

L'evoluzione del credito accompagna la società italiana

Flavio Padovan
Giornalista

Nel convegno "Credito alle Famiglie 2007", organizzato dall'ABI, si è fatto il punto sui mutati scenari di mercato del settore, analizzando trend economici e strategie di marketing, prodotti innovativi e evoluzione della clientela. Dai contributi dei relatori è emerso un settore estremamente dinamico, in grado di rispondere sempre più efficacemente alle aspettative delle famiglie.

Uno scenario in evoluzione

Un ampio e dettagliato scenario dell'evoluzione del credito alle famiglie in Italia è stato descritto nel corso del Convegno dell'ABI dell'ottobre 2007 da Chiara Fornasari, di **Prometeia**. Dai dati presentati emerge che la crescita del ricorso al debito è stata trainata principalmente dai nuclei familiari con condizioni di reddito e patrimoniali medio-alte, dall'acquisto della casa e dal contributo delle famiglie più giovani. Nel medio periodo il tasso di indebitamento dell'economia italiana è destinato a diminuire per l'invecchiamento della popolazione e la maggiore maturità del mercato del credito immobiliare, anche se l'introduzione di nuovi prodotti destinati alle persone più anziane (reverse mortgage, equity loan) e le necessità legate alla previdenza integrativa potranno generare nuovi spazi di business per il mondo bancario. Di una società in rapida trasformazione ha parlato Enrico Lodi, di **Crif**, soffermandosi sui principali caratteri innovativi nel mercato del credito alle famiglie, cui si affacciano nuove categorie di borrower come gli immigrati, e il credito viene ora utilizzato per finanziare nuove esigenze di vita. Da parte della clien-

tela vi è maggiore consapevolezza sul significato dei propri comportamenti creditizi, ma aumenta anche l'allarme per i crimini collegati al furto d'identità. Per rispondere positivamente ai cambiamenti l'infrastruttura informativa deve essere adeguata. L'Italia è, tra i paesi europei, quello che ha meglio risolto il problema delle asimmetrie informative nel mercato del credito alle famiglie. Vi sono tuttavia dei limiti, legati principalmente all'agenda normativa e regolamentare, che, se non affrontati e rimossi, ridurranno nel tempo il perimetro dell'inclusione sociale nel credito, dopo quasi 20 anni di costante ampliamento. Sulla base delle evidenze dell'osservatorio Accenture Management Consulting e alla luce del recente shock dei mutui subprime statunitensi, anche Massimo Tessitore di **Accenture** si è soffermato sui trend evolutivi del mercato del credito alle famiglie. Nuovi target (young adult, immigrati, lavoratori atipici) attraggono gli sforzi distributivi degli operatori finanziari, mentre i mutati contesti macroeconomici (crescente polarizzazione dei redditi e riduzione dei prezzi) contribuiscono a stimolare la domanda comprimendo altresì i margini unitari. Riguardo alle cause che hanno portato al-

lo shock (focalizzazione sui segmenti più rischiosi, rialzo dei tassi, raffreddamento del mercato immobiliare) la possibilità che queste si manifestino anche in Italia è molto contenuta grazie all'ottima qualità del portafoglio crediti, conseguente al limitato uso di prodotti "speculativi" e a una oculata apertura verso i segmenti rischiosi. Tali condizioni confermano le aspettative di crescita e gli ampi margini di azione per il mercato domestico del credito retail, evidenziati anche dalla sostenibilità del livello di indebitamento delle famiglie rispetto ai valori dei principali paesi europei.

Con l'outsourcing un nuovo modello sostenibile

L'aumentata pressione competitiva nel mercato del credito retail e l'evoluzione indotta dalle modifiche del quadro normativo (Basilea 2, disciplina dei mediatori creditizi) e dalla riduzione del tasso di crescita, pongono sfide sempre più complesse ai modelli di business tradizionali. Nei mercati più avanzati, ha sottolineato Alessandro Fracassi di **MutuOnline** queste pressioni hanno portato alla frammentazione della catena del valore dell'origination dei finanziamenti, con l'abbandono del modello di integrated lender e la nascita di modelli multi-specialist in cui attori diversi (anche esterni al lender) si occupano di fasi del processo. In quest'ottica, l'outsourcing può diventare una leva competitiva per i vantaggi che garantisce in termini di costi, compliance e capacità distributiva.

Crediti ancora poco protetti

Rispetto ai principali mercati europei, l'Italia ha il più alto potenziale di crescita nel credito al consumo, ma anche

la più bassa percentuale di acquisto di polizze di protezione del credito benché i prodotti assicurativi per prestiti e mutui siano mediamente molto meno costosi che all'estero e elevato il grado di soddisfazione dei clienti. Lo ha ricordato Filippo Nobile, di **Cardif Assicurazioni**, evidenziando il notevole sviluppo del mercato **Creditor Protection Insurance (CPI)** che negli ultimi 2 anni ha mediamente registrato un incremento del 65% del tasso di crescita annuale composto (Cagr), arrivando nel 2006 a 1.700 milioni di euro di raccolta premi. Cardif stima ci siano ancora margini di crescita importanti nel mercato dei mutui, quello con il maggior potenziale inespresso (+193%), e in quello dei prestiti personali (+53%), soprattutto per il canale bancario. Si attendono incrementi significativi anche per le polizze CPI abbinate a carte di credito (+50%) e al credito finalizzato (+152%), ma i volumi complessivi sono ancora poco rilevanti.

Della grande potenzialità del mercato e della necessità di aumentare il grado di consapevolezza del consumatore italiano rispetto ai benefici di prodotti CPI ha parlato Marco Prada, di **Asurant Solutions**. Dal confronto dei principali indici, il mercato nazionale promette tassi di crescita molto più interessanti rispetto al resto della Ue in particolare per i prodotti CPI il cui volume potrebbe raddoppiare nel periodo 2006-2010. Perché ciò avvenga è però necessario rafforzare la

Dal confronto dei principali indici, il mercato italiano promette tassi di crescita più interessanti rispetto agli altri paesi Ue



diffusione di informazioni trasparenti per il consumatore italiano che ha ancora scarsa conoscenza dei prodotti assicurativi e dei vantaggi che garantiscono. Inoltre, occorre sviluppare nuove coperture assicurative legate ai bisogni emergenti (divorzio, nascita o adozione di un figlio, protezione del tenore di vita, ecc.) e rendere più sofisticate quelle esistenti, rispondendo alle articolate esigenze dei consumatori anche con una gamma più ricca di servizi affini a valore aggiunto (ad esempio, l'estensione della garanzia convenzionale dei beni durevoli di consumo).

Terza età, nuova frontiera per il mercato del credito

L'Italia è tra i paesi con la maggior proporzione di over 65 al mondo, tuttavia tale segmento è ancora trascurato dalle banche che non dispongono di prodotti studiati per rispondere alle loro esigenze. Così afferma Paolo Buzzonetti, di Euvis, la società che per prima ha introdotto in Italia i prestiti vitalizi ipotecari e che ora, forte del know how acquisito, si propone come partner di banche e operatori finanziari per introdurre e distribuire nuovi prodotti finanziari per la terza età. Tra questi ha assunto un ruolo chiave il prestito ipotecario vitalizio che permette di monetizzare parte del valore della propria casa senza dover pagare alcuna rata di rimborso: consente infatti agli over 65 di reperire mezzi finanziari per sostenere il proprio stile di vita, per aiutare figli e nipoti e per fi-

Le banche italiane stanno introducendo sempre di più prodotti studiati per le esigenze degli over 65

nanziare altri costi (per esempio quelli legati all'assistenza).

Il credito al consumo e il broker di riassicurazione

La maggiore domanda di credito da parte delle famiglie (sotto la forma di prestiti personali, mutui e carte di credito revolving) è all'origine della richiesta da parte del mercato di maggiori garanzie. Le assicurazioni sono diventate pertanto parte integrante del credito al consumo, rappresentando una garanzia per gli istituti di credito e per i contraenti. "Il coinvolgimento di uno o più partner riassicurativi - ha affermato Giulio Figarolo di Gropello, di Willis Re Southern Europe - permette un'ulteriore sinergia e una più equilibrata ripartizione del rischio: il broker di riassicurazione assume un ruolo fondamentale nella ricerca della migliore soluzione riassicurativa e nel supporto tecnico, commerciale e normativo dei vari soggetti coinvolti".

Forte crescita della cessione del quinto

La cessione del quinto è il comparto del credito al consumo che ha evidenziato in questi anni la maggiore dinamicità. Solo nel periodo 2004-2006, questo segmento di business è cresciuto a un Cagr quasi del 45% e le recenti evoluzioni normative hanno ulteriormente ampliato il mercato aprendo nuove e significative prospettive di sviluppo. Lo ha confermato Massimo Minnucci, di Ktesios, società specializzata nel segmento dei finanziamenti garantiti a lavoratori dipendenti, rimborsati tramite la formula della cessione del quinto dello stipendio e della delegazione di paga-

mento. Nel prossimo biennio, ha spiegato, ci si attende un ulteriore balzo avanti, con un ritmo sempre interessante (Cagr 16%) anche se inferiore rispetto al passato. A beneficiare del trend saranno sia gli operatori delle reti specializzate sia il canale generalista, in quanto attivi su mercati solo parzialmente sovrapposti. Affinché la cessione del quinto possa esprimere appieno la propria potenzialità è però necessario che si determini un'evoluzione dell'intero settore.

Credito à la carte

Il mercato del credito al consumo è guardato con sempre maggiore interesse da parte degli emittenti di carte di credito e non solo con prodotti revolving. Lo ha confermato Elisa Marocchino, di **CartaSi**, presentando la strategia della sua società leader del settore. L'idea è quella di fornire all'utente un prodotto innovativo e estremamente flessibile che consenta di ottimizzare la gestione del budget familiare con una sola carta. Il titolare ha così a disposizione uno strumento con due linee di credito: la prima è dedicata alle spese ordinarie (acquisto presso un esercente o anticipo contante da Atm), mentre la seconda può essere utilizzata per operazioni di rateizzazione delle spese ordinarie o per accendere prestiti personalizzati. La modalità di pagamento (rateizzata o a saldo) non deve essere necessariamente decisa al momento dell'acquisto, ma può essere comunicata in un secondo tempo al centro servizi con una telefonata, via web o tramite sms. La carta a doppio plafond prevede anche una maggiore funzionalità per la gestione delle promozioni ("salta la rata", promozioni per esercente, ecc.).

Efficienza dei processi, nuova chiave per la differenziazione

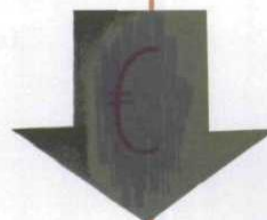
Spostare l'attenzione dalla differenziazione del prodotto a quella del processo, per ottenere un vantaggio competitivo anche in un mercato concorrenziale come quello dei servizi finanziari, è il messaggio lanciato da Elena Previtiera, di **Reply**, che ha illustrato i vantaggi ottenibili adottando una strategia di Business Process Management (BPM). Nel BPM i processi sono descritti come insieme coordinato di servizi che possono essere semplicemente ricombinati, estesi o modificati accelerando la rapidità di evoluzione complessiva dei sistemi informativi. Questo permette di razionalizzare e formalizzare i processi più critici e strategici, ma anche di simularli a priori per verificare eventuali criticità e utilizzarli come riferimento per modellare i sistemi informativi aggregando servizi SOA. Le aree applicative sono numerose, ma la più rappresentativa è il processo di approvazione del finanziamento, dove rapidità e efficacia possono fare la differenza.

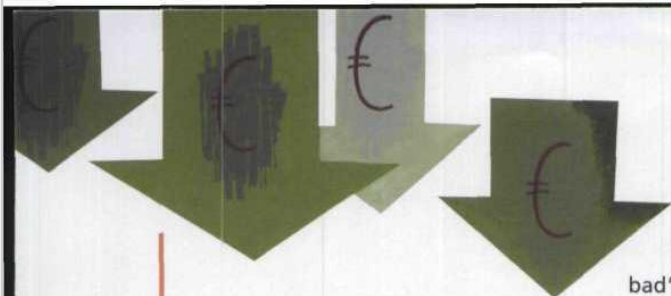
Nel processo di approvazione del finanziamento rapidità ed efficacia possono fare la differenza



Frodi, un fenomeno da tamponare con formazione e prevenzione

Sul numero di frodi non esistono statistiche ufficiali, ma le stime disponibili fanno ritenere che il fenomeno abbia già dimensioni rilevanti. Difficile da individuare, perché si manifesta con comportamenti spesso molto diversi tra loro (impersonificazione totale o parziale, false





dichiarazioni, "early bad", ecc.), la frode è un fenomeno globale che colpi-

isce il settore finanziario, ma anche quello delle telecomunicazioni e delle utilities. Di una possibile strategia di prevenzione e protezione ha parlato Carlo Gabardo, di **Experian Decision Analytics**, sottolineando l'importanza della formazione come prima linea di difesa e la necessità di un approccio globale che affronti gli aspetti metodologici, organizzativi e di processo. Nella prevenzione assumono un'importanza particolare i dati utilizzati per le verifiche e l'utilizzo integrato di fonti informative diverse.

Il valore dei dati nella gestione del rischio

La disponibilità di informazioni rappresenta un pilastro fondamentale anche per una gestione adeguata del rischio nel credito al consumo. L'espansione del mercato e la variazione del profilo del consumatore (flessibilità nel mondo del

lavoro, incremento della popolazione straniera, ecc.) rendono necessario lo sviluppo di strumenti e metodi per la selezione della clientela subprime e per la gestione dei casi di sovra indebitamento. Secondo Daniele Vergari, di **Experian Decision Analytics**, a volte la gestione dei rischi viene meno per la limitata di-

mensione del proprio portafoglio o perché questo non è sufficientemente maturo per lo sviluppo di modelli di scoring appropriati. Una possibile soluzione consiste nell'uso di pooled data (campione di dati aggregati opportunamente filtrato), ottenendo il volume necessario per lo sviluppo di un modello statistico.

La frode è un fenomeno globale che colpisce il settore finanziario, quello delle telecomunicazioni e delle utilities

Compliance: driver per lo sviluppo IT

È destinato ancora a crescere il ruolo dell'IT per gli operatori del credito al consumo. Ne è convinto Claudio Iacovelli, di **El-sag Datamat**, che vede nell'affermarsi della cultura di compliance un forte driver per la diffusione di soluzioni di information technology. Posto che la competitività richiede all'industria del credito un ripensamento strategico dell'offerta, l'innovazione di prodotto e di processo sarà la leva strategica con cui offrire soluzioni personalizzate e ritagliate sulle specifiche esigenze dei consumatori. Il sistema informativo deve quindi assicurare la gestione multicanale, favorendo l'automazione per accelerare la lavorazione delle richieste di preventivi di finanziamento. In questo senso, potrebbe crescere anche la richiesta di nuovi sistemi per il front-office e la fase di istruttoria. Si affermeranno, inoltre, soluzioni IT per la ristrutturazione del debito e il rifinanziamento, così come saranno ancora più decisive per la gestione delle posizioni in sofferenza e per il recupero dei crediti.

Massimizzare il controllo dei rischi

Nello scenario italiano dei mutui, il controllo dei rischi assumerà sempre maggiore importanza perché garantisce differenziazione rispetto alla concorrenza, migliore costo del funding e, dal 2008, benefici sul capitale in base a Basilea 2. Ne ha parlato Giacomo Trovato, di **Genworth Financial**, una delle più grandi compagnie assicurative statunitensi di mortgage insurance che collabora con le principali banche per la definizione di efficaci strategie commerciali e creditizie sui mutui assicurati. Il nuovo contesto competitivo

porterà alla polarizzazione del mercato in due macro-cluster: le banche con un alto controllo dei principali driver di rischio e quelle che, invece, non riusciranno a governarli, avendone uno svantaggio competitivo. Solo le realtà del primo gruppo riusciranno a tenere basso il tasso di insolvenza, ottenendo maggiore redditività, migliore costo del funding, basso assorbimento di capitale e elevata continuità nelle politiche commerciali. La soluzione possibile è che si presti maggiore attenzione alle attività di istruttoria, premiando i processi standardizzati e guidati da regole precise. Essenziale sarà anche la capacità di documentare a livello informatico le caratteristiche dei mutui e la capacità di rispondere alle esigenze di trasparenza in relazione alla strategia di mercato e alla qualità del credito con intermediari e terze parti, instaurando proficue relazioni di partnership.

Trasferimento strategico del rischio

La mortgage insurance, quale strumento di trasferimento e gestione del rischio di credito, rappresenta una leva per lo sviluppo di un'offerta mutui effettivamente sostenibile nel tempo per profittabilità e innovazione di prodotto. Come ha ricordato Corrado Pavanati, di **AIG United Guaranty**, la mortgage insurance supporta la banca nel controllo del rischio, ma anche nell'espansione dell'offerta in nuovi segmenti (ad esempio i lavoratori atipici) privi di storia creditizia certa. In questo senso offre spazi di sviluppo e possibilità di competizioni più ampie del semplice spread applicato al cliente finale, preservando la redditività del prodotto. Inoltre, permette di gestire accuratamente i livelli di sofferenza e rischiosità accumulati nei portafogli esistenti.

L'innovazione parte dalle banche specializzate

Secondo Adrian Hill, di **Maquaire Bank**, le banche specializzate riescono a vincere le sfide del mercato grazie a prodotti che rispondono in modo sempre più efficace alle esigenze dei clienti tradizionali e offrendo per prime soluzioni appropriate a nuovi target di popolazione. Prodotti che poi divengono modelli per il mercato, con benefici per l'intero sistema. Anche per la distribuzione questi istituti hanno scelto strade non tradizionali, puntando chi su internet e chi su una rete di promotori, evitando gli alti costi derivanti da una rete di agenzie. Pur se con strategie differenti, le banche specializzate hanno obiettivi comuni: affermare una leadership qualitativa, rimanere più veloci della concorrenza, creare un bilanciamento tra valore aggiunto e margine, raggiungere un rapporto costi/ricavi più basso delle aziende di credito generaliste.

Efficienza e sicurezza nel credito immobiliare

La competizione nel mondo dei mutui e la crescente incertezza del mercato immobiliare spingono le banche a estendere e diversificare l'offerta dei servizi al cliente, e al tempo stesso a trasferire esternamente il rischio. Ciò può avvenire in diversi modi: tramite vendita effettiva (cessione del portafoglio, cartolarizzazione per liquidità), assicurazione (mortgage insurance), trasferimento sintetico (cartolarizzazione sintetica, credit default swap, first loss pieces) o covered



Il nuovo contesto competitivo porterà alla polarizzazione del mercato in due macro-cluster in base alla capacità di controllo dei principali driver di rischio

bond (emissione di obbligazioni). Nel suo intervento Andrea Gioio, di **PMI Mortgage Insurance Company**, gruppo assicurativo leader nel settore dei mutui privati, ha ricordato i vantaggi che le banche e gli investitori possono ottenere rivolgendosi a un operatore specializzato. Primo fra tutti il trasferimento del rischio, ma anche la riduzione del capitale di vigilanza, l'espansione del mercato a alto loan-to-value, il supporto per i finanziamenti e l'aggiornamento delle politiche di credito.

Analisi del valore dei portafogli immobiliari

Il tema della valutazione immobiliare, più volte richiamato negli interventi di diversi relatori come componente del controllo del rischio, è stato affrontato anche da Giampaolo Corsini, di **Pirelli & C. Real Estate Property**. Le nuove disposizioni internazionali in materia di credito hanno, di fatto, imposto un cambiamento nel rapporto tra banca e società di valutazione, affermando la necessità di elevare la qualità delle perizie e gli standard di servizio. Basilea 2 offre infatti alle banche l'opportunità di ridurre il patrimonio di vigilanza a fronte di attività volte a limitare il rischio di credito. Tra i requisiti richiesti la "frequente revisione del valore dei beni" sottostanti la garanzia, da effettuare anche con analisi statistiche o campionarie circa l'andamento del mercato immobiliare di riferimento. Corsini ha quindi presentato un nuovo software operativo (**MAGISTER**, Master Assessment Geo-refer-

enced Isometric and Territorial) che permette l'analisi del valore di grandi portafogli immobiliari con limitate informazioni sui beni, a basso costo e alta affidabilità.

Fondamentale la qualità delle informazioni

Le pressioni di mercato (fusioni, acquisizioni), le esigenze di funding (securitisation, obbligazioni bancarie garantite) e i nuovi adempimenti regolamentari (IFRS, Basilea 2) producono un forte impatto sulla gestione delle informazioni dei portafogli bancari. Nei loro interventi, Silvio Tarantino, di **FDM Document Dynamics**, e Manlio Genero, di **Deloitte Consulting**, hanno sottolineato l'importanza di disporre di dati corretti e completi per un'efficiente gestione del rischio di credito. In particolare, la qualità delle informazioni risulta decisiva nel caso di un'operazione societaria. È necessario accertare preventivamente l'esistenza, la completezza e correttezza del credito e delle garanzie sottostanti ai portafogli per disporre di una base dati qualitativamente all'altezza delle aspettative informative di terzi soggetti interessati, siano essi acquirenti o investitori. La gestione delle informazioni diventa addirittura strategica nella strutturazione e nel monitoraggio di operazioni di structured finance (securitisation, obbligazioni bancarie garantite) laddove i soggetti maggiormente interessati sono le agenzie di rating nonché quando le normative prevedono specifiche analisi quantitative (per esempio, impairment IFRS 39, calcolo requisiti patrimoniali secondo Basilea 2) che riguardano principalmente gli organi di vigilanza e gli azionisti.

Flavio Padovan - Giornalista.

Le nuove disposizioni internazionali in materia di credito hanno imposto un cambiamento nel rapporto tra banca e società di valutazione degli immobili

