

Dall'immobiliare alla vendita di prodotti: gli istituti di credito diversificano l'offerta

Il business va oltre lo sportello

Punto di forza delle banche è la clientela potenziale vasta

Pagina a cura
di **LUIGI DELL'OLIO**

Fare di necessità virtù è diventato il mantra in ambito bancario. Il settore sta cercando di ampliare sensibilmente i confini di business, sapendo di poter contare su un potenziale esteso di clientela e nella consapevolezza che occorre trovare alternative alla debolezza che da tempo caratterizza le attività principali.

L'immobile si compra allo sportello. Il mattone è l'area di maggiore interesse, e al tempo stesso di criticità, delle banche italiane. Perché la crisi ha messo in ginocchio molte aziende e famiglie che avevano acquistato immobili e non ce l'hanno fatta a pagare le rate del mutuo. Con la conseguenza che hanno dovuto lasciare la proprietà all'istituto di credito, che ora pesa come un macigno sul bilancio dello stesso, dato che assorbe capitale e rappresenta un asset di difficile liquidabilità (considerata la crisi che sta investendo il settore). A tracciare la linea in questo campo è stata l'iniziativa Intesa Sanpaolo Casa, una newco interna del primo gruppo italiano del credito, dedicata alla mediazione e intermediazione immobiliare. Così è stata avviata la formazione di personale addetto alla compravendita all'interno degli stessi sportelli bancari. Una mossa seguita da Unicredit, che ha attivato una piattaforma immobiliare denominata Arianna per vendere le unità immobiliari di proprietà di società del gruppo. E iniziative simili sono state lanciate da altre realtà nel territorio, anche di dimensioni limitate.

Oltre a smaltire gli immobili in pancia, questa attività consente agli istituti di credito di trovare un'alternativa alla debolezza del business tradizionale, puntando sulla forza di un network di clientela diffuso su tutto il territorio. Inoltre, la presenza di prodotti come i mutui, i finanziamenti e le polizze allo sportello consente di fare cross-selling, aumentando così i margini a fronte di operazioni tra loro attigue. Inoltre, l'avvio di un nuovo filone di business consente di ricollocare almeno una parte degli esuberanti emersi in seguito alla lunga stagione della

crisi e alla progressiva diffusione dell'internet banking. Proprio questo aspetto apre tuttavia le porte a una potenzialità critica. A più riprese negli ultimi mesi gli operatori dell'immobiliare hanno sollevato dubbi in merito alla professionalità dei mediatori allo sportello. Certo, pesa il

timore dovuto alla concorrenza dei nuovi entranti nel mercato, ma qualche riserva è incontestabile.

L'ultima presa di posizione portata la firma della Federazione italiana degli agenti immobiliari professionali e di Fimaa (Federazione italiana mediatori agenti d'affari), che hanno presentato un documento per denunciare il rischio di oligopolio per gli istituti di credito che hanno fatto ingresso nell'immobiliare per condizionare il mercato. «Riteniamo necessario evitare l'insorgere di nuovi conflitti di interessi e concentrazioni da parte delle banche nell'immobiliare», spiegano in una nota congiunta le due realtà associative. Ricordando che in Parlamento esistono diverse proposte di legge indirizzate a fare chiarezza in merito. «Entrambe le organizzazioni ritengono che l'approvazione del disegno di legge concorrenza fornisca oggi un'importante occasione per tutelare il consumatore e disciplinare questo nuovo settore di attività, dove gli istituti di credito stanno operando da alcuni mesi effettuando un'attività di concorrenza sleale e di scarsa tutela nei confronti della stessa clientela per l'attività di mediazione immobiliare», si spiega nella nota. Secondo le due organizzazioni l'attività svolta da alcuni istituti di credito lede la libera concorrenza nel settore e rischia di danneggiare in primis i consumatori.

Gli altri business. Ma non è solo l'immobiliare a costituire una nuova frontiera del business allo sportello. Unicredit ha deciso di lanciare già due anni fa la vendita di prodotti

portante sul conto economico, tale almeno da compensare in buona parte le rettifiche dovute ai crediti deteriorati. Di sicuro, oltre che a un ricollocamento del personale in esubero, possono contribuire a trasmettere un'immagine dello sportello meno ingessata di quella tradizionale e più invitante per i consumatori, che una volta varcata la so-

glia della filiale possono poi diventare destinatari di una pluralità di offerte. Questo vale in particolare per i Millennials, la generazione di chi è nato dagli anni Ottanta in avanti, che in molti casi è abituato a svolgere buona parte delle proprie incombenze (comprese attività creditizie e di finanziamento) da remoto, senza entrare in filiale. E che invece, con l'allargamento dell'offerta, potrebbe trovarsi a cambiare opinione.

Prosegue il boom dei mutui. L'effetto surroga continua ad avere un'incidenza importante, ma da solo non è sufficiente a spiegare il boom prolungato dei mutui. Secondo la

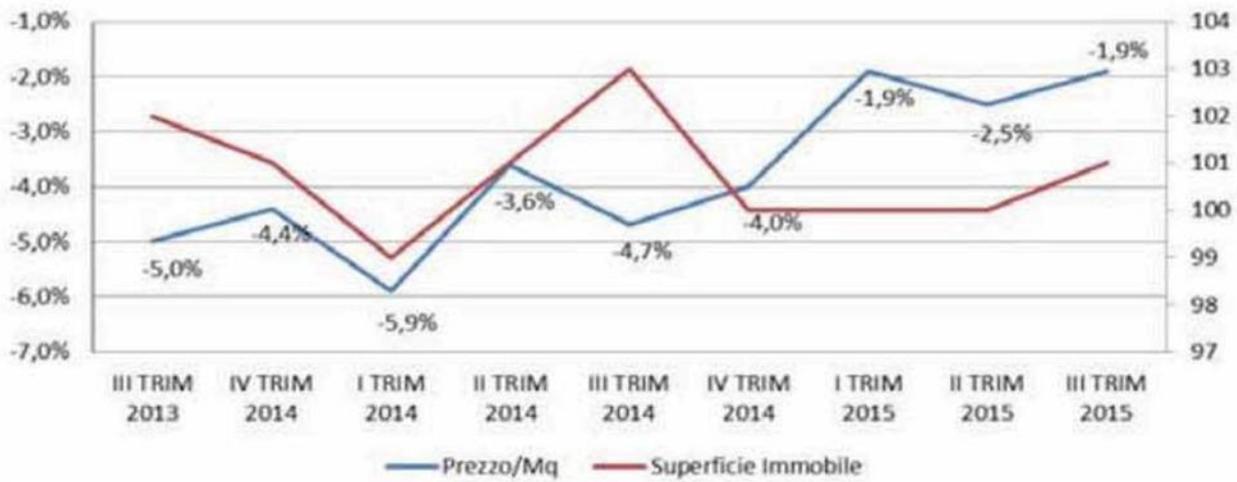
Bussola dei Mutui realizzata da Crif e Mutuisupermarket, negli ultimi mesi del 2015 vi è stata un'ulteriore limatura degli spread, con il tasso variabile e fisso dei migliori mutui che si sono attestati rispettivamente all'1,6% (due decimali in meno dei primi tre mesi dello scorso anno) e all'1,0% (dall'1,9%). Merito del quantitative easing avviato dalla Bce, che ha immesso nuova liquidità nel sistema. Questa dinamica ha contribuito in modo decisivo a sostenere la rinnovata attenzione di privati e famiglie sul progetto acquisto casa. Parallelamente, si è ridotto il bacino di potenziali mutuatari interessati a surrogare.

tecnologici come smartphone e televisori, nonché frigoriferi, lavabiancheria e attrezzi ginnici. Spesso abbinando a promozioni sui prezzi la possibilità di sottoscrivere un contratto di finanziamento. Difficile che queste iniziative possano avere un impatto im-



Il trend dell'immobiliare

Andamento Prezzo/Mq - Superficie Immobile



L'indice dei prezzi

INDICI DEI PREZZI DELLE ABITAZIONI IPAB Il trimestre 2012-II trimestre 2015, indici (base 2010=100)

