



Per il settore del credito al consumo, il ritorno alla crescita dipenderà dalle strategie elaborate dalle società specializzate

Dopo anni di dati positivi, il settore rallenta a causa del calo dei consumi. Ma muta anche l'approccio delle famiglie. Che iniziano a vedere nella rata un servizio in più...

Fabio Sgroi

Il mercato del credito al consumo rallenta, invertendo un trend che aveva visto il settore crescere in maniera costante per parecchi anni. Uno stop dovuto principalmente al calo complessivo dei consumi. Tuttavia, accanto agli evidenti problemi del settore, emerge un cambiamento di approccio delle famiglie, che vedono il credito al consumo non più come un «indebitamento», ma come l'accesso a un servizio tout court. Dopo aver mantenuto per diverso tempo un atteggiamento cauto di fronte alle scelte di indebitamento, infatti, le famiglie stanno mutando le loro abitudini. E iniziano

EDITO AL CONSUMO



er fronteggiare la congiuntura negativa.

ad allinearsi al comportamento dei consumatori dei maggiori Paesi europei. In altri termini, cominciano a prendere maggior confidenza con la propria pianificazione finanziaria. Il divario ancora significativo tra lo sviluppo del mercato italiano e quello degli altri grandi Paesi europei lascia intravedere prospettive di crescita, anche se le incertezze sui tempi e sulle modalità della ripresa economica consigliano prudenza. Una crescita che dipenderà anche dalle strategie elaborate dalle società di credito al consumo per fronteggiare la congiuntura negativa dovuta al calo dei consumi.

AGOS ITAFINCO **Primo: cercare il valore aggiunto.** Approfondire la conoscenza dei settori in cui il credito al consumo apporta valore aggiunto alle vendite e adattare le strategie all'evoluzione dei consumi delle famiglie. Questi gli obiettivi di Agos Itafinco, società detenuta per il 51% dal gruppo Crédit Agricole Sa (attraverso Sofinco, azienda specializzata nel credito al consumo in Francia) e per il restante 49% da Banca Intesa.

Agos si occupa soprattutto di crediti finalizzati all'acquisto di beni e di servizi, prestiti personali e carte di credito revolving. Nel primo semestre 2003 ha registrato una crescita dell'erogato pari al 29,7% rispetto all'analogo periodo dello scorso anno. Una percentuale, questa, superiore all'andamento del mercato (19,9%). L'erogato totale ammonta a circa 1.280 milioni di euro, mentre il risultato netto è stato di 17.402 mila euro (+85,6%).

Agos Itafinco è guidata da **Alfredo Defilippi**, 62 anni, torinese, che ricopre le cariche di amministratore delegato e direttore generale. A Defilippi riportano **Mirko Perelli**, direttore clienti diretti e rischio, **Franco Casiraghi**, direttore finanza, progetti e assicurazioni, **Luigi Senesi**, direttore delle reti, **Roberto Benuzzi**, direttore del controllo e amministrazione e **Franco Zanni**, direttore sviluppo commerciale e distribuzione. «La nostra crescita si basa su una caratteristica che riteniamo fondamentale: dedicare la massima attenzione alla qualità dei crediti concessi», afferma Defilippi. Il mercato, fra l'altro, è sempre più competitivo e gli effetti si vedono: «Negli ultimi sei anni», afferma Defi-



QUALITÀ

«Dedicare la massima attenzione alla qualità dei crediti concessi»: questa, dichiara Alfredo Defilippi, amministratore delegato di Agos Itafinco, è stato il principale fattore di crescita.

lippi, «la pressione ha quasi dimezzato i margini, e la forte competitività degli operatori ha portato a una diversificazione dei prodotti. C'è quindi un'evoluzione verso formule che intendono avvicinarsi sempre di più alle specifiche esigenze dei consumatori».

BIPIELLE DUCATO **Maggior presenza nella distribuzione.** Completare lo sviluppo sul territorio attraverso l'apertura di nuove filiali nelle aree meno presidiate, cercare una maggiore integrazione strategica e operativa con il gruppo, essere più presenti nella grande distribuzione organizzata. Sono queste le tre direttrici fondamentali di sviluppo di Bipielle Ducato (gruppo Banca popolare di Lodi). La



INTEGRAZIONE

Le strategie di Bipielle Ducato? «Integrarsi maggiormente con il gruppo», afferma il vicedirettore Rodolfo Cavallo.

società, che è specializzata in credito al consumo, prestiti personali e gestione di carte di credito sui circuiti MasterCard e Visa, è presente sull'intero territorio italiano con 72 uffici, in cui lavorano circa 700 professionisti, e una rete di agenti che ne curano lo sviluppo commerciale presso i negozianti. Il management aziendale è composto da **Rodolfo Cavallo**, che ricopre la carica di vicedirettore generale, **Giovanni Terranova** (direttore commerciale), **Angelo Bertucci** (direttore amministrativo), **Fabrizio**

Vincenti (erogazione del credito), **Titti Sasso** (controllo e gestione del rischio), **Alessandro Tovani** (marketing) e **Fabio Sala** (responsabile sinergie e accentramenti). Nel primo semestre 2003, la società ha raggiunto un utile netto pari a 12 milioni di euro (+45,5%), mentre l'utile proveniente da attività ordinaria si è attestato sull'importo di 21,5 milioni di euro



Dopo aver mantenuto alle scelte di indebita

(+48,78%). In crescita anche il margine di intermediazione, che ha raggiunto i 64,4 milioni di euro (+16,49%), mentre il Roe è passato dal 34,53% al 43,62%.

«Nonostante la congiuntura economica non certo favorevole, nei primi sei mesi dell'anno la crescita del settore si è mantenuta a doppia cifra, registrando quasi il 20% in più di finanziamenti rispetto ai 12 mesi precedenti», afferma Cavallo, 55 anni, romano e con un passato in Banca d'Italia, Banca Eurosystem e Cassa di Risparmio di Livorno e di Lucca. «A fare da traino sono soprattutto i prestiti personali e le carte di credito revolving, mercati in cui i risultati della nostra società sono particolarmente positivi grazie a investimenti su brand come *Personal Credit* e *Carta Extra*, cresciuti in soli due anni rispettivamente del 66% e addirittura del 200%. Anche i finanziamenti del mercato auto, che pure continua a manifestare difficoltà di ripresa stabile, mostrano indici confortanti», sottolinea Cavallo.



FILIALI

Citifin, sostiene il chief executive officer Achille D'Antoni, punta ad aumentare il proprio parco filiali.

CITIFIN Venti filiali entro l'anno.

«A fronte di una strategia di espansione su tutto il territorio nazionale, Citifin intende essere presente con le sue filiali nelle principali città italiane per offrire un servizio sempre più focalizzato sulle esigenze delle singole realtà», sostiene Achille D'Antoni, chief executive officer e managing director di Citifin, a proposito delle strategie future della società. Per porre in atto questa strategia, la società del global consumer business di Citigroup ha a disposizione 370 dipendenti e 80 agenti. E una rete di filiali che i vertici di Citifin intendono sviluppare e ingrandire «Nel 2003, abbiamo aperto una filiale a Roma e un'altra a Saler-

no», afferma D'Antoni. «A breve potremo contare su altre aperture a Roma, Brescia e Milano. Uno dei principali obiettivi di Citifin», prosegue D'Antoni, «è arrivare a una rete di 20 filiali entro la fine dell'anno. Abbiamo anche avviato un programma finalizzato a selezionare, entro l'inizio del 2004, 15 cosiddetti Dsa (Direct sales agent), agenti altamente specializzati nei prestiti personali e carte di credito. La selezione è già stata avviata in Lombardia e in Puglia e proseguirà in altre regioni».

Sul fronte dei risultati, Citifin ha registrato, nel primo semestre 2003, un incremento pari al 69,2% nel comparto dei personal loan, per un ammontare di 145.408 mila euro e una quota di mercato che si attesta intorno al 4,5% del mercato dei prestiti personali. Questo valore ha determinato un numero di contratti stipulati pari a 18.191.

CONSEL Obiettivo: rafforzare la rete di vendita.

Estendere la presenza delle attività sull'intero territorio italiano, utilizzando il canale delle proprie filiali dirette. Questo l'obiettivo principale di Consel, società di credito al consumo del gruppo Banca Sella nata nel 1999 come divisione di Biella Leasing. Attualmente, Consel opera attraverso otto filiali, e mette a disposizione della clientela prodotti che riguardano il credito rateale classico, il prestito personale, i pagamenti rateali e le carte di credito, anche con pagamento rateale.

Il top management della società è costituito dal presidente **Carla De Paoli**, dall'amministratore delegato e direttore generale **Antonio Povero**, dal vicedirettore generale e direttore commerciale **Giorgio Orioli**, dal direttore organizzazione e sistemi **Renato Forlano** e dal direttore amministrazione e finanza **Claudio Forte**. La società finanziaria piemontese ha archiviato il primo semestre 2003 con un utile lordo ante imposte di 1.395.697 euro. Lo stato patrimoniale ha evidenziato 193.181.260 euro di cre-



RELAZIONI

Consel, società guidata da Antonio Povero, intende rendere più stabili i rapporti con i clienti.

diti verso la clientela, al netto del fondo rischi su crediti pari a 3.420.000 euro; il patrimonio netto ammonta a 9.397.866 euro. Il totale dei volumi erogati nei primi sei mesi dell'anno è stato pari a 77.699.000 euro. Quali sono le strategie future della società? «Perseguire un obiettivo di crescita coniugata alla solidità patrimoniale e reddituale», risponde Povero, 56 anni, ex Banco Ambrosiano e Finconsumo. «Inoltre, per consolidare gli attuali risultati, punteremo sulla qualità delle relazioni, in modo da rafforzare la capacità di ascolto e di incontro. Cercheremo di migliorare la qualità dell'innovazione delle strategie, dei prodotti e dell'organizzazione, in modo da rendere più stabile i rapporti, realizzando meglio la missione aziendale. Restano infine confermate, come assolutamente prioritarie, la qualità del servizio e del credito, dei controlli e dello sviluppo».

FIDITALIA Entra nelle cobranded.

Fiditalia, la società del gruppo Société Générale specializzata nel settore del credito al consumo, è presente su tutto il territorio nazionale con 30 filiali e 50 agenzie. Offre soluzioni finanziarie personalizzate ed eroga credito attraverso tre linee prodotto: finanziamenti a rimborso rateale finalizzati all'acquisto di beni e servizi, carte di credito private e internazionali, prestiti personali. L'import-



CONSOLIDAMENTO

Obiettivo di Fiditalia, società guidata da Jean-Yves Bruna, è il consolidamento nel settore.

per diverso tempo un atteggiamento cauto di fronte mento le famiglie italiane stanno mutando le loro abitudini.

to complessivo finanziato nei primi sei mesi del 2003 è stato pari a 923.115.000 euro (+33% rispetto al 2002). Con un volume complessivo di 558.738 euro, il comparto auto è cresciuto mediamente del 35%. Positivo pure il settore dei prestiti personali: 34.529.000 euro contro 7.959.000 euro erogati lo scorso anno (+333,8%). L'organizzazione fa capo al presidente **Roberto Venturelli** e all'amministratore delegato **Jean-Yves Bruna**. A lui riportano **Daniele Belgenio** (responsabile ispettorato), **Emanuela Giusti** (direzione crediti), **Antoine Vanney** (divisione operations), **Maurice Caulliez** (direzione finanza), **Daniele Fiorelli** (servizio legale), **Sandro Bujoni** (servizio risorse umane), **Patrizia Sonzogni** (direzione recupero crediti). La divisione operation si suddivide in due direzioni: sviluppo e sistemi, che risponde a **Paolo Torelli**, e supporto clienti, seguita da **Claudio Garetti**. Bruna è responsabile anche della divisione commerciale. A lui rispondono **Michele Billon** (direzione vendite dirette), **Marc Rey** (direzione partnership e diversificazione mercati), **Angelo Mattioli** (direzione marketing) ed **Egidio Marsico** (direzione rete territoriale). «Il 2003 ha segnato l'ingresso di Fidelity nel mercato delle carte di credito cobranded», sottolinea Bruna, 44 anni, francese. «Ora l'obiettivo primario della società è l'ampliamento e il consolidamento della propria presenza in questo settore, con un'offerta di nuovi prodotti finanziari, fortemente targettizzati e flessibili, integrati con servizi ad elevato valore aggiunto».

FINDOMESTIC BANCA Beneficiare delle economie di scala. Una nuova strategia di customer relationship management per elaborare prodotti sempre più personalizzati. Questo l'obiettivo più importante che si è posta Findomestic Banca, società nata nel 1984 e controllata pariteticamente dal gruppo Cassa di risparmio di Firenze e dal gruppo francese Cetelem che fa capo a Bnp Paribas. «La sfida», dice l'amministratore delegato **Carlo Fioravanti**, «consiste nel riuscire a beneficiare delle economie di scala consentite da una produzione basata su grandi volumi. Per riuscire a ottenere una

personalizzazione accentuata dei prodotti finanziari tagliati su misura per il cliente».

La società fiorentina, che oggi dispone di 94 uffici in tutta Italia e può contare su 1.800 collaboratori, ha confermato il trend positivo registrando, nel primo semestre 2003, un incremento pari al 15,8% del valore delle operazioni finanziate. L'utile netto è stato di 38 milioni di euro (+34%). Findomestic Banca, anche alla luce di questi risultati, spera di ottenere, al termine del corrente esercizio, un risultato migliore dello scorso anno, che si è chiuso con un utile netto di 62,5 milioni di euro. L'attività di finanziamento nel semestre è ripartita nel settore arredamento con 518 milioni, automoto con 573,8 milioni, prestiti personali con 499,7 milioni e Carta Aura con 628,9 milioni. Findomestic Banca è guidata dal presidente **Edoardo Speranza** e dall'amministratore delegato **Carlo Fioravanti**. Il top management è completato dal vicepresidente **Marc Mangez**, dal vice direttore generale **Virgilio Belli** e dai direttori centrali **Chiaffredo Salomone** (marketing) e



SU MISURA

Carlo Fioravanti, amministratore delegato di Findomestic Banca, sostiene che il futuro sia nella personalizzazione dei servizi.

Giuseppe Jenzi (direzione rete). La dirigenza è composta da **Carlo Strocchia** (Risorse Umane), **Paolo Zanchetta** (edp), **Enzo Bono** (direzione tecnica), **Gregorio d'Ottaviano Chiaromonti** (relazioni esterne), **Eric Beranger** (amministrazione e controllo di gestione), **Angelo Piazza** (mercato operatori commerciali), **Andrea Cangi** (organizzazione e logistica), **Mauro Geneletti** (sviluppo carte e multi canali), **Alessandro Lazzeri** (mercato clienti) e **Patrizio Menichetti** (area sviluppo e produzione edp).

DISTRIBUZIONE

Finemiro, società guidata dall'amministratore delegato **Germano Turinnetto**, estenderà il servizio di carte revolving a tutti i clienti del gruppo Sanpaolo Imi.



FINEMIRO BANCA Opera attraverso 22 filiali. Finemiro Banca è la società del gruppo Sanpaolo Imi che si occupa dei finanziamenti a privati: credito al consumo, carte di credito revolving, prestiti personali, leasing auto, prestiti contro cessione del quinto dello stipendio. Opera attraverso 22 succursali, 64 agenzie distribuite su tutto il territorio nazionale e una rete di 20 mila negozi convenzionati. Può contare inoltre su una clientela costituita da 2,7 milioni di famiglie e 120 mila imprese. Finemiro Banca, che ha sede a Bologna, controlla la Finemiro Leasing e Servizi srl. Durante il primo semestre 2003, i finanziamenti erogati dal gruppo Finemiro hanno sfiorato i 970 milioni di euro, registrando un incremento pari al 6,1% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Il numero delle operazioni complessive è stato 647.064, comprese le autorizzazioni carte di credito. Il top management della società è costituito dal presidente **Francesco Massari**, dall'amministratore delegato **Germano Turinnetto** e dal direttore generale **Nello Fioroni**. Gli obiettivi? «Prima di tutto, integrare le strategie commerciali di Finemiro Banca con la presenza sul territorio di 3.000 sportelli targati gruppo Sanpaolo Imi. La nostra strategia si basa dunque su due direttrici: da un lato, proseguire lo sviluppo attraverso la nostra rete commerciale "tradizionale"; dall'altro, aumentare le quote mercato facendo ricorso alle opportunità che hanno seguito l'ingresso nel gruppo subalpino. Questo progetto riguarda il credito al consumo tradizionale, ma anche le carte di credito. E, a questo proposito, abbiamo elaborato un'iniziativa, che estende la distribuzione di carte revolving a tutti i clienti del gruppo Sanpaolo Imi». ■