



**COME CAPIRE  
I BISOGNI DEI CLIENTI  
NEL TEMPO E NELLO SPAZIO,  
PONENDO LE PREMESSE  
PER UN MARKETING  
“1-2-1” E “REAL-TIME”**

Gaia Cioci  
Senior Director

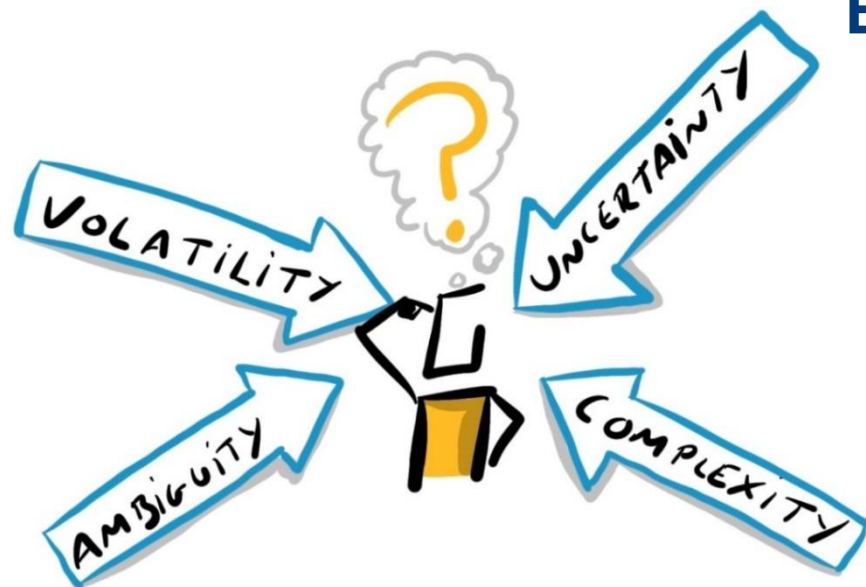
# L'OBIETTIVO DI CRIF NEL CONTESTO DEL COVID-19

L'emergenza epidemiologica del COVID-19 ha determinato impatti economici, commerciali e finanziari differenti sui diversi settori dell'economia italiana.

L'obiettivo di CRIF è dare una lettura tempestiva dei trend in atto sul mercato e delle reali esigenze dell'azienda facendo leva su informazioni di:

- **Credito** - gli impatti delle misure previste sul credito e sullo stato di salute delle imprese a seguito dell'emergenza epidemiologica
- **Business & Financials** - le dinamiche di ripartenza in base ai pagamenti commerciali, all'emissione di fatture e ad indicatori tradizionali di bilancio
- **Big data** – differenze distintive di tipo settoriale e geografico
- **Informazioni di conto corrente** – la categorizzazione delle informazioni di conto corrente per intercettare l'evoluzione dei bisogni nel tempo

# GLI IMPATTI DEL COVID 19 SULLE IMPRESE



## Impatto Economico



**-11% del fatturato e -23% di EBITDA nel 2020 vs 2019**

## Impatto Finanziario



**-50% dei flussi di cassa nel 2020 vs 2019**

## Rischio



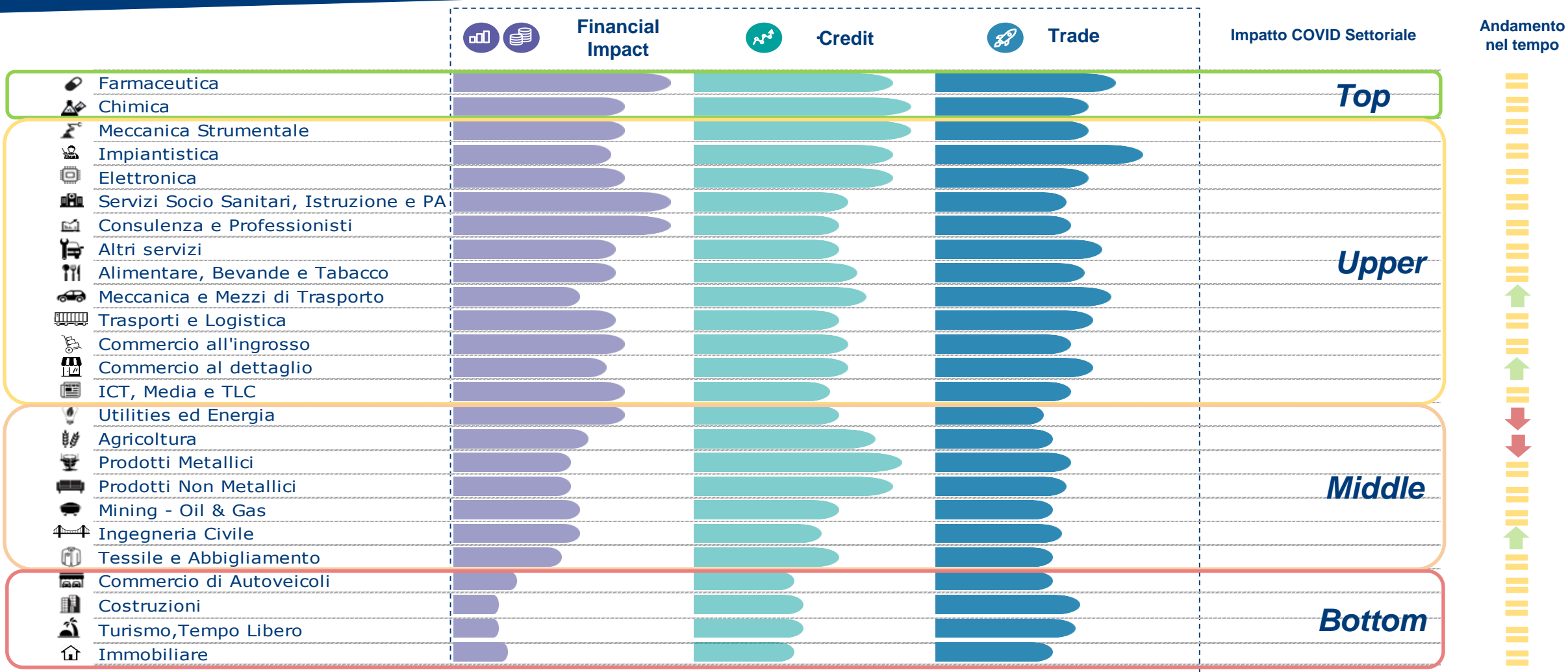
**Stabile il livello di rischio rispetto a Maggio 2020**

## Pagamenti B2B



**A settembre 2020 il 35,2% dei pagatori è puntuale, il 12,7% ha 30 gg di ritardo**

# LA LETTURA TEMPESTIVA DEI TREND IN ATTO



## Microsettori ad elevato indice di ripresa:

→ Meccanica strumentale, → Componenti meccaniche per uso industriale → Commercio all'ingrosso di apparecchiature ICT

# BIG DATA PER INTERCETTARE NICCHIE CONTROCORRENTE

## SOSTENIBILITÀ



**Trend dipendenti  
in crescita**

negli ultimi 3 anni



**Rischio**

rispetto imprese dello stesso settore



Propensione  
**indebitamento a breve  
termine**



## DIGITALIZZAZIONE

**Dopo il 2000, aziende in  
crescita nel Nord Italia**



**Rischio**

rispetto imprese dello stesso settore



Micro aziende con  
propensione  
**indebitamento a breve e  
medio termine**

## INNOVAZIONE



Crescita **produttività  
e autonomia  
patrimoniale** (aziende  
del Nord-Ovest)



**Rischio**

rispetto imprese dello stesso settore



Propensione  
**indebitamento a  
medio lungo termine**

market

innovation  
creativity

# LE INFORMAZIONI DI CONTO CORRENTE PER INTERCETTARE I BISOGNI

Il conto corrente rappresenta una fonte inestimabile di informazioni per una valutazione oggettiva del cliente su **comportamenti ed evidenze fresche**

La **variazione dello stato di salute** o l'esigenza di **finanziamento** può essere intercettato **velocemente**

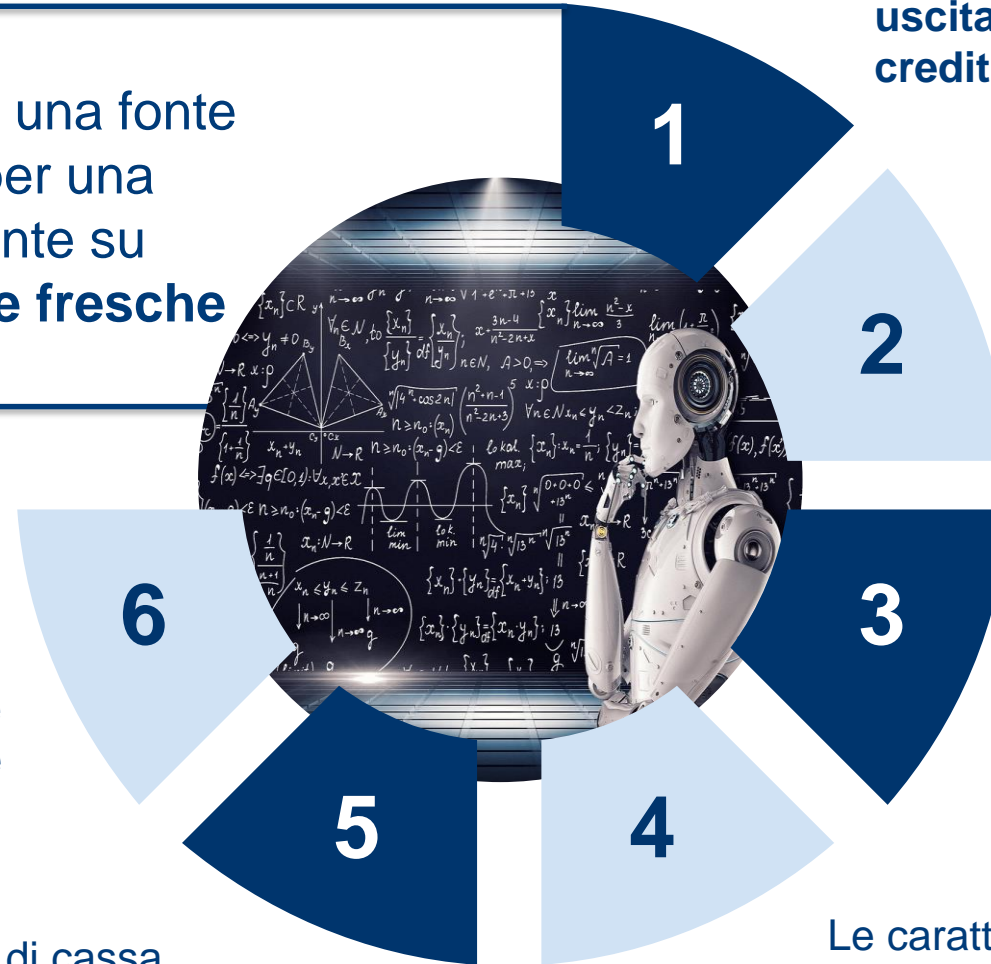
Il trend passato dei flussi di cassa permette di prevedere il **forecast**

La **categorizzazione dei flussi in entrata ed uscita** ottimizza la valutazione del **merito creditizio** e delle **opportunità commerciali**

La dinamica dei flussi di entrata ed uscita può rilevare **stagionalità legate al settore e alla geografia**

È possibile individuare **clienti e fornitori** e mappare l'azienda all'interno della **filiera** di appartenenza

Le caratteristiche dei flussi permettono di individuare il **profilo dell'azienda**: commercio on line, energivora, etc.



<b>Categorie</b>	<b>Caratteristiche</b>	<b>%</b>	<b>Strategia</b>
<b>FINANZIAMENTI CON COMPETITORS</b>	<i>Finanziamenti con competitors: liquidità di breve, medio lungo, factoring, Leasing</i>	20%	<i>Finanziamento in sostituzione</i>
<b>POLIZZE CON COMPETITORS</b>	<i>Polizze assicurative con competitors</i>	15 %	<i>Polizza in sostituzione o polizze aggiuntive: Cybersecurity</i>
<b>STAGIONALITÀ</b>	<i>Picchi di spese stagionali</i>	13%	<i>Supporto per picchi di spesa</i>
<b>DIGITALIZZAZIONE</b>	<i>Percentuale rilevante di spesa per digitalizzazione</i>	6%	<i>Supporto con finanziamento</i>
<b>CONSUMO CARBURANTE</b>	<i>Spese rilevante di tipo fuel</i>	3%	<i>Leasing/Sinergia con partner noleggio</i>
<b>TREND ESTERO</b>	<i>In crescita il trend di entrate e uscite verso l'estero</i>		<i>Supporto per sviluppo estero</i>
<b>PAGAMENTI DIGITALI</b>	<i>In crescita i pagamenti digitali</i>	5%	<i>Attività anti-churn/ Servizi a Valore aggiunto per rischi Cyber</i>
<b>PROSPECT</b>	<i>Clienti e fornitori non clienti della banca con ottimo merito creditizio</i>	migliaia di aziende	<i>Sviluppo su prospect: factoring</i>

# AI SERVIZI A VALORE AGGIUNTO



## FINANZA AGEVOLATA

- **Supporto alle imprese per la digitalizzazione ed internazionalizzazione, in un contesto difficile**
- **Strumento complementare per arricchire l'offerta di credito tradizionale**
- **Nuovo driver per stringere la relazione con l'impresa**

### Finanza Agevolata '20-'21

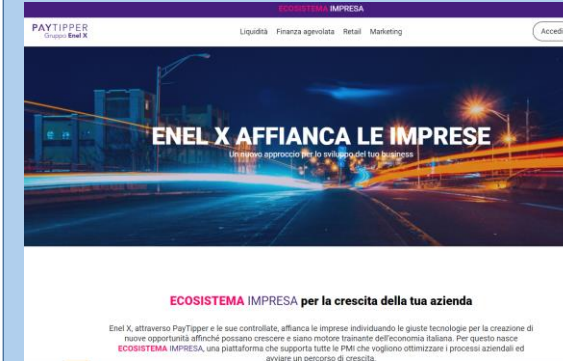
**DIGITAL TRANSFORMATION**  
Finanziamento a tasso agevolato  
**100 MLN € di fondi stanziati**

#### TEM - DEM

Contributo a fondo perduto per favorire i processi di internazionalizzazione  
**50 MLN € di fondi stanziati**

(Fonte: CDR Italia)

### Case-study dell'industry



## CYBER RISK

- **Gli incidenti informatici rappresentano il rischio maggiore per le piccole e medie imprese.**
- **Data breach, e compromissione dati.**
- **L'interruzione dell'attività rimane il rischio principale, non solo per le PMI**

**Servizi a valore aggiunto (VAS) di protezione del rischio Cyber in ottica «care»**

**Advisory e assessment del rischio informatico per stringere la relazione nella Never Normal Era**

**Il servizio Identinet visto dalla Banca**

- **Sicuro**  
Tutela la reputazione creditizia, evitando che qualcuno la rovini a tua insaputa tramite una frode creditizia.
- **Efficace**  
Aiuta a prevenire furti di identità, perdite finanziarie e frodi creditizie dovuti alla circolazione dei dati personali e finanziari sul web.
- **Comodo**  
Fornisce assistenza specializzata per supportarti in caso di reale o potenziale furto di identità.

UniCredit | Fabio Mucci | CRIF DIGITAL WEEK | @FCRIF

I dati del primo semestre 2020 dell'Osservatorio Cyber CRIF indicano un numero di **clienti allertati in aumento del +26,6%** rispetto al secondo semestre del 2019



*«Non puoi semplicemente chiedere ai clienti cosa vogliono e poi provare a darglielo. Nel tempo in cui riesci a costruirlo, loro già vorranno qualcosa di nuovo»*

**Steve Jobs**





Scarica la nuova app di approfondimento

# CRIF FINANCE NEXT



Gaia Cioci | Senior Director - CRIF

 [g.cioci@crif.com](mailto:g.cioci@crif.com)

 +39 335 54 99 145

