

COMUNICATO STAMPA

Banche: dove c'è credito c'è impresa

Come il marketing territoriale, la customer satisfaction e il CRM B2B possano creare i presupposti per una solida relazione e generare aperture al credito.

Milano, 6 Ottobre 2015 - Al via l'edizione 2015 del seminario direzionale “ **A CACCIA DI BUONI AFFARI CON B2B - BANK TO BUSINESS OPPORTUNITIES – Non c'è banca senza impresa**”, 24 Novembre ore 8,30 presso il centro congressi della Fondazione Cariplo. Il seminario è organizzato da **Master Information** in collaborazione con **HQ – Gruppo 24 Ore** e con il supporto dell'**Università di Parma**.

Il seminario si propone di analizzare i presupposti per consolidare la relazione tra banche e imprese e creare solidi presupposti per un 2016 in effettiva crescita.

Ma come? Il primo presupposto è favorire l'erogazione del credito. Il 31 Marzo scorso, l'ABI e le associazioni di rappresentanza delle imprese hanno sottoscritto l'Accordo per il Credito 2015 in favore delle PMI che prevede nuove misure finalizzate a promuovere l'accesso al credito delle PMI e a sostenere quelle imprese che si trovano in temporanea difficoltà finanziaria ma che presentano prospettive di continuità e sviluppo aziendale.

L'evento, rivolto ai top manager di banche italiane ed estere e alle imprese, sarà coordinato dai chairman: Giornalista de **Il Sole 24 Ore**, Marco Letizia de **Il Corriere della Sera**, Giornalista del **Wall Street Journal**.

I lavori si apriranno con il saluto di un esponente della Fondazione e di un esponente delle Istituzioni Finanziarie. Seguiranno le relazioni di cattedratici, top manager di banche e figure apicali delle associazioni di categoria e consorzi di garanzia.

Durante il seminario si terrà un confronto, preceduto da importanti ricerche, tra top manager dei maggiori gruppi bancari italiani, le associazioni di categoria e un campione rappresentativo di imprenditori su:

- ✓ Come è stata percepita dalle imprese questa iniziativa dell'ABI sul fronte del credito?
- ✓ Le imprese hanno avuto dei vantaggi?
- ✓ Quante imprese si sono salvate dalla crisi e sono andate avanti?
- ✓ Quali altre iniziative potrebbero aiutare il consolidamento della ripresa?
- ✓ Come il marketing territoriale, la customer satisfaction e il CRM B2B multicanale possono supportare una “ vera “ ripresa?

Nel corso della giornata, si terrà, anche, un confronto aperto tra azioni delle banche italiane e azioni delle banche estere attraverso il contributo dell'AIBE e delle banche estere.

Il dibattito sarà arricchito da un aggiornamento della ricerca condotta dal Prof. Luciano Munari dell'Università di Parma, rivolta agli opinion leader del retail banking sulle aree più promettenti in termini di sviluppo dei margini e con lo scopo di migliorare i segnali di ripresa e vincere la difficile sfida.

Inoltre, saranno accolte le testimonianze di alcune associazioni imprenditoriali e le valutazioni degli imprenditori attraverso una ricerca in realtime online condotta dalle ricerche di mercato HQ24- de IL SOLE 24 ORE.

Infine, verranno presentati i primi risultati della Ricerca Microeconomica sull'andamento economico settoriale nei Poli territoriali che si propone di esplorare nel triennio 2015-2017 attraverso lo studio di tre gruppi di ricerca di altrettante Università: 1) l'andamento delle dinamiche imprenditoriali; 2) i trend micro settoriali con la valutazioni di ricaduta del valore aggiunto sul territorio; 3) l'andamento dei crediti alle imprese nel territorio con le previsioni del fabbisogno di sostegno ai settori che generano e prospettano uno sviluppo futuro.

La ricerca presenterà una valutazione sullo stato dell'arte dell'economia territoriale e analizzerà le modalità con cui superare i GAP dell'aggiornamento trimestrale dei piani industriali e commerciali, grazie, anche alla collaborazione dei responsabili della Pianificazione Strategica e della loro associazione A.P.B.



A proposito di Master Information

Master Information costituita da un team di consulenti di dimostrata ventennale esperienza e specializzati in ricerche microeconomiche, analisi di mercato, marketing territoriale e CRM. Ha come mission quella di fornire alle Banche, Assicurazioni e Finanziarie i supporti per pianificare azioni sul mercato e rilanciare il loro asset fondamentale “ l'avviamento della rete di punti vendita”. Attraverso una consolidata metodologia di valore che si avvale di avanzate tecniche di analisi finanziaria e di geomarketing, dello sviluppo di modelli, algoritmi e tools per la produzione di informazioni rilevanti, M.I. è in grado di presidiare il territorio delle reti bancarie con grande efficacia. (www.master-i.com).

Addetto Stampa

Valeria Rossana Volpe

E-mail: pr@seminariob2b.it