

PAPERS 3



LA CARTOLARIZZAZIONE
A VALENZA SOCIALE

PAPERS 2

INVESTIRE NEI DATI
PER MASSIMIZZARE
IL RECUPERO DEI
CREDITI DETERIORATI

PAPERS 1

RISCHIO DI CREDITO
E FINANZA AGEVOLATA



COVER STORY
SI COLLECTION
GIUSEPPE MASCHERPA

DOSSIER
10°CVSPRINGDAY

“Per un debitore, il miglior sistema per non pagare è non farsi trovare, fisicamente o patrimonialmente/redditualmente...”



Ecco perché dalla ultra trentennale esperienza di



nella gestione e recupero crediti, nel 2005 è nata:

N°1 nelle indagini
per recupero crediti



Via dell'Artigianato 39/b, Livorno (LI)



0586 995202



www.confidenceinvestigazioni.net



Gianpaolo Luzzi

Per chi si fosse persa l'ultima edizione del **CvSpringDay**, troverà in questo numero il solito ampissimo resoconto di quanto si è discusso. Pertanto, in questo editoriale, non ripeterò cose che si potranno leggere dopo, ma voglio però sottolineare una cosa che dal resoconto non potrà trasparire più di tanto: **l'attenzione. Ciò che ha profondamente colpito tutti è stata infatti la grande attenzione che ha accompagnato il dibattito**, soprattutto quella pomeridiana, dopo la pausa pranzo: nessun brusio dal foyer, nessuno che vagava per intrecciare o rafforzare relazioni, solo una nutrita presenza in sala ad ascoltare ospiti e relatori e una grande attenzione a quello che si diceva. Bellissimo! Per carità, il networking in eventi come il CvDay e il CvSpringDay, è parte integrante, come gli stessi contenuti discussi. Ma per una volta, nel pomeriggio, i contenuti hanno avuto il sopravvento sulle relazioni e questo ha piacevolmente stupito organizzatori, relatori e ospiti! Il perché di tale miracolo?

L'aver avuto il coraggio di parlare, per la prima volta in contesti del genere, della **“Cenerentola” del mondo della tutela e cessione dei crediti**: ossia i crediti energy, elettrici, TLC e pay tv. **Scoprendo che tali crediti proprio “Cenerentola” non lo sono, posto che smuovono anche loro ingenti GBV e ancora più ingenti masse di pratiche.** Non solo, hanno problematiche di gestione specifiche, talvolta più complesse di quelle degli NPL, ed un mercato delle cessioni tutto ancora da scoprire e misurare. Insomma, una scommessa vinta che sarà a breve rilanciata in un evento verticale, ad essi dedicato, a settembre prossimo. Per cui, chi si fosse perso questo primo assaggio, avrà modo di rimediare tra pochi mesi...

Resoconto del CvSpringDay a parte a cui è dedicato il Dossier di questo numero, all'interno del magazine troverete anche un'interessantissima **Storia di Copertina** che vede come protagonista **Giuseppe Mascherpa, Deputy CEO di Si Collection ed alcuni membri del suo team.**

Nella sezione **Papers** vi aspetta invece un approfondimento su **rischio credito e finanza agevolata**, un focus di grande attualità **sull'importanza dei dati per massimizzare il recupero dei crediti deteriorati** ed un articolo su uno dei temi più interessanti e caldi del momento: **la cartolarizzazione a valenza sociale.**

Seguono poi, come di consueto, le nostre Rubriche fisse.

Buona lettura a tutti! ■

in questo numero

N.2

MARZO/APRILE 2024

COVER
STORY

06

SI COLLECTION
GIUSEPPE MASCHERPA

14

DOSSIER
10°CVSPRINGDAY

39

PAPERS 2

INVESTIRE NEI DATI PER
MASSIMIZZARE IL RECUPERO
DEI CREDITI DETERIORATI

40

PAPERS 3

LA CARTOLARIZZAZIONE
A VALENZA SOCIALE

42

FIX BOX
ENTI LOCALI

45

FIX BOX
FINTECH VOICE

37

PAPERS 1

RISCHIO DI CREDITO E FINANZA AGEVOLATA

cvm/hanno collaborato



Gianpaolo Luzzi
Direttore Editoriale
Credit Village Magazine



Antonella Giordano
Ufficio Stampa Credit Village



Alberto Sondri
Executive Director
CRIBIS Credit Management



Vanes Bolandrini
Amministratore Delegato
Rad Informatica



Gianfranco Dote
Amministratore Delegato
SYHO - Save Your Home



Massimo Famularo
Blogger, editorialista esperto
di gestione del credito



Giuseppe Roddi
Docente e Consulente
di compliance
bancaria-finanziaria
Amministratore Unico
GR Consulting S.r.l.



Roberto Sergio
Direttore Osservatorio
Nazionale NPE Market
Credit Village

cvm/chi siamo

Credit Village Magazine

Pubblicazione bimestrale
con il Patrocinio Ministero
delle Comunicazioni
Numero 2 - Anno XIX
Marzo - Aprile 2024
Sped. abb. post. Iscritto al Tribunale
di La Spezia n. 12.
Registro operatori di comunicazione n. 11919

Direttore Responsabile, Editoriale:
Gianpaolo Luzzi
gpluzzi@creditvillage.it

Direttore Generale:
Roberto Sergio
r.sergio@creditvillage.it

Responsabile Segreteria di Redazione:
Chiara Riefoli
c.riefoli@creditvillage.it

Redazione:
Ambra Simonini
a.simonini@creditvillage.it

Direzione e Redazione:
Via Fontevivo, 21N - 19125 La Spezia
Tel: 0187 280208
info@creditvillage.it

Abbonamenti:
1 anno €45,00; 2 anni €90,00; 3 anni €135,00
1 numero €9,00
Le copie arretrate possono essere richieste
tramite email a info@creditvillage.it
Editore: Credit Village S.r.l.
www.creditvillage.it

Realizzazione editoriale:
Jacqueline Valenti
www.conoscounpost.it

Stampa:
Industrie Grafiche Pacini

DAGLI NPL ALLE UTILITIES, L'EVOLUZIONE DI SI COLLECTION S.p.A.

Intervista al Deputy CEO **Giuseppe Mascherpa**



A cura di **Gianpaolo Luzzi**
Direttore Editoriale Credit Village Magazine

Ci può raccontare qualcosa del suo percorso personale che l'ha portata a ricoprire l'attuale ruolo?

G.M. Dal punto di vista della formazione ho seguito un percorso universitario di carattere giuridico e nello stesso tempo ho coltivato la passione del ciclismo che, grazie alla costanza e al sacrificio, mi ha consentito di gareggiare nei velodromi più importanti al mondo. Questo sport per me è stato ed è ancora molto importante perché, oltre a darmi grandi soddisfazioni personali, mi ha trasmesso il valore positivo della sana competizione, che è quella molla fondamentale che spinge a dare sempre il meglio di sé. Un insegnamento che negli anni ha permeato anche l'ambito lavorativo, sono infatti fortemente convinto che soltanto con costanza e duro lavoro si ottengono grandi risultati. Per quanto riguarda il mio percorso personale all'interno di Si Collection, mi piace sottolineare che lavoro in questa azienda da oltre 20 anni e questo per me rappresenta un elemento distintivo: da neolaureato e per dimostrare il mio valore, ho colto l'opportunità rappresentata da una sostituzione maternità, occupandomi della fase finale del processo stragiudiziale ovvero del recupero su insoluti cambiari.

Oggi, proprio grazie a quella costanza, dedizione ed impegno di cui parlavo prima, unitamente ad un pizzico di curiosità e di voglia di mettersi sempre in gioco, sono riuscito a raggiungere una posizione direttiva. Il mio percorso testimonia quanto la nostra sia una realtà meritocratica che crede nel valore delle persone e le considera un asset fondamentale su cui investire per la crescita stessa dell'azienda. Da sempre ho nutrito un forte senso di appartenenza che mi ha portato a considerare, sebbene fossi un dipendente, Si Collection un'azienda mia, ove appunto sviluppare un approccio imprenditoriale e "personale".



Giuseppe Mascherpa
Deputy CEO
Si Collection S.P.A.



Quali sono i punti di forza di Si Collection?

G.M. Si Collection è un'azienda storica del settore, con 40 anni di attività. Opera nel mercato dei crediti deteriorati con licenze ex artt.115 e 134 TULPS, vantando una doppia specializzazione: collection e informazioni commerciali. Si tratta di due servizi complementari nella gestione del credito perché, sempre più spesso, per prendere una decisione è necessario avere elementi derivanti da informazioni puntuali e tali da poter valutare oggettivamente una determinata strategia, nell'interesse primario delle committenti che affidano il loro credito alla nostra struttura.

Oggi la nostra proposta è in grado di differenziarsi tra il mondo Finance & Banking, storicamente il nostro target di riferimento, e il mondo Corporate & Utility, che rappresenta per noi una novità ormai consolidatasi negli ultimi dieci anni. Grazie all'esperienza di lunga data siamo in grado di mutuare gli aspetti positivi da un settore all'altro, trasferendoli all'interno del ciclo di produzione e declinandoli con le varie specificità. Nel mondo Finance, ad esempio, la relazione con la committente è più istituzionale rispetto al mondo Corporate: nel primo ci si confronta esclusivamente sulle performance mentre nel secondo l'attenzione è da subito rivolta alla miglior soluzione da percorrere. È un approccio diverso che tuttavia consente di ottenere il medesimo risultato positivo, e questo dimostra come sia essenziale adattarsi al linguaggio del proprio interlocutore. Essere flessibili è da sempre un nostro punto di forza per gestire le diverse esigenze del mercato. La nostra proposta di servizi è in grado di soddisfare l'intero processo end-to-end, garantendo innanzitutto il puntuale on-boarding di qualsiasi tracciato d'affidamento, l'invio di qualsiasi comunicazione scritta (sia nella forma più solenne sia nella forma elettronica), la phone collection (sia in fase "early" sul credito fresco, sia in fase "late" ove si richiede una negoziazione più avanzata), la rete domiciliare con copertura capillare su tutto il territorio italiano.

Tutto questo è affiancato dalla nostra business unit Master Legal che inserisce, ad ogni step giudiziale, un'attività stragiudiziale finalizzata ad ottenere l'incasso prima che si avvii la fase successiva con la duplice finalità di contenimento dei costi sostenuti dalla nostra committente e una generazione di cassa anticipata rispetto alle tempistiche giudiziali.



da sinistra a destra seduti: **Luca Gatto** Sales Director Finance &, Head of Back Office, **Caterina Robertazzo** Director of Finance & Admin, **Lucia Ficarra**, Management Control, **Simone Caraffini** CEO, **Vieri Bencini** Presidente, **Massimiliano Pizzi**, Sales Director Banking & Investors. In piedi: **Daniele Casnaghi** Sales Director Corporate, **Lorenzo D'Erchia** Director of Planning & Control, **Gioni Imbriglio** Director of HR, **Flavia Pelillo** Director of Legal & Litigation, **Dario Checchinato** IT Director, **Davide Deiana** Director of Unsecured Operations, **Giuseppe Mascherpa** Deputy CEO.

Per quanto riguarda il filone Corporate e Utility, siamo partiti anni fa intervenendo su crediti di oltre 360 giorni e, con uno specifico progetto che ha richiesto 18 mesi di tavolo di confronto assieme alle nostre committenti, abbiamo strutturato una metodologia di lavoro finalizzata ad anticipare sempre di più il momento dell'intervento. Abbiamo di fatto realizzato una rivoluzione copernicana che oggi ci vede addirittura intervenire anche con "reminder" prima della scadenza. Alla base di tutto questo c'è sempre il supporto della nostra piattaforma IT, flessibile e sofisticata, che garantisce l'automatismo necessario per poter essere artigianali, con un'attenzione alla singola mandante, anche su larga scala.

Qualche considerazione sull'attuale scenario macroeconomico?

G.M. Le nostre committenti del mondo Corporate, in primis quelle del settore alimentare, ci raccontano di una contrazione dei consumi soprattutto nella grande distribuzione organizzata a vantaggio della conseguente ricerca del negozio al dettaglio, che per rendersi competitivo deve essere in grado di differenziare i servizi. Dal lato nostro, per gestire al meglio la collection del singolo esercente, dobbiamo essere sempre più capillari sul territorio intervenendo in una fase ancora antecedente, ovvero in prossimità della data di scadenza o al più tardi nei primi giorni di scaduto, per ottenere una risolutiva soluzione finanziaria. La tempestività d'azione ha avuto come tangibile risultato per le nostre committenti la riduzione dell'unpaid ed il marcato contenimento dei costi legati alle fasi avanzate di collection.

Nel settore utility, stante il recente passaggio dal mercato energetico tutelato a quello libero, l'esigenza delle nostre committenti, per evitare un'incompleta informazione verso la clientela che potrebbe ritrovarsi ad avere a che fare con un soggetto che non conosce e che magari non ha neanche scelto, è quella di far conoscere il proprio brand. Ci troviamo di fronte aziende che pongono grande attenzione al messaggio che si trasmette e sono proiettate verso la piena soddisfazione del cliente. In questo contesto la collection stessa è vista come un servizio di supporto verso il cliente, dove, ad esempio, l'invio di un "reminder" di pagamento non viene più considerato una "distrazione", ma diventa una forma di supporto e di attenzione verso il cliente stesso.

La crisi energetica ha determinato un exploit di posizioni da gestire?

G.M. L'aumento del costo dell'energia ha impattato trasversalmente su tutti i settori, ma oggi non ne avvertiamo ancora il completo effetto. Quello che possiamo dire è che nel momento in cui sono terminate le agevolazioni statali, il cliente che prima ne beneficiava si è ritrovato a far fronte ad una bolletta salata. In questa fase diventa ancora più strategico anticipare il timing per poter intervenire, con soluzioni sempre più "tailor-made", che sono percepite dal cliente come un aiuto concreto nei suoi confronti, prima che evolvano situazioni critiche.

Come vedete l'utilizzo di innovazioni tecnologiche, come l'Intelligenza Artificiale, nel settore del credito?

G.M. Per noi un punto di forza è rappresentato dai dati che, se analizzati e aggregati, possono esprimere vere e proprie norme comportamentali dei soggetti cui fanno riferimento. Quando, ad esempio, voglio effettuare un controllo qualità per sapere se il cliente della nostra committente è soddisfatto del nostro servizio, spesso il numero degli intervistati effettivamente raggiunti non è tale da essere statisticamente attendibile. In questo ambito può intervenire l'Intelligenza Artificiale: associando tutti i dati a disposizione su una determinata persona, possiamo creare un vero e proprio "Avatar" in grado di dare al nostro sondaggio risposte immediate e complete, grazie alle quali modellare meglio il nostro piano di comunicazione.

Concludiamo quest'intervista con un passaggio sui suoi hobby e sulle sue passioni.

G.M. Il mio hobby principale è e resta quello del ciclismo. Sconto il fatto che oggi ho (consentitemi l'essere padre orgoglioso) 2 meravigliosi figli, 20 anni e 20 kg in più, ma la "testa" ha mantenuto lo stesso spirito di sportività per cui mi ritaglio dei momenti, magari anche la mattina presto ad orari improponibili, in cui monto sulla mia mountain bike. Sono momenti in cui mi sento padrone di me stesso e del mio tempo e in cui spesso mi ritrovo con nuove intuizioni per il lavoro.

Massimiliano Pizzi, Sales Director Banking & Investors

Si Collection nasce nel 1983 e diventa in pochi anni la prima società di recupero crediti italiana dotata di una propria rete esattoriale.

Nel 2001 entra a far parte del Gruppo CartaSi e si concentra sin da subito sugli NPL Captive generati dagli sconfini delle carte di credito e dagli insoluti sulle rate delle carte revolving.

Nel 2008 viene acquisita dal Fondo Palamon Capital Partners che ha modificato le proprie linee strategiche con un focus incrementale al supporto degli acquisti di NPL del Gruppo (15-20 portafogli NPL acquisiti).

Nel dicembre 2017 viene rilevata da Alchemy Partners attraverso lo Special Opportunities Fund che rivoluziona culturalmente l'approccio al mondo della collection, attraverso un piano di sviluppo commerciale che punta ad aumentare in maniera importante il fatturato, introducendo nuovi servizi a vantaggio sia della gestione dei crediti unsecured che dei crediti secured, ampliando così la base clienti che ha superato le 230 aziende.

Il recupero stragiudiziale e legale di crediti bancari e finanziari ha sempre caratterizzato il DNA di SI Collection attraverso lavorazioni molto intense e con un forte commitment al risultato.

Ci confrontiamo attraverso incontri pianificati con le committenti sui risultati raggiunti in termini di performance. Fattore fondamentale è stato quello

di garantire risultati in linea con le attese, mantenendo tuttavia sempre un eccellente servizio anche in termini di compliance. L'automazione introdotta è stata un elemento necessario e fondamentale per rispettare le direttive di Banca D'Italia e della BCE, a cui si attengono non solo Banche ed Investitori Istituzionali ma anche tutti i soggetti impegnati all'interno della filiera del credito.

Da qui nasce la decisione di dotarci di una piattaforma informatica avanzata che ci permette di mantenere livelli elevati di performance da un lato e di compliance dall'altro, e ci dà modo di offrire ai nostri clienti un supporto che li solleva da una serie di attività che prima erano svolte in maniera manuale e oggi vengono di fatto semi automatizzate.

La rivoluzione culturale generata dalla pandemia ha determinato un cambiamento delle nostre abitudini e delle necessità del mercato. Abbiamo saputo cogliere tale processo di cambiamento come un'opportunità rappresentata dall'ampliamento della nostra offerta commerciale.

Da qui è nata la necessità, per società di servizi come la nostra, di diversificarsi, anche alla luce dell'aumento dei costi dell'energia, orientando lo sviluppo verso il mercato delle utilities.



Daniele Casnaghi, Sales Director Corporate

Il periodo post Covid è stato caratterizzato da alcuni fattori geopolitici, a cominciare dalla guerra russo-ucraina, che hanno prodotto diversi squilibri a livello macroeconomico. Uno su tutti l'aumento dei costi dell'energia e dei tassi di interesse che hanno portato ad una contrazione del potere d'acquisto delle famiglie, costrette a fare molta più attenzione al loro carrello della spesa, rivolgendosi maggiormente al piccolo esercente piuttosto che alla grande distribuzione che registra una flessione dei consumi. In questo contesto si è inserita una grande novità del settore energetico che ha visto la fine del mercato tutelato a partire dall'autunno del 2023. Un cambiamento che ha determinato un effetto domino su tutto il mercato di cui vedremo gli effetti nei prossimi mesi.

Per il momento il passaggio più importante su cui ci concentriamo è quello della prevenzione perché è ormai appurato che soltanto chiamando subito il cliente che sta facendo fatica a pagare, siamo in grado di capire se si tratta di una situazione contingente o se c'è un problema più grave di liquidità. Lavoro in Si Collection da dieci anni ed ho vissuto tutti i vari cambiamenti del settore. Quello che posso affermare è che oggi la nostra committente corporate è sempre più propensa ad affidare la gestione dei crediti appena scaduti per un maggiore ritorno di cassa e di immagine aziendale. Un'elevata attenzione nelle prime fasi di lavorazione dello scaduto viene percepita come sinonimo di professionalità anche all'esterno, generando una maggior fiducia verso il brand. L'elemento che contraddistingue l'unicità dei servizi che offriamo sta proprio nel fatto che riusciamo a disegnare progetti "tailor-made", ovvero costruiti su misura in base alle esigenze della mandante. Rapportandoci con una clientela in continuità di fornitura (cosiddetta attiva), intervenendo prima che la fattura scada, siamo in grado di relazionarci in modalità "customer care", proponendo soluzioni adeguate ad ogni situazione. Un approccio che ci ha portato a stringere rapporti con note committenti del mondo utilities. La prospettiva è quella di cavalcare quest'onda anche perché è il mercato che ce lo chiede.



Davide Deiana, Director of Unsecured Operations

Nel settore della gestione del credito i casi di successo sono rappresentati dalle società che si sono evolute nel tempo ed hanno saputo stare al passo con l'innovazione. A questo proposito quando ci siamo resi conto che era necessario rinnovare il nostro sistema gestionale, per coprire le esigenze del mercato ci siamo attivati per sviluppare un nuovo applicativo, adatto al nostro settore che permettesse la personalizzazione su misura in base alle varie esigenze della committente. La piattaforma Laweb, su cui oggi gestiamo la maggior parte delle nostre attività, automatizza una serie di passaggi dell'intero ciclo di vita della pratica, dall'invio della prima mail all'attività di rintraccio telefonico, per poter procedere con le successive fasi di lavorazione. Inoltre, la piattaforma ci permette di agganciare altri applicativi, ad esempio il software che gestisce da remoto le attività di phone collection. Questa soluzione ci garantisce un livello elevato di qualità del servizio, consentendo di monitorare costantemente la qualità delle telefonate in totale trasparenza. Lo smart working, introdotto per necessità durante la pandemia, è oggi un elemento di negoziazione nel processo di assunzione di nuove risorse. Grazie al nuovo gestionale che abbiamo sviluppato e completamente customizzato, possiamo lavorare in qualsiasi momento e da ogni parte del mondo, spostando il focus della prestazione non solo sul mezzo, come storicamente era intesa, ma anche sul risultato. Nel nostro settore è prassi che il mandato non assicuri costanza di volumi e di affidamenti; è invece la soddisfazione della nostra committente sia a livello di servizio che di risultato a garantirci la continuità operativa.



Dario Checchinato, IT Director

Nel prossimo futuro l'Intelligenza Artificiale potrebbe agevolarci in vari aspetti e chi riuscirà ad individuarne le possibilità e coglierne le opportunità avrà una marcia in più rispetto agli altri. Fino ad allora, la sfida sarà nell'uso di automazioni nel senso più tradizionale del termine, la macchina che si sostituisce all'operatore in alcune fasi del lavoro, in particolare quelle a basso valore aggiunto. Insieme a Sydema, nostro partner strategico per lo sviluppo della nuova piattaforma Laweb, stiamo sfruttando l'innovazione tecnologica disegnando diversi automatismi e ottenendo di riflesso una struttura dati uniforme e ricchissima di informazioni derivate dai processi svolti in autonomia dal sistema. Tra automatismi e IA, la macchina comunque non potrà sostituire del tutto la persona, ma la potrà supportare in vari aspetti: un esempio interessante di applicazione di IA alla nostra operatività quotidiana potrebbe essere la traduzione simultanea durante la conversazione con persone straniere. L'IA è potenzialmente una grande opportunità, ma nasconde anche possibili importanti rischi legati ad una regolamentazione futura, con applicazione di sanzioni o con richiesta di adattamenti costosi. La scelta migliore potrebbe pertanto essere quella di cercare di prevedere le linee guida che saranno poi ratificate in regolamentazione: in questo possiamo considerarci agevolati data l'esperienza maturata nell'applicazione della normativa GDPR.

Un altro ambito di sviluppo interessante per l'Intelligenza Artificiale potrebbe essere l'analisi del dato esterno: non può essere ignorata l'opportunità di analizzare dati provenienti da altre aziende, come si presume avverrà in futuro per le necessità ESG. Siamo sponsor del concetto espresso nella seguente frase: "ok all'intelligenza artificiale purché utilizzata con intelligenza".



