

Mercato mutui colpito dal “virus E”

Per puntare a nuovi accordi con le banche i mediatori sono costretti a iscriversi alla sezione specifica del Registro Unico degli Intermediari di Assicurazione.

di Giancarlo Vinacci

Nel nostro Paese convivono oggi 799 banche presenti sul territorio con oltre 34.000 sportelli. Nel 2008 le banche generaliste hanno rappresentato l'84,2% dei mutui erogati mentre le banche specializzate hanno erogato il residuo 15,8%. Lo scenario degli attori eroganti si è profondamente modificato. Nel corso degli ultimi dodici mesi, infatti, **Barclays** e **CheBanca!** sono state “promosse” al ruolo di banche generaliste (oggi si occupano anche di raccolta) mentre **GE Bank** e **Macquarie Bank** si sono ritirate dal mercato.

Le motivazioni, legate a *sub-prime* e cartolarizzazione sono ormai note a tutti. Oltre alle banche, gli altri attori del mercato dei mutui sono le oltre 22.000.000 di famiglie alimentate da 250.000 matrimoni all'anno e da circa 50.000 coorti matrimoniali o convivenze. Ma come si arriva alla concessione di un mutuo? Tra chi impiega il denaro concedendo il mutuo e chi lo utilizza acquistando una residenza spesso ci sono i mediatori. Quanto vale questo mercato, chi se lo spartisce e quali sono le tendenze?

Nel 2008, con una flessione verso il 2007 del 15,2%, i mutui ipotecari alle famiglie ammontavano a 60.410 milioni di euro di cui 48.700 per acquisto (in flessione del 22,3%), 2.300 per ristrutturazione (+3,9), 8.180 per consolidamento, sostituzione e liquidità (+77,8%). Un recente studio di **Databank**, aggiornato a settembre 2009, indica un ulteriore contenimento del 2009 verso il 2008 del 15,5% e in particolare un -19,5% per i mutui acquisto e -14,9% per i mutui ristrutturazione. Nel medio termine si prevede un lento recupero. Si può quindi ipotizzare un erogato 2009 intorno ai 51.000 milioni di euro di cui solo 39.000 milioni di euro per mutui acquisto.

La seconda domanda: chi si spartisce questo appetibile mercato che vede in concorrenza i 34.000 sportelli bancari e gli oltre 200.000 mediatori tra agenti immobiliari e mediatori creditizi?

Uno studio di **NMG Financial Services Consulting** indica che oggi in Italia l'80% dei mutui è attribuibile al canale diretto (sportelli banca) mentre solo il 20% a quello indiretto o complesso degli intermediari

siano essi agenti immobiliari o mediatori creditizi. L'ultima domanda è relativa alle tendenze e la risposta è nel mondo anglosassone che attribuisce al complesso degli intermediari il triplo dell'attività ovvero il 60% del mercato contro il 40% governato direttamente dalle banche. Il mercato impone la crescita delle competenze a tutti gli attori del canale indiretto che in futuro vorranno continuare ad operare.

Saranno imposti requisiti tecnico professionali e strutturali ed è richiesto, da subito, l'ampliamento della propria visione dal mutuo ad altri prodotti.

Di seguito alcuni dati del mercato dei prestiti, oggi di primaria importanza sia nell'ottica descritta sia per compensare la momentanea *défaillance* dei mutui per acquisto. Dopo anni di crescita il 2008 ha confermato i volumi erogati del 2007 pari a circa 67.000 milioni di euro. E' un mercato più grande di quello dei mutui che, epurato dal credito finalizzato (mezzi di trasporto e finanziarie di marca) difficilmente aggredibile dai mediatori, vale circa 20 miliardi di euro di cui 7 per prestiti personali, 6 per cessione del quinto e 7 per carte revolving.

Il taglio medio di un prestito personale non finalizzato, oggi intorno a 11.000 euro, determina che il numero delle operazioni "a portata di mediatore creditizio" sono oltre 600.000 contro le 400.000 di mutuo per acquisto. Le commissioni per gli intermediari, decisamente più alte sui prestiti che non sui mutui, stanno già stimolando l'attività di molti degli operatori aderenti a MedioFimaa. Ma quale scenario si sta delineando per il mercato dei mutui? Esso potrebbe, a brevissimo, cambiare radicalmente le abitudini e le consuetudini di agenti immobiliari, o di mediatori creditizi. Il

virus che sta velocemente minando queste attività ha un nome: **sezione E del RUI**. E, mantenendo il parallelismo medico, per sopravvivere agli effetti di un virus, è

necessario vaccinarsi, possibilmente in anticipo, o dotarsi di anticorpi per poterlo combattere. Vediamo come. Le indicazioni e le disposizioni normative in materia di mediazione creditizia hanno portato ad una situazione che rende e renderà sempre più difficile, quasi impossibile, "collaborare" con un istituto di credito attraverso una semplice "convenzione". Infatti, mentre fino a poco tempo addietro era possibile per tutti gli agenti immobiliari "segnalare" operazioni di mutuo strumentali all'attività principale e per tutti i mediatori creditizi segnalare qualunque tipologia di mutuo, oggi, in forza della componente assicurativa sempre più sovente obbligatoria nel prodotto mutuo, è spesso richiesta l'iscrizione alla sezione E del RUI, (Registro Unico degli Intermediari di Assicurazione). L'attuale e nota situazione di elevato costo del denaro per le banche e dei bassi spread a cui il mercato si è abituato costringono le banche stesse ad integrare il prodotto



Carta d'identità

Nome: Giancarlo Vinacci
Ruolo: amministratore delegato
Società: MedioFimaa
Sito: www.mediofimaa.it

mutuo con nuovi ingredienti, le assicurazioni, in

grado di elevare la redditività del prodotto. Le banche, non essendo tutte uguali per dimensioni e strategia, assumono oggi comportamenti profondamente diversi che influiscono pesantemente sui flussi e le modalità operative pretese dai convenzionati. Pertanto tra gli elementi da considerare prima di stringere un accordo di tipo commerciale con un istituto di credito si devono considerare sia le caratteristiche del prodotto offerto, con polizze assicurative o meno, che la "rete" di cui la banca dispone. Il risultato è che le banche a grande diffusione possono ancora permettersi convenzioni estese potendo offrire ai convenzionati il supporto delle agenzie e dei "promotori" che, nel momento del perfezionamento della richiesta del mutuo, si affiancano e si surrogano, almeno per gli aspetti assicurativi all'intermediario convenzionato. Per contro, le banche minormente estese ma con velleità produttive a livello nazione (ad esempio CheBanca! e Barclays), non avendo nu-

merosi presidi territoriali, devono necessariamente agire in maniera diversa. Le banche a forte presenza territoriale anche se ancora in alcuni casi mettono la rete al servizio delle convenzioni, si stanno strutturando per lavorare in maniera "accentrata". Si citano ad esempio il **Banco Popolare** e **Bnl**. La prima, per quanto riguarda le convenzioni, ha deciso che lavorerà esclusivamente in modo accentrato e quindi, a breve, solo con chi avrà i titoli richiesti per la trattazione di mutui "assicurati" ovvero i soggetti iscritti alla sezione E. Oggi accetta ancora tutti i mediatori creditizi delegando la parte assicurativa alla banca.

La seconda, Bnl, terrà ancora, ma non si sa per quanto, "aperte" le due possibilità: agenzie per il supporto ai "non sezione E" e canale accentrato per chi ha i titoli. Questa modalità operativa "mista" consente sia di "segnalare la pratica" utilizzando in parte "forza lavoro" della banca che di "assemblare direttamente la pratica" e non si può escludere che potrà portare alla differenziazione di "prezzo" e di "commissioning" da parte della stessa banca e nei confronti di diversi soggetti. Anche per quanto riguarda l'altro gruppo di banche, quelle con pochi presidi fisici, la strategia adottata implica differenziazioni sulle reti di intermediari. A titolo esemplificativo mentre CheBanca!, che non impone ancora obblighi assicurativi, vorrebbe lavorare solo con gli agenti immobiliari e per farlo utilizza la rete dei propri dipendenti, Barclays esige che gli operatori convenzionati siano obbligatoriamente iscritti alla sezione E. Da questa giungla appare evidente che agenti immobiliari e mediatori creditizi non avranno più accesso alle stesse convenzioni e che con alcune banche potranno collaborare solo alcune categorie, probabilmente con remunerazioni differenziate. Sarà inevitabile per chi vorrà "crescere" iscriversi alla sezione E del RUI. **A**

Prima di stringere una partnership con un istituto di credito si deve considerare il prodotto offerto: se ha polizze assicurative o meno.