

Gli operatori stimano una chiusura del 2016 a +5,58% previsioni di crescita anche per il 2017

factoring

gli operatori stimano una chiusura del 2016 a +5,58% previsioni di crescita anche per il 2017

Al 5 febbraio (data di chiusura del numero in redazione) non sono ancora stati diffusi i dati di fine anno, ma soltanto una stima comunicata dall'associazione di categoria. Comunque le posizioni alla fine del terzo trimestre 2016 dovrebbero essere confermate al 31 dicembre.

▲ Turnover Cumulativo* Quote di mercato al 30.9.2016



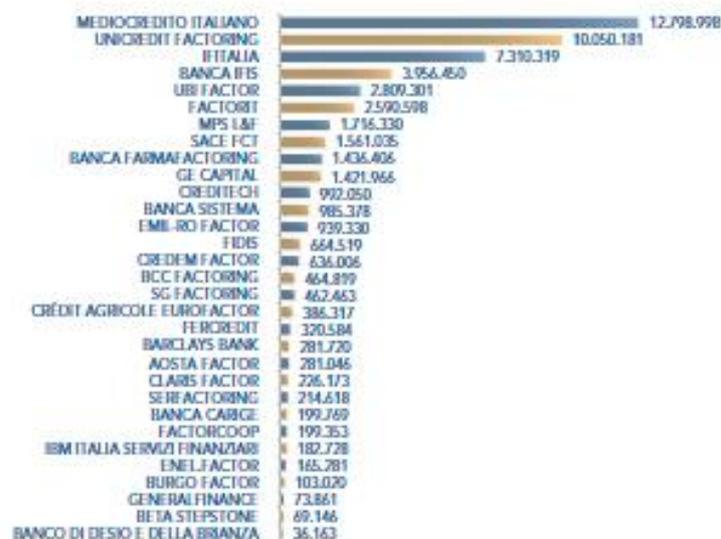
* GE Capital comprende GE Capital Financo Spa e GE Capital Funding Services Srl
 Dati espressi in milioni di euro. Fonte: Asstfact

factoring

Sensibile crescita del mercato italiano del **factoring** nei primi dieci mesi del 2016; i dati forniti da **Assifact**, l'associazione che riunisce gli operatori del settore, confermano il ruolo significativo di questo servizio finanziario per il sostegno alle imprese e per il ritorno ad un segno positivo dell'andamento dell'economia italiana. Il volume d'affari complessivo (turnover) dei primi dieci mesi del 2016 registra infatti un +7,81% rispetto allo stesso

periodo dell'anno precedente, con incrementi percentuali che salgono anche per i crediti in essere (+5,17%) e per anticipi e corrispettivi pagati (+5,20%). Le previsioni degli associati Assifact confermano, per il 2016 e per il 2017, un'aspettativa di crescita media positiva del mercato del factoring sia in termini di turnover sia di outstanding; in particolare, stimano per l'anno 2016 una crescita del turnover del 5,58% e, per l'anno 2017, del 3,73%. •

▲ **Outstanding***
 Quote di mercato al 30.9.2016



* GE Capital comprende GE Capital Finance Spa e GE Capital Funding Services Srl
 Dati espressi in milioni di euro. Fonte: Assifact

Assifact rinnova il logo



Assifact, l'Associazione Italiana per il Factoring che riunisce gli operatori di un settore che vale quasi il 12% del Pil, ha iniziato il 2017 con un nuovo logo.

Frutto di un restyling dalle forme semplici e moderne, nella consapevolezza del ruolo decisivo del factoring nel sostegno finanziario alle imprese produttive, il logo esprime al meglio i valori e le caratteristiche dell'Associazione e dei propri associati e ne rafforza ulteriormente l'identità.

“L'operazione non ha solo una valenza grafica. Esprime anche la vitalità del settore e la predisposizione al cambiamento”, sottolinea il Segretario Generale di Assifact Alessandro Carretta.

Il restyling della brand identity di Assifact mantiene un collegamento con il passato, preservando la “A” come elemento distintivo, e valorizza l'inclusività dell'Associazione con segni circolari. Il nuovo logo identifica l'Associazione dal 1 gennaio 2017, dopo sette anni di continuità grafica.

Il progetto del nuovo logo è stato portato avanti dalla Commissione Tecnica Marketing e Comunicazione ed è frutto di un contest tra gli associati che si è svolto nel 2016. Ideogramma ha curato lo sviluppo del nuovo progetto grafico, dallo sviluppo del logo a tutta l'immagine coordinata.

Ai propri associati e al mondo finanziario in generale Assifact offre anche aggiornamenti, formazione, osservatori e studi: anche tutti questi servizi hanno rinnovato il proprio segno grafico attraverso la declinazione del nuovo logo.

Assifact rinnova il logo



Assifact rinnova il logo

Assifact, l'Associazione Italiana per il Factoring che riunisce gli operatori di un settore che vale quasi il 12% del Pil, ha iniziato il 2017 con un nuovo logo. Frutto di un restyling dalle forme semplici e moderne, nella consapevolezza del ruolo...

[LEGGI TUTTO >](#)

Assifact, l'Associazione Italiana per il Factoring che riunisce gli operatori di un settore che vale quasi il 12% del Pil, ha iniziato il 2017 con un nuovo logo.

Frutto di un restyling dalle forme semplici e moderne, nella consapevolezza del ruolo decisivo del factoring nel sostegno finanziario alle imprese produttive, il logo esprime al meglio i valori e le caratteristiche dell'Associazione e dei propri associati e ne rafforza ulteriormente l'identità.

“L'operazione non ha solo una valenza grafica. Esprime anche la vitalità del settore e la predisposizione al cambiamento”, sottolinea il Segretario Generale di Assifact Alessandro Carretta.

Il restyling della brand identity di Assifact mantiene un collegamento con il passato, preservando la “A” come elemento distintivo, e valorizza l'inclusività dell'Associazione con segni circolari. Il nuovo logo identifica l'Associazione dal 1 gennaio 2017, dopo sette anni di continuità grafica.

Il progetto del nuovo logo è stato portato avanti dalla Commissione Tecnica Marketing e Comunicazione ed è frutto di un contest tra gli associati che si è svolto nel 2016. Ideogramma ha curato lo sviluppo del nuovo progetto grafico, dallo sviluppo del logo a tutta l'immagine coordinata.

26 gennaio 2017

Assifact rinnova il logo

Assifact, l'Associazione Italiana per il Factoring che riunisce gli operatori di un settore che vale quasi il 12% del Pil, ha iniziato il 2017 con un nuovo logo.

Frutto di un restyling dalle forme semplici e moderne, nella consapevolezza del ruolo decisivo del factoring nel sostegno finanziario alle imprese produttive, il logo esprime al meglio i valori e le caratteristiche dell'Associazione e dei propri associati e ne rafforza ulteriormente l'identità.

“L'operazione non ha solo una valenza grafica. Esprime anche la vitalità del settore e la predisposizione al cambiamento”, sottolinea il Segretario Generale di Assifact Alessandro Carretta. Il restyling della brand identity di Assifact mantiene un collegamento con il passato, preservando la “A” come elemento distintivo, e valorizza l'inclusività dell'Associazione con segni circolari. Il nuovo logo identifica l'Associazione dal 1 gennaio 2017, dopo sette anni di continuità grafica.

Il progetto del nuovo logo è stato portato avanti dalla Commissione Tecnica Marketing e Comunicazione ed è frutto di un contest tra gli associati che si è svolto nel 2016. Ideogramma ha curato lo sviluppo del nuovo progetto grafico, dallo sviluppo del logo a tutta l'immagine coordinata.

Assifact si rifà il logo Assifact presenta il restyling della corporate identity

AZIENDE E MERCATI

pag. 15

Assifact si rifà il logo



L'Associazione Italiana per il Factoring, che riunisce gli operatori di un settore che vale quasi il 12% del Pil, ha iniziato il 2017 con un nuovo logo.

BRAND STRATEGIES

Assifact presenta il restyling della corporate identity



Assifact - Associazione Italiana per il Factoring, che riunisce gli operatori di un settore che vale quasi il 12% del Pil, ha iniziato il 2017 con un nuovo logo. Frutto di un restyling dalle forme semplici e moderne, il logo esprime al meglio i valori e le caratteristiche dell'associazione e dei propri associati e ne rafforza ulteriormente l'identità. Il restyling della brand identity di Assifact mantiene un collegamento con il

passato, preservando la "A" come elemento distintivo, e valorizza l'inclusività dell'associazione con segni circolari. Il progetto del nuovo logo è stato portato avanti dalla commissione tecnica Marketing e Comunicazione ed è frutto di un contest tra gli associati che si è svolto nel 2016. Ideogramma ha curato lo sviluppo del nuovo progetto grafico, dallo sviluppo del logo a tutta l'immagine coordinata.

27 gennaio 2017

Assifact presenta il restyling della corporate identity

Assifact presenta il restyling della corporate identity

Assifact - Associazione Italiana per il Factoring, che riunisce gli operatori di un settore che vale quasi il 12% del Pil, ha iniziato il 2017 con un nuovo logo. Frutto di un restyling dalle forme semplici e moderne, il logo esprime al meglio i valori e le caratteristiche dell'associazione e dei propri associati e ne rafforza ulteriormente l'identità. Il restyling della brand identity di Assifact mantiene un collegamento con il passato, preservando la "A" come elemento distintivo, e valorizza l'inclusività dell'associazione con segni circolari. Il progetto del nuovo logo è stato portato avanti dalla commissione tecnica Marketing e Comunicazione ed è frutto di un contest tra gli associati che si è svolto nel 2016. Ideogramma ha curato lo sviluppo del nuovo progetto grafico, dallo sviluppo del logo a tutta l'immagine coordinata.



Brand Identity

Assifact cambia logo dopo sette anni

BRAND IDENTITY

Assifact cambia logo dopo sette anni

Assifact, l'Associazione Italiana per il Factoring che riunisce gli operatori di un settore che vale quasi il 12% del Pil, ha iniziato il 2017 con un nuovo logo. Frutto di un restyling dalle forme semplici e moderne, nella consapevolezza del ruolo decisivo del factoring nel siste-

gno finanziario alle imprese produttive, il logo esprime al meglio i valori e le caratteristiche dell'associazione e dei propri associati e ne rafforza ulteriormente l'identità. Il restyling della brand identity di Assifact mantiene un collegamento con il passato, preservando la 'A' come ele-

mento distintivo, e valorizza l'inclusività di questa realtà con segni circolari. Il nuovo logo identifica l'associazione dall'1 gennaio 2017, dopo sette anni di continuità grafica. Il progetto del nuovo logo è stato portato avanti dalla Commissione Tecnica Marketing e Comunicazione ed è frutto di



un contest tra gli associati che si è svolto nel 2016. Ideogramma ha curato lo sviluppo del nuovo progetto grafico, dallo sviluppo del logo a tutta l'immagine coordinata.

Brand

Restyling per la corporate identity di Assifact, l'associazione che riunisce gli operatori del factoring

Ideogramma ha curato lo sviluppo del nuovo progetto grafico, dallo sviluppo del logo a tutta l'immagine coordinata



Brand Restyling per la corporate identity di Assifact, l'associazione che riunisce gli operatori del factoring

Assifact, l'associazione Italiana per il Factoring che riunisce gli operatori di un settore che vale quasi il

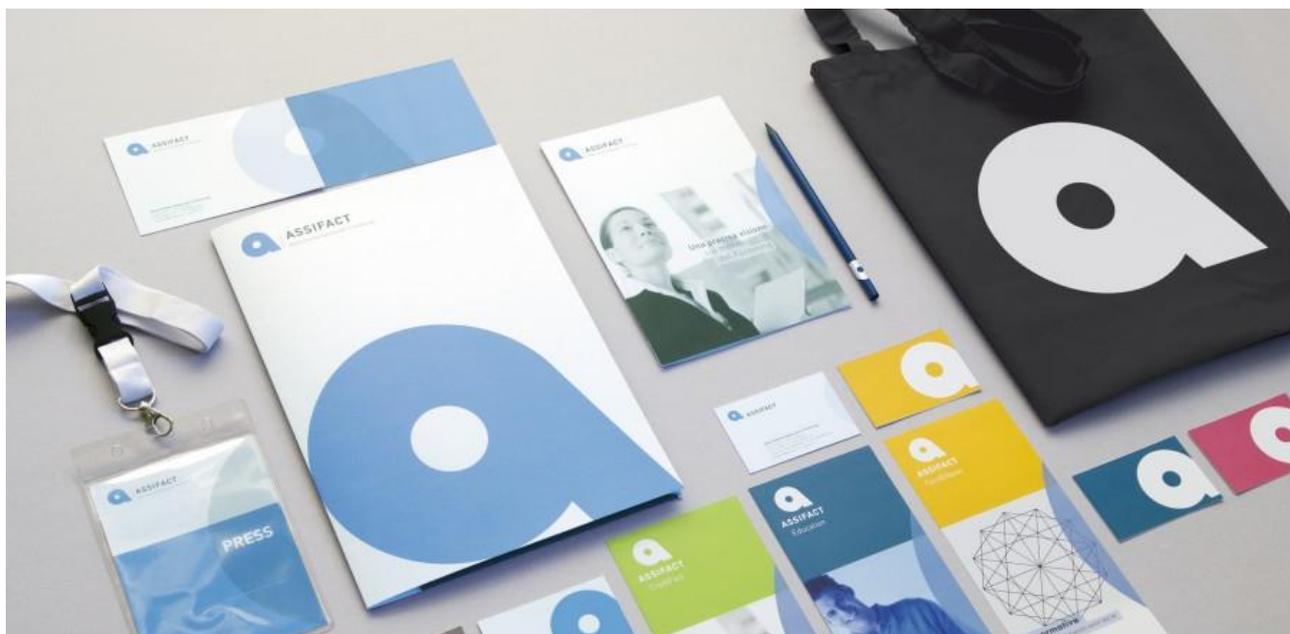
12% del Pil, ha iniziato il 2017 con un nuovo logo. Frutto di un restyling dalle forme semplici e moderne, nella consapevolezza del

ruolo decisivo del factoring nel sostegno finanziario alle imprese produttive, il logo esprime al meglio i valori e le caratteristiche dell'Associazione e dei propri associati e ne rafforza ulteriormente l'identità. "L'operazione non ha solo una valenza grafica. Esprime anche la vitalità del settore e la predisposizione al cambiamento", sottolinea il Segretario Generale di Assifact Alessandro Carretta. Il restyling della brand

identity di Assifact mantiene un collegamento con il passato, preservando la "A" come elemento distintivo, e valorizza l'inclusività dell'Associazione con segni circolari. Il nuovo logo identifica l'Associazione dal 1 gennaio 2017, dopo sette anni di continuità grafica. Il progetto del nuovo logo è stato portato avanti dalla Commissione Tecnica Marketing e Comunicazione ed è frutto di un contest tra gli associati che si è svolto nel 2016. Ideogramma ha curato lo sviluppo del nuovo progetto grafico, dallo sviluppo del logo a tutta l'immagine coordinata. Ai propri associati e al mondo finanziario in generale Assifact offre anche aggiornamenti, formazione, osservatori e studi: anche tutti questi servizi hanno rinnovato il proprio segno grafico attraverso la declinazione del nuovo logo.

Restyling per la corporate identity di Assifact, l'associazione che riunisce gli operatori del factoring

Ideogramma ha curato lo sviluppo del nuovo progetto grafico, dallo sviluppo del logo a tutta l'immagine coordinata



Assifact, l'associazione Italiana per il Factoring che riunisce gli operatori di un settore che vale quasi il 12% del Pil, ha iniziato il 2017 con un nuovo logo. Frutto di un restyling dalle forme semplici e moderne, nella consapevolezza del ruolo decisivo del factoring nel sostegno finanziario alle imprese produttive, il logo esprime al meglio i valori e le caratteristiche dell'Associazione e dei propri associati e ne rafforza ulteriormente l'identità. "L'operazione non ha solo una valenza grafica. Esprime anche la vitalità del settore e la predisposizione al cambiamento", sottolinea il Segretario Generale di Assifact **Alessandro Carretta**. Il restyling della brand identity di Assifact mantiene un collegamento con il passato, preservando la "A" come elemento distintivo, e valorizza l'inclusività dell'Associazione con segni circolari. Il nuovo logo identifica l'Associazione dal 1 gennaio 2017, dopo sette anni di continuità grafica. Il progetto del nuovo logo è stato portato avanti dalla Commissione Tecnica Marketing e Comunicazione ed è frutto di un contest tra gli associati che si è svolto nel 2016. Ideogramma ha curato lo sviluppo del nuovo progetto grafico, dallo sviluppo del logo a tutta l'immagine coordinata. Ai propri associati e al mondo finanziario in generale Assifact offre anche aggiornamenti, formazione, osservatori e studi: anche tutti questi servizi hanno rinnovato il proprio segno grafico attraverso la declinazione del nuovo logo.