

ASSOFIN

CRIF

PROMETEIA

OSSERVATORIO

SUL CREDITO AL DETTAGLIO

G I U G N O

NUMERO

2003

QUATTORDICI

INDICE

PREMESSA	pag.5
TEMI DEL RAPPORTO	7
CAPITOLO 1	
LO SCENARIO MACROECONOMICO	11
CAPITOLO 2	
L'ANALISI DEL MERCATO DEL CREDITO ALLE FAMIGLIE	15
2.1 <i>Introduzione</i>	15
2.2 <i>La domanda di credito e di livello di indebitamento delle famiglie italiane</i>	16
2.3 <i>L'evoluzione di breve periodo del mercato del credito al consumo</i>	18
2.4 <i>Analisi dei crediti erogati dalle banche per settori merceologici</i>	22
2.5 <i>Analisi dei crediti erogati dalle istituzioni finanziarie specializzate per settori merceologici</i>	25
2.6 <i>Analisi del mercato delle carte di credito in Italia</i>	29
2.7 <i>Analisi degli altri crediti alle famiglie</i>	33
2.7.1 <i>Il mercato nazionale</i>	33
2.7.2 <i>I mercati territoriali</i>	35
CAPITOLO 3	
L'ANALISI DELLA RISCHIOSITA' SULLA BASE DELLA BANCA DATI CRIF	39
3.1 <i>Introduzione</i>	39
3.2 <i>L'evoluzione della rischiosità del mercato</i>	39
3.2.1 <i>I muti immobiliari</i>	42
3.3 <i>La rischiosità del mercato nell'analisi per segmenti</i>	43
3.3.1 <i>Indici di sofferenza dei contratti distinti per durata contrattuale</i>	43
3.3.2 <i>Indici di sofferenza per coorti o generazioni di contratti, in considerazione del fattore durata</i>	45
3.3.3 <i>Indici di sofferenza per classi di importo dei contratti</i>	46
APPENDICE	
REGOLE DEFINITORIE UTILIZZATE NEL CAPITOLO	49
NOTA METODOLOGICA:	
PRODUZIONE DI DATI STATISTICI ATTRAVERSO LA BANCA DATI CRIF	50
CAPITOLO 4	
EVOLUZIONE DEL MERCATO DEL CREDITO ALLE FAMIGLIE	53
4.1 <i>Introduzione</i>	53
4.2 <i>Il mercato del credito al consumo</i>	54
4.2.1 <i>Andamento dei consumi per settore merceologico</i>	54

4.2.2	<i>Le previsioni nazionali</i>	62
4.2.3	<i>Le previsioni territoriali</i>	65
4.3	<i>Il mercato del credito bancario alle famiglie</i>	66
4.3.1	<i>Previsioni nazionali</i>	66
4.3.2	<i>Previsioni territoriali</i>	67
4.4	<i>Il mercato delle carte di credito in Italia</i>	68
APPENDICE METODOLOGICA		71
CAPITOLO 5		
IL MERCATO DEL CREDITO AL CONSUMO:		
UN CONFRONTO FRA I PRINCIPALI PAESI EUROPEI		73
5.1	<i>Introduzione</i>	73
5.2	<i>Il credito al consumo: alcune riflessioni</i>	74
5.3	<i>Le principali caratteristiche e i modelli di comportamento delle famiglie</i>	79
5.4	<i>La clientela famiglie e il credito al consumo</i>	84
5.5	<i>Il mercato del credito al consumo</i>	88
SCHEDE REGIONALI		
ANALISI TERRITORIALE DEL MERCATO DEL CREDITO AL DETTAGLIO		93
	<i>Valle d'Aosta</i>	97
	<i>Piemonte</i>	98
	<i>Lombardia</i>	100
	<i>Liguria</i>	102
	<i>Trentino Alto Adige</i>	104
	<i>Veneto</i>	106
	<i>Friuli Venezia Giulia</i>	108
	<i>Emilia Romagna</i>	110
	<i>Toscana</i>	112
	<i>Marche</i>	114
	<i>Umbria</i>	116
	<i>Lazio</i>	118
	<i>Molise</i>	121
	<i>Abruzzo</i>	122
	<i>Campania</i>	124
	<i>Basilicata</i>	126
	<i>Puglia</i>	128
	<i>Calabria</i>	130
	<i>Sicilia</i>	132
	<i>Sardegna</i>	134

TEMI DEL RAPPORTO

Nel corso del 2002 la domanda complessiva di credito rivolta dalle famiglie al settore delle banche generaliste e delle istituzioni finanziarie e banche specializzate è stata interessata da:

- una nuova accelerazione, nonostante l'andamento sfavorevole dei principali *driver* macroeconomici e l'effetto deprimente della congiuntura dei mercati sulla fiducia e le aspettative delle famiglie;
- il perdurare del fenomeno di sostituzione di credito a più breve scadenza con finanziamenti a medio e lungo termine.

In particolare in un quadro economico non particolarmente favorevole si è assistito a:

- un'evoluzione contenuta del reddito disponibile, che in termini reali è cresciuto di appena uno 0.9%;
- una contrazione della propensione al consumo che si è riflessa in una decelerazione della crescita nominale dei consumi finali delle famiglie ed in una leggera flessione della stessa variabile in termini reali:
 - ⇒ il ritardo nella ripresa dell'attività economica ed il permanere di condizioni di incertezza sui mercati finanziari hanno esercitato un impatto negativo sul clima di fiducia delle famiglie rendendone più cauti i comportamenti d'acquisto
 - ⇒ il tentativo di reintegrare le perdite subite in termini di ricchezza finanziaria ha comportato un aumento della propensione al risparmio;
- una ricomposizione della spesa delle famiglie con una riduzione dell'incidenza della componente di acquisto di beni durevoli a favore della spesa in servizi (che rappresenta ormai quasi il 48% del totale dei consumi) ed una ricomposizione degli acquisti di beni durevoli verso segmenti tradizionalmente meno coperti dal credito al consumo, conseguenza, almeno in parte, del perdurare della crisi del comparto della mobilità;
- un mercato immobiliare ancora in crescita, con prezzi in ulteriore aumento.

L'impatto della congiuntura economica negativa è stato, tuttavia, più che compensato grazie ai fenomeni evolutivi che hanno interessato sia la struttura dell'offerta, che ha continuato a registrare un aumento di efficienza e di efficacia, sia i comportamenti finanziari delle famiglie, la cui propensione all'indebitamento ha mostrato un incremento sostenuto con un tasso di indebitamento¹ che ha raggiunto il 35% circa (dato, come vedremo, ancora lontano da quello registrato nei principali paesi europei).

Per quanto riguarda il secondo fenomeno di spostamento delle preferenze della clientela famiglie verso finanziamenti a più lunga scadenza, i dati mostrano una riduzione della componente di prestiti a breve pari a -1.2% ². La crescita degli *stock* continua, di fatto, ad essere trainata dalle scadenze più lunghe sia nel caso del credito al consumo, sia nei mutui fondiari.

¹ Calcolato come rapporto tra il totale dei prestiti al settore famiglie consumatrici e produttrici (in essere a dicembre di ogni anno) ed il reddito disponibile lordo.

² Fonte: Relazione annuale della Banca d'Italia – 2002.

Nel mercato del credito al consumo, nonostante la contrazione dei consumi durevoli, si è registrata un'accelerazione della crescita delle consistenze (dal +12.9% del 2001 al +13.6% circa del 2002), che rimane ancora su un sentiero superiore rispetto alle altre forme di intermediazione. Ciò si è riflesso in un aumento dell'indice di copertura dei consumi (+1.5 p.p) in tutti i segmenti merceologici; si segnala in particolare l'aumento della penetrazione nel comparto dell'auto (segno che, in un contesto macroeconomico non favorevole, le famiglie hanno colto i vantaggi derivanti dagli ecoincentivi indebitandosi per coprire l'acquisto di autoveicoli) ed in quello degli altri beni e servizi finanziabili (da leggere, probabilmente, come tendenza a dissociare la domanda di credito dalla spesa in beni durevoli).

Tale andamento ha interessato in egual misura i due comparti delle banche generaliste (+12.4% a fronte del +11.7% di dicembre 2001) e delle istituzioni finanziarie e banche specializzate (a dicembre 2002 il ritmo di crescita è di un +14.3% circa contro il +13.6% registrato nel 2001).

In termini di segmenti di prodotto sono continuati i fenomeni, comuni ad entrambe le tipologie di operatori finanziari, già evidenziati nella scorsa edizione dell'Osservatorio, di aumento dell'erogazione di prestiti non finalizzati e di ulteriore crescita del credito collegato all'utilizzo di carte di credito³.

Anche nel mercato dei mutui alle famiglie la crescita delle consistenze ha evidenziato una accelerazione intensa (+11.7% contro il +8.3% del 2001). La maggior vivacità del credito al consumo rispetto ai mutui, e ancor più rispetto ad altre forme di indebitamento delle famiglie, ha portato ad una ricomposizione relativa del passivo delle stesse. Con riferimento al solo credito bancario, l'incidenza del credito al consumo ha raggiunto il 14% circa, a fronte del 70% circa dei mutui, dell'11% dei finanziamenti in conto corrente e del 5% circa degli altri finanziamenti.

Per il prossimo futuro ci aspettiamo un contributo solo parzialmente più favorevole alla crescita del settore da parte dell'evoluzione dello scenario macroeconomico; in particolare:

- il reddito disponibile dovrebbe mostrare una dinamica più vivace, ma solo a partire dal prossimo anno;
- si prevede che gli acquisti di beni durevoli tornino gradualmente ad aumentare su un sentiero superiore rispetto al totale, anche se mostreranno una crescita meno sostenuta rispetto al passato meno recente con una ricomposizione verso quei settori in cui si registra una minore penetrazione del credito al consumo;
- la spesa in servizi, invece, dovrebbe continuare a manifestare una dinamica molto vivace, specie in quei segmenti, come i viaggi organizzati o i servizi medici e cure in clinica, in cui la penetrazione del credito al consumo risulta in aumento;
- il consolidamento della ripresa dei mercati finanziari, previsto per il prossimo biennio, potrebbe comportare un nuovo spostamento delle preferenze dei risparmiatori dall'investimento immobiliare a quello in attività finanziarie;
- sul mercato immobiliare le aspettative sono, inoltre, di una stabilizzazione dei valori.

All'impatto dell'evoluzione del contesto macroeconomico sul mercato del credito al consumo potrebbero, tuttavia, aggiungersi i positivi riflessi di cambiamenti strutturali: il perdurare del trend di aumento della propensione all'indebitamento delle famiglie dal lato della

³ Il dato di fine 2001 relativo al numero di carte di credito in circolazione mostra, infatti, una nuova accelerazione con un tasso di crescita del 17.8%.

domanda e l'intensificazione delle politiche di penetrazione degli operatori nei settori merceologici meno presidiati e caratterizzati da una maggiore dinamicità.

Le previsioni per il mercato del credito al consumo sono perciò di una crescita delle consistenze ancora sostenuta, anche se in rallentamento⁴, (+10.3% per l'anno in corso, +9.0% nel 2004 e +7.9% nel 2005), con una dinamica ancora più vivace del comparto delle istituzioni finanziarie e banche specializzate.

Per quanto riguarda il mercato dei mutui, gli effetti sull'importo unitario dei finanziamenti derivante dalla prevista stabilizzazione dei valori sul mercato immobiliare dovrebbero essere arginati sia dal già citato fenomeno di aumento della propensione all'indebitamento delle famiglie, sia dalle profonde modifiche ancora in atto dal lato dell'offerta, in cui si sta assistendo ad un aumento della flessibilità dei prodotti e ad un allargamento della gamma, nonché da un costo reale dell'indebitamento a medio e lungo termine che dovrebbe mantenersi su livelli relativamente bassi. A ciò potrebbe aggiungersi un ulteriore incremento della propensione all'acquisto dell'abitazione generato dall'aumento della mobilità sul mercato del lavoro.

Lo scenario prospettato nell'Osservatorio è di un incremento della domanda di mutui del +10% per il 2003, mentre nel prossimo biennio il ritmo di crescita dovrebbe mantenersi intorno ad un +8% medio annuo. Tale previsione sconta anche l'ipotesi di un ricorso crescente alle cartolarizzazioni di portafogli di mutui ipotecari *performing*.

Nonostante la previsione di una decelerazione del ritmo di crescita, si evidenzia la presenza di potenzialità ancora inesprese soprattutto in termini di domanda. Le tendenze in atto dal lato dell'offerta, infatti, che vedono l'affermarsi di politiche di stimolo della domanda attraverso prodotti contraddistinti da scadenze più lunghe e *Loan To Value ratio* più alti, dovrebbero proseguire per tutto l'intervallo di previsione, anche in considerazione della maggiore attenzione riposta dalle banche all'assorbimento di patrimonio delle diverse attività.

L'approfondimento monografico della presente edizione dell'Osservatorio è stato dedicato al confronto tra i mercati del credito al consumo italiano e dei principali paesi europei. L'analisi condotta sui mercati di Francia, Spagna, Germania e Regno Unito ha permesso di evidenziare, da un lato, il permanere in Italia di importanti differenze strutturali e comportamentali, dall'altro, la tendenza ad una graduale convergenza dei comportamenti sia di consumo, sia finanziari, delle famiglie italiane. In particolare:

- le famiglie italiane, nell'ultimo decennio, hanno aumentato la quota di reddito destinata ai consumi, allineando le proprie abitudini di consumo a quelle degli altri paesi europei; la composizione della spesa evidenzia, tuttavia, una minore incidenza dei consumi durevoli sul totale: data la stretta correlazione fra queste tipologie di acquisti ed il credito al consumo, è plausibile aspettarsi, per questa via, un'ulteriore espansione dei volumi di credito domandati;
- la propensione all'indebitamento delle famiglie italiane è sensibilmente inferiore a quella registrata in tutte le principali economie europee; l'Italia è il paese in cui l'incidenza del credito al consumo sul totale dei consumi finali delle famiglie assume il valore più basso; ciò nondimeno è in atto un progressivo cambiamento strutturale nel comportamento finanziario, caratterizzato da un crescente ricorso all'indebitamento per il finanziamento dei consumi di beni durevoli e non;
- l'incidenza del credito al consumo sul totale dei debiti delle famiglie italiane è allineata a quella degli altri paesi considerati; questo fa risaltare, da una parte, la necessità di stimolare

⁴ Nel valutare i tassi di crescita delle consistenze occorre considerare anche l'effetto statistico dovuto all'aumento dei volumi.

la domanda attraverso la canalizzazione di credito verso nuovi segmenti di famiglie e, dall'altra, l'esigenza di attribuire al credito al consumo un significato più ampio, slegato dalle valutazioni di convenienza dell'indebitamento e, soprattutto, in grado di raggiungere in modo continuativo il richiedente.

In conclusione, le differenze esistenti rispetto agli altri paesi europei vanno interpretate come potenzialità di crescita del mercato del credito al consumo, per cogliere le quali le banche generaliste e le istituzioni finanziarie e banche specializzate dovranno essere in grado di insistere efficacemente sui comportamenti delle famiglie. L'evoluzione delle abitudini di indebitamento, infatti, lungi dal configurarsi come un processo automatico ed indipendente da sollecitazioni esterne, deve essere consapevolmente perseguita attraverso una migliore differenziazione dei prodotti capace di modificare la percezione della valenza del credito al consumo delle famiglie italiane.