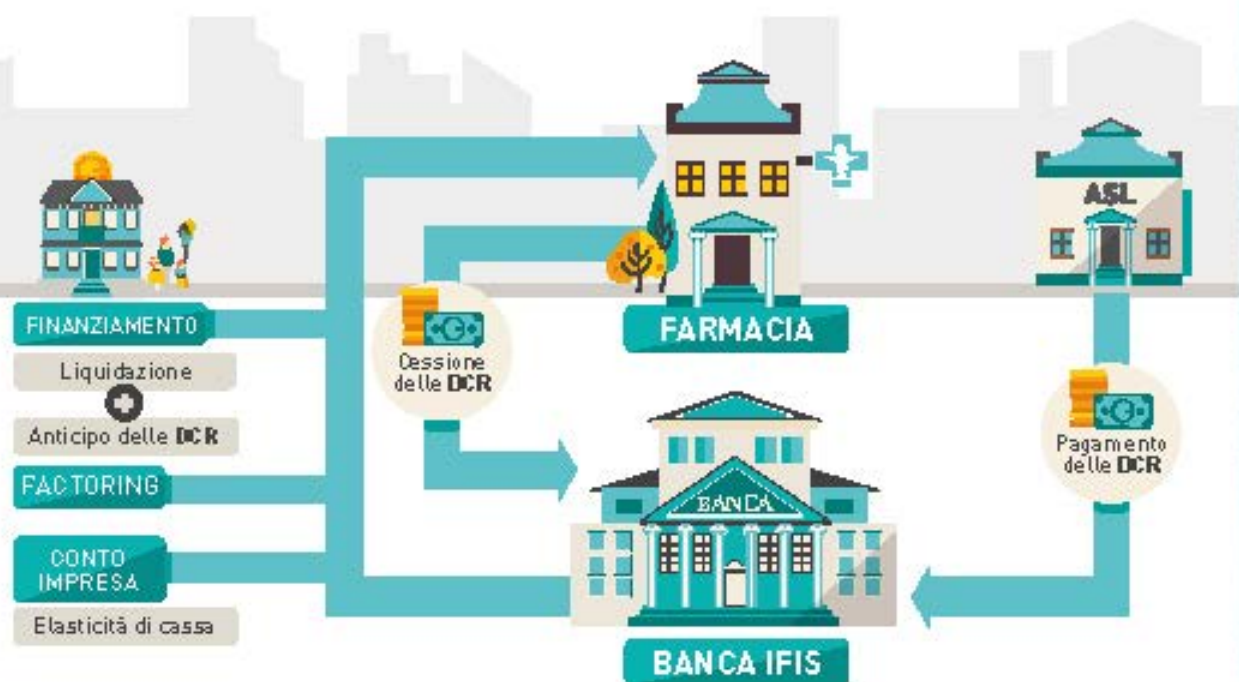


Obiettivo farmacie

Banca IFIS è, dal 17 giugno 2015, il nuovo partner finanziario delle farmacie. Obiettivo? Riuscire a finanziare tutte le 18mila farmacie presenti sul territorio nazionale che necessitano di finanza a medio termine. Un'ulteriore fase dell'evoluzione dell'istituto bancario nel perseguimento degli obiettivi dichiarati di crescita per linee interne e, allo stesso tempo, uno sviluppo che coinvolge anche il business model del Gruppo, che si arricchisce di un nuovo strumento: il **finanziamento a medio termine** finalizzato al sostegno del ciclo di fornitura.

L'istituto ha raccolto ancora una volta la necessità di un mercato, quello delle farmacie, per un sostegno finanziario competente e specializzato. In un momento storico nel quale la disponibilità di risorse finanziarie, a breve e medio termine, è estremamente debole, Banca IFIS vuole essere il **partner finanziario dei titolari di farmacia**, interlocutore d'eccellenza nel mondo dell'erogazione del credito. Grazie ad un *know-how* consolidato e una conoscenza approfondita del mercato, arricchita dall'ingresso di un **team di professionisti** che

vantano una lunga esperienza nel settore, Banca IFIS unisce in questo ramo di business due forti specializzazioni: il finanziamento alle imprese, erogato grazie all'uso del factoring quale strumento di mitigazione del rischio di credito, e la presenza nel settore farmaceutico e sanitario di Banca IFIS Pharma, specializzata nelle soluzioni gestionali per le aziende interessate a cedere i propri crediti vantati verso il Sistema Sanitario Nazionale (SSN) e la PA. •



QUANDO LA DIREZIONE SI METTE A... TWITTARE



*Il rapporto tra **Banca** e **PMI** il tema del primo **Twitter Time** del **Direttore Generale Alberto Staccione**.*

La forte impronta digitale che caratterizza Banca IFIS passa anche attraverso i profili Social del management della Banca. Non fa eccezione il Direttore Generale, **Alberto Staccione**, con la sua presenza Twitter e LinkedIn.

Proprio su Twitter il 7 luglio il Direttore Generale ha tenuto il suo primo Twitter Time: per un'ora ha risposto ai cinguettii, alle numerose domande pervenute dalla Rete sul tema delle PMI e dell'accesso al credito attraverso l'hashtag **#BancaPMI**.

In 140 caratteri Staccione ha avuto la possibilità di spiegare ai propri interlocutori quali sono i requisiti e i documenti necessari per richiedere un finanziamento, gli errori da evitare e molto altro. È nata così **una vera e propria conversazione tra il Direttore Generale e gli utenti stessi che hanno posto domande e condiviso proprie esperienze e opinioni.** →





Il dialogo è proseguito anche ben oltre l'ora di Twitter Time prevista, ed il Direttore Generale ha continuato a rispondere ai tweet con hashtag #BancaPMI a cui non ha avuto modo di dare riscontro durante i sessanta minuti live, dando seguito ad **una prima esperienza che sancisce l'inizio di un appuntamento destinato a ripetersi anche nei prossimi mesi.** ■

Il Twitter Time è stato preceduto da quattro "pillole" su alcune nozioni di base per chi si avvicina a queste tematiche, in una serie di tweet nei giorni antecedenti il live.

Per rivedere tweet e risposte:

twitter.com/AStaccione

oppure

[#BancaPMI @AStaccione](https://twitter.com/AStaccione)



PMI e CULTURA DIGITALE

Cambiare testa per fare business

di Rosa Giuffrè

Le Piccole e Medie Imprese o meglio, le Piccole e Micro Imprese sono la spina dorsale del nostro Paese. Questo ormai è un dato di fatto, così come negli ultimi anni sono diventati dati concreti su cui ragionare le diverse analisi e i relativi risultati, che molte associazioni e aziende hanno promosso sul ritardo tecnologico e digitale delle nostre PMI. L'Italia arranca, l'Italia non decolla, il divario digitale nel lavoro e nelle scuole è altissimo rispetto agli altri paesi europei, c'è la crisi, le aziende faticano... Se dovessi continuare con questo elenco così tristemente negativo penso che potrei proporre una sola soluzione: basta, chiudiamo, andiamocene tutti.

Ecco, è invece da qui che a mio avviso è necessario fermarsi e riflettere insieme.

Il mondo cambia, le sfide aumentano, tutti ormai abbiamo bene in mente cosa può servire per rilanciare il nostro Paese, ma spesso sono gli stessi imprenditori e le stesse persone a innalzare contro questi cambiamenti resistenze mentali, legate a vecchi paradigmi che non portano valore e soprattutto non aiutano a resistere a quell'ondata di crisi e negatività che ha investito la nostra Italia.

→

È IL MOMENTO DI SVEGLIARCI TUTTI, IN QUALSIASI RUOLO, AZIENDA, POSIZIONE LAVORATIVA CI TROVIAMO PER DARCI INSIEME UNA MOSSA E SMETTERLA DI PERDERE TEMPO



LA STRADA DEL CAMBIAMENTO È TRACCIATA, MA QUANTI VOGLIONO PERCORRERLA?

Cambiare testa non significa sradicare il proprio pensiero perché non ha valore. Non significa nemmeno che il valore e la tradizione storica della tua PMI debba essere "schiacciato" da nuovi modelli di business imposti dall'alto, e da chissà chi. **Cambiare testa e abbracciare un percorso di cultura digitale oggi significa acquisire consapevolezza.** Quella consapevolezza →

ECCO COME AFFRONTARE UNA STRATEGIA DI CAMBIAMENTO IN 7 MOSSE

Nel mio libro che si intitola "Cambia testa e potenzia la tua azienda con la cultura digitale" (Dario Flaccovio Editore, 2015) nel quale parlo anche del modello comunicativo di Banca IFIS, mi rivolgo direttamente all'imprenditore, al "mio" sciu

Bianchi (così come l'ho voluto chiamare) e gli propongo un percorso che integri una modalità di linguaggio semplice ed esercizi concreti per accompagnarlo in questo cambiamento. C'è bisogno di concretizzare, è finito il tempo di teorizzare: **Don't quit: DO IT! Ovvero non lasciare, ma fai, agisci... ma come?**

Il primo step è quello di voler scovare ciò che non va perché, come ci ricorda Johann Wolfgang Goethe, «Niente è più difficile da vedere con i propri occhi di quello che si ha sotto il naso».

Chiudi in un cassetto i vecchi successi! Hanno avuto il loro risultato? Bene. Riproporli sarà impossibile: prima lo capisci prima reagisci.

Fai un piccolo bagno di umiltà e riconosci di voler uscire dal tuo immobilismo: se continui a ripetere le stesse azioni ogni giorno, otterrai sempre gli stessi risultati.

Se credi stia andando tutto male e che tu non sia parte di questa disfatta ti sfido a provare questo esercizio: domattina alzati e pensa "come potrei far andare ancora peggio la mia azienda?". No, non prendere questo esercizio sotto gamba: il pensiero di quanto potrebbe peggiorare ti aiuterà a trovare soluzioni creative.

Ora fai lo stesso immaginandoti invece la tua azienda stupenda, bella, smart: com'è? E cosa le manca per diventare così?

Mettiti nell'ottica di dover affrontare situazioni scomode: rapporti con collaboratori che non vanno, magari anche riduzioni di personale o semplicemente prenderti finalmente la responsabilità di lavori e mansioni delle quali non ti interessi più da tempo.

Scova le situazioni di resistenza nella tua PMI! Se ora tu ti sei convinto al cambiamento è necessario che tutto il team sia coinvolto e coeso. Ogni resistenza è un ostacolo al tuo e vostro successo.

Poniti un obiettivo chiaro. "Aumentare il fatturato" non basta, non è l'obiettivo chiaro a cui puntare. Il primo ad esempio dovrebbe essere lo scovare e trovare i problemi che non ti permettono di aumentare il fatturato. →

Ecco allora alcuni punti su cui poter cominciare a riflettere strategicamente sul cambiamento che riporterà al successo la tua PMI:

1

2

3

4

5

6

7

LA QUESTIONE, PRIMA CHE DIGITALE, È CULTURALE

«E io che sono artigiano, un piccolo imprenditore di una micro-azienda familiare cosa me ne faccio di questa propensione tecnologica e digitale che probabilmente nemmeno percepisco? Social, web, applicazioni... Il cliente è abituato a chiamarmi, a tirar su il telefono!»

È vero. Spesso a frasi che possono sembrare così lontane dalla concretezza che respira un imprenditore, un artigiano, si contrappongono reazioni di vero e proprio rifiuto ed è così che non si evolve e non si tende ad alcun obiettivo. La sensazione quindi è che il mondo delle grandi aziende è già attivato verso la *digital transformation*, quello delle PMI no: perché uno non comprende l'altro, perché il nostro "orticello" lo sappiamo gestire bene solo noi, perché nessuno si può sostituire a noi.

Ed è però proprio qui che entrano in gioco tutti coloro che lavorano quotidianamente e attivamente nel web, nel digitale e che hanno il grande compito di formare e trasferire nozioni.

Sapete cosa penso? Che sia **necessario oggi più che mai abbandonare vecchie ideologie e cercare di capire come e perché il digitale può implementare il proprio business**. È il momento di svegliarci tutti, in qualsiasi ruolo, azienda, posizione lavorativa ci troviamo per darci insieme una mossa e smetterla di perdere tempo con teoremi e prese di posizione che cercano spesso di smascherare quello che semplicemente è scarsa conoscenza dovuta alla poca formazione.

Ti sei mai chiesto se e come investire in una startup o nell'idea di qualche giovane? Credi nelle idee che possono arrivare anche dai tuoi collaboratori? Ti poni in ascolto? Li coinvolgi e li gratifichi? Dedichi tempo alla loro e alla tua formazione?

Ma soprattutto sei disposto a rimetterti in gioco comprendendo che qui non si tratta di acquistare quattro tablet e due PC, ma si sta parlando di una nuova rivoluzione industriale? Capisci quindi che prima di parlare di digitale è necessario anteporre la parola cultura e soprattutto propensione al cambiamento?

Da qui in poi potrai concretamente riflettere, ragionare e metterti all'azione con esercizi ancora più concreti. Ricorda che cambiare e rinnovarsi porta con sé sempre grande energia. Ora, come avrai ormai capito, sta a te decidere che tipo di futuro vuoi costruire fin da ora sia per te, sia per la tua PMI.

Perché, come dice Denis Waitley, «*Ci sono sempre due scelte nella vita: accettare le condizioni in cui vivi o assumersi la responsabilità di cambiarle*». ■



ROSA GIUFFRÈ

Consulente di Comunicazione e Blogger

Si occupa di comunicazione, strategie digitali e digital coaching: aiuta le persone, le aziende e le PMI a comunicare meglio nel web e sui social network. È autrice del libro "Cambia testa e potenzia la tua azienda con la cultura digitale" (Editore: Dario Flaccovio), Web Writer e Responsabile Editoriale per alcuni portali.

Collabora con enti di formazione, scuole, agenzie e professionisti in tutta Italia e in Svizzera. Si trova sui principali social network e sul suo blog futurosemplice.net ambienti in cui esprime la sua necessità di comunicare il valore della vita e delle persone.



HO UN SOGNO: LA NORMALITÀ

“Grazie a CrediFamiglia, ho capito come riguadagnare la fiducia in me stessa. Ho capito che non era più tempo di accampare scuse e far finta di niente”.

In caso di debiti, affidati ai consigli dei
Consulenti del Credito di CrediFamiglia.

Insieme possiamo trovare la soluzione.

credifamiglia.it | bancaifis.it



**CREDI
FAMIGLIA**
di BANCA IFIS

BANCA IFIS GOES MORE SOCIAL

La social organisation come modello per cogliere nuove opportunità e creare valore condiviso.

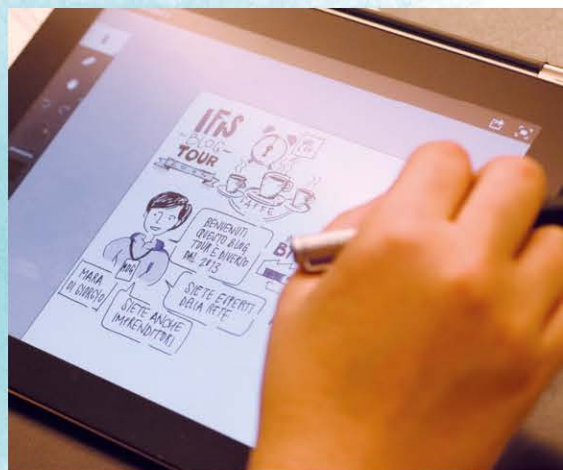
CHE COSA È LA SOCIAL ORGANISATION?

La social organisation è un modello d'impresa basato su una rete di *communities* collaborative, che consentono a un vasto numero di persone di lavorare in modo collaborativo, sia online sia offline.

In questo tipo d'impresa s'intende far emergere e valorizzare le competenze, le esperienze e la creatività di ognuno per potenziare l'intero ecosistema organizzativo.

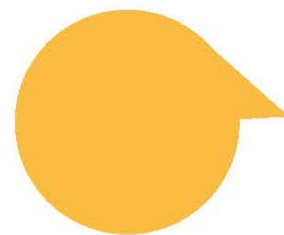
Questo approccio, che l'impresa decide di assumere per affrontare importanti sfide di business e opportunità utilizzando piattaforme social, **è finalizzato al creare collaborazione di massa al suo interno e al suo esterno** per permettere a tutti gli *stakeholders* di partecipare direttamente alla creazione di valore.

Banca IFIS ha intrapreso agli inizi di luglio un percorso per individuare un progetto in linea con i principi della social organisation che verrà sviluppato nel corso della seconda metà del 2015, progetto che continuerà nel 2016. →



L'occasione del *kick off* del progetto è stato un incontro informale presso la Direzione Generale cui sono stati invitati alcuni degli *influencer digital* con cui la Banca collabora da anni, tra di loro esperti di social HR, *social organisation*, *personal branding*, processi aziendali e *social media experts*.

In questa occasione sono stati individuati dei punti macro da affrontare prossimamente in incontri dedicati che entrino nel merito delle possibili progettualità da mettere in atto al fine di coinvolgere maggiormente dipendenti e *stakeholders*. ■



Sul tema della *social organisation*

Banca IFIS svilupperà il terzo **blogtour**

tra ottobre e novembre 2015, un viaggio tematico con alcuni *influencer* della rete e il management della Banca per lavorare ad un progetto di *social organisation* applicato al caso **Banca IFIS. STAY TUNED.**

SCOPRI LE ATTIVITÀ
DEL BLOGTOUR 2014
GRAZIE ALL'HASHTAG
#IFISTOUR14!



ROAD TO:

#nplmeeting

Focus on **ITALY** & **SPAIN**

VENICE 18_09_2015

UNSECURED

SECURED



Segnatevi in agenda questa data: **venerdì 18 settembre 2015.**

No, i mercati azionari non crolleranno e la Grecia non tornerà ad adottare la Dracma.

Semplicemente, i più importanti *player* del settore dei Non-Performing Loans (NPL) si ritroveranno all'evento per eccellenza del 2015: **NPL International Meeting**. Una quarta edizione che si preannuncia dirompente e ricca di spunti di discussione.

Certamente il 2015 rappresenta un anno spartiacque per il meeting: nato nel 2012, si è evoluto in qualità e quantità, fino a diventare l'evento clou in Italia per i *player* del settore dei *Non-Performing Loans*, un *benchmark* riconosciuto anche in Europa.

Proprio a fronte di questa crescita esponenziale, **NPL Meeting** si sposta, quest'anno, dalla sede pluriennale (la direzione generale di **Banca IFIS** a Mestre) per avvicinarsi al centro storico di Venezia.

SECURED

Il Meeting si terrà infatti all'Auditorium del Terminal 103 del Porto di Venezia, a due passi da Piazzale Roma e dal Tronchetto, facilmente raggiungibile da tutti gli ospiti. →



IT AL Y

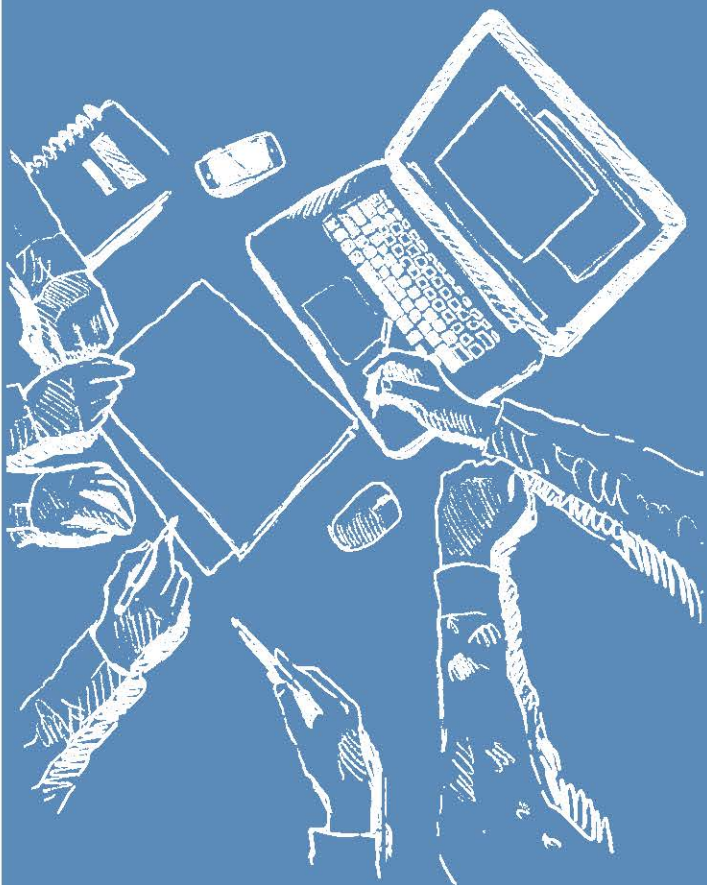
Un cambio di sede necessario per la crescente popolarità della conferenza, che per l'edizione 2015 attende ben **400 partecipanti** da tutto il mondo, senza rinunciare all'alto profilo che l'ha da sempre distinta nel panorama nazionale.

Il quarto **NPL Meeting** vedrà infatti alcuni dei più importanti *player* del mercato prendere parte alle discussioni e alle tavole rotonde, con contenuti ed ospiti esclusivi.

Il *leitmotiv* della giornata sarà l'operatività e la gestione degli asset nei mercati di Italia e Spagna, con grande attenzione alle modalità di cessione di portafogli e di collection delle posizioni.

Tra i principali *speaker* ci saranno **Jaime Echegoyen**, Amministratore Delegato di Sareb, che racconterà ai partecipanti l'esperienza della *bad bank* spagnola, e **Richard Portes**, Professor of Economics alla London Business School, che offrirà una panoramica macro-economica dei due mercati. →





SP

AI

N

A completare il quadro generale due *speaker* di PwC, **Antonella Pagano** e **Jaime Bergaz**, che introdurranno le differenze e le caratteristiche peculiari della gestione italiana e spagnola dei crediti di difficile esigibilità.

Durante la giornata si susseguiranno anche le discussioni di gruppo, che verteranno sulle caratteristiche e il funzionamento delle filiere di *secured* e *unsecured assets* nei due Paesi del Sud-Europa.

Tutte le informazioni sul Meeting, l'agenda e gli *speaker* sono a disposizione sul sito web **nplmeeting.it**.

Durante la giornata i concetti chiave verranno raccontati su Twitter e nei social network di **Banca IFIS** anche tramite l'hashtag **#NPLmeeting**

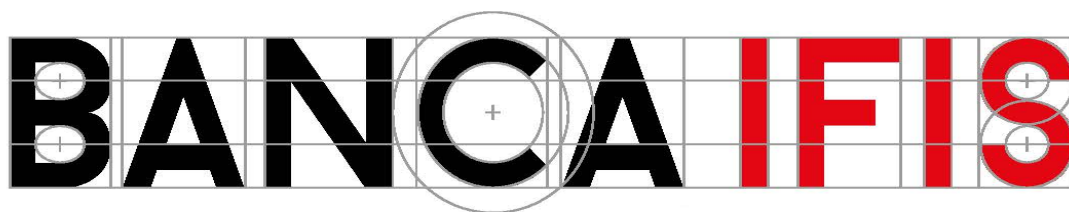
La partecipazione a **NPL Meeting** è su invito ed è riservata a *originators*, *buyers* e *investors*. ■

Per informazioni: www.nplmeeting.it

IL NUOVO LOGO CORPORATE

**DESIGN IS MOVING
AN EXISTING
CONDITION
TO A PREFERRED ONE**

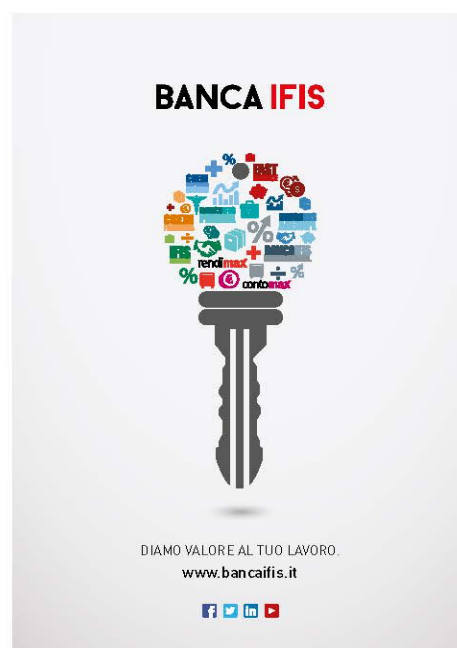
Sono parole di Milton Glaser, forse il più grande tra i graphic designer: per intendersi, è quello del mitico logo "I ♥ New York..." e di tantissimi altri capolavori. **Un lavoro di design deve modificare una situazione data e renderla migliore.** Preferibile. Più viva. Il design, quindi, è parte integrante non solo della comunicazione di un'azienda (questo è ovvio!) ma anche della sua identità più profonda, dei suoi progetti di crescita e delle sfide che deve affrontare ogni giorno per realizzare le proprie promesse. →





Durante il 2014, un deciso processo di rinnovamento aveva già attraversato il branding delle diverse unit di Banca IFIS. Questo lavoro, preciso e articolato, ha reso ancora più evidente che Banca IFIS è una realtà complessa: certo. In continuo cambiamento: vero. In continua crescita: lo dicono i numeri. Ma anche una realtà con una percezione forte e chiara del proprio ruolo nella società e nel difficile momento storico ed economico che stiamo attraversando. Queste sono alcune delle riflessioni che ci hanno guidato quando si è presentata la necessità di **rinnovare il logo corporate di Banca IFIS. L'obiettivo era quindi creare un logo capace allo stesso tempo di creare un ponte tra il passato e il futuro** e di svolgere il ruolo di un

punto fermo e sicuro dal quale osservare la molteplicità delle prodotti, dei servizi, dei progetti della Banca. Così è nato il nuovo logo che a partire da quest'anno identificherà l'attività corporate di Banca IFIS: il nero e il rosso, colori storici della Banca che parlano di passione e affidabilità, si prestano al rigoroso equilibrio di linee di un font "bastone" elegantemente spaziato. Inoltre, la Corporate Image prevede la declinazione del logo nelle cromie di riferimento delle singole business unit che compongono la banca. Proprio in virtù della sua essenzialità, questa scelta lascia intravedere l'universo di possibilità rappresentato da Banca IFIS per i propri partner. ■



QUANDO LAVORARE IN BANCA

UN SITO WEB PER AGGIORNARE IL MESTIERE DEL "BANCARIO" E PER RACCONTARE LE STORIE DEI DIPENDENTI DI BANCA IFIS



L'approccio che da molti anni ha Banca IFIS è quello di fare della **condivisione**, sia al suo interno sia verso l'esterno, il **tratto distintivo del suo operare sul mercato**.

Sono stati diversi i momenti di questo 2015 il cui *trait d'union* è stata la **condivisione** attraverso la rete: tra questi il **twitter-time del Direttore Generale Alberto Staccione**, nel quale ha messo a disposizione degli *stakeholder* il proprio *know-how* sul credito nei confronti della **PMI**, lo scorso **7 luglio**; gli **instant-video dell'Amministratore Delegato Giovanni Bossi dal World Economic Forum di Davos**, in cui commentava gli incontri e le importanti decisioni della **BCE** di quei giorni (*Quantitative Easing* su tutti); per concludere, la **diretta via Periscope dell'Assemblea dei Soci lo scorso 8 aprile**, diventando così la **prima banca in Italia ad avere trasmesso l'assemblea generale via social** per permettere agli azionisti non presenti di partecipare all'evento, in modo totalmente trasparente anche per gli altri interessati.

Nel 2015 è venuto il momento di **condividere cosa, per i collaboratori di Banca IFIS, significa lavorare nel Gruppo**, chi sono le persone che ogni giorno lavorano per garantire le ottime performance che caratterizzano il Gruppo negli ultimi anni, compreso il *management*.

Questa esigenza è stata affiancata alla continua ricerca e crescita anche dal punto di vista delle **assunzioni**, nuovi talenti da inserire all'interno della propria "*community*": è quindi anche al fine di farsi conoscere dai possibili candidati che **Banca IFIS ha voluto raccontare sé stessa** dal punto di vista delle persone che vi operano: ancora una volta in maniera digitale, con un **presidio web dedicato**.

Si tratta di un **sito-storytelling con i volti e le parole dei dipendenti Banca IFIS**, il tutto accompagnato da una provocazione: "Cerchi il solito lavoro in banca? Allora sei nel posto sbagliato, Banca IFIS non fa per te!". →





NON È COME LAVORARE IN BANCA

320
ASSUNZIONI
DAL 2014

76%
ASSUNTI CON
DIPLOMA DI
LAUREA

43%
FORMAZIONE
UNIVERSITARIA
IN ECONOMIA



Forte il messaggio dell'essere una realtà innovativa e in costante crescita, una banca che dà valore alle ambizioni. Innanzitutto la scelta del nome: **lavorare in banca**. La volontà è stata quella di aggiornare questo concetto e dare nuova luce ed energia alla professione del "bancario" - obsoleta nell'immaginario collettivo, anche per il nome - allontanandola dal luogo comune di staticità routinaria da sportello. **Lavorareinbanca.it** rappresenta così la prima vera porta di ingresso per coloro che vogliono entrare in un Gruppo che interpreta cor-

rettamente il presente e sa affrontare le sfide che pone il futuro.

All'interno del sito tutto questo si declina nel *look&feel* lontano dai canoni istituzionali, ma vicino ai nuovi linguaggi dei futuri collaboratori e colleghi. Giallo, fucsia, azzurro e bianco si mescolano e fanno da sfondo alle foto delle persone nelle situazioni professionali quotidiane. **Banca IFIS non ha sportelli, perché crede nel digitale quale vettore di modernità, efficienza e servizio**: la filiale operativa (per il supporto alla PMI) è dunque l'ufficio

- o la casa, per la risoluzione dei debiti finanziari - del cliente.

Nella sezione "Recruiting" vengono illustrate le innovative metodologie di selezione ideate e adottate negli ultimi anni da **Banca IFIS**, sia online che off-line, con **Open Day** su tutto il territorio nazionale e in *webstreaming*.

In "Laureati e Laureandi" sono a disposizione informazioni utili per tesisti e per coloro che si avvicinano al mondo del lavoro e desiderano fare la loro prima esperienza in azienda. "People": qui troverete chi in **Banca IFIS** lavora ogni giorno, le storie, le passioni e ovviamente... il lavoro, raccontati attraverso gli scatti di **Instagram** (raccolti con l'hashtag **#IFISpeople**) e i video del canale **YouTube**. ■

www.lavorareinbanca.it

CORPORATE ART, COSA SUCCEDDE QUANDO L'AZIENDA "ASSUME" UN ARTISTA

L'OPERA STREETART DI CONTOMAX, REALIZZATA LIVE DALL'ARTISTA RICCARDO BERNUCCI E CHE ORA RAPPRESENTA LA VESTE GRAFICA DI CONTOMAX, IL CONTO CORRENTE CROWD DI BANCA IFIS, È ORA UN'OPERA D'ARTE A TUTTI GLI EFFETTI. IL QUADRO È STATO INFATTI INSERITO NELLA COLLEZIONE "CORPORATE ART", MOSTRA DEDICATA ALLA COLLABORAZIONE TRA AZIENDE E MONDO DELL'ARTE, OSPITATA DALLA GALLERIA NAZIONALE DI ARTE MODERNA (GNAM) DI ROMA FINO ALL'11 OTTOBRE. ECCO DI COSA SI TRATTA.

Arte e impresa: un matrimonio che s'ha da fare, anzi da rifare, perché in passato ci sono stati prestigiosi esempi in tal senso. È con questo intento che è stata organizzata a Roma dalla startup pptArt la mostra "**Corporate Art**", mirata appunto a recuperare la tradizione di collaborazione tra i due mondi evidenziando i recenti segnali di riscoperta delle potenzialità artistiche all'interno di processi di marketing, responsabilità sociale e comunicazione aziendale. In altre parole: rilanciare il mercato della **corporate art**.

Nel secolo scorso artisti storici quali **Renato Guttuso**, **Mario Mafai** o **Giuseppe Riccobaldi**, solo per fare qualche nome, sono stati chiamati a realizzare opere per società come Esso, Strega Alberti o Martini.

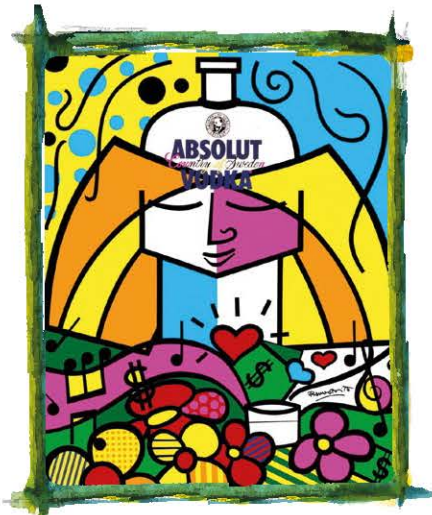


Più di recente **Ugo Nespolo** ha messo la sua arte a disposizione di Caffarel disegnando immagini finite poi sulle scatole di cioccolatini, **Emilio Tadini** ha stretto un legame con Sisal, che ha utilizzato il suo lavoro per le schedine di gioco, e **Peter Max** ha dato vita a forme e colori destinati a illustrare le carte dell'American Express.

Queste opere, eseguite su **committenza industriale**, non hanno minore valore artistico di quelle scaturite dall'**ispirazione personale**, come si può constatare visitando la mostra (dove le suddette opere sono esposte) aperta fino all'11 ottobre alla Galleria Nazionale di **Arte Moderna e Contemporanea** (Gnam) di Roma.

La **startup** organizzatrice dell'evento ci mette un ingrediente in più, quello del **crowdsourcing**. Fondata e presieduta da **Luca Desiata**, dirigente dell'Enel e docente di Corporate Art al Master of Art della Luiss Business School di Roma, **pptArt è il frutto della creatività collettiva dei suoi artisti.**





In pratica il team **mette in contatto** domanda e offerta attraverso un semplice meccanismo: **per il cliente è sufficiente compilare un modulo online, specificando budget e dettagli del progetto.**

La **richiesta** viene condivisa in esclusiva con la piattaforma di centinaia di **artisti internazionali riuniti sotto l'ala di pptArt** (a tutti è stato richiesto di firmare un manifesto di adesione) che, a loro volta, inviano le proposte. Gli *advisor* ne selezionano una decina e presentano al cliente una *short-list* tra le quali può scegliere quella che più lo soddisfa. Una **percentuale** della transazione sull'importo fatturato al cliente va alla **piattaforma**, il resto all'**artista**. A detta del founder Desiata, la startup procede spedita nel suo percorso imprenditoriale, sta fatturando e non ha avuto finora necessità di

finanziamenti esterni, che probabilmente andrà a cercare solo allo scopo di scalare e garantirsi l'**espansione**.

Uno dei **percorsi** più "naturali" e fruttuosi per questo tipo di startup sembra proprio essere la **corporate art**. All'interno della mostra ci sono tre progetti di artisti del collettivo: un "Apollo e Dafne" ideato per una società di consulenza da **Giancarlo Lepore** (un artista che è anche professore universitario e che ha appunto vinto il contest interno per la realizzazione dell'opera), un quadro voluto da una società di giochi online e un ritratto di un (misterioso) top manager italiano eseguito da **Marcello Reboani**.

Il resto dell'esposizione è un esempio di come si può proseguire su questa strada già percorsa da nobili predecessori. Tra

le opere esposte "La grande fiaba" di **Tadini**, una stampa di **Romero Britto** per "Absolute Vodka", un'opera di

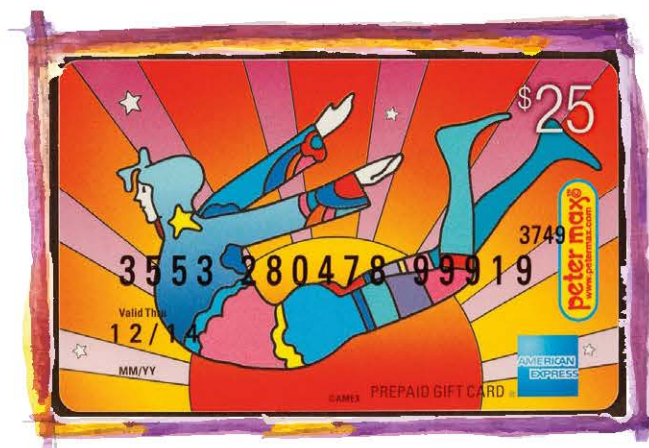


Marco Lodola per Fabbri, una Vespa dipinta da **Reboani**, un poster del 1938 di **Riccobaldi** per Martini & Rossi, la tela "Raffineria" di **Giuseppe Santomaso** per Esso Italiana, una pittura che ritrae la macchina da caffè Marzocco fatta da Bicio (**Fabrizio Folco Zambelli**) e molto altro.

Per quanto riguarda il passato la mostra offre una triade d'eccellenza

composta da **Renato Guttuso, Mario Mafai e Beppe Guzzi**, chiamati nel secolo scorso a dipingere quadri in occasione del Premio Strega, fondato a Roma nel 1947 da Maria e Goffredo Bellonci con il contributo dell'imprenditore Guido Alberti, nato a Benevento e comproprietario della fabbrica di torroni Alberti e del Liquore Strega. I tre quadri sono magnificamente ispirati alla leggenda delle streghe di Benevento.

Un **caso contemporaneo** di dialogo tra artisti e aziende è invece quello che vede protagonista **Banca IFIS**: nel 2013 l'istituto ha chiamato a raccolta tutti gli **street artist** desiderosi di realizzare la grafica relativa a un conto bancario attraverso un contest su Facebook. La Rete ha scelto il vincitore, **Riccardo Bernucci**, che ha poi eseguito l'opera dal vivo durante un **flash mob** nella stazione di Santa Lucia a Venezia. **Oggi è tra quelle in esposizione allo Gnam.** ■



Fonte: *economyup*

CREDIFAMIGLIA DIGITAL EVOLUTION

NUOVO SITO



www.credifamiglia.it

Da ottobre 2015 il sito CrediFamiglia avrà un look tutto nuovo: una nuova grafica ed organizzazione dei contenuti che rendono ancora più fruibile la loro consultazione e la navigazione tra le varie sezioni. Inoltre, anche l'Area Riservata verrà completamente ripensata per andare sempre più incontro alle esigenze che i diversi utenti possono manifestare entrando nella propria sezione.

NUOVI CANALI SOCIAL

CrediFamiglia approda su **Instagram!** Dopo la pagina Facebook e l'account Twitter, la business unit di Banca IFIS dedicata alla risoluzione in modo etico dei debiti finanziari mettendo al centro le persone che hanno degli impegni nei confronti di Banca IFIS, fa il suo debutto sul Social più famoso per la condivisione *real time* di immagini.

Si possono trovare alcune citazioni famose sui temi di debiti e crediti, così come immagini dei nostri Consulenti del Credito *on the road*, vere e proprie cartoline di luoghi e situazioni che incontrano durante il loro quotidiano lavoro.

Ma non è finita qui: CrediFamiglia è presente anche su **Tumblr**, piattaforma di microblogging che raccoglie i numerosi video ed immagini realizzati da CrediFamiglia. →



CREDIFAMIGLIA SCHOOL

CrediFamiglia è molto attenta alla formazione dei suoi Consulenti del Credito: il 6 luglio 2015 ha avuto infatti avvio CrediFamiglia School di Banca IFIS, la scuola che permetterà ai futuri Consulenti del Credito di acquisire tutte le nozioni e professionalità per svolgere al meglio al propria attività.

La prima classe è composta da 16 persone, provenienti da ogni parte d'Italia, da Nord a Sud senza dimenticare le Isole, che per 3 mesi hanno frequentato le lezioni, gran parte delle quali online, le quali hanno permesso loro di arrivare preparati all'"esame" con i clienti della Banca fornendo loro consulenza ed un aiuto concreto per onorare i propri impegni.



TABLET & APP CONSULENTI DEL CREDITO

L'animo tecnologico di Banca IFIS caratterizza anche gli strumenti a disposizione dei Consulenti del Credito: grazie allo smartphone e tablet messi a loro disposizione, hanno la possibilità di calcolare la rata sostenibile del Cliente grazie all'App appositamente realizzata per venire a supporto al lavoro degli Agenti di CrediFamiglia.

Ma non è finita qui: il tablet permette di ridurre notevolmente i documenti cartacei che i Consulenti devono portare con sé, senza tralasciare la "geolocalizzazione", strumento fondamentale nell'organizzazione della giornata dei Consulenti che permette loro di tracciare il percorso migliore per ottimizzare i tempi di visita al domicilio dei Clienti, e velocizzare le comunicazioni e lo scambio di informazioni con la Banca. ■

INIZIATIVE PER LE IMPRESE CREDI IMPRESA FUTURO È MULTICHANNEL

Negli ultimi due anni Credi Impresa Futuro ha costruito una presenza digitale multicanale focalizzando la propria attenzione sul mondo impresa. Sono molte le iniziative promosse: progetti di educazione finanziaria, eventi e corsi sul rapporto banca-impresa e sulla cultura digitale, rubriche informative sui canali social. Non solo iniziative digitali, bensì veri e propri corsi di formazione per sensibilizzare le imprese e migliorare il loro rapporto con la banca. Vediamone alcune.

#MADEINITALYCOPIATO

La storia e le caratteristiche distintive dei grandi prodotti alimentari del Made in Italy raccontati attraverso i canali social Facebook, Twitter e Instagram.



#SELFILIALE

È un'iniziativa nata con l'apertura del profilo Instagram di Credi Impresa Futuro e rivolta a tutti i colleghi delle filiali distribuite sul territorio italiano. Un modo per condividere con gli altri colleghi di Banca IFIS e con il popolo del web il rapporto quotidiano con le imprese, raccontando grazie agli scatti fotografici i team sul territorio dedicati alla relazione con le PMI. Gli scatti vengono pubblicati nel profilo Instagram di Credi Impresa Futuro e negli altri presidi social. →



#RISPONDIPMI

Il nostro contact center Filo Diretto si mette in gioco e risponde alle PMI.



#ISPIRAPMI

Consigli e frasi celebri da parte di grandi imprenditori, scrittori e professionisti che hanno cambiato il mondo impresa.



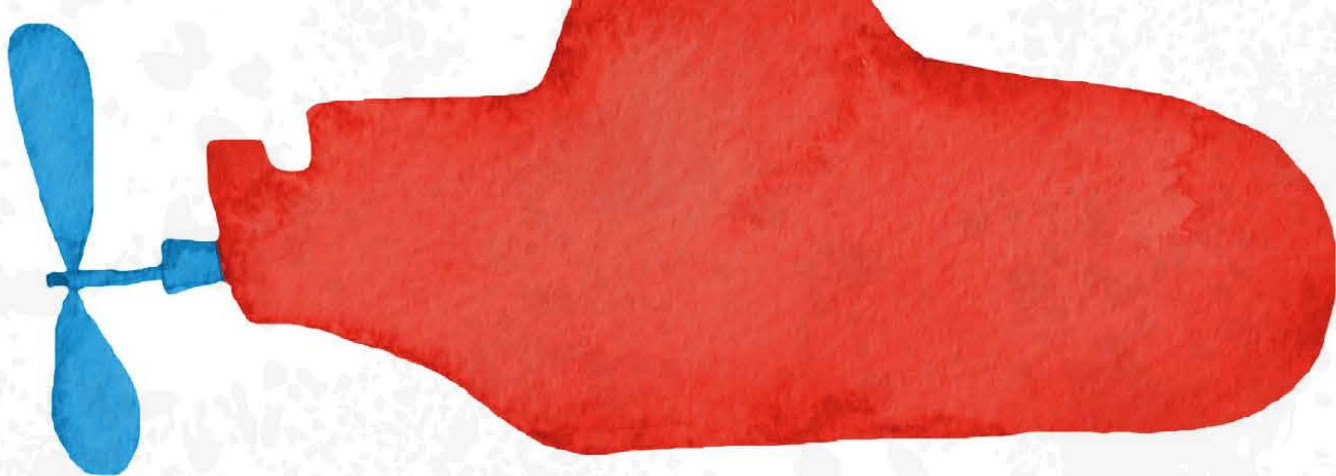
APP: REALTÀ AUMENTATA

Applicazione che permette alle PMI di esplorare i contenuti multimediali presenti all'interno della brochure cartacea (o digitale) di Credi Impresa Futuro.



STRUMENTI E TECNICHE PER UN MIGLIOR RAPPORTO TRA IMPRESA E BANCA

Ciclo di tre incontri con le imprese organizzato in collaborazione con la Fondazione CUOA. ■



TRASPARENZA PER GLI STAKEHOLDERS: BANCA IFIS INNOVA CON PERISCOPE

Cosa ci fa una Banca con Periscope? Certamente avrà scaricato l'app sbagliata... O forse no?

Nel caso di Banca IFIS è certamente un no. **La Banca** presieduta da Sebastien von Fürstenberg **si conferma ancora una volta pioniera dell'innovazione digitale.**

Il 18 aprile scorso il *go live* del canale istituzionale è stato fatto in occasione dell'Assemblea degli Azionisti, momento molto istituzionale nella vita di una società.

L'Assemblea degli Azionisti è stata trasmessa live su Twitter attraverso Periscope, l'applicazione mobile che permette il *broadcasting* in diretta di un evento: **Banca IFIS è stata la**

prima banca al mondo ad utilizzare questa applicazione per la comunicazione esterna, confermando la volontà di anticipare i *trend* e di condividere con gli *stakeholders* eventi e contenuti con la massima trasparenza e in tempo reale.

“L'idea di utilizzarlo in banca deriva dalla volontà di trasmettere all'esterno tutto ciò che accade, così da poter mostrare anche a chi non è qui con noi in banca (per esempio penso agli azionisti non presenti all'assemblea, oppure a chi è alla ricerca di un lavoro e vuole vedere all'interno la banca, ma anche ad altre categorie, come clienti e altri stakeholder) le facce vere di chi lavora qui tutti i giorni”, ha detto Giovanni Bossi, Amministratore Delegato di Banca IFIS. →

“Non avendo sportelli e essendo solo presenti online (tranne le filiali di Credi Impresa Futuro che visitano le imprese ogni giorno sul territorio), Periscope è per noi un altro strumento che si aggiunge alla già **grande famiglia social di Banca IFIS** al fine di farci conoscere e di permettere alle persone di entrare in diretto contatto con noi, in tempo reale”, spiega l'AD. “Il primo

esperimento è stato l'Assemblea dei Soci, momento istituzionale altissimo, poi pubblicheremo altri video per documentare altri uffici e altri eventi/parti della banca, come ad esempio il servizio clienti rendimax e contomax o il web marketing: vedere in faccia le persone con cui magari si dialoga nei social”. ■



News e servizi per il mercato polacco: IFIS Finance new look



A partire dal settembre 2014 IFIS Finance, la società polacca controllata dal Gruppo Banca IFIS che offre supporto creditizio alle PMI che operano nel mercato polacco, ha avviato una serie di iniziative online e offline al fine di aumentare la propria visibilità. L'obiettivo di queste attività è quello di **raggiungere il proprio target di riferimento in modo coordinato e coerente**. Parallelamente, c'è stato un lavoro di *restyling* sulla *brand identity* dell'azienda che ha coinvolto logo e *corporate colors*, al fine di far conoscere a CFOs e imprenditori polacchi i vantaggi dell'offerta *factoring* di IFIS Finance.

La presenza di IFIS Finance sui principali social network (Facebook, LinkedIn e Twitter) è volta a coinvolgere il proprio target attraverso una strategia di *content marketing* incentrata sul diffondere news su alcuni settori industriali d'interesse per l'azienda. Allo stesso tempo, sono state veicolate informazioni riguardanti il *factoring*, fornite anche con l'aiuto di video e infografiche semplici e intuitive.

Dal mese di giugno, inoltre, **è stato pubblicato online il nuovo sito web** dell'azienda polacca con un nuovo layout grafico fresco e moderno, un *look and feel* coerente con la nuova *corporate identity*, istituzionale, ma che dà ampio spazio alle immagini ritraendo coloro che ogni giorno sono in prima linea nei confronti del supporto creditizio alle imprese polacche, ovvero i dipendenti del Gruppo Banca IFIS. Il nuovo sito è inoltre ottimizzato per avere miglioramenti sia dal punto di vista della *user experience*, offrendo le informazioni necessarie per il visitatore in pochi clic, esponendo delle *call to action* chiare sin dalla homepage. Il tutto navigabile sia da desktop che da tutti i device mobili, anche dal punto di vista del posizionamento sui motori di ricerca per le parole chiave d'interesse. Le iniziative di comunicazione e di *"engagement"* non si fermano all'online: durante tutto l'anno i professionisti di IFIS Finance hanno presenziato a diversi eventi rivolti alle PMI polacche, quali convegni e fiere di settore. →



You require working capital without **additional** collateral



You need to **increase** your financial **liquidity**



Your customers **require longer** **payment** terms



Your suppliers are **offering discounts** on early payments



You want to **secure payments** from counterparties



You need to know the **reliability** of your national and international buyers



You are looking for a quick and effective **financial solution**

In particolare, a marzo **IFIS Finance** si è fatta promotrice del primo incontro dedicato alle PMI polacche intitolato "What will SMEs face in 2015? Financial tools, rules and highlights" e svoltosi a Varsavia nella sede della controllata polacca. La conferenza è stata l'occasione di networking tra importanti player della piccola e media impresa e gli imprenditori locali, al fine di analizzare lo stato delle imprese operanti nel mercato polacco e gli

strumenti finanziari che possono supportarle nel loro lavoro, alla luce della crescita imprenditoriale esponenziale in atto in Polonia e che è prevista anche per il 2016. **Il 2015 si conferma un anno di sviluppo per IFIS Finance** anche per l'ingresso di nuovi consulenti e l'apertura delle nuove sedi operative di Gdańsk, Poznań e Łódź. ■



L'I.P.E.R. FORMULA DEL PERSONAL BRANDING

Il corso per sviluppare il proprio brand personale sul web (ma non solo)

TRA LE DIVERSE INIZIATIVE PROPOSTE DA BANCA IFIS NEI PRIMI MESI DEL 2015, C'È STATO ANCHE IL CORSO "L'I.P.E.R. FORMULA DEL PERSONAL BRANDING", UN PERCORSO DI QUATTRO INCONTRI DEDICATO AI COLLABORATORI DELLA BANCA E FOCALIZZATO SULLO SVILUPPO DEL PROPRIO BRAND PERSONALE. IL CORSO È STATO TENUTO DA ENRICO BISETTO E DAMIANO BORDIGNON DI SESTYLE (WWW.SESTYLE.IT).



**PERSONAL
BRANDING**



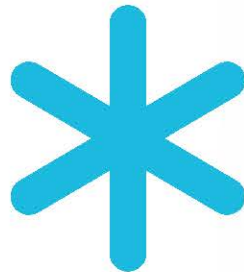
**DIGITAL
STRATEGY**



**BRAND
COACHING**



FORMAZIONE



Identità – Proposta – Espressione – Relazione: quattro step per arrivare a costruire il proprio brand personale. Ma cosa significa sviluppare realmente il proprio brand personale? Il corso ne ha messo in luce diversi aspetti, evidenziando come quello sul Personal Branding sia un percorso che inizia prima di tutto lavorando su se stessi. Partendo da concetti come quelli di identità e unicità, passando per l'analisi della propria *mission* e *vision*, si è infine arrivati a toccare aspetti pratici e legati al mondo digital. **Riuscire a comunicare il proprio brand personale in maniera coerente e originale anche attraverso**

i social e gli altri strumenti offerti dal web era infatti uno degli obiettivi chiave del corso, le cui attività si sono svolte non solo in aula ma anche attraverso un gruppo dedicato su Facebook.

I partecipanti hanno così ricevuto quotidianamente nuovi spunti di lavoro e hanno partecipato ad attività di *gaming* utili ad accumulare punti per la sfida finale: la presentazione della propria "proposta unica di valore", un elaborato attraverso cui raccogliere e rielaborare in chiave personale gli input ricevuti durante le quattro serate. ■





**KEEP
CALM**

and

READ

IFIS MAGAZINE

(english version)

REBUILDING THE TRUST IN THE BANK AND THE RELATIONSHIP WITH THE CUSTOMER THROUGH SOCIAL NETWORKS.

I recently had the opportunity to take part in a Twitter time. For someone like me, who, for reasons I would call "generational," is still taking their first steps in this digital dimension that is revolutionizing our lives, and has already brought our children to far-away worlds and unbridgeable technological distances, it is a place, a time and a space organized on the Twitter platform. It is an open conversation with anyone willing to ask questions, exchange ideas or express their opinions on a given topic.



Alberto Staccione,
General Manager
of Banca IFIS

I realized from this experience that the "digital relationship" is setting off a silent revolution. The social dimension brings to the relationship an element of extraordinary importance compared to more traditional channels, an effect that is even greater for a bank like ours that does not wait for the customer at the counter, but meets them in their territory, in their business. In the world that now I call "traditional" it's you, business person or company, who looks for the customer to establish a relationship, trying to help them with their financial needs. In the social world, it is as if a tornado came suddenly through the window - or, rather, through the screen - and said directly to you: "I have this problem" or "I am contacting you because..." It is a reversal of perspective.

It is surprising how, through technological communication, it is possible to have more meaningful contact than in a one-to-one meeting. And it is in that moment that you discover that new element; the one that you can't measure in terms of budget, margin or volume; that, even when you do not have definite answers, or cannot offer practical solutions, adds value: the attention to, and respect for, the individual. The digital world

has the great virtue of prolonging that stage of total freedom and openness with the other person, something that direct meeting tends to stifle in the first moments, with a thousand layers of feedback, considerations and judgments.

I remember the time when the "Bank" was considered an institution synonymous with value and quality. Today there are few words more universally odious than "Bank," sometimes wrongly, unfortunately too often rightly. Therefore we need to start over from the respect for the person and for the potential customer. We need to start over by understanding people's needs and conditions, the ability to speak with transparency and objectivity, the ability to look at results in the long-term rather than at immediate return.

To achieve this, we need to rebuild the trust in the relationship between Bank and customer by placing the person at the center of this relationship. At any stage of our work, on the road or in our office, in front of the customer or at our desks, it is essential to be aware that on the other side of our work there is always someone who expects something from us: possibly a solution, but always a timely, sincere and respectful answer. •

Alberto Staccione

TIME TO SUPPORT MAKER FAIRE

Maker Faire Rome is the European edition of the Maker Faire. With over 600 inventions on display in 2014 and 90 thousand visitors, Maker Faire Rome is the world's largest exhibition after the "Area Bay" and "New York" in the US.

This is an exhibition that combines science, technology, entertainment and business and creates something entirely new. For DIY enthusiasts, makers, the Fab Labs, technology and innovation enthusiasts Maker Faire provides the natural reference for their interests: it is **the most important event dedicated to innovation in the world of making.**

If you add the fact that product, process or distribution innovation has an immediate beneficial effect on the business of companies, it is easy to understand why Banca IFIS decided to become a **strategic partner of Maker Faire.**

THE PARTNERSHIP BETWEEN THE MAKER'S FAIR AND THE BANK WILL HAVE A TIME HORIZON OF 18 MONTHS AND INCLUDES TWO DISTINCT PHASES:

1ST PHASE

MAKER FAIRE 2015

The partnership will "adopt" two companies, and will act on this in two ways:

- **PRODUCT INNOVATION BY MEANS OF CONTAMINATION BETWEEN COMPANY AND MAKER;**
- **USINESS DESIGN CONSULTING TO MAKE THE COMPANIES COMPETITIVE IN THE NEW GLOBAL MARKET.**

The first company to be part of the project is **LINO'S TYPE**, a printing house based in Verona taken over by a group of designers, graphic designers and letterpress enthusiasts, who knew how to embrace modernity by incorporating new printing technologies.

Banca IFIS will therefore participate at Maker Faire 2015 describing the project and explaining this initial phase. It will share with the public the case history of the companies that have committed to undergo a "maker based" process of innovation, giving an appointment for the following year and providing updates on the web and social profiles which will be created.



2ND PHASE

MAKER FAIRE 2016

Banca IFIS, in the previous year, will create a digital "call to innovate": 5 companies will be selected from all those that will put themselves forward, and will be supported by the Bank and its advisers in order to get to Maker Faire 2016 with 5 product prototypes or 5 new businesses to present as case histories of success and change. →



Why would a bank develop such a partnership



Banca IFIS's historic mission is the funding of the work of enterprises, and providing - therefore supporting - the virtuous companies that have been able over time to provide products and services recognised by the market.

Small and Medium Enterprises and the craftsmanship which accompanies them must face difficulties today, in terms of new markets, technologies, distribution strategies. The historical transformation of the Italian company goes through the transformation of craftsmanship in tools and processes which enable them, at the same time, to maintain, on one hand, excellence and a distinctive genius and, on the other hand, the ability to scale production and to open up to the global market.

Clearly, the bank is thus looking for companies of the future, but most companies today have realized that without three key components it is not possible to compete and excel in the current environment.

THESE COMPONENTS ARE:

- 1) A PRODUCT WHICH WORKS, REQUESTED IN VARIOUS MARKETS;
- 2) A STATE-OF-THE-ART DISTRIBUTION STRATEGY AND BUSINESS MODEL;
- 3) AN INTEGRATED AND DIGITAL COMMUNICATION STRATEGY.

It is therefore quite possible that a company that was historically successful can be competitive again by innovating, for example, its product or its distribution models.

Banca IFIS is therefore an ideal partner to Maker Faire, "adopting" 5 companies and supporting them totally free, by integrating their skills on credit and on the business model of SMEs with those of the primary players in the world of future management, such as the author of "Futuro Artigiano" [Craftsman of the Future] Stefano Micelli. ■

APPLY YOUR COMPANY!

The Banca IFIS project is ambitious, so if the companies you guide, or that you know, can be considered as such, prepare to apply!

To do so, send an email to:
comunicazione@bancaifis.it

MAKER FAIRE ROME

The European Edition

from 16 to 18 OCTOBER 2015

Maker Faire Rome is the European edition of the Maker Faire. With over 600 inventions on display in 2014 and 90 thousand visitors, Maker Faire Rome is the world's largest exhibition after the "Area Bay" and "New York" in the US. This year, after the success of the 2013 and 2014 editions, we expect hundreds of inventions and attractions from 65 nations. On the programme: live performances, panels, workshops, seminars, conferences and many surprises in store especially for children who will have a special **Kids Area**, which is even bigger with even more activities than previous editions.

Maker Faire Rome - The European Edition is organised by Asset Camera, a Special Agency of the Chamber of Commerce of Rome, whose mission is to place the city of Rome at the center of the debate on innovation, by spreading the digital culture, and developing the individual and collective entrepreneurship that is so integral to the Maker movement's genetic makeup. **The Maker Faire 2015 runs 16 to 18 October 2015 at "La Sapienza" University of Rome**, which for this occasion, will become a real "city of the future".



PHARMA IN ITALY: **TAKING CARE** OF GROWTH

THE FIRST THREE PLACES ON THE PODIUM IN EUROPE ARE OCCUPIED BY TURKEY (24,406 PHARMACIES), FRANCE (22,655) AND SPAIN (21,459). PRECEDING ITALY, IN FOURTH PLACE, IS GERMANY, WITH 20,921 PHARMACIES IN OPERATION.

With approximately **18,000 pharmacies throughout the whole country, Italy is the fifth country in Europe** per number of pharmacies. Characterised by a shrinking refund market (-2.3%) and a growing commercial one (+3.3%), the value of the pharmacy channel has remained virtually stable (-0.3%) in 2014. The figures for the pharmacy market were presented by **Ims Health Italia** in the 2015 edition of Cosmofarma Exhibition, the leading European event in pharmacy related services held in Bologna on 17th April. **In the first few months of 2015, the commercial market grew**

by 3.9%, now covering 40% of pharmacy turnover for a value of Euro 9.9 billion. 52.7% of the value comes from OTC (Over the Counter drugs), followed by parapharmacy products (22.9%), health and beauty (20.1%) and nutritional (4.2%). The favourite categories of the commercial market, according to a survey of 300 pharmacists conducted by IMS, are nutraceuticals (38% of preferences) and dermo-cosmetics (54% of preferences).



Most sold products

multivitamins

22,9%

probiotics

22,8%

Growing markets

analgesic products

+11,9%

probiotics

+11,5%

gynaecological products

+5,3%



NUTRACEUTICALS.

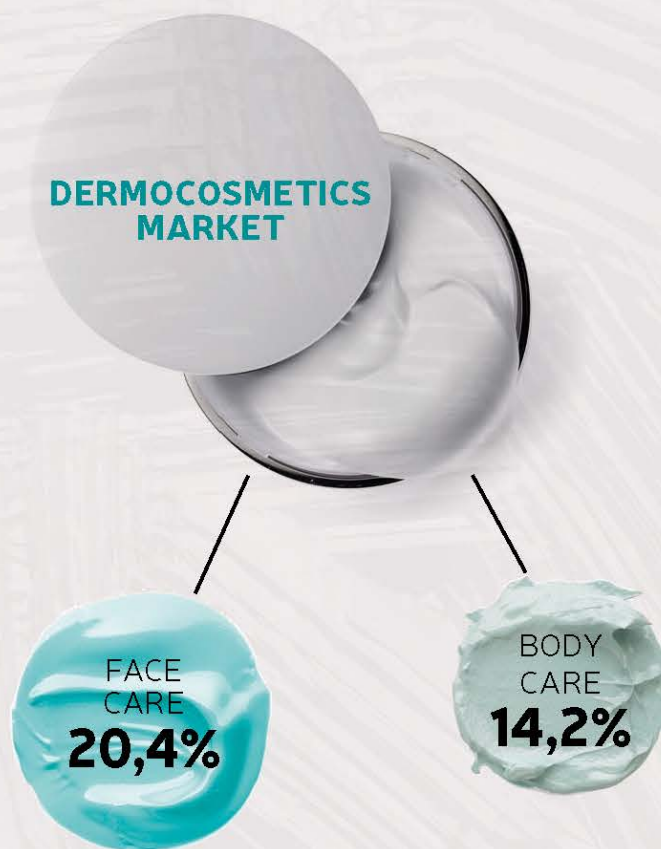
In 2014 the nutraceutical market in pharmacies grew in value by 7.3% reaching Euro 2.2 billion in sales. The sector also grew in volume (+5.5%), and is represented in Italy by more than 1,675 companies of which the first ten generate 25% of total sales. Among the products sold the most first place is occupied by multivitamins (22.9% of the total) followed by probiotics (22.8%). At present the biggest growth in value is in analgesic products (+11.9%), probiotics (+11.5%) and gynaecological products (+ 5.3%). Above all it is gynaecologists, paediatricians and urologists who mostly prescribe more nutraceutical

products: on the total number of prescriptions, in fact, these specialists prescribe respectively 13.7%, 12.5% and 11.7%. **Italy is one of the more mature European markets in the field of nutraceuticals:** in 2014, in fact, their per capita expenditure totalled Euro 41, compared with Euro 33 expenditure, for example, by their Belgian and Austrian neighbours. For total market value in the pharmacy, drugstore and large retail corner channels, Italy ranks first with **2,4 billion** expenditure in 2014, followed by Germany with 1.4 billion and France with 719 million.



DERMO-COSMETICS. In 2014 the dermo-cosmetics sector in pharmacies grew in value by 2.2% (with a turnover of Euro 1.8 billion) and in volume by 3.6%. The market in Italy is made up of 694 companies (found in pharmacies), and 120 of these occupy 92% of the turnover. The products with a higher market value are those dedicated to face care (20.4%) and body care (14.2%). 33.6% of the market value comes from products with an average-low price (less than Euro 16), followed by products of a medium to high price (Euro 16-25) with 36.9% of the market. Although the value market share is dominated by these products, the strongest growth in 2014 was in premium products (over Euro 50), up by 13%. In six out of ten pharmacies dermo-cosmetics are present with a dedicated counter and four of these also have a dedicated salesperson. ■

Source: *aboutpharma.com* and *Federfarma*



In line with the digital soul of Banca IFIS, in addition to the physical location - "Pharmacies" is based in Milan - the Pharma Area also has social and web tools. **The official website of Banca IFIS Pharma and Pharmacies is available at the address: <http://pharma.bancaifis.it>.**

In a fresh and dynamic context, users can explore the services of both Banca IFIS and the Pharmacy business unit, and will be able to receive the most relevant sector news through a dedicated newsletter and blog managed by an internal editorial staff. The **LinkedIn showcase page** is also associated with the site which reports on items of interest to industry operators, with information on the financial results and performance of Banca IFIS, actually listed on the Star segment of the Italian Stock Exchange.

SOCIAL

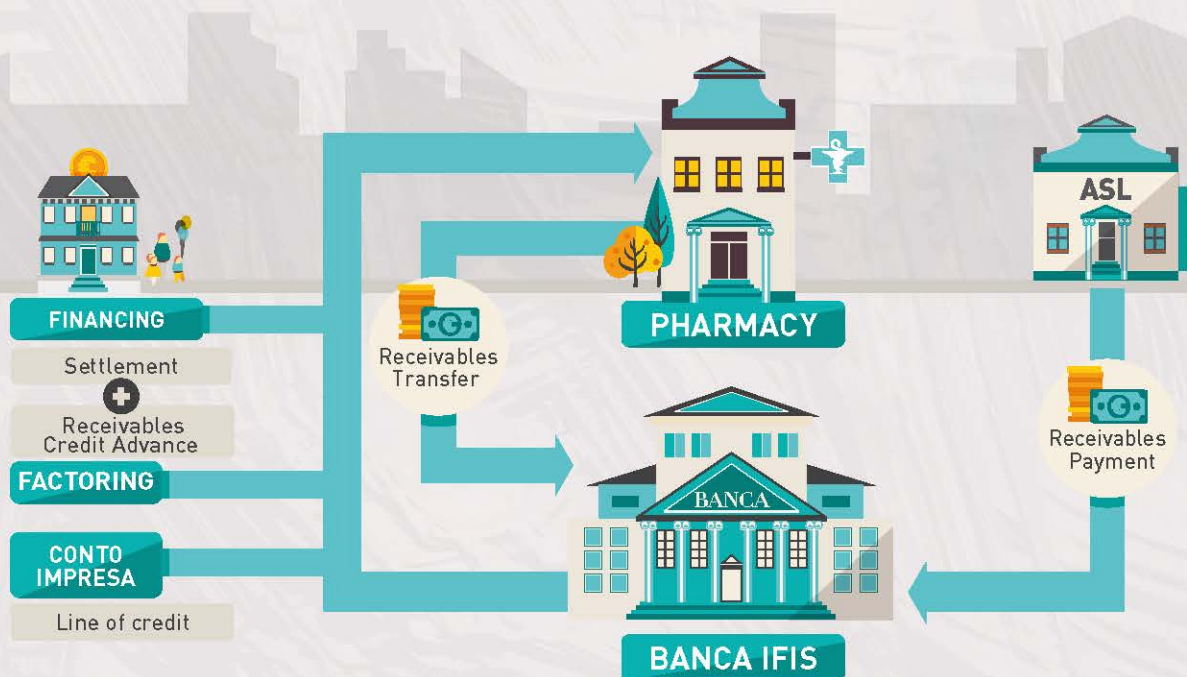


Target : Pharmacies

Since 17th June 2015, Banca IFIS is the new financial partner of pharmacies. The objective? To succeed in financing all the 18 thousand pharmacies present on the national territory who need medium-term finances. A further step in the evolution of the banking institute in pursuit of the stated objectives for growth by internal lines and, at the same time, a development that also involves the business model of the Group, which has been enhanced with a new tool: **medium-term finance** aimed at supporting the supply cycle. The institute has acknowledged once

again the need for a market, that of pharmacies, for competent and specialised financial support. At a historical time when the availability of financial resources in the short and medium term is extremely weak, Banca IFIS aims to become the **financial partner of pharmacy owners**, a partner of excellence in the supply of credit. Thanks to a consolidated know-how and extensive knowledge of the market, enhanced by the entry of a **team of professionals** with vast experience in the sector, Banca IFIS has added two strong specialisations to this

business sector: the financing of businesses, through the use of factoring as a means of mitigating credit risk, and the presence in the pharmaceutical and healthcare sector of Banca IFIS Pharma, which specialises in management solutions for companies looking to dispose of its outstanding claims from the National Health System (SSN) and the PA. ■



ROAD TO:

#nplmeeting

Focus on ITALY & SPAIN

VENICE 18_09_2015

Save the date: **Friday, 18th September, 2015**. No, the stock markets will not collapse and Greece will not go back to the drachma. Simply, the most important players in the field of Non-Performing Loans (NPL) will gather at the event 2015 par excellence: the **NPL International Meeting**.

A fourth edition that promises to be extraordinary and full of talking points. Certainly 2015 is a watershed year for the meeting: established in 2012, it has evolved

in quality and quantity, becoming the top event in Italy for players in the field of Non-Performing Loans, a recognized benchmark in Europe.

In light of this exponential growth, the **NPL Meeting** this year moves from its home of many years (the general direction of Banca IFIS in Mestre) to move closer to the historic centre of Venice.

The Meeting in fact will take place in the Auditorium of Terminal 103 of the Port of Venice, near Piazzale Roma and Tronchetto, easily accessible by all guests. →

UNSECURED

SECURED

SECURED





A change of venue necessitated by the growing popularity of the conference, as over **400 participants** are expected from all over the world for the 2015 edition, without sacrificing the high profile that has always distinguished it on the national scene. The fourth **NPL Meeting** will in fact see some of the most important market players take part in discussions and round tables, with exclusive content and guests.

The leitmotif of the day will be the operation and management of assets on the Italian and Spanish markets, with a focus on the disposal methods of portfolios and the collection methods of positions.

Among the main speakers will be **Jaime Echegoyen**, CEO of Sareb, who will relate the experience of the Spanish bad bank to the participants, and **Richard Portes**, Professor of Economics at the London Business School, who will provide a macro-economic overview of the two markets.



IT AL Y

SP AI N

To complete the overall picture there will be two speakers from PwC, **Antonella Pagano** and **Jaime Bergaz**, who will introduce the differences and unique features of Italian and Spanish management of non-performing loans. During the day there will also be group discussions, which will focus on the features and operation of the supply chains of secured and unsecured assets in the two Southern European countries.

All information on the meeting, the agenda and speakers is available on the website **www.nplmeeting.it**. Throughout the day, the key concepts will be communicated on Twitter and the social networks of Banca IFIS also via the hashtag **#NPLmeeting**.

Participation at the **NPL Meeting** is by invitation and is reserved for originators, buyers and investors. ■

For information:
www.nplmeeting.it

BANCA IFIS GOES MORE SOCIAL

The social organisation as a model to welcome new opportunities and create shared value.

WHAT IS SOCIAL ORGANISATION?

Social organisation is a business model based on a collaborative community network, which enable a large number of people to work collaboratively, both online and offline.

In this type of business it is meant to identify and develop the skills, experience and creativity of everyone in order to strengthen the entire organisational ecosystem.

This approach, that a business decides to take in order to address significant business challenges and opportunities by using social platforms, **is designed to create mass collaboration** both internally and externally to enable all stakeholders to directly participate in the creation of value.

At the beginning of July, Banca IFIS underwent a process to identify a project in line with the principles of social organisation that will be carried forward during the second half of 2015 and will most likely be put in place during 2016. →



The kick-off of the project was through an informal meeting at the Headquarters with the participation of some "digital" influencers that have been collaborating with the Bank for years, among them experts of social HR, social organisation, personal branding, business processes and social media experts.

During this meeting the macro points to be addressed in the near future through dedicated meetings were identified which go into the merits of possible projects to be implemented in order to further involve employees and stakeholders. ■



On this topic, **Banca IFIS** will develop its third **blog tour** between October and November, a thematic journey with some network influencers and Bank management to develop a social organisation project which can be applied to the **Banca IFIS** case. **STAY TUNED.**

DISCOVER THE
ACTIVITIES OF THE 2014
BLOGTOUR THANKS
TO THE HASHTAG
#IFISTOUR14!



WHEN MANAGEMENT STARTS... TWEETING



The Bank SME relationship is the theme of the first twitter time of the General Manager Alberto Staccione.



The strong digital imprint which characterises Banca IFIS is also present on the Social profiles of the Bank's management. The General Manager, **Alberto Staccione**, is no exception with his presence on Twitter and LinkedIn.

On 7th July the General Manager held his first Twitter Time: for over an hour he responded to tweets, to numerous requests from the Network on the subject of the SME and access to credit through **#BancaPMI**.

In 140 characters Staccione had the opportunity to explain to their stakeholders the requisites and documents required to apply for funding, the mistakes to avoid and much more. **A real conversation thus took place between the General Manager and the users themselves who asked questions and shared their experiences and opinions.** ■

To review the tweets and replies:

twitter.com/AStaccione

or

[#BancaPMI @AStaccione](https://twitter.com/AStaccione)





FAST FINANCE. IL PARTNER IDEALE PER LE PROCEDURE CONCORDATARIE.

Fast Finance è la Divisione del Gruppo Banca IFIS specializzata nell'acquisto di crediti fiscali, crediti commerciali e diritti litigiosi connessi alle Procedure Concordatarie.

La cessione dei crediti di difficile esigibilità aiuta gli Organi delle Procedure a conseguire la liquidazione dell'attivo e la rapida chiusura a beneficio dei creditori. Le offerte di acquisto sono formulate pro-soluto con assunzione da parte di Fast Finance di tutti i costi inerenti la valutazione, cessione e gestione dei crediti ceduti.

L'esperienza e l'elevato grado di competenza tecnica acquisite, nonché la capillarità su tutto il territorio nazionale, consentono a Fast Finance di garantire un'assistenza costante e qualificata sin dalle prime fasi della valutazione nonché la massima efficienza nella successiva gestione.

www.bancaifis.it



**FAST
FINANCE**
di BANCA IFIS

News and services for the Polish market: IFIS Finance new look



As of September 2014, IFIS Finance, the Polish company controlled by the Banca IFIS Group that provides credit support to SMEs operating in the Polish market, has launched a series of online and offline initiatives in order to increase its visibility.

The presence of IFIS Finance on major social networks (Facebook, LinkedIn and Twitter) is aimed at **engaging their target audiences through a content marketing strategy focused on spreading news on certain sectors of interest for the company.** At the same time, information on factoring has been conveyed, provided also with the help of videos and simple and intuitive infographics. Since June the **new website of the Polish company has been online** with a new graphic layout which is fresh and modern, a look and feel consistent with the new corporate identity, institutional, but giving ample space to the images of frontline staff who each day provide credit support to Polish companies, namely employees of the Banca IFIS Group. In March IFIS Finance promoted the first meeting devoted to Polish SMEs entitled "What will SMEs face in 2015? Financial tools, rules and highlights" held in Warsaw at the headquarters of the Polish subsidiary. The conference was an opportunity for networking with the major players of small and medium enterprises and local entrepreneurs, with the aim of analysing the companies operating in the Polish market and the financial instruments that can support them in their work, in the light of the exponential entrepreneurial growth that is taking place in Poland and which is also forecast for 2016. ■



You require working capital without **additional collateral**



You want to **secure payments** from counterparties



You need to **increase** your financial **liquidity**



You need to know the **reliability** of your national and international buyers



Your customers **require longer payment terms**



You are looking for a quick and effective **financial solution**



Your suppliers are **offering discounts** on early payments



BANCA IFIS



DIAMO VALORE AL TUO LAVORO.

www.bancaifis.it



CREDIFAMIGLIA DIGITAL EVOLUTION

NEW WEBSITE



www.credifamiglia.it

From October 2015 CrediFamiglia's website will have a completely new look: new graphics and content layout that will make it easier to consult and navigate between the various sections.

NEW SOCIAL CHANNELS

CrediFamiglia is on **Instagram!** Already with a Facebook page and Twitter account, the business unit of Banca IFIS dedicated to the ethical resolution of financial debts by focusing on the people who have commitments with Banca IFIS, now makes its debut on the most famous Social network for real-time sharing of images.

CrediFamiglia is also on **Tumblr**, microblogging platform that hosts the numerous videos and images produced by CrediFamiglia. →



CREDIFAMIGLIA SCHOOL

CrediFamiglia is very dedicated to the training of its Credit Consultants: on 6th July 2015 it had in fact the CrediFamiglia School of Banca IFIS, the school that will enable future Credit Consultants to acquire all the knowledge and information so they can effectively fulfil their roles.

The first class is composed of 16 people from all over Italy, from north to south as well as from the Islands, who attended lectures for three months, most of them online, which allowed them to prepare themselves for assessments with the Bank's customers by providing them with advice and practical help in order to honour their financial commitments.



TABLET & APP CREDIT CONSULTANTS

The technological soul of Banca IFIS is also a prominent feature of the tools available to Credit Consultants: thanks to the smartphones and tablets made available to them, they are able to calculate the repayment rate sustainable by the customer thanks to the App specifically designed to support the work of CrediFamiglia Agents.

But there's more: the tablet enables a significant reduction of paper documents that the consultants must carry with them, not to mention "geopositioning", a fundamental tool in the organization of the Consultant's day enabling them to plan the best route for optimising visit times to the customer's domicile, and to increase the speed of communication and information exchange with the Bank. ■

INITIATIVES FOR BUSINESSES

CREDI IMPRESA FUTURO IS MULTICHANNEL

Over the past two years Credi Impresa Futuro has developed a digital multichannel presence by focusing its attention on the business world. Lots of initiatives were promoted: financial education projects, events and courses on the business bank relationship and on digital culture, informative sections on the social channels. Not just digital initiatives but actual training courses for raising awareness of businesses and improving their relationship with the bank, let's look at some of them.

#MADEINITALYCOPIATO

The history and distinctive features of famous Made in Italy food products told through the social channels of Facebook, Twitter and Instagram.



#SELFILIALE

An initiative created for the opening of Credi Impresa Futuro's Instagram profile, addressed to all colleagues from the Italian branches of the Credi Impresa Futuro business unit. A way to share with other Banca IFIS colleagues, and people on the web, the daily relationship with SMEs, describing the teams thanks to the photos and selfies taken by the employees. The photographs are published on Credi Impresa Futuro's Instagram account and on other social media channels. →

#RISPONDIPMI

Our contact center
Filo Diretto plays their part
and responds to SMEs.



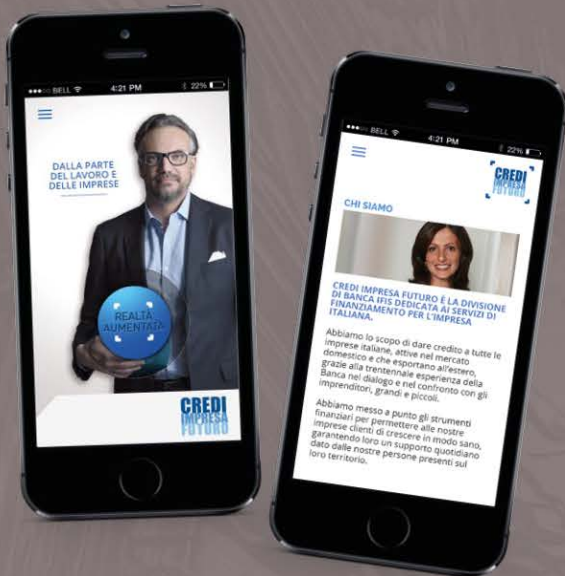
#ISPIRAPMI

Tips and famous phrases from famous entrepreneurs, writers and professionals who have changed the business world.



INCREASED REALITY APP

Application that enables SMEs to explore the multimedia content within the printed (or digital) brochure of Credi Impresa Futuro.



TOOLS AND TECHNIQUES FOR A BETTER BUSINESS BANK RELATIONSHIP

A series of three meetings with businesses organised in collaboration with the CUOA Foundation. ■

CONTATTI

BANCA IFIS

Via Terraglio, 63
30174 Mestre-Venezia
☎ +39 041 5027511
☎ +39 041 5027555
🌐 www.bancaifis.it

CREDI IMPRESA FUTURO

Via Gatta, 11
30174 Mestre-Venezia
☎ +39 041 5027511
☎ +39 041 5027555
✉ filodiretto@bancaifis.it
🌐 www.credimpresafuturo.it

CREDI FAMIGLIA

Via Giambologna, n°2/R
50132 Firenze
☎ +39 055 575501
☎ +39 055 574877
✉ credi@credifamiglia.it
🌐 www.credifamiglia.it

BANCAIFIS PHARMA

Via Della Sierra Nevada, 108
00144 Roma
☎ +39 06 59290222
☎ +39 06 59290132
✉ pharma@bancaifis.it

BANCAIFIS AREANPL

Via Giambologna, n°2/R
50132 Firenze
☎ +39 055 575501
☎ +39 055 574877
✉ areanpl@bancaifis.it

BANCAIFIS INTERNATIONAL

Via Volta, 16
20093 Cologno Monzese - MI
☎ +39 02 2670 9151
☎ +39 02 2670 9152
✉ ufficio.internazionale@bancaifis.it

IFIS FINANCE

ul. Wspólna, 62
00-684 Varsavia, Polonia
☎ +48 22 525 82 00
☎ +48 22 525 82 01
✉ ifis.finance@ifis.pl
🌐 www.ifis.pl

FAST FINANCE

Via De' Poeti, 1/7
40124 Bologna
☎ +39 051 2750271
☎ +39 051 2915133
✉ commerciale.fastfinance@bancaifis.it

contomax

Via Terraglio, 63
30174 Mestre-Venezia
☎ +39 041 5027511
☎ +39 041 5027555
✉ info@contomax.it
🌐 www.contomax.it

Call center clienti
☎ 800 522122

rendimax

Via Terraglio, 63
30174 Mestre-Venezia
☎ +39 041 5027511
☎ +39 041 5027555
✉ info@rendimax.it
🌐 www.rendimax.it

Call center clienti
☎ 800 522122





DIAMO CREDITO ALLA TUA FARMACIA.

Banca IFIS Pharma propone, tramite la propria **Business Unit Farmacie**, un sostegno finanziario competente e specializzato ai titolari di farmacia, grazie alla solida esperienza maturata nel mondo dell'erogazione del credito, da oggi anche per le farmacie.

Il pacchetto delle soluzioni è completo ed affidabile per risolvere le attuali problematiche che la farmacia vive. È un concreto supporto finanziario di breve e medio termine, soprattutto finalizzato a eliminare i debiti di fornitura.

pharma.bancaifis.it | farmacie@bancaifis.it



BANCAIFIS PHARMA



MOLTO PIÙ CHE FORTI. SOLIDI.

Il Gruppo Banca IFIS è, in Italia, l'unico gruppo bancario indipendente specializzato nella filiera del credito commerciale, del credito di difficile esigibilità e del credito fiscale. L'Area NPL di Banca IFIS raggruppa tutte le attività del business relativo ai Non Performing Loans unsecured nel mercato domestico del credito al consumo.

Banca IFIS – leader nel mercato italiano dei NPL – acquista, gestisce e risolve posizioni debitorie di famiglie italiane. Grazie all'abbondante liquidità e alla solidità patrimoniale che la contraddistinguono, Banca IFIS offre soluzioni sostenibili e dilazionate nel tempo.

L'Area NPL, con sede a Firenze, gestisce un portafoglio di oltre 900.000 posizioni in tutta Italia.

www.bancaifis.it



BANCAIFIS
AREA NPL