

*ASSOFIN - CRIF - PROMETEIA*

---

---

**OSSERVATORIO  
SUL CREDITO AL DETTAGLIO**

---

---

GIUGNO 2006  
NUMERO VENTI

**Il presente Rapporto nasce da una collaborazione ASSOFIN - CRIF - PROMETEIA**

**Alla sua elaborazione hanno partecipato:**

*Stefano Cosma (Università di Modena e Reggio Emilia)- Roberto Goracci - Rita Romeo - Giovanni Vittadini per PROMETEIA*

*Francesco Diurni - Ramona Rabbi per CRIF*

*Kirsten van Toorenburg - Francesca Ricci per ASSOFIN*

**RESPONSABILI DEL RAPPORTO:** Umberto Filotto - Silvia Ghielmetti - Chiara Fornasari

Editing a cura di: Barbara Castelli e Simona Rimondi

© Copyright 2006 by ASSOFIN, CRIF Spa, Prometeia Spa.

E' vietata la riproduzione anche parziale, con qualunque mezzo effettuata, comprese le fotocopie, anche ad uso interno o didattico, se non autorizzate.

# INDICE

<b>PREMESSA</b>	<b>pag.5</b>
<b>TEMI DEL RAPPORTO</b>	<b>7</b>
<b>CAPITOLO 1</b>	
<b>LO SCENARIO MACROECONOMICO</b>	<b>13</b>
1.1 <i>Lo scenario internazionale</i>	13
1.2 <i>Lo scenario italiano</i>	15
1.2.1 <i>Gli investimenti</i>	16
1.2.2 <i>Il mercato immobiliare</i>	17
1.2.3 <i>I consumi</i>	18
1.2.4 <i>L'occupazione, i redditi e l'inflazione</i>	20
<b>CAPITOLO 2</b>	
<b>L'ANALISI DEL MERCATO DEL CREDITO ALLE FAMIGLIE</b>	<b>23</b>
2.1 <i>Introduzione</i>	23
2.2 <i>La domanda di credito ed il livello di indebitamento delle famiglie italiane</i>	24
2.3 <i>L'evoluzione di breve periodo del mercato del credito al consumo</i>	27
2.4 <i>Analisi dei crediti erogati dalle banche generaliste per tipologia di prodotto</i>	32
2.5 <i>Analisi dei crediti erogati dalle istituzioni finanziarie specializzate per settori merceologici</i>	36
2.6 <i>Analisi del mercato delle carte di credito</i>	43
2.7 <i>Analisi dei crediti alle famiglie diversi dal credito al consumo</i>	45
2.7.1 <i>La composizione per forma tecnica</i>	45
2.7.2 <i>Il mercato dei mutui</i>	47
<b>CAPITOLO 3</b>	
<b>L'ANALISI DELLA RISCHIOSITA' SULLA BASE DELLA BANCA DATI CRIF</b>	<b>53</b>
3.1 <i>Introduzione</i>	53
3.2 <i>L'evoluzione della rischiosità del credito al consumo a dicembre 2005</i>	55
3.3 <i>Le determinanti del rischio nel credito al consumo</i>	58
3.4 <i>L'evoluzione della rischiosità del credito al consumo nei comparti delle banche generaliste e delle istituzioni finanziarie e banche specializzate</i>	62
3.4.1 <i>La rischiosità degli intermediari di diretta emanazione automobilistica</i>	65
3.5 <i>La rischiosità del credito al consumo nell'analisi per segmenti</i>	66
3.5.1 <i>Tassi di decadimento e indici di sofferenza dei contratti distinti per durata contrattuale</i>	66
3.5.2 <i>Tassi di decadimento per classi di importo dei finanziamenti</i>	68
3.5.3 <i>Tassi di mortalità per coorti o generazioni di finanziamenti</i>	70
3.6 <i>L'evoluzione della rischiosità dei mutui immobiliari nel comparto delle banche</i>	71

<b>CAPITOLO 4</b>	
<b>EVOLUZIONE DEL MERCATO DEL CREDITO ALLE FAMIGLIE</b>	<b>75</b>
4.1	<i>Introduzione</i> 75
4.2	<i>L'andamento dei consumi per settore merceologico</i> 76
4.3	<i>L'evoluzione prospettica della domanda di credito complessiva e del livello di indebitamento delle famiglie italiane</i> 84
4.4	<i>Il mercato del credito al consumo</i> 87
4.5	<i>Il mercato delle carte di credito</i> 92
4.6	<i>Il mercato dei mutui</i> 93
4.7	<i>Il rischio del credito</i> 95
<b>CAPITOLO 5</b>	
<b>L'ANALISI DEI MERCATI TERRITORIALI DEL CREDITO ALLE FAMIGLIE</b>	<b>99</b>
5.1	<i>Introduzione</i> 99
5.2	<i>Lo scenario macroeconomico</i> 100
5.3	<i>L'evoluzione storica del credito alle famiglie</i> 102
	5.3.1 <i>Il credito al consumo</i> 104
	5.3.2 <i>Gli altri crediti bancari alle famiglie</i> 106
5.4	<i>L'evoluzione prospettica del credito alle famiglie</i> 107
	5.4.1 <i>Il credito al consumo</i> 108
	5.4.2 <i>I mutui alle famiglie</i> 110
5.5	<i>L'analisi della rischiosità sulla base della banca dati CRIF</i> 111
	5.5.1 <i>L'evoluzione storica della rischiosità del credito al consumo</i> 111
	5.5.2 <i>Il profilo di rischio della clientela a livello territoriale</i> 113
	5.5.3 <i>L'evoluzione prospettica della rischiosità del credito al consumo</i> 118
<b>CAPITOLO 6</b>	
<b>LA GESTIONE DEL CLIENTE: NUOVE STRATEGIE DISTRIBUTIVE NEL MERCATO DEL CREDITO AL CONSUMO</b>	<b>121</b>
6.1	<i>Introduzione</i> 121
6.2	<i>Alcune riflessioni sull'evoluzione del mercato del credito al consumo: prodotti e canali</i> 122
6.3	<i>Il ruolo del dealer (canale o cliente) nelle strategie degli intermediari finanziari: criticità e potenzialità</i> 126
6.4	<i>Il mercato del credito al consumo: criticità e presupposti del prestito diretto</i> 130
6.5	<i>I modelli di business nel prestito diretto</i> 131
	6.5.1 <i>Prestito diretto: modelli di business associati ad un gruppo bancario</i> 134
	6.5.2 <i>Prestito diretto: le società finanziarie specializzate "autonome"</i> 138
	6.5.3 <i>Prestito diretto: le banche come dealer finanziario</i> 140
<b>APPENDICE METODOLOGICA E GLOSSARIO</b>	<b>143</b>
<b>SCHEDE REGIONALI</b>	
<b>ANALISI TERRITORIALE DEL MERCATO DEL CREDITO AL DETTAGLIO</b>	<b>151</b>

## PREMESSA

L'Osservatorio si articola in sei capitoli, ciascuno dei quali affronta aspetti diversi del mercato del credito alle famiglie. Partendo da un complessivo esame del mercato dei finanziamenti alle famiglie, nelle sue diverse componenti e origini, l'Osservatorio dedica particolare attenzione al *business* del credito al dettaglio, approfondendo in questo comparto l'evoluzione per tipologia di prodotto e operatore finanziario. Le elaborazioni sono effettuate sulla base delle informazioni al 31 maggio 2006.

Il primo capitolo descrive lo scenario macroeconomico, anche a livello internazionale, con particolare attenzione all'andamento dei *driver* della domanda di credito delle famiglie.

Il secondo capitolo confronta la dinamica di sviluppo che ha caratterizzato i principali operatori finanziari del mercato (banche generaliste ed istituzioni finanziarie e banche specializzate) con riferimento a:

- andamento complessivo del mercato del credito alle famiglie;
- andamento specifico dei comparti del credito al consumo e dei mutui;
- dinamica del credito al consumo per singole forme tecniche e finalità.

Il terzo capitolo affronta il tema del rischio nei mercati del credito al consumo e dei mutui. L'analisi viene condotta sulla base dell'evoluzione della rischiosità complessiva del mercato attraverso l'analisi degli indici elaborati a partire dalle informazioni contenute nella banca dati CRIF.

Il quarto capitolo illustra lo scenario previsivo per il consumo di beni durevoli (per settori merceologici), per il credito al consumo e per gli altri crediti bancari alle famiglie (diversi dal credito al consumo) a livello nazionale. È stato inoltre costruito, per il comparto delle istituzioni finanziarie e banche specializzate, un "indice di copertura dei consumi" per settore merceologico. Il capitolo si conclude, infine, con un'analisi prospettica della rischiosità dei finanziamenti bancari, e con particolare attenzione al credito al consumo erogato sia da banche generaliste sia da istituzioni finanziarie e banche specializzate.

Il quinto capitolo è dedicato all'analisi territoriale ed illustra, a livello di macroarea, lo scenario macroeconomico, nonché le previsioni relative al credito al consumo ed alla sua rischiosità ed agli altri crediti bancari alle famiglie (mutui e altri prestiti).

Il sesto capitolo contiene l'approfondimento monografico dedicato, in questa edizione dell'Osservatorio, alla gestione del cliente nelle strategie distributive in atto nel mercato del credito al consumo, e sul fenomeno di ricomposizione del portafoglio crediti delle società verso forme di finanziamento diretto.

Nell'intento di offrire un quadro il più possibile esauriente delle specificità del mercato del credito al consumo nelle singole regioni, nella parte finale dell'Osservatorio sono inserite delle schede territoriali. Tali schede riportano una dettagliata rielaborazione, su base regionale, delle principali grandezze che caratterizzano in maniera specifica i mercati del credito al consumo e dei mutui e la loro dinamica nel tempo.

Come sempre, l'Osservatorio si avvale:

- del database del Sistema di Informazioni Creditizie di CRIF sui crediti rateali nonché della competenza di CRIF nell'elaborare dati sul rischio di credito e sull'andamento di questo mercato;

- della struttura informativa, delle competenze di *business* e delle previsioni di Prometeia, quest'ultime sia con riferimento all'evoluzione dell'ambiente esterno, sia alla specifica dinamica del credito alle famiglie nei suoi diversi comparti;
- della partecipazione di ASSOFIN, Associazione Italiana del Credito al Consumo e Immobiliare, che rappresentando le maggiori istituzioni finanziarie operanti nei comparti del credito al consumo e del finanziamento immobiliare, è la fonte più accreditata delle statistiche di mercato.

## TEMI DEL RAPPORTO

Il 2005 ha rappresentato un anno particolare in relazione ai comportamenti economico-finanziari delle famiglie italiane: in un contesto economico ancora fragile, caratterizzato da elementi di incertezza, dalla debolezza dei consumi e da una crescita modesta del reddito disponibile, le famiglie hanno continuato ad aumentare la propensione al risparmio. Nelle scelte di allocazione della ricchezza si è mantenuta una forte preferenza verso l'investimento reale, mentre si è mantenuto un comportamento ancora molto cauto verso gli investimenti finanziari, con una ripresa di interesse verso i prodotti a maggiore rischio-rendimento.

In tale quadro, le famiglie italiane hanno mostrato ancora un vivace ricorso al credito: nel complesso le passività delle famiglie italiane sono giunte a rappresentare il 43.4% del reddito disponibile (4 punti percentuali in più rispetto al 2004), evidenziando un, seppur graduale, fenomeno di *catching up* verso l'area euro (dove tale indicatore supera l'80%).

Dopo un primo semestre caratterizzato dalla relativa accelerazione del credito, alla fine del 2005, la crescita delle consistenze dei finanziamenti complessivamente erogati dal sistema finanziario si è attestata al 12.8%, solo in lieve attenuazione rispetto a quella evidenziata a dicembre del 2004. La crescita dei finanziamenti è stata ancora sostenuta dalla componente dei prestiti per l'acquisto di abitazioni che nel 2005, come da aspettative, ha contemporaneamente mostrato un graduale rallentamento della crescita e un incremento dell'incidenza sul portafoglio crediti (superando la soglia del 51%). Si conferma la ricomposizione del portafoglio anche verso il comparto del credito al consumo, che in contrapposizione rispetto ai mutui, ha registrato a dicembre 2005 un'accelerazione della crescita rispetto all'anno precedente, evidenziando una quota sul portafoglio crediti pari al 18%, mentre si è ulteriormente ridotto il peso degli altri crediti (31% circa). All'interno del comparto del credito al consumo è peraltro continuato il fenomeno di ricomposizione verso le diverse tipologie di credito diretto.

In particolare, nel comparto del credito al consumo si è registrata, in linea con le aspettative di crescita implicite nello scenario delineato nella scorsa edizione dell'Osservatorio, una dinamica dello *stock* vivace (+20.8%) ed ancora in accelerazione rispetto al 2004 (+15.1%)<sup>1</sup>. L'ammontare complessivo dei volumi in essere di credito al consumo ha superato i 76 miliardi di euro.

La dinamica positiva e sostenuta, che continua a caratterizzare il comparto, è la risultante di fattori congiunturali ma soprattutto di una serie di cambiamenti strutturali nei principali *driver* di mercato. La domanda è sostenuta dall'evoluzione della struttura socio-demografica delle famiglie e dai cambiamenti nella cultura finanziaria sia nei confronti dell'approccio al credito sia nelle scelte di allocazione del portafoglio. Dal lato dell'offerta si è consolidata l'innovazione di prodotto, di canale e di processo, che, in un contesto di crescente concorrenza, hanno sostenuto particolarmente la crescita del comparto.

Nel 2005 si registra nuovamente una crescita consistente dell'attività di erogazione di credito al consumo da parte di istituzioni finanziarie e banche specializzate, con un aumento delle consistenze pari al 23.2% rispetto al 2004, a fronte del 13.9% registrato nel comparto delle banche generaliste. La *performance* delle istituzioni finanziarie e banche specializzate risulta ormai da anni superiore a quella delle banche generaliste. In termini di quote di mercato, gli operatori specializzati nel 2005 hanno gestito oltre il 75% dello *stock* complessivo del credito al consumo, 2 punti percentuali in più rispetto al 2004. Si consolida la tendenza, da parte delle banche, a delegare la gestione del credito al consumo a società specializzate (prodotto o ter

<sup>1</sup> Tuttavia il ricorso ad operazioni di cartolarizzazione genera un effetto distorsivo nell'aggregato del credito alle famiglie.

ze), in grado di gestire al meglio un *business* che richiede competenze e modalità operative specifiche. Un crescente numero di operatori specializzati è in effetti riconducibile a gruppi bancari, anche se non mancano gli istituti di matrice industriale o assicurativa.

Nel comparto dei mutui, nel 2005 si è registrato ancora un incremento sostenuto (+16.5%), sebbene in decelerazione rispetto al 18.2% sperimentato nel 2004. La vivacità della crescita dei mutui alle famiglie è stata ancora favorita dalla crescente concorrenzialità del mercato, che ha determinato un'evoluzione dell'offerta in termini di prodotti, canali ed efficienza del servizio, accentuata peraltro dal recente ingresso nel mercato da parte di operatori stranieri e specializzati. A questi fattori si è accompagnata una congiuntura ancora favorevole del mercato immobiliare, un costo del debito ai minimi storici, una componente di domanda a scopo di investimento ancora sostenuta ed in crescita rispetto al 2004. Nel comparto del credito immobiliare si registra una tendenza verso erogazioni di importo sempre più consistente ed un parallelo allungamento delle durate dei contratti.

Nel 2005 il rischio del mercato del credito al dettaglio, pur rimanendo su livelli relativamente modesti anche in un contesto economico non particolarmente favorevole, ha mostrato un andamento contrastante<sup>2</sup>. Nel primo semestre 2005, infatti, il rischio ha proseguito il *trend* di miglioramento in atto dalla fine del 2004 (la rischiosità complessiva si è ridotta al minimo storico degli ultimi cinque anni), salvo poi mostrare una lieve ripresa nella seconda parte dell'anno.

Nel comparto del credito al consumo, l'inversione del *trend* del rischio ha interessato tutti gli operatori del mercato (banche generaliste e operatori specializzati), le principali tipologie di finanziamento (sia la componente finalizzata sia i prestiti personali), e in particolare le categorie di importo più elevato e di durata superiore a due anni. La ripresa della rischiosità negli ultimi mesi del 2005 non ha tuttavia invertito il *trend* di miglioramento della qualità del portafoglio in atto nel medio/lungo termine. Nel 2005 i valori del tasso di sofferenza si sono comunque mantenuti al di sotto del 4%, e quindi su livelli inferiori ai trimestri del 2004. Il rischio complessivo (tasso di sofferenza, insolvenza grave e insolvenza leggera) ha registrato ancora una contrazione comunque notevole, con una riduzione di mezzo punto percentuale rispetto a dicembre 2004 e di ben 1.6 punti percentuali se confrontata con dicembre 2003. Il tasso di decadimento si è mantenuto anche nel 2005 al di sotto del 2%, con una riduzione di 1 punto percentuale nel quinquennio.

Anche nel comparto dei mutui, nonostante l'assestamento in lieve rialzo della seconda parte dell'anno, il 2005 conferma il tendenziale contenimento del livello totale di rischio nel medio termine: la rischiosità complessiva si mantiene al di sotto del 5%, in un'ulteriore contrazione (-0.6% rispetto all'anno precedente e -0.8% rispetto a dicembre 2003). Significativo anche il miglioramento del tasso di sofferenza che continua gradualmente a scendere, raggiungendo un livello pari all'1.4% nel dicembre 2005.

Peraltro, anche la ricomposizione dei portafogli (verso categorie di importo e di durata più elevati) e la crescente attenzione dell'offerta verso segmenti di clientela più *near prime* (immigrati, lavoratori atipici, giovani) potrebbero aver influito sull'evoluzione dei livelli di rischio del mercato del credito al dettaglio nel corso del 2005. Da sottolineare, inoltre, che la qualità del mercato del credito alle famiglie sembra aver risentito in modo ancora non significativo dell'incertezza dell'economia.

<sup>2</sup> Si ricorda che l'evoluzione del rischio potrebbe essere influenzata oltre che dalle operazioni di cartolarizzazione e di cessione dei portafogli crediti, da alcune importanti novità: il "Codice di deontologia e di buona condotta per i sistemi informativi gestiti da soggetti privati in tema di crediti al consumo, affidabilità e puntualità nei pagamenti" e gli interventi di adeguamento alle disposizioni del nuovo Accordo sul Capitale (Basilea II).

Nei prossimi anni l'evoluzione del contesto ambientale dovrebbe favorire lo sviluppo del ricorso al credito da parte delle famiglie. Già dall'anno in corso, ma in misura più intensa nel biennio 2007-2008, si dovrebbe registrare una ripresa del reddito disponibile, che sosterrà la crescita dei consumi, maggiormente indirizzata, specie nel 2006, verso la componente dei consumi durevoli. Nell'ambito dei consumi durevoli, le componenti che registreranno la dinamica più sostenuta saranno quelle che tradizionalmente attivano un minore ricorso al credito, come ad esempio gli elettrodomestici e l'elettronica; tuttavia anche la spesa per mobili e moto, che nel corso del 2005 ha evidenziato un maggiore incremento della copertura attraverso il ricorso al credito, tornerà ad evidenziare tassi di crescita significativamente crescenti.

Non di meno, le tradizionali relazioni statistiche tra tipologie di consumi e attivazione di credito sono rese sempre meno significative dall'evoluzione delle politiche di offerta degli operatori. Il crescente orientamento di queste ultime verso l'intermediazione di credito diretto a scapito dei finanziamenti finalizzati (si registra, infatti, una parziale sostituzione del credito finalizzato verso le carte di credito *revolving* per l'acquisto di beni e servizi ad importo più contenuto), potrebbe infatti produrre una sottostima delle tradizionali rilevazioni di copertura dei consumi attraverso credito che si basano sui dati riferiti al solo credito finalizzato.

Lo scenario delineato sembra quindi ipotizzare che la ripresa congiunturale del reddito e dei consumi abbia un effetto positivo nella domanda di credito al consumo. Le aspettative di aumento dei tassi di interesse risulteranno, nel medio termine, comunque contenute e non saranno quindi tali da rendere più difficile per le famiglie, a meno di segmenti marginali, la sostenibilità degli oneri finanziari del debito. Peraltro il *trend* di aumento dei tassi di interesse continuerà ad essere calmierato dalle pressioni competitive in atto sul mercato e dall'innovazione nelle soluzioni finanziarie proposte.

Accanto ai fattori di tipo economico, nel prossimo biennio dovrebbero persistere tutti i cambiamenti strutturali di tipo socio-demografico e finanziario che, assieme alle politiche di offerta degli intermediari, hanno significativamente modificato il ricorso ai prestiti da parte delle famiglie italiane.

In particolare, lo sviluppo del ricorso al credito delle famiglie è atteso registrare un progressivo incremento durante tutto l'intervallo di previsione. In linea con il fenomeno di *catching up* in atto verso i modelli di ricorso al credito delle famiglie europee, già nell'anno in corso il valore dell'indicatore dovrebbe raggiungere il 46.4% circa nel 2006 e su valori prossimi al 50% nel 2008, continuando, tuttavia, ad evidenziare un sensibile *gap* con la media europea.

All'interno del quadro delineato, alla fine del 2006 la crescita delle consistenze erogate da banche ed istituzioni finanziarie specializzate è stimata attestarsi all'11.6%, con leggero rallentamento rispetto a quanto registrato a fine 2005. L'intensificarsi, soprattutto nella seconda parte del 2006, dei segnali di rallentamento del mercato immobiliare e la relativa maturità del segmento di clientela *prime* dovrebbero determinare una decelerazione nella dinamica del comparto dei mutui, che continuerà, tuttavia, alla fine del 2006 ad evidenziare tassi di crescita piuttosto vivaci e pari al 13.3%. Come già avvenuto alla fine del 2005, la dinamica della componente del credito al consumo, sebbene anch'essa in graduale rallentamento, continuerà ad evidenziare una maggiore intensità rispetto ai mutui, registrando nel complesso (banche e IFS) un incremento pari al 17.6%.

Per il biennio 2007-2008 lo scenario di previsione delinea un sentiero di crescita delle consistenze di credito erogate complessivamente alle famiglie ancora vivace, pur a fronte di un più marcato rallentamento rispetto a quanto verificatosi negli ultimi anni. Lo sviluppo del mercato dovrebbe realizzarsi, infatti, a ritmi pari al 9.4% nel 2007 e al 7.7% nel 2008.

In tutto l'intervallo di previsione dovrebbe perdurare il processo, in atto ormai da diversi anni, di ricomposizione dei prestiti alle famiglie verso la componente dei mutui fondiari e quella del credito al consumo, in linea con la maggiore preferenza delle famiglie verso i finanziamenti a maggiore scadenza (a cui corrisponde la quasi totalità dei prestiti per l'acquisto di abitazioni e una buona parte del credito al consumo) e la graduale convergenza delle scelte di ricorso al credito verso quelle mediamente evidenziate dalle famiglie europee.

Nel comparto del credito al consumo, la crescente competitività del settore continuerà a fornire stimoli all'innovazione di prodotto. La presenza nel mercato domestico di numerosi operatori di matrice straniera continuerà a favorire la proliferazione di nuove soluzioni finanziarie, per effetto del *know how* maturato in altri paesi. Inoltre le prospettive di efficientamento dei processi (di *scoring*, di recupero crediti, di CRM e di *marketing*, e in generale dei processi gestionali ed operativi) volti ad offrire con maggiore flessibilità una sempre più ampia gamma di prodotti, dovrebbero generare uno stimolo alla domanda di credito al consumo. Pertanto, il mercato è atteso crescere del 17.2% e del 15.6% rispettivamente nel 2007 e nel 2008.

La dinamica del mercato per diversa categoria di operatore continuerà ad evidenziare anche nel biennio 2007-2008 la maggiore vivacità della componente erogata dalle istituzioni finanziarie e banche specializzate. Sebbene molti gruppi bancari abbiano già portato a termine il processo di *switching* dei prestiti al consumo a favore di società prodotte, al fine di delegare a strutture dedicate la gestione del *business*, tale fenomeno potrebbe ancora coinvolgere altri importanti gruppi bancari. In particolare, la quota di mercato complessivamente detenuta dalle istituzioni finanziarie e banche specializzate dovrebbe portarsi, pertanto, dal 75.5% del 2005 al 78.5% nel 2008, guadagnando mediamente un punto percentuale all'anno.

In sintesi, a fronte di un mercato in cui i volumi dovrebbero crescere ancora a ritmi molto vivaci, lo scenario di previsione incorpora l'ipotesi di un aumento della domanda che sarà più selettivo, a favore di quegli operatori che saranno in grado di rispondere ai cambiamenti in atto nella domanda stessa, attraverso una specializzazione dei processi di gestione e adeguati sistemi di controllo del rischio. All'aumento dei volumi si dovrebbe accompagnare una leggera riduzione della redditività associata al credito al consumo, in un contesto di crescente condorrenzialità del mercato, che tuttavia permarrà su livelli più elevati rispetto a quelli medi dell'attività di finanziamento alle famiglie. Inoltre, in linea con quanto sperimentato nei paesi caratterizzati da una maggiore maturità di questo mercato, la redditività dovrebbe ricomporsi maggiormente verso la componente dei ricavi da servizi, anche in virtù di una maggiore sofisticazione dei prodotti offerti.

Nel comparto dei mutui si dovrebbe assistere ad un graduale rientro dei ritmi di crescita, che tuttavia continueranno ad essere piuttosto vivaci, evidenziando un incremento del 9.9% nel 2007 e del 7.5% nel 2008. L'innovazione di prodotto dovrebbe sopperire agli aumenti dei tassi di mercato che, sebbene siano attesi in misura moderata nel biennio di previsione, potrebbero generare comunque una riduzione della percezione di convenienza di questo strumento finanziario da parte delle famiglie. Inoltre, la competitività del mercato dovrebbe concorrere a contenere la crescita del costo reale del credito immobiliare. Infine, la relativa maturità attesa della domanda *prime* pone il sistema finanziario di fronte a una sfida per il prossimo futuro: riposizionare efficacemente l'offerta di fronte ad una domanda che dovrebbe mutare nel tempo.

Nonostante lo scenario di previsione non incorpori elementi di particolare criticità sul piano del rischio di credito, riassorbiti gli effetti statistici legati alle operazioni straordinarie, si prevede per la fine dell'anno in corso un incremento dello *stock* di sofferenze, che dovrebbe attestarsi al 2.4%, tale da determinare comunque un'ulteriore, seppur lieve riduzione, dell'incidenza sugli impieghi lordi. Per il biennio di previsione 2007-2008, si dovrebbe sperimentare ancora un leggero peggioramento della dinamica dello *stock* di sofferenze in relazione ai finan-

ziamenti concessi alle famiglie consumatrici. Pur in un contesto di progressivo miglioramento del ciclo economico, tale *trend* sarà ascrivibile in particolare a due fattori: da un lato l'incremento atteso dei tassi di interesse, dall'altro la ricomposizione della domanda di credito verso la componente di clientela *near-prime*, specialmente nel comparto dei mutui. La tendenza di un incremento della rischiosità generata da questo fenomeno, sarà arginata in parte dall'evoluzione innovativa dei prodotti offerti alla clientela, come l'allungamento delle scadenze e la maggiore flessibilità nelle soluzioni finanziarie dei piani di rimborso.

L'approfondimento monografico è dedicato all'analisi dei principali effetti della progressiva ricomposizione del credito al consumo a favore delle forme di finanziamento diretto sulla gestione del cliente, sui modelli di *business* e sulle strategie distributive. I prestiti non finalizzati valorizzano le relazioni di clientela e si fondano maggiormente su canali distributivi diretti ("corti") e su politiche commerciali di tipo *pull*, più legate al *brand marketing*, contribuendo a modificare alcune dinamiche competitive, il ruolo e i rapporti esistenti fra operatori specializzati e banche generaliste.

Una prima osservazione riguarda il ruolo del *dealer*. Visto l'assottigliamento dei margini sul credito finalizzato e la crescente recettività della domanda verso i prestiti personali, esso si sta configurando sempre più come modalità di acquisizione della clientela e di abbattimento dei costi fissi piuttosto che come area di redditività:

- gli intermediari finanziari che possono contare su altri canali di acquisizione della clientela, stanno adottando un approccio selettivo verso i *dealer* che ottimizzano il rapporto costo/rendimento;
- gli intermediari finanziari che, invece, non possiedono altri canali di acquisizione della clientela presidiano il credito finalizzato e i *dealer* di ogni dimensione, ma stanno investendo sui canali diretti e sulla capacità di fare *cross selling* verso altri strumenti finanziari.

Una seconda osservazione riguarda il modo in cui lo spostamento verso modalità di affidamento diretto abbia ampliato le potenzialità dei gruppi bancari *retail*. Il riconoscimento della superiorità dei processi caratteristici degli operatori specializzati sta progressivamente conducendo alla concentrazione dell'attività di finanziamento alle famiglie presso le istituzioni finanziarie del gruppo bancario; ciò consente di cogliere i vantaggi della specializzazione e della diversificazione attraverso la valorizzazione della rete territoriale e del patrimonio informativo-relazionale della banca.

I fenomeni individuati hanno influenzato i modelli di *business*, attraverso cui riconoscere la relazione fra operatori specializzati e gruppo bancario *retail*, il cui grado di integrazione è stato distinto sulla base di due dimensioni: l'esistenza di canali distributivi differenziati e il livello di condivisione della clientela.

L'assenza di un canale distributivo differenziato della società finanziaria specializzata presenta, sotto un profilo commerciale e decisionale, problematiche organizzative e, soprattutto, di crescita culturale della rete distributiva nell'impiego del medesimo personale. Inoltre, si profila un elevato rischio di saturazione della propria area di *business*, legato alla ridotta capacità di sviluppare il mercato oltre il portafoglio clienti della banca.

L'esistenza di un'istituzione finanziaria specializzata che possieda un proprio sbocco sul mercato, presuppone un suo ruolo autonomo e sinergico in relazione al grado di condivisione della clientela bancaria. Nel caso in cui la clientela bancaria risulti condivisa, le due strutture possono concentrarsi sui propri obiettivi specifici:

- la società finanziaria specializzata; nell'acquisire nuova clientela attraverso il credito finalizzato, nel gestire i rapporti con i *dealer* e nel soddisfare la domanda *non prime*;

- la banca; nell'assicurare le dimensioni minime efficienti di *business* e nel migliorare il finanziamento della propria clientela, riducendo il grado di contendibilità dei propri clienti da parte di società terze.

Nel caso in cui la clientela bancaria non risulti condivisa oppure non esista un gruppo bancario con una presenza *retail* sul mercato, le società finanziarie specializzate "autonome" possono fare riferimento ai tradizionali canali di acquisizione della clientela: di natura commerciale (i *dealer* tradizionali), di natura bancaria (le banche di dimensioni medio-piccole) o di natura finanziaria (i mediatori creditizi e i *broker*). Si individua una tendenza verso la multi-canaltà, articolata su modalità di accesso remoto (*call center*, piattaforma, Internet, ecc.) progressivamente affiancate da una rete di filiali tradizionali. Il percorso verso una maggiore presenza territoriale attraverso filiali, organizzate in modo variegato, costituisce un fenomeno diffuso e di accordo interpretativo sotto un profilo strategico-operativo.

Infine, una riflessione è stata dedicata al ruolo delle banche di medio-piccole dimensioni che, spesso, hanno disintermediato il credito al consumo a favore degli operatori specializzati. Esse rappresentano un "*dealer*" meno costoso e più sofisticato benché meno efficace nelle politiche di *cross selling* a causa del presidio commerciale del cliente.