

Luogo: Milano

STARHOTEL BUSINESS PALACE
Via Gaggia 3 20139 Milano - tel. 02 535454

Ai partecipanti saranno riservate particolari tariffe per il pernottamento

SCHEDA DI ISCRIZIONE

CONVEGNO: CREDITO AL CONSUMO

I e 2 dicembre 2004

Euro 1.350+ 20% IVA per partecipante

cod. D2019

SCONTO di € 150

per coloro che si iscriveranno
entro il 29 Ottobre 2004

NON RIMUOVERE L'ETICHETTA

Non saranno ammessi in aula i delegati la cui quota d'iscrizione non sia pervenuta prima dell'evento.

La quota di iscrizione comprende la colazione e i coffee break.

Per circostanze imprevedibili, l'Istituto Internazionale di Ricerca si riserva il diritto di modificare il programma, i relatori, la sede dell'evento.

Modalità di pagamento

La quota deve essere versata secondo le modalità di seguito indicate.

Copia della fattura/contratto di adesione verrà spedita a stretto giro di posta.

- versamento sul ns. c/c postale n. 16834202
- assegno bancario - assegno circolare
- bonifico bancario (Banca Popolare di Sondrio, Agenzia 10 di Milano c/c intestato a Istituto Internazionale di Ricerca Srl n. 2805/07, ABI 5696, CAB 01609, CIN Z, IBAN IT29 Z056 9601 6090 0000 2805 X07, Swift POS 01 T22MIL, indicando il codice D 2012)
- carta di credito: Eurocard / Mastercard American Express
 Diners Club Visa CartaSi

n°

scadenza / Titolare

firma del Titolare

Modalità di disdetta

L'eventuale disdetta di partecipazione al convegno dovrà essere comunicata in forma scritta all'Istituto Internazionale di Ricerca entro e non oltre il 10° giorno lavorativo precedente la data d'inizio dell'evento. Trascorso tale termine, sarà inevitabile l'addebito dell'intera quota d'iscrizione. Saremo comunque lieti di accettare un Suo collega in sostituzione purché il nominativo venga comunicato via fax almeno un giorno prima della data dell'evento.

Per iscriversi

TEL.	02.83847.627
FAX	02.83847.262
E-MAIL	asset@iir-italy.it
WEB	www.iir-italy.it/asset
POSTA	Istituto Internazionale di Ricerca via Forcella, 3 - 20144 Milano

TUTELA DATI PERSONALI - INFORMATIVA

Si informa il Partecipante ai sensi del D.Lgs. 196/03: (1) che i propri dati personali riportati sulla scheda di iscrizione ("Dati") saranno trattati in forma automatizzata dall'Istituto Internazionale di Ricerca (I.I.R.) per l'adempimento di ogni onere relativo alla Sua partecipazione alla conferenza, per finalità statistiche e per l'invio di materiale promozionale di I.I.R.; (2) il conferimento dei Dati è facoltativo: in mancanza, tuttavia, non sarà possibile dar corso al servizio; In relazione ai Dati, il Partecipante ha diritto di opporsi al trattamento sopra previsto. Titolare e Responsabile del Trattamento è l'Istituto Internazionale di Ricerca, via Forcella 3, Milano nei cui confronti il Partecipante potrà esercitare i diritti di cui al D.Lgs. 196/03 (accesso, correzione, cancellazione, opposizione al trattamento, indicazione delle finalità del trattamento).

La comunicazione potrà pervenire via:

e-mail: variazioni@iir-italy.it
fax: 02.8395118 telefono: 02.83847634

Dati del partecipante:

Nome Cognome

Funzione

Indirizzo

Città Cap. Prov.

Tel. Tel. cellulare

Si, desidero ricevere informazioni su altri eventi via (segnalare eventuale preferenza):

Fax E-mail

Consenso alla partecipazione dato da:

Funzione:

Dati dell'Azienda:

Ragione Sociale

Settore Merceologico

Faturato in OLTRE 501 251 - 501 51 - 250

Milioni di Euro 26 - 50 11 - 25 0 - 10

Nº dipendenti: A OLTRE 1.000 B 501 - 1.000 C 201 - 500

D 101 - 200 E 51 - 100 F 11 - 50 G 1 - 10

Partita IVA

Indirizzo di fatturazione

Città Cap. Prov.

Tel. Fax

Timbro e Firma

CREDITO al CONSUMO

2004

Cogliere le opportunità di business sfruttando la nuova propensione all'indebitamento degli Italiani

1 e 2 Dicembre 2004 Milano, StarHotel Business Palace

Un appuntamento da non perdere per approfondire come:

- si sviluppa il **mercato** del credito al consumo e quali sono le nuove **prospettive d'investimento** nel mercato italiano
- monitorare costantemente i crediti attraverso un efficiente sistema di **credit scoring**
- la **disciplina** del credito al consumo può aumentare le aree di business del credito
- migliorare le proprie strategie nel mercato delle **carte revolving**
- realizzare concretamente delle politiche di **fidelizzazione** della clientela
- **differenziare** la propria **offerta** per soddisfare le esigenze della clientela
- attuare efficaci procedure di gestione dei **crediti non performing**

Con il prezioso contributo di:

ASSOFIN, G. Piano Mortari

CONSUMER FINANCIAL SERVICES – GRUPPO SAN PAOLO IMI, G. Avidano

FIDITALIA, M. Billon

MEDIAMARKET, G. Pezzano

PRESTITEMPO – DEUTSCHE BANK, R. Gilardi

FIAT SAVA

BANCO POPOLARE DI VERONA E NOVARA, M. Bosi

FINEMIRO, N. Fioroni

MCKINSEY, A. Scerch

PRESTITEMPO – DEUTSCHE BANK, O. Renisi

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MODENA E REGGIO EMILIA, S. Cosma

STUDIO TRIBUTARIO E LEGALE, L. Sandri

Trasmettere a:

Resp. Credito al Consumo

Resp. Controllo Crediti

Resp. Marketing

Resp. Commerciale

Resp. Fidi

Resp. Crediti Retail

"Il 2003 per il comparto del credito al consumo è stato all'insegna della crescita sostenuta: le associate Assofin hanno erogato complessivamente il 16,8% in più rispetto al 2002"
(Bollettino Assofin – aprile 2004)

"Negli ultimi due-tre anni gli italiani hanno aumentato il livello del proprio indebitamento personale. Non solo e non più per comprare la casa con un mutuo al lungo termine, ma sempre più spesso per far fronte alle spese ricorrenti necessarie per mantenere lo standard di vita a cui si è abituati"
(Il Sole 24 Ore – 5 aprile 2004)

CREDITO 2004

Mercoledì, 1 Dicembre 2004

Chairman: Michel Billon
Responsabile Direzione Vendite Dirette
FIDITALIA

8.30 Registrazione dei partecipanti

9.00 Apertura dei lavori a cura del Chairman

9.15 SCENARIO ATTUALE E PROSPETTICO DEL CREDITO AL CONSUMO IN ITALIA

- L'evoluzione della domanda e le sue determinanti
- I cambiamenti dal lato dell'offerta
- L'evoluzione del quadro normativo di riferimento

Giuseppe Piano Mortari

Direttore Operativo
**ASSOFIN - Associazione Italiana del Credito al
Consumo e Immobiliare**

10.00 FAMIGLIE ITALIANE E IL RICORSO AL CREDITO: UN CONFRONTO INTERNAZIONALE

- Le caratteristiche dell'indebitamento delle famiglie italiane
- Evoluzione della domanda di credito al consumo e di mutui immobiliari
- Nuovi comportamenti e possibili sviluppi del mercato italiano

Stefano Cosma

Professore Associato di Economia degli Intermediari Finanziari
**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MODENA
E REGGIO EMILIA**

10.45 Coffee break

11.15 COME VALORIZZARE LA RELAZIONE CON IL CLIENTE

- Dalla concessione dei finanziamenti alle attività di fidelizzazione
- Come effettuare l'acquisizione diretta di nuovi clienti
- Quali strategie di marketing e operative applicare
- Analizzare gli strumenti e le strutture di supporto

Michel Billon

Responsabile Direzione Vendite Dirette
FIDITALIA

12.00 IL MONITORAGGIO DEL CREDITO: COME EFFETTUARE UN CONTROLLO PERIODICO NELLA GESTIONE DEL CREDITO

- Le metodologie di gestione del credito e ratios
- La fonte d'affari: come realizzare la Dealer Administration
- Come effettuare il controllo qualità

Roberto Gilardi

Responsabile Politiche Creditizie
PRESTITEMPO - DEUTSCHE BANK

13.00 Colazione di lavoro

14.30 LA VALUTAZIONE DEL CLIENTE NELL'AMBITO DELLE CARTE REVOLVING: L'ESPERIENZA DEL SAN PAOLO IMI

- Come effettuare la segmentazione della clientela
- Come implementare il processo di selezione
- Analizzare la gestione dell'offerta

Gianfranco Avidano

Direttore Generale
**CONSUMER FINANCIAL SERVICES -
GRUPPO SAN PAOLO IMI**

15.30 COME PREVENIRE LE FRODI E QUALI CONTROLLI OCCORRE ATTUARE



FIAT SAVA

Milano, settembre 2004

Gentile Dott.ssa / Egregio Dott.,

la crescita del credito al consumo in Italia è ormai un dato di fatto!!

Come vengono utilizzati

Confronto per destinazione- Consistenze di fine periodo in % del Pil

Voci	Italia	di cui famiglie	Germania	Francia	Spagna	Area euro
1977						
Acquisto di case	5,2	4,8	37,3	20,3	21,2	23,9
Credito al consumo	1,3	1,2	10,9	6,7	5,9	6,6
Altro	9,7	4,9	14,9	5,6	7,2	9,5
Totale	16,2	10,9	63,1	23,5	24,2	39,9
2003						
Acquisto di case	11,8	10,9	43,6	24,3	37,1	31,4
Credito al consumo	2,5	2,4	8,1	8,1	7,4	6,4
Altro	9,0	4,4	14,9	4,5	10,4	9,0
Totale	23,3	17,7	66,6	36,9	54,9	46,3

Famiglie consumatrici e produttrici (società di persone e imprese individuali con addetti fino a 5)

Fonte: elaborazione su dati Bcs ed Eurostat

Gli Operatori, per cogliere le opportunità di sviluppo offerte dal momento contingente, devono fare i conti con le sempre maggiori esigenze della clientela sia riorganizzando i propri processi di erogazione e controllo crediti sia attuando tutte le politiche di marketing necessarie a fidelizzare la propria clientela con un'offerta ampia e personalizzata per ogni esigenza.

Per comprendere come operare con successo nel settore del Credito al Consumo, Istituto Internazionale di Ricerca, nei giorni 1 e 2 dicembre 2004, Le propone l'appuntamento annuale dedicato agli esperti del settore, in cui potrà approfondire:

- Quali sono le prospettive di sviluppo del mercato
- Come gestire e sviluppare il business delle carte revolving
- Come affrontare gli aspetti normativi e contrattuali del credito al consumo per incrementare i propri affari
- Quali sono gli elementi per effettuare concretamente una valutazione dei rischi
- Come definire il pricing del Credito al Consumo per i diversi segmenti di clientela e per i prodotti acquistati.

Qualora desiderasse ulteriori informazioni sui contenuti del Convegno, mi contatti al numero 02/838471 oppure visiti il nostro sito www.iir-italy.it.

Vita Silibello
Senior Conference Manager

Vita Silibello

O al CONSUMO

16.30 Tea break

17.00 IL CREDITO AL CONSUMO E IL CRM: COME DIFFERENZIARE L'OFFERTA DEI PROPRI PRODOTTI PER SODDISFARE LE ESIGENZE DEI CLIENTI

Massimo Bosi

Responsabile della Funzione Marketing Retail

BANCO POPOLARE DI VERONA E NOVARA

17.45 Chiusura dei lavori

Giovedì, 2 Dicembre 2004

Chairman: Andrea Scerch
Associate Principal
MCKINSEY & CO. INC.

8.30 Registrazione dei partecipanti

9.00 Apertura dei lavori a cura del Chairman

9.15 IL CREDITO AL CONSUMO E LA NUOVA NORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

- Quali sono le principali novità del D.lgs n. 196/03
- Il credito al consumo e la protezioni e delle informazioni
- I diritti dell'interessato nell'ambito di operazioni di finanziamento o mutuo

Luca Sandri

Avvocato

STUDIO TRIBUTARIO E LEGALE

10.00 RETAIL E CREDITO AL CONSUMO: ANALIZZARE I FACTORI DI SUCCESSO

- Come integrare le politiche di credito al consumo nelle strategie commerciali di un retailer
- Analizzare gli aspetti economici e gestionali
- Quali sono gli impatti nella relazione con i clienti

Giuliano Pezzano

Direttore Marketing
MEDIAMARKET

10.45 Coffee break

11.15 COME DIFFERENZIARE L'OFFERTA DEI PROPRI PRODOTTI PER SODDISFARE LE ESIGENZE DEL CLIENTE

Orlando Renisi
.....
.....
.....

Orlando Renisi

Direttore Commerciale

PRESTITEMPO - DEUTSCHE BANK

12.00 ANALIZZARE LE POSSIBILITÀ DI SVILUPPO DEL MERCATO DELLA CESSIONE DEL QUINTO DELLO STIPENDIO

- L'evoluzione e le caratteristiche del prodotto
- Conoscere la normativa di riferimento della cessione del quinto
- Quali sono le caratteristiche del prodotto
- Individuare le fasi di controllo e lavorazione della pratica
- Come effettuare e gestire la delega di pagamento
- Analizzare i criteri assuntivi generali e assicurativi
- Come organizzare i prestiti a distanza: la cessione del quinto on line
- Quali sono gli scenari futuri si sviluppo

Nello Fioroni

Direttore Generale

FINEMIRO

13.00 Colazione di lavoro

14.30 ASPETTI DI DISCIPLINA DEL CONTRATTO DI CREDITO AL CONSUMO

- Come si distingue tra consumatore e non consumatore
- Quali conseguenze comporta, sul piano delle diverse discipline applicabili, la contrattazione con il consumatore
- Le clausole contrattuali di autotutela della finanziaria
- La gestione della patologia nell'esecuzione del contratto

Daniele Maffei

Avvocato

STUDIO DE NOVA

Professore Associato di Diritto Privato

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BRESCIA

15.30 IL MERCATO DELLA COLLECTION: L'ESPERIENZA DI UNA FINANZIARIA CAPTIVE

- Si può parlare di "mercato" della Collection?
- Conoscere il valore strategico dell'informazione
- Quali sono gli approcci mirati di phone collection
- Qual è il ruolo dei field collector
- Analizzare l'evoluzione tecnologica e process re-engineering
- Organizzare la collection in un network di servizi: una sfida possibile

Claudio Manetti

Responsabile Customer Relationship Management

FIAT SAVA

16.15 Tea break

16.30 COME CATTURARE LA CRESCITA NEL CONSUMER FINANCE: LA PROSPETTIVA DELLE BANCHE RETAIL

- Come il consumer finance è stato e continua a essere uno dei "motori di crescita" nei servizi retail
- Come gli operatori specializzati hanno colto questa opportunità di sviluppo
- Come le banche retail possono definire una chiara strategia nel consumer finance, in base al livello di ambizione e alla situazione di partenza

Andrea Scerch

Associate Principal

MCKINSEY & CO. INC.

17.15 Chiusura dei lavori

Al termine di ogni intervento è previsto uno spazio per le domande del pubblico

L'Istituto di Ricerca Internazionale ringrazia tutti i Relatori che hanno collaborato con professionalità alla realizzazione di questa iniziativa

Senior Conference Producer:
Dott.ssa Vita Silibello

VOLETE ANCHE VOI ...

... Partecipare all'evento CREDITO AL CONSUMO 2004
per contattare il vostro target ideale?
... Lanciare nuovi prodotti e servizi?

Un'area espositiva nata per favorire l'incontro
tra domanda e offerta
Interventi all'interno del convegno

Ecco le risposte che CREDITO AL CONSUMO 2004
può darvi!

Ci contatti e studieremo insieme le formule promozionali
che vi daranno maggiore visibilità
Laura Clerici – Tel. 02 83847.250
lclericci@iir-italy.it