

# IL RUOLO DEI PROFESSIONISTI DEL CREDITO NELL'INTERMEDIAZIONE DI PRODOTTI *CORPORATE*: **OPERATIVITÀ E FATTORI DI COMPETITIVITÀ**

A cura dell'Ufficio Studi OAM

Data di pubblicazione: **GIUGNO 2025**

# II RUOLO DEI PROFESSIONISTI DEL CREDITO NELL'INTERMEDIAZIONE DI PRODOTTI *CORPORATE*: **OPERATIVITÀ E FATTORI DI COMPETITIVITÀ**

A cura dell'**Ufficio Studi OAM**

Data di pubblicazione: **GIUGNO 2025**

© **OAM, 2025**

**Indirizzo**

Via Galilei, 3  
00185 Roma – Italia

**Telefono**

+39 06.688251

**Sito internet**

<https://www.organismo-am.it>

Tutti i diritti riservati.

È consentita la riproduzione a fini didattici e non commerciali, a condizione che venga citata la fonte.

## INDICE

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| INTRODUZIONE.....                                                                                     | 5  |
| PROFESSIONISTI DEL CREDITO: OPERATIVITÀ E FATTORI DI COMPETITIVITÀ NEL SETTORE <i>CORPORATE</i> ..... | 5  |
| DISTRIBUZIONE DEI MANDATI AGENZIALI.....                                                              | 6  |
| PESO DEI SETTORI <i>RETAIL</i> E <i>CORPORATE</i> .....                                               | 8  |
| DISTRIBUZIONE E ANDAMENTO DEI MANDATI <i>CORPORATE</i> .....                                          | 10 |
| DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA.....                                                                         | 13 |
| CONCLUSIONE.....                                                                                      | 17 |

## INTRODUZIONE

L'analisi che segue ha lo scopo di approfondire il ruolo dei professionisti del credito nel settore *corporate*. Per raggiungere tale obiettivo verranno rappresentate le principali risultanze emerse dal secondo rapporto di ricerca OAM – Prometeia<sup>1</sup> e dall'analisi dei mandati conferiti agli Agenti in attività finanziaria nel periodo 2015-2024.

Nel primo capitolo verranno analizzate e confrontate le caratteristiche dell'intermediazione creditizia nei settori *retail* e *corporate*.

A seguire verrà approfondita la distribuzione complessiva del totale dei mandati agenziali, esaminando nel dettaglio quelli tipicamente rivolti ad una clientela *corporate*.

Infine, nell'ultimo capitolo, si analizza la distribuzione geografica dei principali prodotti del credito rivolti ad una clientela di tipo *corporate*.

## Professionisti del credito: operatività e fattori di competitività nel settore *corporate*

Dalle analisi condotte dall'Ufficio Studi OAM in collaborazione con Prometeia S.p.A. nel 2025, aventi lo scopo di approfondire il mercato dei professionisti del credito, si evince come l'operatività e i fattori di competitività dei professionisti del credito seguono approcci ben diversi in relazione alla tipologia di clientela (*retail* / *corporate*).

L'intermediazione di prodotti di credito destinati a una clientela *retail*, come mutui e cessione del quinto dello stipendio e/o della pensione, richiede ai professionisti del credito elevate capacità di *origination* e velocità di intermediazione per mantenere adeguati livelli di marginalità. Il settore della finanza personale segue logiche di tipo *mass market*, con prodotti e servizi destinati a un'ampia base di consumatori. Per queste ragioni, nell'intermediazione di prodotti di credito *retail*, il *pricing* risulta il principale fattore di competitività tra i professionisti del credito.

Le caratteristiche distintive dell'operatività nel settore del credito *retail* aumentano la necessità per Agenti in attività finanziaria e Mediatori creditizi di disporre di ampie strutture

---

<sup>1</sup><https://www.organismo-am.it/news-home-page/rapporto-oam-prometeia-nel-2024-le-reti-terze-hanno-intermediato-circa-il-30-dei-mutui-e-oltre-il-70-della-cessione-del-v>

con reti distributive estese. Questo rafforza la tendenza alla concentrazione degli intermediari del credito in pochi operatori sempre più organizzati, anche attraverso percorsi di acquisizione e fusione.

Per quanto concerne la clientela *corporate*, l'operatività di Agenti in attività finanziaria e Mediatori creditizi risulta caratterizzata da un approccio tipicamente consulenziale e *tailor-made*, data la richiesta di una maggiore specializzazione nell'analisi "economica" del cliente (analisi di bilancio, dei *cash-flow*, delle prospettive del mercato in cui opera l'impresa, ed altre). In particolare, i professionisti del credito ricoprono un ruolo strategico soprattutto per le piccole e medie imprese. Infatti, quest'ultime, generalmente contraddistinte da una mancanza di strutture interne dedicate o abituate a dialogare con le banche, hanno maggior esigenze di ricorrere a figure professionali in grado di definire le migliori soluzioni di finanziamento. Pertanto, i professionisti del credito tendono a offrire servizi *corporate* molto specializzati (principalmente sui prodotti quali *leasing* e *factoring*), spostando quindi la concorrenza da fattori di prezzo a fattori qualitativi basati sul livello di assistenza e consulenza offerta.

Le caratteristiche dei servizi di consulenza richiesti dalla clientela *corporate* spingono Agenti in attività finanziaria e Mediatori creditizi a sviluppare una maggiore concorrenza con le banche e gli Istituti finanziari, piuttosto che nei confronti di altri professionisti del credito.

## Distribuzione dei mandati agenziali

Nel presente capitolo sarà analizzata la numerosità e l'evoluzione storica dei "prodotti" e "servizi" per i quali gli Agenti in attività finanziaria possono ricevere il mandato da parte degli intermediari bancari e finanziari indicati al primo comma dell'art. 128-*quater* del TUB, focalizzando l'attenzione sui prodotti tipicamente rivolti ad una clientela *corporate*.

Con riferimento alla numerosità e/o distribuzione dei mandati conferiti ad Agenti in attività finanziaria e Agenti nei servizi di pagamento, al 31 dicembre 2024 gli iscritti hanno comunicato complessivamente 32.814 mandati, registrando un aumento del 3% (+1.058) rispetto al 2023. Come mostrato di seguito (*cfr. Tabella 1*), l'offerta di prodotti sul mercato oggetto di mandato mantiene la stessa composizione dell'anno precedente, con la "Cessione del V dello stipendio/pensione e delegazioni di pagamento" che rappresenta il 17% del mercato, seguita dal "Credito personale" (14%) e dai "Mutui" (10%). Seguono il

“*Leasing* strumentale”, con 1.256 mandati (4%), e le “Aperture di credito in conto corrente”, con 1.082 mandati (3%). Inoltre, per finalità di analisi successive, ad ogni prodotto di credito è stato attribuito un *cluster* sulla base della clientela di riferimento (*retail* o *corporate*). Per alcuni prodotti, come “Mutui” e “*Leasing*” è stato assegnato il *cluster* relativo alla tipologia di clientela prevalente.

Tabella 1

| Clusterizzazione | Tipologia prodotti                                                       | Agenti in attività finanziaria | Agenti nei servizi di pagamento | Agenti in attività finanziaria | Agenti nei servizi di pagamento |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
|                  |                                                                          | Numero mandati per prodotto    |                                 | Peso percentuale               |                                 |
| Retail           | Mutui (A.1)                                                              | 3.241                          | 0                               | 10%                            | 0%                              |
| Retail           | Cessioni del V dello stipendio/pensione e delegazioni di pagamento (A.2) | 5.423                          | 0                               | 17%                            | 0%                              |
| Corporate        | Factoring crediti (A.3)                                                  | 985                            | 0                               | 3%                             | 0%                              |
| Retail           | Acquisto di crediti (A.4)                                                | 2.083                          | 0                               | 6%                             | 0%                              |
| Corporate        | Leasing autoveicoli e aeronautici (A.5)                                  | 1.730                          | 0                               | 5%                             | 0%                              |
| Corporate        | Leasing immobiliare (A.6)                                                | 857                            | 0                               | 3%                             | 0%                              |
| Corporate        | Leasing strumentale (A.7)                                                | 1.256                          | 0                               | 4%                             | 0%                              |
| Corporate        | Leasing su fonti rinnovabili ed altre tipologie di investimento (A.8)    | 751                            | 0                               | 2%                             | 0%                              |
| Corporate        | Aperture di credito in conto corrente (A.9)                              | 1.082                          | 0                               | 3%                             | 0%                              |
| Retail           | Credito personale (A.10)                                                 | 4.642                          | 0                               | 14%                            | 0%                              |
| Retail           | Credito finalizzato (A.11)                                               | 1.714                          | 0                               | 5%                             | 0%                              |
| Retail           | Prestito su pegno (A.12)                                                 | 176                            | 0                               | 1%                             | 0%                              |
| Corporate        | Rilascio di fidejussioni e garanzie (A.13)                               | 320                            | 0                               | 1%                             | 0%                              |
| Corporate        | Garanzia collettiva dei fidi (A.13 bis)                                  | 169                            | 0                               | 1%                             | 0%                              |
| Corporate        | Anticipi e sconti commerciali (A.14)                                     | 292                            | 0                               | 1%                             | 0%                              |
| Retail           | Credito revolving (A.15)                                                 | 1.199                          | 0                               | 4%                             | 0%                              |
| Corporate        | Ristrutturazione dei crediti (art. 128- quater decies, del TUB) (A.16)   | 398                            | 0                               | 1%                             | 0%                              |
| Altro            | Money transfer (B.1)                                                     | 83                             | 2.246                           | 0%                             | 7%                              |
| Altro            | Carte di credito, di debito e Fidelity card (B.2)                        | 2.519                          | 159                             | 8%                             | 0%                              |
| Altro            | Incasso e trasferimento fondi ed altri servizi di pagamento (B.3)        | 1.084                          | 405                             | 3%                             | 1%                              |
|                  | <b>Totale mandati</b>                                                    | <b>32.814</b>                  |                                 |                                |                                 |



## Peso dei settori *retail* e *corporate*

Al fine di analizzare l'incidenza dei mandati concessi ad Agenti in attività finanziaria su prodotti tipicamente destinati ad una clientela *corporate*, è stata condotta un'analisi clusterizzando i “prodotti” e “servizi” per i quali gli Agenti in attività finanziaria possono ricevere il mandato da parte degli intermediari bancari e finanziari indicati al primo comma dell'art. 128-*quater* del TUB in tre categorie<sup>2</sup>:

### 1. *retail*:

- i. mutui;
- ii. cessione del quinto dello stipendio/pensione;
- iii. acquisto di crediti;
- iv. credito personale;
- v. credito finalizzato;
- vi. prestito su pegno;
- vii. credito *revolving*;

### 2. *corporate*:

- i. *factoring* crediti;
- ii. *leasing* autoveicoli e aeronavali;
- iii. *leasing* immobiliare;
- iv. *leasing* strumentale;
- v. *leasing* su fonti rinnovabili e altre tipologie di investimento;
- vi. rilascio di fidejussioni e garanzie;
- vii. garanzia collettiva dei fidi;
- viii. anticipi e sconti commerciali;
- ix. aperture di credito in conto corrente;
- x. ristrutturazione dei crediti (art. 128-*quater decies*, del TUB);

### 3. altro:

- i. *money transfer*;
- ii. carte di credito, di debito e *fidelity card*;
- iii. incasso e trasferimento fondi ed altri servizi di pagamento.

---

<sup>2</sup> Per i prodotti che sono rivolti ad una clientela sia *corporate* che *retail* (mutui, *leasing* autoveicoli e aeronavali, aperture di credito in conto corrente) il *cluster* è stato definito considerando la tipologia di clientela che solitamente richiede tali prodotti di credito.



Le risultanze ottenute dall'attività di analisi svolta evidenziano come la maggior parte dei mandati sia stata rilasciata per prodotti tipicamente *retail* (18.478 mandati, con un peso sul totale del 56,31%), seguita da quelli sul *corporate* (7.840 mandati, corrispondente al 23,89%) e "altro" (6.496 mandati, corrispondente al 19,80%) (cfr. *Tabella 2*).

*Tabella 2*

| 2024             |                |                  |
|------------------|----------------|------------------|
| Clusterizzazione | Numero mandati | Peso percentuale |
| Retail           | 18.478         | 56,31%           |
| Corporate        | 7.840          | 23,89%           |
| Altro            | 6.496          | 19,80%           |
| <b>Totale</b>    | <b>32.814</b>  | 100,00%          |

Con riferimento all'incidenza del *cluster corporate* sul totale dei *cluster* individuati, dal 2015 al 2024, si denota un rapporto non costante nel tempo. Infatti, la numerosità dei mandati *corporate* rispetto al totale risulta in diminuzione sino al 2018 (21,44%), per poi crescere sino a raggiungere il 23,89% del totale dei mandati conferiti al 31.12.2024. (cfr. *Figura 1*).

Tali risultanze sono in linea con l'evoluzione temporale del numero di mandati concessi per i prodotti tipicamente *corporate*. Infatti, i mandati su tale settore passano da 5.126 a 7.840, con un incremento di 2.714 (+53%). Il tasso di crescita medio annuo è del 4,8%<sup>3</sup> (cfr. *Figura 2*), nonostante tra il 2015 e il 2024 il peso del settore *corporate* sia diminuito (dal 25,71% al 23,89%).

Pertanto, la rilevanza dell'intermediazione creditizia di prodotti rivolti ad una clientela *corporate* per gli Agenti in attività finanziaria è aumentata nell'orizzonte temporale oggetto di analisi.

<sup>3</sup> Tale statistica è stata calcolata utilizzando l'operatore "media geometrica".

Le risultanze ottenute dall'attività di ricerca potrebbero essere riconducibili, almeno in parte, alla diminuzione degli sportelli bancari (c.d. *desertificazione bancaria*). Infatti, quest'ultima, non ha solo ridotto il presidio territoriale del sistema bancario, ma ha anche comportato una carenza, secondo quanto riportato dagli operatori intervistati<sup>4</sup> nel secondo rapporto di ricerca OAM – Prometeia, di competenze tecniche interne al settore bancario specializzate nella gestione dei prodotti offerti e nei rapporti con la clientela *corporate*.

Figura 1

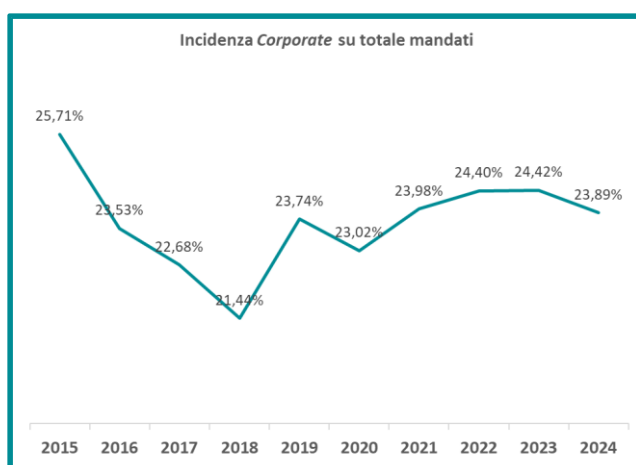
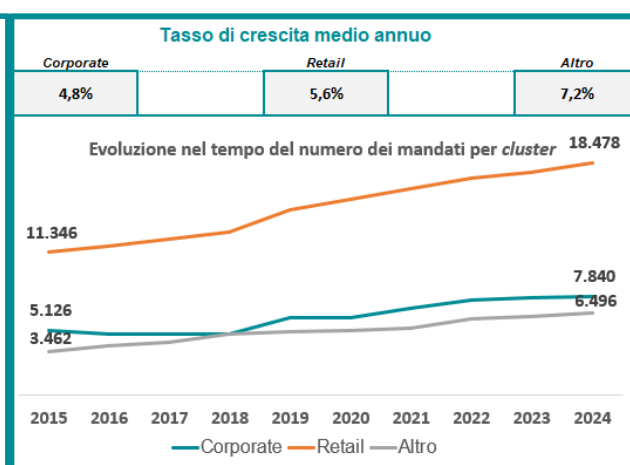


Figura 2



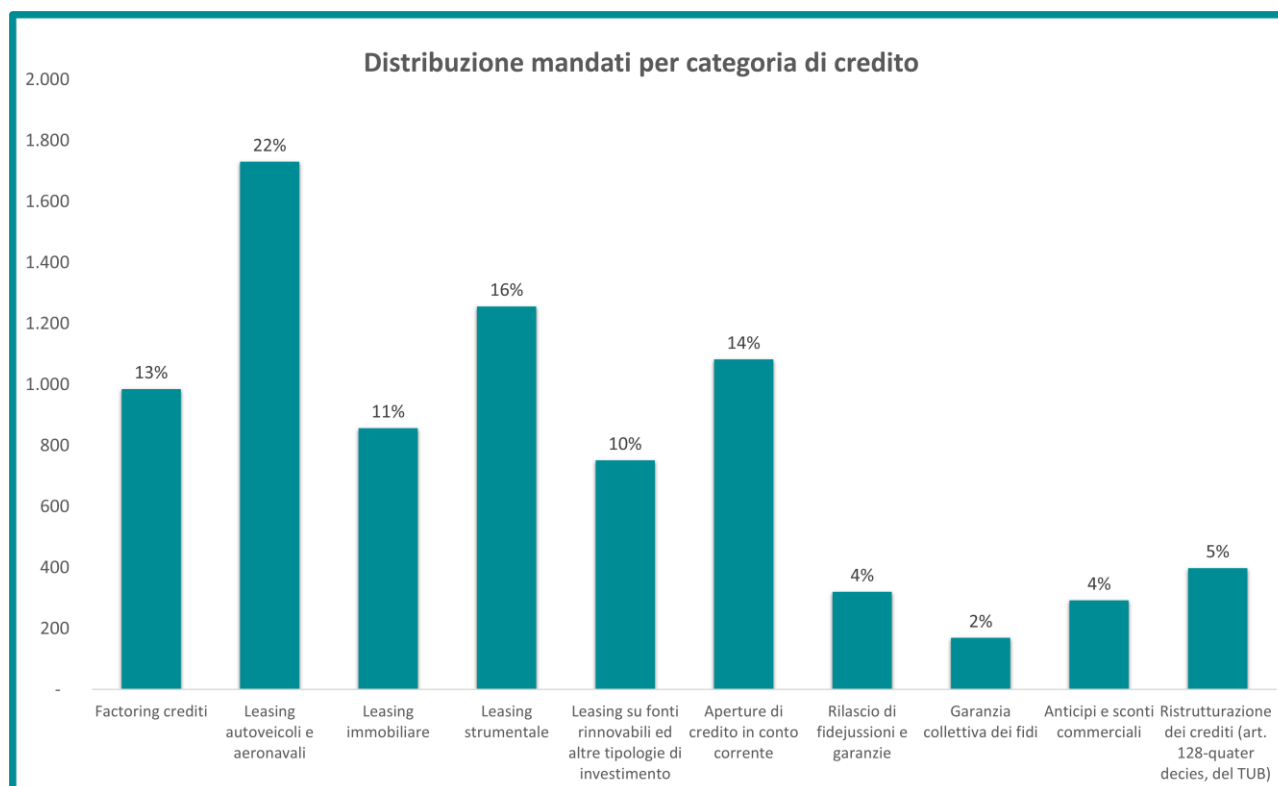
## Distribuzione e andamento dei mandati corporate

In questa sezione saranno esaminati i prodotti di credito tipicamente destinati a clienti *corporate* [*leasing*; *factoring*; aperture di credito in conto corrente; garanzie e fidejussioni; anticipi e sconti commerciali; ristrutturazione dei crediti (art. 128-*quater decies*, del TUB)], al fine di stimare il peso di ogni prodotto *corporate* sul settore di riferimento ed esaminarne l'evoluzione nel tempo.

Con riferimento al peso percentuale rispetto al totale dei mandati *corporate*, si denota una maggiore concentrazione per prodotti quali *leasing* autoveicoli e aeronavali (22%); *leasing* strumentale (16%); aperture di credito in conto corrente (14%). Seguiti dal *factoring* (13%) e dal *leasing* immobiliare (11%) (cfr. Figura 3).

<sup>4</sup> Agenti in attività finanziaria, Mediatori creditizi e Banche/intermediari finanziaria ex art. 106 TUB

Figura 3



Alla luce di quanto sopra descritto, il prodotto *corporate* per il quale è stato conferito il maggior numero di mandati è il *leasing*, con un totale di 4.594 mandati. In relazione a tale prodotto, le risultanze esposte nelle relazioni annuali di Assilea consentono di determinare la quota stipulata tramite i professionisti del credito nei vari segmenti di *leasing*.

A livello aggregato, nel 2023<sup>5</sup>, la quota di stipulato offerto attraverso il canale degli Agenti in attività finanziaria e dei Mediatori creditizi è pari rispettivamente al 9% e al 4,8%, in linea con quanto registrato nel 2015 (9,7% Agenti e 2,3% Mediatori).

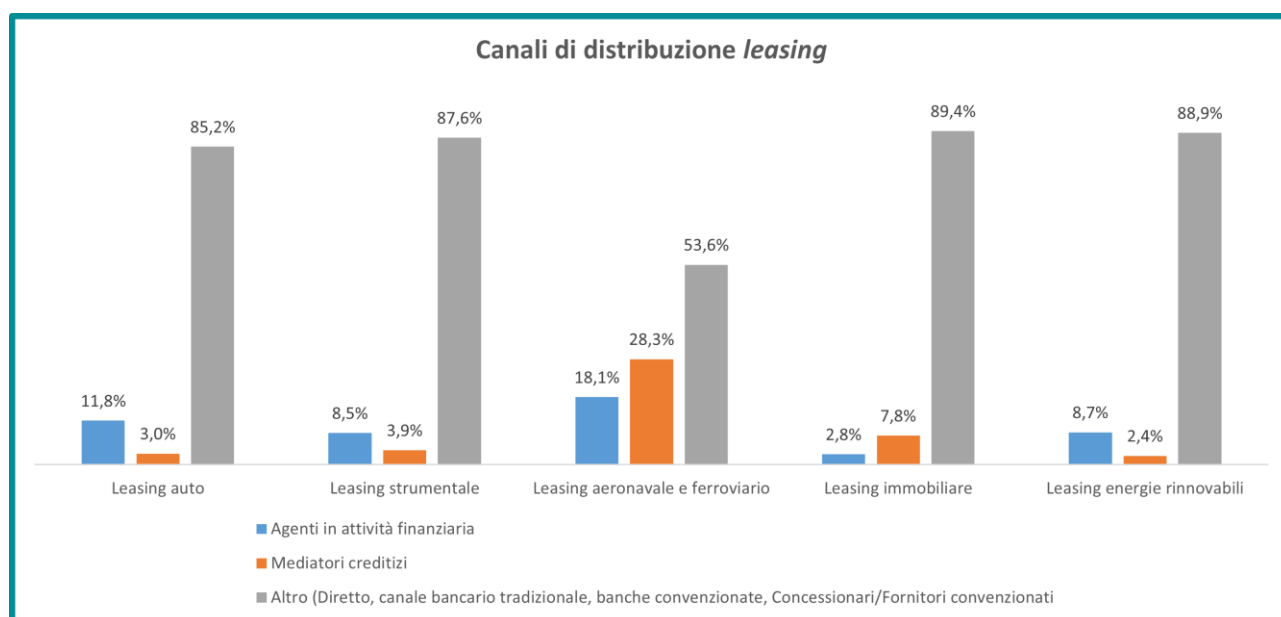
Il *leasing* aeronavale e ferroviario nel 2023 si distingue per la maggiore rilevanza di Agenti e Mediatori, con una quota stipulata del 46,4% (18,1% Agenti e 28,3% Mediatori), seguito dal *leasing* auto, con una quota del 14,8% di Agenti e Mediatori, suddivisa in 11,8% da Agenti in attività finanziaria e 3% da Mediatori creditizi (cfr. Figura 4). Per gli altri prodotti (*leasing* strumentale, *leasing* immobiliare e *leasing* su energie rinnovabili), la quota stipulata mediante professionisti del credito ammonta a valori compresi tra il 10% e il 13%. La quota

<sup>5</sup>Relazioni annuali Assilea: <https://www.assilea.it/documentazioneAction.do?idCategoria=17>

stipulata tramite Agenti in attività finanziaria e Mediatori creditizi nei vari comparti *leasing* risulta in aumento rispetto ai dati registrati nel 2020, come di seguito indicato:

- *leasing* aeronavale e ferroviario: 11,9% Agenti e 7,8% Mediatori;
- *leasing* auto: 11,5% Agenti e 3,4% Mediatori;
- *leasing* immobiliare: 2,9% Agenti e 6% Mediatori;
- *leasing* su energie rinnovabili: 5,2% e 3,1% Mediatori;
- *leasing* strumentale: 7,4% Agenti e 4,1% Mediatori.

Figura 4

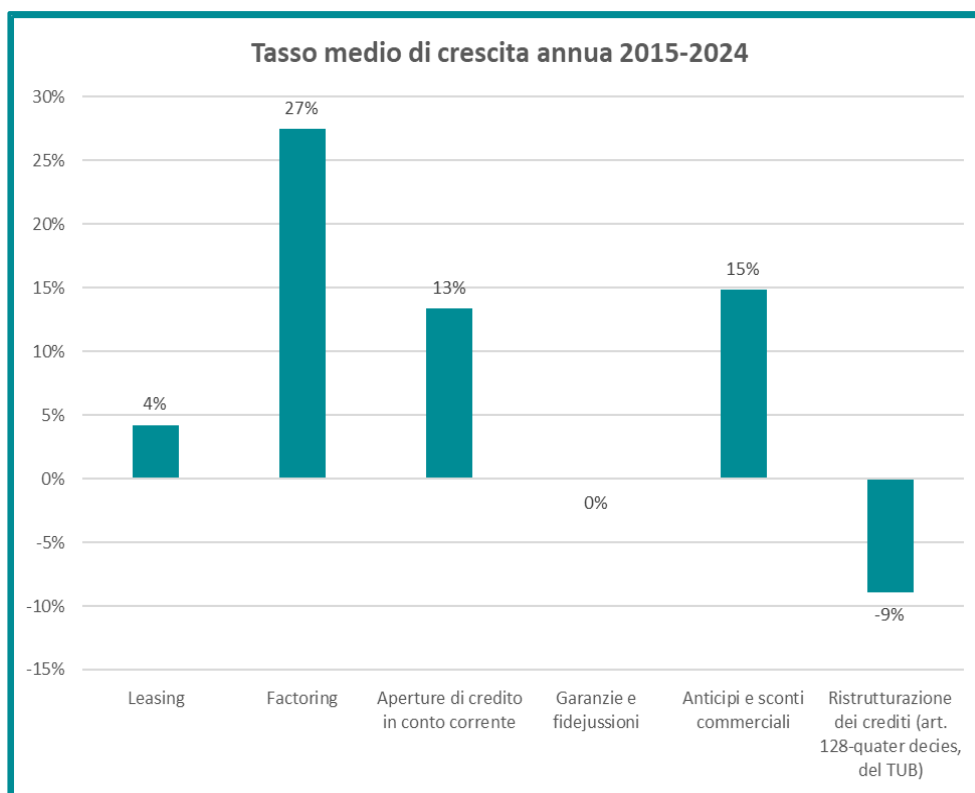


Fonte Assilea Relazione annuale 2023

Infine, con riferimento all'evoluzione nel tempo del numero dei mandati concessi agli Agenti in attività finanziaria, il "*factoring*" è il prodotto caratterizzato dalla maggiore crescita media annua in termini percentuali (27%), seguito dagli "sconti e gli anticipi commerciali" (+15%), infine, le "aperture di credito in conto corrente" con un +13%. Stabile la categoria "garanzie e fidejussioni"<sup>6</sup>, mentre si è verificata una netta decrescita del settore delle "ristrutturazioni dei crediti" (-9%). Il comparto *leasing* ha registrato una crescita modesta (+4%), con dinamiche sostanzialmente simili per tutti i prodotti che compongono il comparto (cfr. Figura 5).

<sup>6</sup> Tale categoria è il risultato dell'unione dei prodotti "Rilascio di fidejussioni e garanzie – A.13" E "Garanzie collettive dei fidi – A.13bis".

Figura 5



## Distribuzione geografica

L'ultima parte dell'analisi ha lo scopo di esaminare la distribuzione geografica dei mandati conferiti agli Agenti in attività finanziaria, con riferimento ai principali prodotti rivolti a clientela di tipo *corporate*, come di seguito indicato:

- *leasing*: le regioni con la maggiore concentrazione di mandati risultano essere Lombardia, Lazio e Campania, con circa il 12% dei mandati ciascuna (cfr. Figura 6);
- *factoring*: le regioni con il maggior numero di mandati sono la Campania (13%), Lazio (12%) e Sicilia (11%) (cfr. Figura 7);
- aperture di credito in conto corrente: le regioni con la maggiore concentrazione di mandati risultano essere Campania (17%), Sicilia (16%) e Lazio (12%) (cfr. Figura 8).

Figura 6



Figura 7

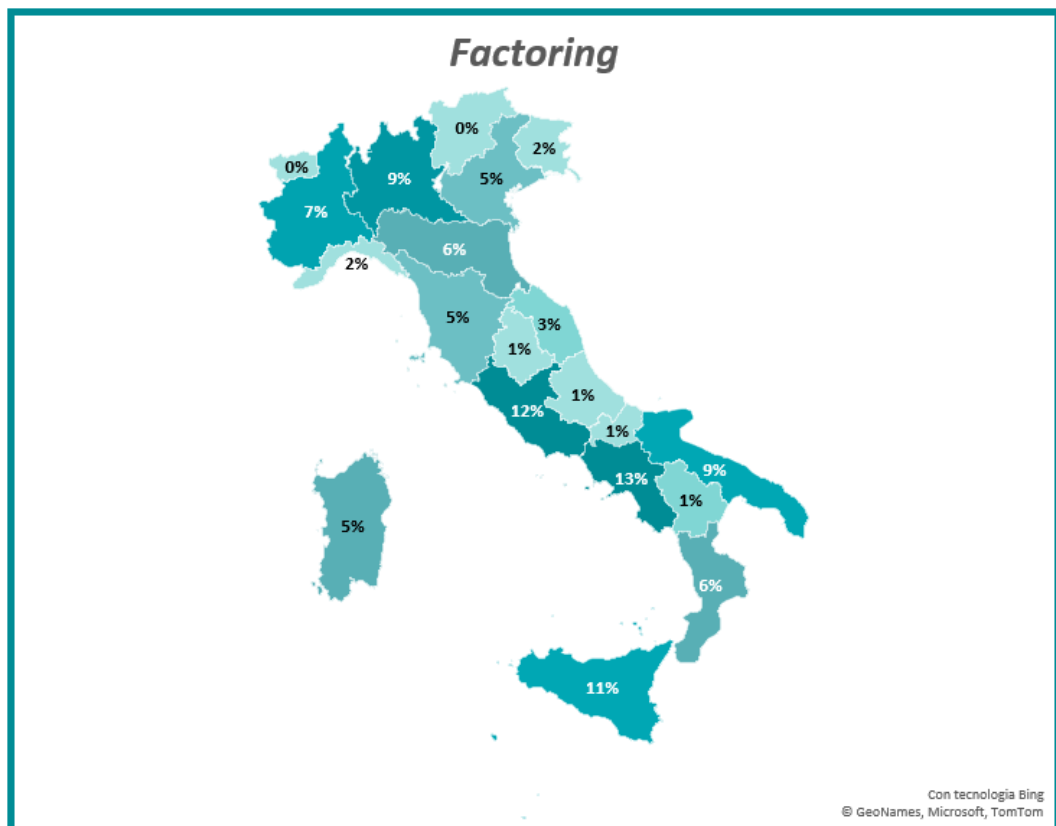
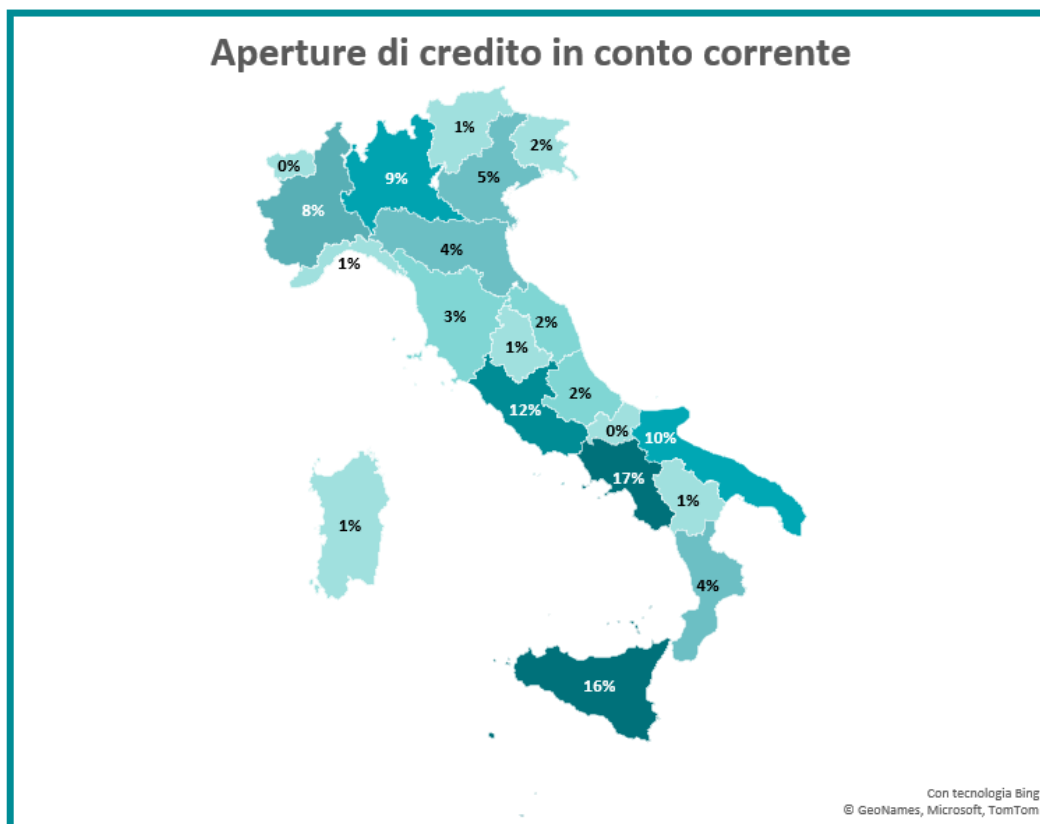


Figura 8



A seguito di tali risultanze è possibile notare un'evidente presenza del credito *corporate* nelle regioni del Centro-Sud Italia con un numero di mandati significativamente più alto rispetto a quello presente nel Nord Italia. Tale distribuzione geografica potrebbe essere attribuita alla correlazione negativa tra il numero di mandati concessi agli Agenti in attività finanziaria e il numero di sportelli bancari ogni 100.000 abitanti. In particolare, le regioni con una minore concentrazione di sportelli bancari (Centro-Sud Italia – *cfr. Figura 9*) risultano caratterizzate da una maggiore concentrazione di mandati (*cfr. Figura 10*), dimostrando pertanto la relazione negativa che lega le due variabili (*cfr. Figura 11*).



Figura 9

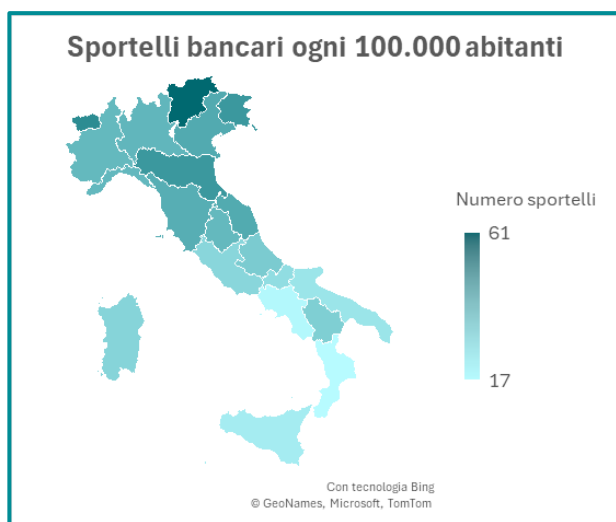
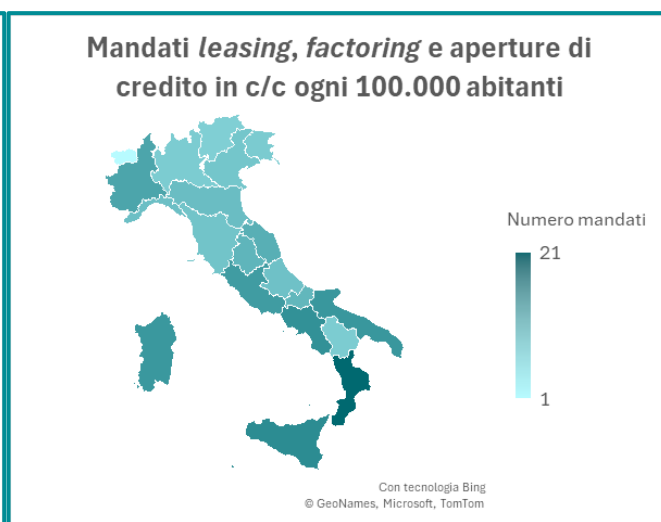
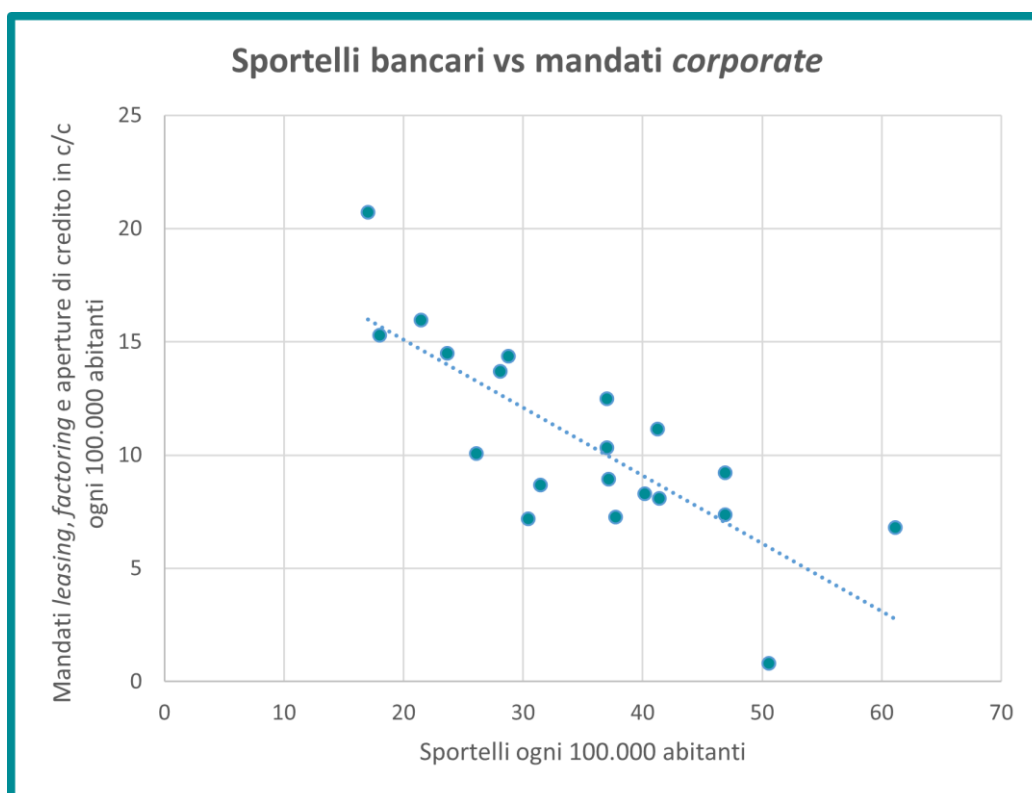


Figura 10



Alla luce di quanto sopra riportato, è possibile ipotizzare come, nel settore *corporate*, gli Agenti in attività finanziaria stiano progressivamente colmando il vuoto generato dalla riduzione della presenza fisica degli sportelli bancari (*c.d. desertificazione bancaria*).

Figura 11



## CONCLUSIONE

Sulla base delle risultanze dell'analisi effettuata nel presente *report*, è possibile trarre le seguenti conclusioni:

- il settore *corporate* segue logiche differenti rispetto al *retail*. In particolare, nel *corporate* gli aspetti chiave sono:
  - attività consulenziale;
  - basso grado di concorrenza tra gli operatori (la concorrenza avviene tra professionisti del credito e banche/istituti finanziari);
  - assenza di una dimensione minima funzionale per poter svolgere l'attività.Tali aspetti sono decisamente differenti rispetto alle caratteristiche del settore *retail*, nel quale si riscontra una forte concorrenza tra i professionisti del credito, un'elevata tendenza alla concentrazione in pochi grandi soggetti e logiche di *mass market* che spingono verso una maggiore velocità di intermediazione.
- La riduzione del presidio territoriale delle banche, in termini di sportelli e dipendenti, determina la nascita di ampi spazi di crescita e specializzazione per i professionisti del credito. Tale dinamica favorisce l'espansione di professionisti del credito che stanno acquisendo competenze tecniche - precedentemente tipiche delle filiali bancarie – essenziali nel servizio consulenziale offerto alla clientela (in particolare quella *corporate*).
- Con riferimento specifico agli Agenti in attività finanziaria:
  - la crescita del settore *corporate*, sia in termini di peso sul totale dei mandati, sia in valore assoluto, con un tasso di incremento medio annuo pari al 4,8%, conferma il crescente interesse dei professionisti del credito nel settore *corporate*;
  - la distribuzione dei mandati agenziali evidenzia una significativa presenza di prodotti *corporate* nelle regioni del Centro-Sud Italia. Tale fenomeno può essere spiegato dalla correlazione negativa individuata tra la presenza di sportelli bancari e il numero di mandati agenziali per 100.000 abitanti.