

AGENTI E MEDIATORI IN ITALIA: **POSIZIONAMENTO E TRAIETTORIE EVOLUTIVE**

A cura dell'Ufficio Studi OAM | con la collaborazione di **Prometeia S.p.A.**

Data di pubblicazione: **APRILE 2024**



AGENTI E MEDIATORI IN ITALIA: POSIZIONAMENTO E TRAIETTORIE EVOLUTIVE

A cura dell'**Ufficio Studi OAM**

con la collaborazione di **Prometeia S.p.A.**

DATA DI PUBBLICAZIONE: **APRILE 2024**



© OAM, 2024

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

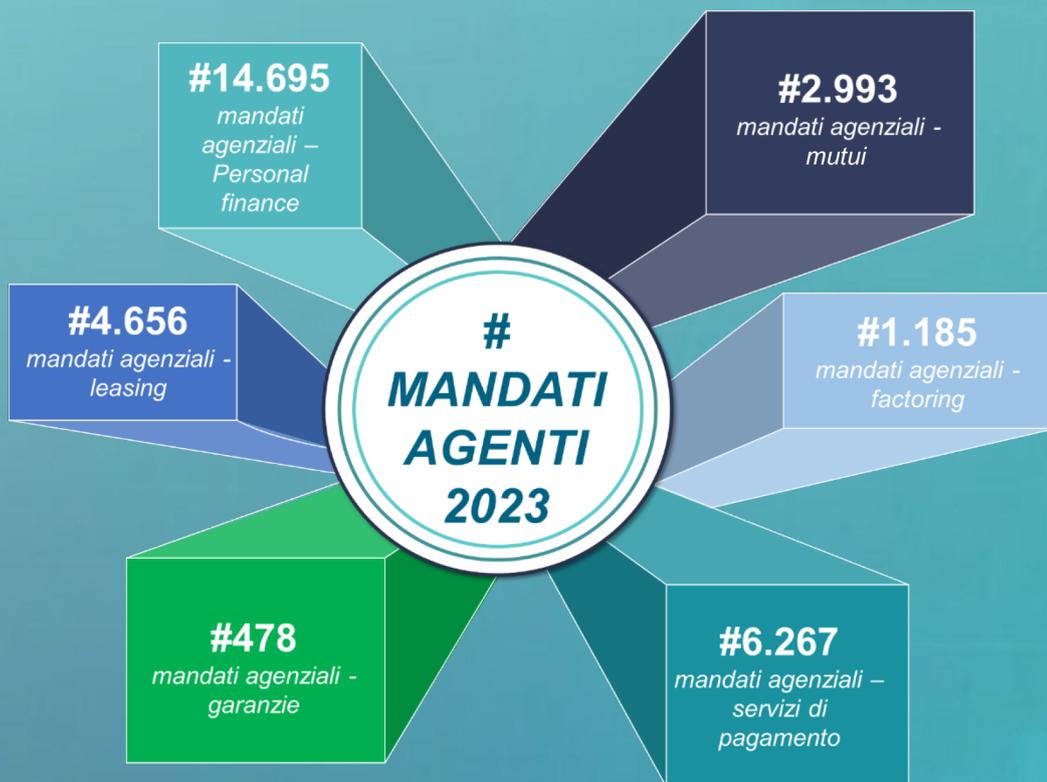


| | | |
|-----------|---|-----------|
| 1. | NUMERI CHIAVE | 5 |
| 2. | IL POSIZIONAMENTO ATTUALE DI AGENTI E MEDIATORI IN ITALIA | 8 |
| 2.1 | DISTRIBUZIONE E CARATTERISTICHE CHIAVE DI AGENTI E MEDIATORI | 8 |
| 2.1.1 | La distribuzione degli agenti e mediatori in Italia | 8 |
| 2.1.2 | L'evoluzione storica degli agenti e mediatori in Italia | 14 |
| 2.1.3 | Morfologia societaria degli agenti e mediatori in Italia | 28 |
| 2.2 | PERFORMANCE ANDAMENTALI DEI MANDATI AGENZIALI | 30 |
| 2.2.1 | Focus sul numero di mandati degli agenti | 30 |
| 2.2.2 | I comparti di riferimento e distribuzione dei prodotti offerti | 30 |
| 3. | LO SCENARIO DI RIFERIMENTO | 37 |
| 3.1 | OVERVIEW DELLO SCENARIO | 37 |
| 3.1.1 | Il quadro macroeconomico di riferimento | 37 |
| 3.1.2 | Lo scenario bancario di riferimento | 38 |
| 3.1.3 | Prospettive dei comparti di riferimento | 43 |
| | 3.1.3.1 <i>Credito alle famiglie e alle imprese</i> | 43 |
| | 3.1.3.2 <i>Credito al consumo</i> | 45 |
| | 3.1.3.3 <i>Leasing</i> | 46 |
| | 3.1.3.4 <i>Factoring</i> | 47 |
| 3.2 | I FATTORI DI POTENZIALE IMPATTO SUL SETTORE DELL'INTERMEDIAZIONE CREDITIZIA | 48 |
| 3.2.1 | Il <i>funding</i> come nuovo fattore di competitività | 48 |
| 3.2.2 | La sentenza "Lexitor" | 52 |
| 3.2.3 | La trasformazione digitale degli operatori | 55 |
| 3.2.4 | Nuove strategie di presidio territoriale degli operatori | 57 |
| 3.2.5 | Il panorama regolamentare | 60 |
| 3.3 | MARGINALITÀ DEI PRODOTTI OFFERTI E COMPENSO DEI MEDIATORI | 63 |
| 3.3.1 | Obiettivo dell'analisi, limitazioni e approccio utilizzato | 63 |
| 3.3.2 | Marginalità dei prodotti offerti | 64 |
| 4. | L'OPINIONE DEGLI OPERATORI DEL SETTORE | 69 |
| 4.1 | APPROCCIO METODOLOGICO | 69 |
| 4.1.1 | Obiettivo della <i>survey</i> , <i>panel</i> di intervistati e approccio utilizzato | 69 |
| 4.2 | SOCIETÀ MANDANTI / CONVENZIONATE | 70 |
| 4.2.1 | Risultati della <i>survey</i> | 70 |
| 4.2.2 | Considerazioni di sintesi | 79 |

| | | |
|--------------------------|-------------------------------|------------|
| 4.3 | AGENTI | 80 |
| 4.3.1 | Risultati della <i>survey</i> | 80 |
| 4.3.2 | Considerazioni di sintesi | 89 |
| 4.4 | MEDIATORI CREDITIZI | 90 |
| 4.4.1 | Risultati della <i>survey</i> | 90 |
| 4.4.2 | Considerazioni di sintesi | 99 |
| 5. | IN SINTESI | 101 |
| NOTA METODOLOGICA | | 103 |

1. NUMERI CHIAVE







AGENTE COME FIGURA CONSULENZIALE “INTERNA”...

Gli operatori bancari / finanziari percepiscono gli agenti come un’“elongazione” delle strutture interne, di cui si avvalgono per attuare strategie di presidio commerciale di lungo termine e volte alla specializzazione...

...E MEDIATORE COME CANALE DI ORIGINATION

...mentre i mediatori rappresentano un canale indipendente, regolato da rapporti “tattici” per obiettivi di crescita esterna



RICERCA DI UNA STABILITA’

Gli agenti in attività finanziaria ritengono che in uno scenario di crescita non significativa, l’agente debba ricercare rapporti di lungo termine. Per i più piccoli e meno stabili, le operazioni di aggregazione potrebbero costituire una possibilità (se non necessità) evolutiva

L’INDIPENDENZA HA UN PREZZO

Il futuro prospetta una crescita del mercato della mediazione, guidato dai più grandi che fungeranno anche da aggregatori di soggetti minori: necessaria dimensione critica per mantenere il posizionamento



2. IL POSIZIONAMENTO ATTUALE DI AGENTI E MEDIATORI IN ITALIA

2.1 DISTRIBUZIONE E CARATTERISTICHE CHIAVE DI AGENTI E MEDIATORI

2.1.1 La distribuzione degli agenti e mediatori in Italia

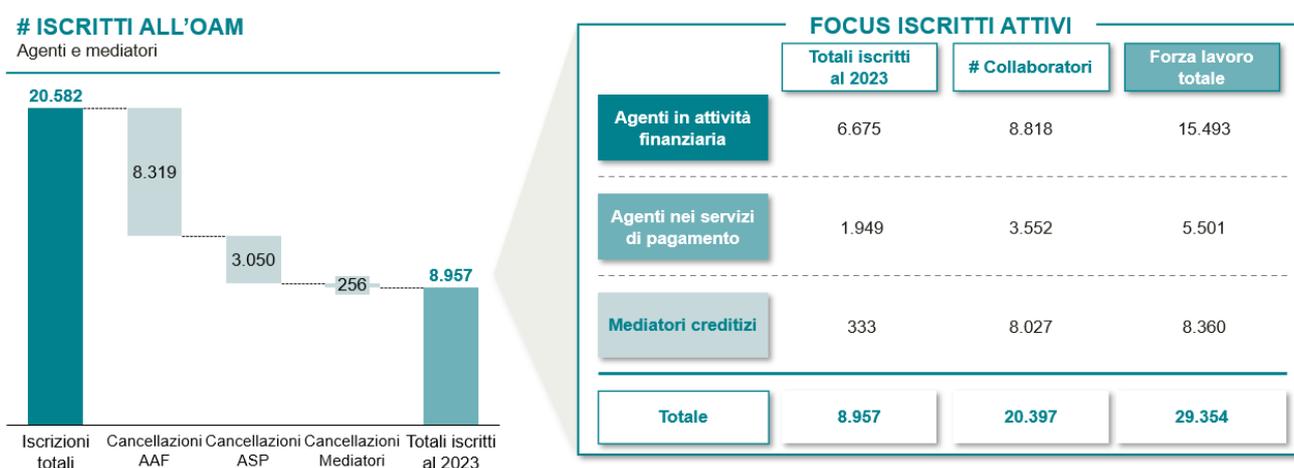
Al 2023, il numero complessivo di agenti e mediatori iscritti all'OAM risulta essere pari a #8.957, suddiviso in:

- #6.675 agenti in attività finanziaria (da ora in poi anche "AAF");
- #1.949 agenti nei servizi di pagamento (da ora in poi anche "AIP" e/o "ASP");
- #333 mediatori creditizi.

Alla medesima data, la "forza lavoro aggiuntiva" rappresentata dai collaboratori, risulta composta da un totale di #20.397 soggetti, suddivisi tra:

- #8.818 collaboratori di AAF;
- #3.552 collaboratori di ASP;
- #8.027 collaboratori di mediatori creditizi.

Figura 1 - Breakdown agenti e mediatori al 2023



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

Al 2023, la "forza lavoro" collegata agli agenti in attività finanziaria rappresenta oltre il 50% dell'intero settore

Con riferimento alla distribuzione geografica, a prescindere dalla tipologia di professionisti del credito, gli iscritti al 2023 risultano concentrati nelle medesime regioni italiane. In particolare, le regioni con maggiori agenti e mediatori iscritti risultano essere:

- la Lombardia, il Piemonte e il Veneto per l'area Nord, soprattutto in riferimento ai Mediatori creditizi che esprimono oltre il 50% del totale in queste regioni;
- la Toscana, il Lazio e la Campania e Sicilia per le aree Centro e Sud, con rilevante presenza anche in Sicilia da parte degli AAF (12% del totale).
- La Lombardia e Lazio per gli Agenti ASP.

Figura 2 – Livelli di concentrazione agenti e mediatori in Italia

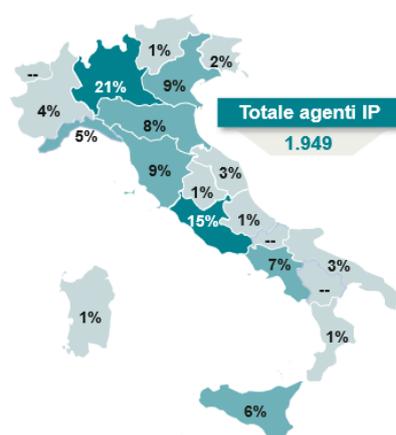
CONCENTRAZIONE AGENTI

Distribuzione agenti in attività finanziaria



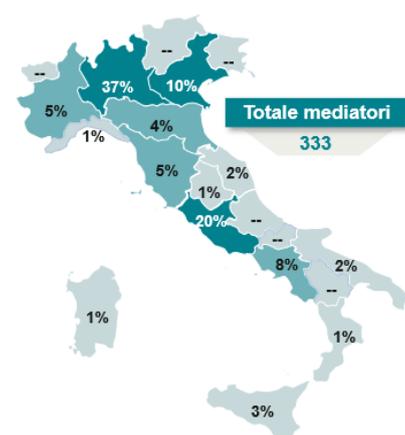
CONCENTRAZIONE AGENTI IP

Distribuzione agenti nei sistemi di pagamento



CONCENTRAZIONE MEDIATORI

Distribuzione mediatori creditizi



Legend: < 5% (light blue), 5% - 10% (medium blue), ≥ 10% (dark blue)

Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

Al 2023, Lombardia, Piemonte, Veneto, Lazio e Campania rappresentano le regioni italiane con maggior concentrazione. In Sicilia, rilevante presenza di AAF

In termini di collaboratori, invece, si osservano livelli di concentrazione¹ differenti tra tipologia di intermediario, in particolare:

- i collaboratori degli AAF presentano una distribuzione analoga a quella degli agenti;

¹ Con riferimento alla distribuzione dei collaboratori, è stata utilizzata la sede legale/operativa comunicata dai professionisti del credito ad OAM (Cfr. Nota Metodologica)

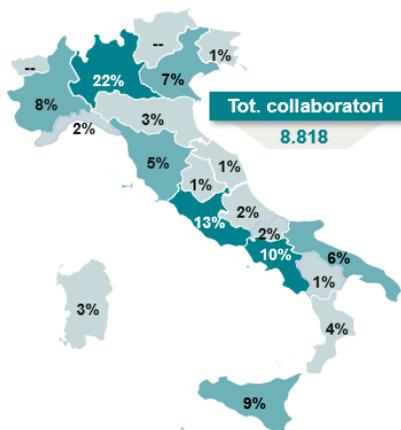
- i collaboratori degli ASP e dei mediatori creditizi risultano invece concentrati principalmente nelle regioni della Lombardia e del Lazio.

Nello specifico, in termini di distribuzione geografica dei collaboratori si osservano alcuni fenomeni di interesse:

- gli AAF caratterizzati da una maggiore rete distributiva risiedono in Lombardia, Lazio e Campania;
- gli ASP che operano con un numero di collaboratori maggiore risiedono in Lombardia e Lazio;
- i mediatori creditizi caratterizzati da una maggiore rete distributiva risiedono in Lombardia, Lazio e Campania.

Figura 3 – Livelli di concentrazione dei collaboratori di agenti e mediatori in Italia

COLLABORATORI DI AGENTI
Concentrazione per agenti in attività finanziaria



COLLABORATORI DI AGENTI IP
Concentrazione per agenti nei servizi di pagamento



COLLABORATORI DI MEDIATORI
Concentrazione per mediatori creditizi



Legend: < 5% (light blue), 5 - 10% (medium blue), ≥ 10% (dark blue)

Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

La distribuzione dei collaboratori di AAF “segue” quella degli intermediari, mentre la forza lavoro aggiuntiva degli ASP e dei mediatori è concentrata in professionisti del credito residenti in Lombardia e Lazio. Ad eccezione della Campania, gli ASP e mediatori residenti nel Mezzogiorno ricorrono a reti di collaboratori estremamente ridotte rispetto al Centro-Nord Italia.



Per valutare la distribuzione anche in termini dimensionali, i professionisti del credito sono stati suddivisi in base al numero di collaboratori, identificando 4 differenti *cluster*:

- micro operatori, ossia agenti e mediatori che operano con un numero di collaboratori compreso tra 0 e 9;
- piccoli operatori, ossia agenti e mediatori che operano con un numero di collaboratori compreso tra 10 e 49;
- medi operatori, ossia agenti e mediatori che operano con un numero di collaboratori compreso tra 50 e 99;
- grandi operatori, ossia agenti e mediatori che operano con un numero di collaboratori maggiore di 100.

Dall'analisi della distribuzione dimensionale emerge che:

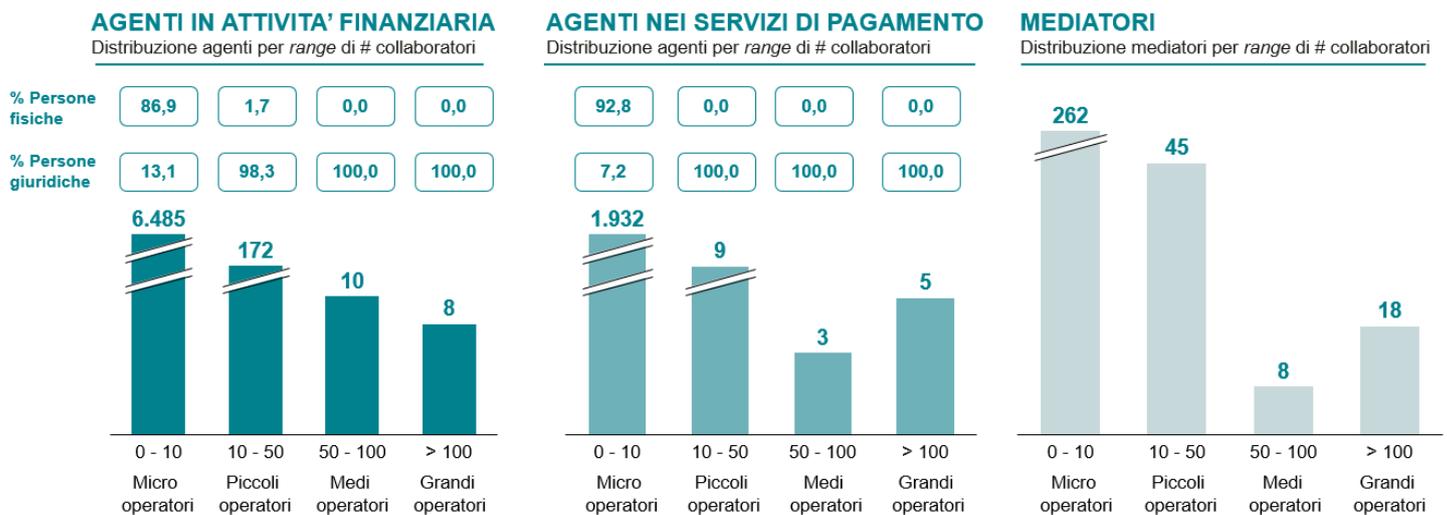
- i “micro operatori” rappresentano la dimensione maggiormente diffusa in ciascuna tipologia di intermediario, benché maggiormente rappresentativa per gli AAF e ASP (97,2% del totale AAF, 99,1% degli ASP, il 78,7% dei mediatori creditizi);
- con riferimento invece ai “medi operatori” e “grandi operatori”, i mediatori creditizi esprimono la maggior rappresentatività (7,8% del totale) rispetto agli AAF e ASP (0,2% per gli AAF e 0,5% per gli ASP). Distribuzione registrata anche nel cluster dei “piccoli operatori”, in cui i mediatori creditizi rappresentano il 13,5% del totale (rispetto al 2,6% e 0,5% rispettivamente di AAF e ASP).

Pertanto, in termini dimensionali, gli AAF e ASP sono maggiormente rappresentati da operatori micro-dimensionali (“micro operatori”), data la presenza di persone fisiche, mentre i soggetti di dimensioni maggiormente rilevanti sono principalmente riconducibili ai mediatori creditizi.

In generale,

- il 50% dei professionisti del credito di medio-grandi dimensioni (almeno 50 collaboratori) è rappresentato da mediatori creditizi;
- il 75% dei professionisti del credito micro-dimensionali (meno di 10 collaboratori) è rappresentato dagli AAF.

Figura 4 - Breakdown agenti e mediatori per classe dimensionale al 2023



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

Il 98% del totale AAF e ASP opera come “micro operatore”, data la presenza di professionisti persone fisiche, mentre i mediatori presentano dimensioni mediamente molto superiori

Analizzando la distribuzione geografica per *cluster* dimensionale degli intermediari creditizi (solamente AAF e mediatori creditizi), si osserva che:

- la distribuzione geografica degli AAF non diverge significativamente per *cluster* dimensionale, con una presenza più rilevante dei “micro operatori” sulla dorsale adriatica centrale (Marche, Abruzzo);

Figura 5 - Livelli di concentrazione agenti in attività finanziaria per classe dimensionale

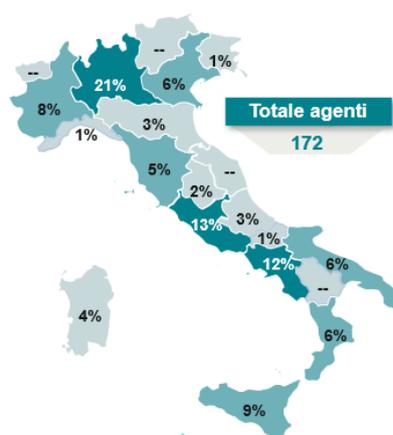
0 – 10 COLLABORATORI

Distribuzione agenti in attività finanziaria



10 – 50 COLLABORATORI

Distribuzione agenti in attività finanziaria



+50 COLLABORATORI

Distribuzione agenti in attività finanziaria



Legend: < 5% (light blue), 5 - 10% (medium blue), ≥ 10% (dark blue)

Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

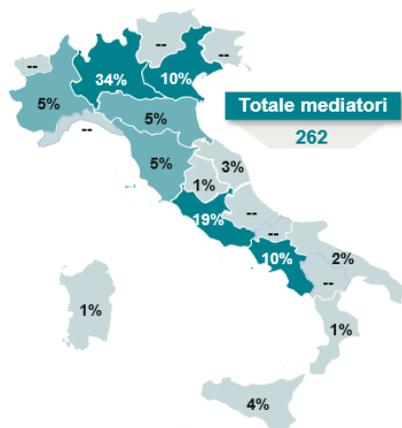
Maggiore concentrazione di AAF medi e grandi in Lombardia, Piemonte, Lazio e Campania. Nelle aree del Mezzogiorno (eccetto la Campania) sono residenti professionisti minori

- anche per i mediatori si osserva la medesima distribuzione per classe dimensionale degli AAF, dove i più grandi sono residenti nelle regioni a maggior operatività creditizia (Lombardia, Lazio e Veneto) mentre i mediatori che operano con meno di 10 collaboratori sono residenti anche nelle altre regioni, con particolare riferimento alla Campania.

Figura 6 - Livelli concentrazione mediatori creditizi per classe dimensionale

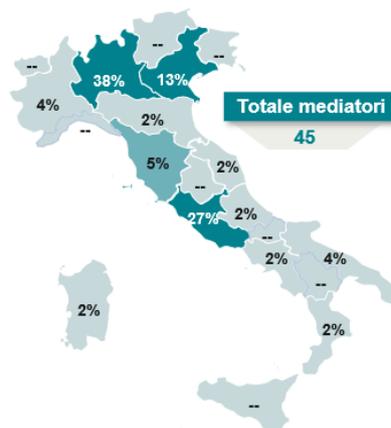
0 – 10 COLLABORATORI

Distribuzione mediatori creditizi



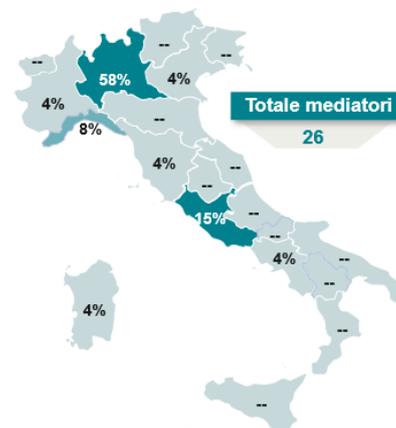
10 – 50 COLLABORATORI

Distribuzione mediatori creditizi



+50 COLLABORATORI

Distribuzione mediatori creditizi



Legend: < 5% (lightest teal), 5% - 10% (medium teal), ≥ 10% (darkest teal)

Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

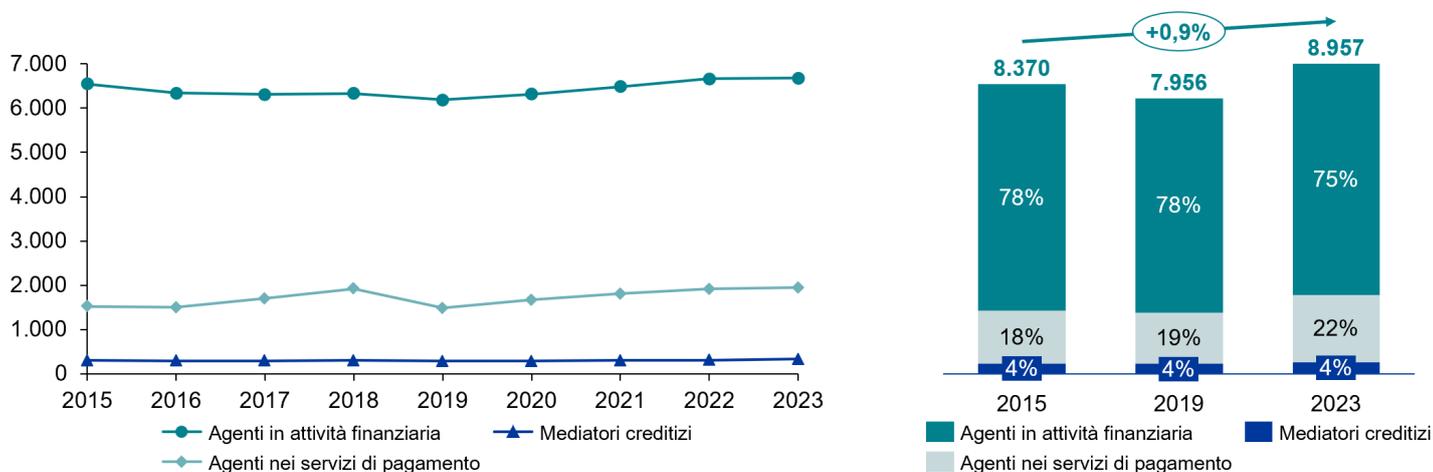
I mediatori creditizi di micro e piccole dimensioni risultano maggiormente distribuiti sul territorio italiano mentre i grandi mediatori sono concentrati in Lombardia e Lazio

2.1.2 L'evoluzione storica degli agenti e mediatori in Italia

Con uno sguardo all'andamento storico del settore, prendendo a riferimento come orizzonte temporale il periodo compreso tra il 2015 e il 2023, si osserva una crescita, seppur a livelli contenuti, per tutte le tipologie di professionisti del credito. In particolare:

- gli agenti in attività finanziaria sono passati da #6.547 al 2015 a un numero pari a #6.675 al 2023, mostrando una crescita del 2,0%;
- gli agenti nei servizi di pagamento sono invece passati da #1.523 al 2015 a #1.949 al 2023, evidenziando una crescita del 28,0% (la più alta tra le 3 tipologie);
- i mediatori creditizi, infine, sono passati da #300 al 2015 a #333 al 2023, con una crescita dell'11,0%.

Figura 7 - Breakdown # agenti e mediatori 2015 - 2023



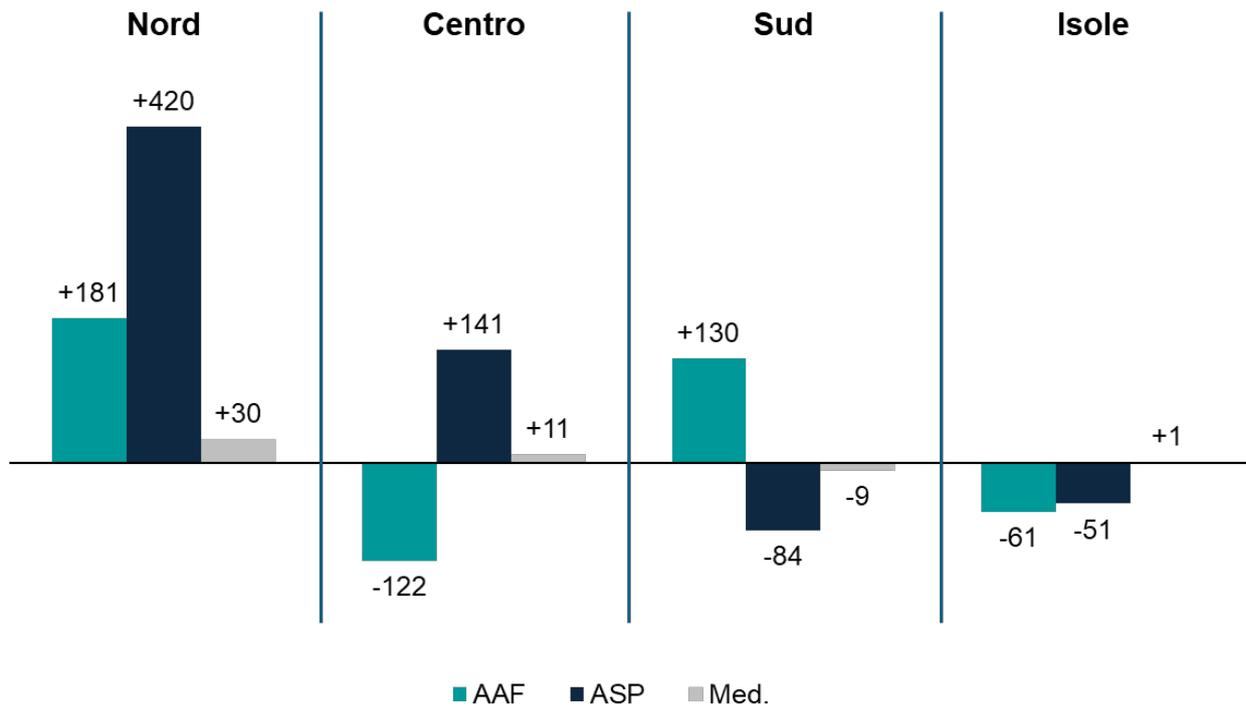
Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

Crescite, seppur minime, del numero di professionisti del credito (+587), con una incidenza significativa registrata dagli ASP (+426)

Rispetto invece alle singole aree geografiche, l'andamento del numero di agenti e mediatori mostra tendenze divergenti tra quelli residenti al Nord e quelli residenti al Sud Italia. In particolare, rispetto alla complessiva crescita del 7,0% (+587 professionisti del credito tra il 2015 e il 2023):

- la crescita risulta focalizzata nei professionisti del credito residenti al Nord Italia (+22,0%, per 631 nuovi iscritti), in particolare in relazione agli ASP e AAF;
- nel Centro si è registrata una sostanziale stabilità del numero di professionisti del credito residenti a fronte di una crescita rilevante degli ASP (+141) e una riduzione significativa degli AAF (-122);
- nel Sud, viceversa, a fronte di una sostanziale stabilità del numero di professionisti del credito, si è assistito a una crescita importante degli AAF (+130) e una riduzione significativa degli ASP (-84);
- nelle Isole, infine, si è assistito a una riduzione rilevante dei professionisti del credito (-111), con particolare riferimento agli agenti.

Figura 8 -Andamento #agenti e mediatori tra il 2015 - 2023



| | #Agenti e Mediatori | | | | #Agenti e Mediatori | | | | #Agenti e Mediatori | | | |
|---------------|---------------------|--------------|------------|--------------|---------------------|---------------|---------------|--------------|---------------------|-------------|------------|-------------|
| | 2023 | | | | Delta % 2015 - 2023 | | | | Delta 2015 - 2023 | | | |
| | AAF | ASP | Med. | Totale | AAF | ASP | Med. | Totale | AAF | ASP | Med. | Totale |
| Nord | 2.332 | 981 | 190 | 3.503 | +8,4% | +74,9% | +18,8% | +22,0% | +181 | +420 | +30 | +631 |
| Centro | 1.304 | 556 | 91 | 1.951 | -8,6% | +34,0% | +13,8% | +1,6% | -122 | +141 | +11 | +30 |
| Sud | 2.056 | 268 | 37 | 2.361 | +6,7% | -23,9% | -19,6% | +1,6% | +130 | -84 | -9 | +37 |
| Isole | 983 | 144 | 15 | 1.142 | -5,8% | -26,2% | +7,1% | -8,9% | -61 | -51 | +1 | -111 |
| Totale | 6.675 | 1.949 | 333 | 8.957 | +2,0% | +28,0% | +11,0% | +7,0% | +128 | +426 | +33 | +587 |



Con riferimento alle singole regioni:

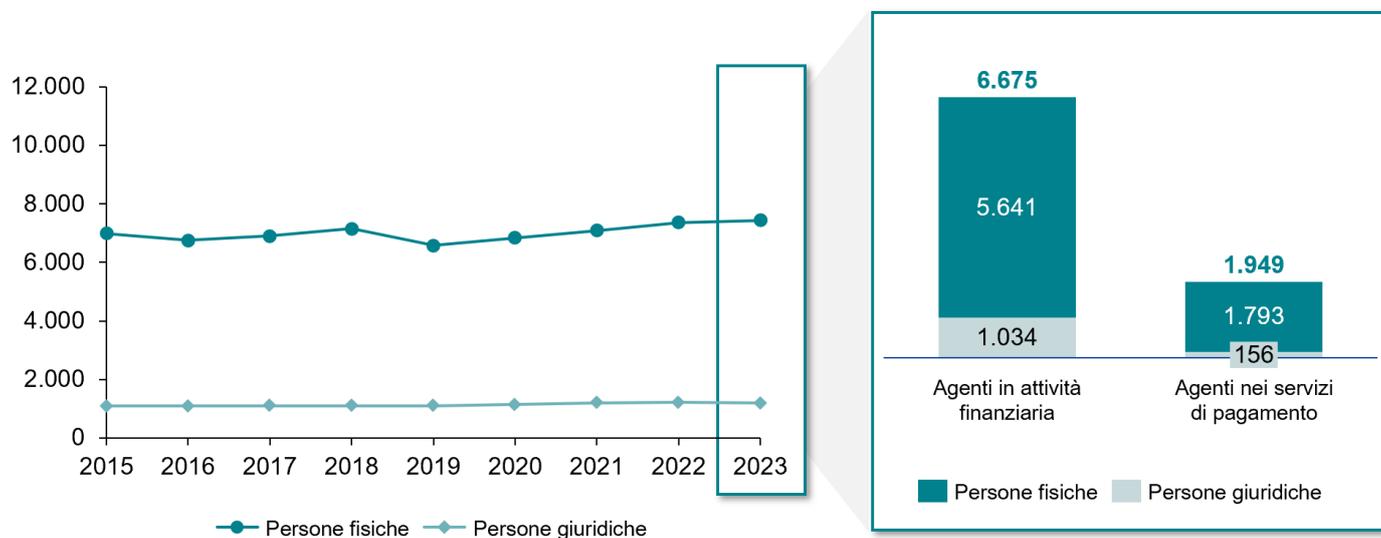
- in termini di AAF, le maggiori crescite si sono registrate in Piemonte, Emilia-Romagna, Veneto, Campania e Puglia, mentre si è registrata una forte riduzione in Lazio, Toscana e Abruzzo;
- in termini di ASP, le maggiori crescite si sono registrate in Lombardia, Liguria, Emilia-Romagna, Veneto e Lazio, mentre le principali riduzioni si osservano in Campania, Calabria e Sicilia;
- in termini di mediatori creditizi, crescite interessanti in Lombardia, Veneto e Lazio a fronte di riduzioni di rilievo in Abruzzo (è rimasto un solo mediatore rispetto ai precedenti 4), Puglia (quasi la metà) e Basilicata (nessuno al 2023).

Figura 9 – Evoluzione agenti e mediatori per area geografica 2015 - 2023

| | #Agenti e Mediatori | | | | #Agenti e Mediatori | | | | #Agenti e Mediatori | | | |
|-----------------------|---------------------|--------------|------------|--------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|-------------|------------|-------------|
| | 2023 | | | | Delta % 2015 - 2023 | | | | Delta 2015 - 2023 | | | |
| | AAF | ASP | Med. | Totale | AAF | ASP | Med. | Totale | AAF | ASP | Med. | Totale |
| Nord | 2.332 | 981 | 190 | 3.503 | +8,4% | +74,9% | +18,8% | +22,0% | +181 | +420 | +30 | +631 |
| Nord-ovest | 1.459 | 583 | 142 | 2.184 | +2,2% | +62,4% | +21,4% | +14,8% | +32 | +224 | +25 | +281 |
| Piemonte | 515 | 86 | 17 | 618 | +10,3% | +36,5% | +54,5% | +14,2% | +48 | +23 | +6 | +77 |
| Lombardia | 776 | 408 | 122 | 1.306 | -2,3% | +60,0% | +20,8% | +13,6% | -18 | +153 | +21 | +156 |
| Liguria | 167 | 88 | 3 | 258 | +3,1% | +120,0% | -40,0% | +24,6% | +5 | +48 | -2 | +51 |
| Valle d'Aosta | 1 | 1 | - | 2 | -75,0% | -- | -- | -60,0% | -3 | - | - | -3 |
| Nord-est | 873 | 398 | 48 | 1.319 | +20,6% | +97,0% | +11,6% | +36,1% | +149 | +196 | +5 | +350 |
| Emilia Romagna | 326 | 158 | 14 | 498 | +16,4% | +81,6% | -26,3% | +29,0% | +46 | +71 | -5 | +112 |
| Trentino-Alto Adige | 46 | 22 | 1 | 69 | -2,1% | +266,7% | -- | +27,8% | -1 | +16 | - | +15 |
| Veneto | 417 | 181 | 33 | 631 | +22,3% | +105,7% | +43,5% | +39,6% | +76 | +93 | +10 | +179 |
| Friuli Venezia Giulia | 84 | 37 | - | 121 | +50,0% | +76,2% | -- | +57,1% | +28 | +16 | - | +44 |
| Centro | 1.304 | 556 | 91 | 1.951 | -8,6% | +34,0% | +13,8% | +1,6% | -122 | +141 | +11 | +30 |
| Lazio | 738 | 299 | 66 | 1.103 | -6,6% | +45,9% | +17,9% | +4,9% | -52 | +94 | +10 | +52 |
| Marche | 149 | 63 | 7 | 219 | -8,0% | +90,9% | +16,7% | +9,0% | -13 | +30 | +1 | +18 |
| Toscana | 318 | 171 | 15 | 504 | -17,4% | +17,1% | +7,1% | -7,5% | -67 | +25 | +1 | -41 |
| Umbria | 99 | 23 | 3 | 125 | +11,2% | -25,8% | -25,0% | +0,8% | +10 | -8 | -1 | +1 |
| Sud | 2.056 | 268 | 37 | 2.361 | +6,7% | -23,9% | -19,6% | +1,6% | +130 | -84 | -9 | +37 |
| Abruzzo | 160 | 27 | 1 | 188 | -25,6% | +42,1% | -75,0% | -21,0% | -55 | +8 | -3 | -50 |
| Molise | 52 | 4 | 1 | 57 | -7,1% | -42,9% | -- | -10,9% | -4 | -3 | - | -7 |
| Campania | 881 | 146 | 27 | 1.054 | +11,8% | -24,4% | -3,6% | +4,5% | +93 | -47 | -1 | +45 |
| Puglia | 584 | 58 | 6 | 648 | +14,1% | -18,3% | -45,5% | +9,1% | +72 | -13 | -5 | +54 |
| Basilicata | 65 | 7 | - | 72 | -- | -22,2% | -100,0% | -4,0% | - | -2 | -1 | -3 |
| Calabria | 314 | 26 | 2 | 342 | +8,3% | -50,9% | +100,0% | -0,6% | +24 | -27 | +1 | -2 |
| Isole | 983 | 144 | 15 | 1.142 | -5,8% | -26,2% | +7,1% | -8,9% | -61 | -51 | +1 | -111 |
| Sicilia | 779 | 118 | 11 | 908 | -7,8% | -30,6% | +22,2% | -11,3% | -66 | -52 | +2 | -116 |
| Sardegna | 204 | 26 | 4 | 234 | +2,5% | +4,0% | -20,0% | +2,2% | +5 | +1 | -1 | +5 |
| Totale | 6.675 | 1.949 | 333 | 8.957 | +2,0% | +28,0% | +11,0% | +7,0% | +128 | +426 | +33 | +587 |

Con riferimento agli AAF e ASP, l'evoluzione registrata tra il 2015-2023 è riferibile sostanzialmente agli agenti persone fisiche (al 2023, pari a circa l'85% degli AAF e al 92% degli ASP) in quanto, nell'orizzonte considerato, la numerosità di agenti persone giuridiche è rimasta sostanzialmente stabile.

Figura 10 - Breakdown agenti per natura giuridica 2015 - 2023



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

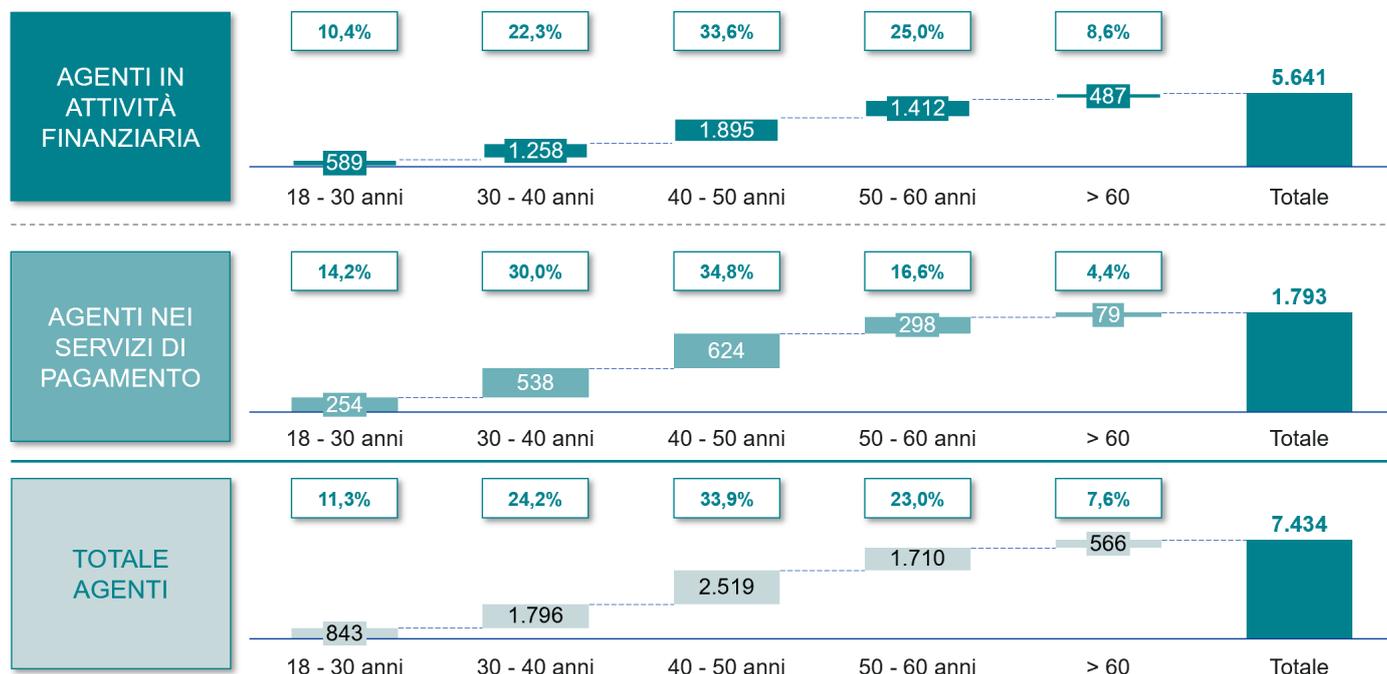
Le persone fisiche rappresentano la gran parte degli agenti che, negli anni, hanno variato la propria numerosità mentre il numero delle persone giuridiche risulta sostanzialmente invariato

Sempre in relazione agli agenti persone fisiche, al 2023 si osserva che il 58,1% degli agenti è compreso in una fascia di età tra i 30 e i 50 anni con circa l'11% del totale appartenente a una fascia di età più "giovane", minore di 30 anni.

A livello di singola tipologia di agente, si osserva che:

- gli AAF hanno un'incidenza degli *over50* superiore agli ASP (33,6% vs. 21,0%);
- viceversa, gli ASP hanno un'incidenza degli *under30* superiore agli AAF (14,2% vs. 10,4%).

Figura 11 - Breakdown agenti persone fisiche per settore e cluster di età al 2023



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

Gli agenti nei servizi di pagamento mostrano un'età mediamente più bassa rispetto agli agenti in attività finanziaria

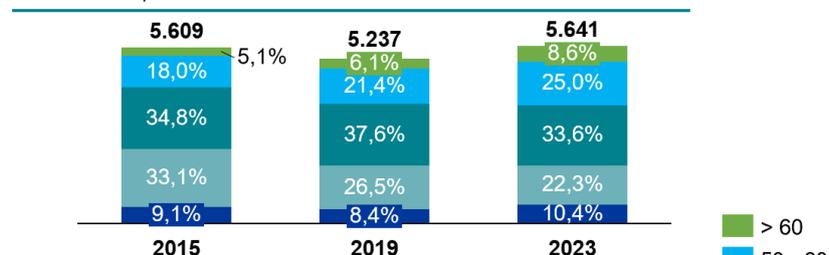
Per gli AAF si pone quindi un tema di gestione in termini di “ricambio generazionale”. In particolare, nell’orizzonte 2015-2023 l’incidenza degli AAF tra i 30 e i 50 anni è passata dal 67,9% al 55,9% del totale.

Osservando, inoltre, l’andamento storico complessivo degli agenti persone fisiche per cluster di età, è possibile confermare il *trend* di generale invecchiamento della popolazione agenti.

Figura 12 - Breakdown agenti persone fisiche per settore e cluster di età 2015, 2019, 2023

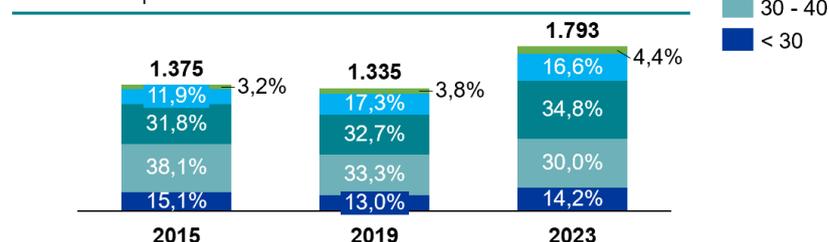
AGENTI IN ATTIVITÀ FINANZIARIA

Distribuzione per cluster di età

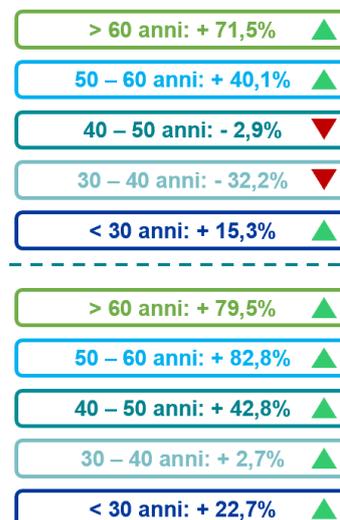


AGENTI NEI SERVIZI DI PAGAMENTO

Distribuzione per cluster di età



Delta % 2015 - 2023



Cresce la quota degli agenti over60, con un ricambio generazionale maggiormente rilevante tra gli ASP

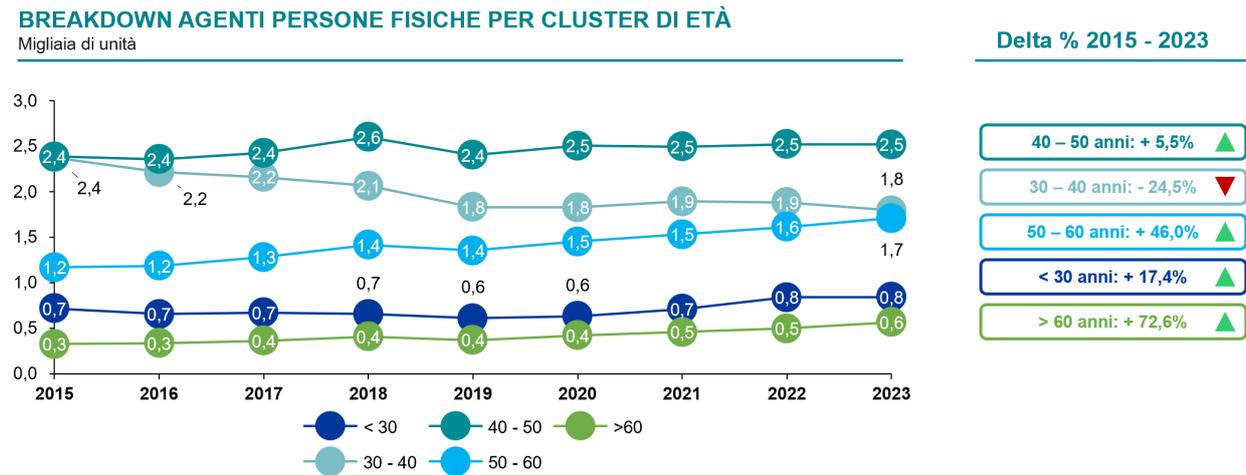
Si registra, in ogni caso, una crescita degli agenti *under30*, anche grazie alle iniziative di supporto al numero di iscrizioni per i più giovani portate avanti dall'OAM: nel corso del 2022, l'OAM ha infatti confermato l'esenzione contributiva di iscrizione per l'anno 2023² per:

- gli agenti in attività finanziaria *under30* persone fisiche;
- gli agenti nei servizi di pagamento *under30* persone fisiche;
- i collaboratori *under30* di agenti in attività finanziaria (compresa la sezione speciale riservata agli agenti che prestano esclusivamente servizi di pagamento) e di mediatori creditizi.

² La medesima iniziativa è stata adottata anche per il 2024.

L'obiettivo di tale iniziativa è quello di incentivare l'ingresso di "nativi digitali" in un settore che, evidentemente, dovrà affrontare la crescente concorrenza rappresentata da realtà maggiormente digitalizzate e dei nuovi potenziali *competitor* come le *FinTech*.

Figura 13 - Breakdown agenti persone fisiche per cluster di età 2015 – 2023



Le crescite minime degli *under30* non compensano sufficientemente l'incidenza sempre maggiore degli *over50*: il lavoro dell'agente è svolto sempre più da fasce di età più "matura"

A livello di singola area geografica, invece, è possibile notare che il *trend* di invecchiamento interessa maggiormente gli agenti residenti nelle aree geografiche del Centro-Sud e delle Isole: queste zone registrano un incremento della fascia di età "più giovane" in misura molto contenuta (negativa nelle Isole) rispetto al Nord.

Figura 14 - Breakdown agenti per cluster di età e area geografica 2015, 2019, 2023

| # Agenti per cluster di età | | | | | # Agenti per cluster di età | | | | |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| # | 2015 | 2019 | 2023 | Delta % | # | 2015 | 2019 | 2023 | Delta % |
| Nord-ovest | 1.519 | 1.468 | 1.745 | 14,9% | Sud | 2.006 | 1.776 | 2.010 | 0,2% |
| < 30 | 166 | 144 | 220 | 32,5% | < 30 | 202 | 151 | 224 | 10,9% |
| 30 - 40 | 458 | 381 | 422 | -7,9% | 30 - 40 | 760 | 486 | 456 | -40,0% |
| 40 - 50 | 503 | 500 | 542 | 7,8% | 40 - 50 | 713 | 742 | 737 | 3,4% |
| 50 - 60 | 310 | 335 | 392 | 26,5% | 50 - 60 | 264 | 324 | 473 | 79,2% |
| > 60 | 82 | 108 | 169 | 106,1% | > 60 | 67 | 73 | 120 | 79,1% |
| Nord-est | 785 | 890 | 1.100 | 40,1% | Isole | 1.109 | 1.000 | 989 | -10,8% |
| < 30 | 83 | 100 | 145 | 74,7% | < 30 | 117 | 80 | 79 | -32,5% |
| 30 - 40 | 225 | 248 | 287 | 27,6% | 30 - 40 | 399 | 330 | 235 | -41,1% |
| 40 - 50 | 252 | 281 | 363 | 44,0% | 40 - 50 | 390 | 371 | 362 | -7,2% |
| 50 - 60 | 168 | 202 | 221 | 31,5% | 50 - 60 | 165 | 181 | 240 | 45,5% |
| > 60 | 57 | 59 | 84 | 47,4% | > 60 | 38 | 38 | 73 | 92,1% |
| Centro | 1.565 | 1.438 | 1.590 | 1,6% | Totale | 6.984 | 6.572 | 7.434 | 6,4% |
| < 30 | 150 | 136 | 175 | 16,7% | < 30 | 718 | 611 | 843 | 17,4% |
| 30 - 40 | 537 | 388 | 396 | -26,3% | 30 - 40 | 2.379 | 1.833 | 1.796 | -24,5% |
| 40 - 50 | 530 | 510 | 515 | -2,8% | 40 - 50 | 2.388 | 2.404 | 2.519 | 5,5% |
| 50 - 60 | 264 | 311 | 384 | 45,5% | 50 - 60 | 1.171 | 1.353 | 1.710 | 46,0% |
| > 60 | 84 | 93 | 120 | 42,9% | > 60 | 328 | 371 | 566 | 72,6% |

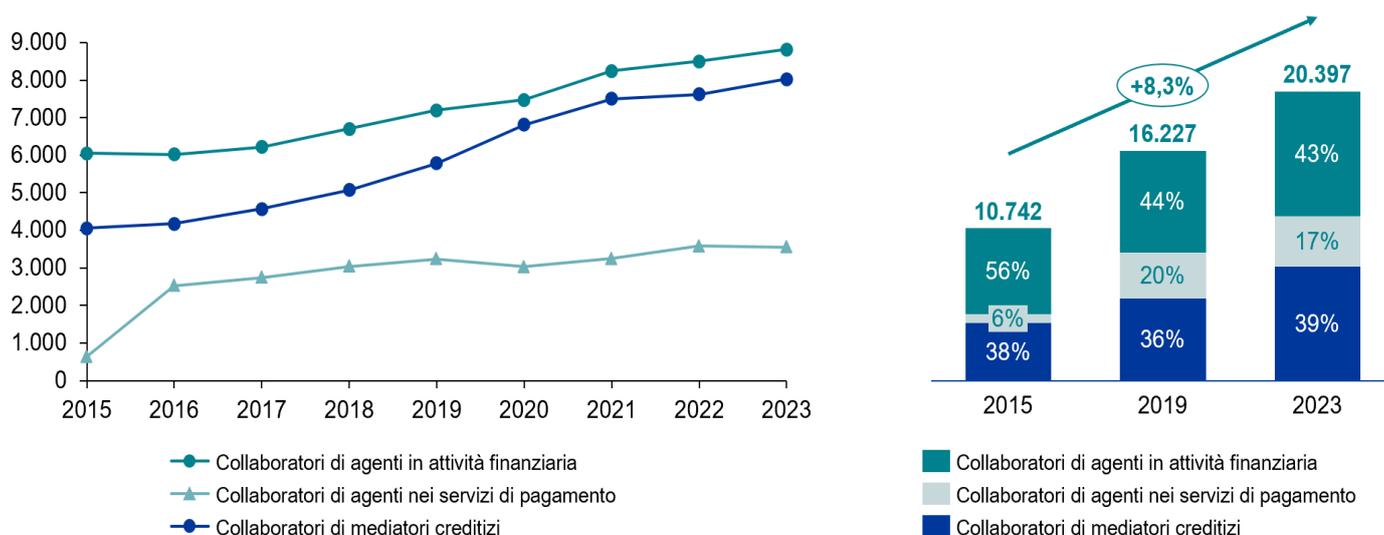
Solo al Nord, la crescita dell'incidenza degli over60 è compensata da un ricambio generazionale dato dalla crescita anche degli under30

Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

Con uno sguardo all'andamento delle reti distributive di agenti e mediatori, nel medesimo periodo analizzato (2015 – 2023), il numero di collaboratori è risultato significativamente aumentato per tutte le tipologie di professionisti del credito. In particolare:

- i collaboratori degli AAF sono passati da #6.049 al 2015 a #8.818 al 2023, mostrando una crescita percentuale pari al 45,8%;
- i collaboratori degli ASP sono passati da #639 al 2015 a #3.552, evidenziando una crescita superiore al 100%;
- i collaboratori dei mediatori creditizi sono passati da #4.054 del 2015 a #8.027 del 2023, con una crescita del 98%.

Figura 15 - Breakdown collaboratori di agenti e mediatori 2015 - 2023



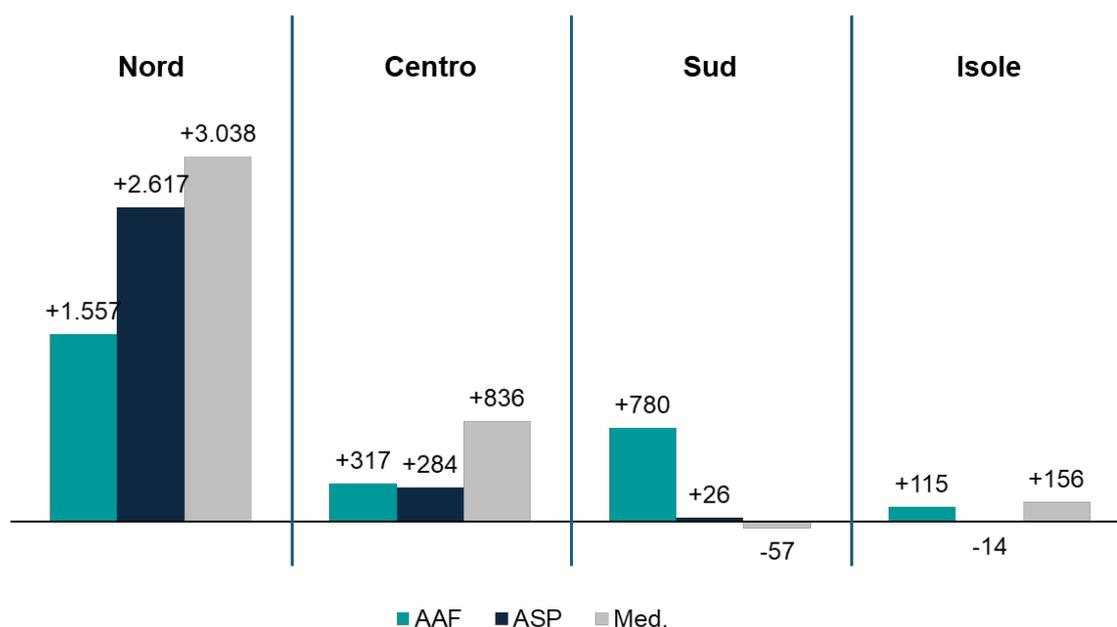
Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

I collaboratori hanno registrato crescite significative negli ultimi 8 anni (circa 90%): i collaboratori di ASP mostrano i livelli di crescita superiori, in particolare tra il 2015 e il 2016, mentre i collaboratori di AAF e mediatori sono cresciuti più costantemente

Rispetto invece alle singole aree geografiche, l'andamento del numero di collaboratori, come per gli agenti e mediatori, mostra tendenze divergenti tra quelli riferiti a professionisti del credito residenti al Nord e quelli al Sud Italia. In particolare, rispetto alla complessiva crescita percentuale dell'89,9% (+9.655 collaboratori tra il 2015 e il 2023):

- la crescita è stata focalizzata negli agenti e mediatori residenti al Nord Italia (+131,2%, per 7.212 nuovi iscritti rispetto al 2015), soprattutto in relazione agli ASP e mediatori;
- nel Centro si è registrata una crescita rilevante, maggiormente focalizzata su collaboratori di mediatori (+836);
- nel Sud, invece, le crescite sono afferenti agli AAF residenti, a fronte di una riduzione di collaboratori di mediatori;
- nelle Isole, infine, si è assistito a una crescita dei collaboratori di Mediatori creditizi e di AAF a fronte di una diminuzione dei collaboratori di ASP.

Figura 16 - Andamento #collaboratori tra il 2015 - 2023



| | #Collaboratori | | | | #Collaboratori | | | | #Collaboratori | | | |
|---------------|----------------|--------------|--------------|---------------|---------------------|----------------|---------------|---------------|-------------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2023 | | | | Delta % 2015 - 2023 | | | | Delta 2015 - 2023 | | | |
| | AAF | ASP | Med. | Totale | AAF | ASP | Med. | Totale | AAF | ASP | Med. | Totale |
| Nord | 3.886 | 2.801 | 6.021 | 12.708 | +66,9% | +1422,3% | +101,8% | +131,2% | +1.557 | +2.617 | +3.038 | +7.212 |
| Centro | 1.736 | 622 | 1.617 | 3.975 | +22,3% | +84,0% | +107,0% | +56,6% | +317 | +284 | +836 | +1.437 |
| Sud | 2.176 | 105 | 179 | 2.460 | +55,9% | +32,9% | -24,2% | +43,8% | +780 | +26 | -57 | +749 |
| Isole | 1.020 | 24 | 210 | 1.254 | +12,7% | -36,8% | +288,9% | +25,8% | +115 | -14 | +156 | +257 |
| Totale | 8.818 | 3.552 | 8.027 | 20.397 | +45,8% | +455,9% | +98,0% | +89,9% | +2.769 | +2.913 | +3.973 | +9.655 |

Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

Con riferimento alle singole regioni:

- in termini di AAF, le maggiori crescite si sono registrate in relazione a professionisti residenti in Piemonte, Lombardia, Liguria, Campania, Puglia, Calabria e Sardegna, mentre si è registrata una forte riduzione in relazione a agenti residenti in Emilia-Romagna e Abruzzo;
- in termini di ASP, le maggiori crescite si sono registrate in relazione ad agenti residenti in Lombardia, Veneto e Lazio, mentre le principali riduzioni si osservano in Liguria, Umbria e Sicilia;
- in termini di mediatori creditizi, crescite interessanti in relazione a mediatori residenti in Lombardia, Liguria, Lazio e Sardegna a fronte di riduzioni di rilievo in Umbria e Puglia.

Figura 17 – Evoluzione collaboratori per area geografica 2015 - 2023

| | #Collaboratori 2023 | | | | #Collaboratori Delta % 2015 - 2023 | | | | #Collaboratori Delta 2015 - 2023 | | | |
|-----------------------|------------------------|--------------|--------------|---------------|---------------------------------------|-----------------|----------------|----------------|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | AAF | ASP | Med. | Totale | AAF | ASP | Med. | Totale | AAF | ASP | Med. | Totale |
| Nord | 3.886 | 2.801 | 6.021 | 12.708 | +66,9% | +1422,3% | +101,8% | +131,2% | +1.557 | +2.617 | +3.038 | +7.212 |
| Nord-ovest | 2.831 | 2.619 | 5.619 | 11.069 | +134,0% | +1811,7% | +115,0% | +179,5% | +1.621 | +2.482 | +3.006 | +7.109 |
| Piemonte | 684 | 46 | 228 | 958 | +101,2% | +109,1% | +81,0% | +96,3% | +344 | +24 | +102 | +470 |
| Lombardia | 1.929 | 2.553 | 4.793 | 9.275 | +145,7% | +4458,9% | +100,5% | +187,0% | +1.144 | +2.497 | +2.402 | +6.043 |
| Liguria | 218 | 20 | 598 | 836 | +156,5% | -66,1% | +522,9% | +248,3% | +133 | -39 | +502 | +596 |
| Valle d'Aosta | - | - | - | - | -- | -- | -- | -- | - | - | - | - |
| Nord-est | 1.055 | 182 | 402 | 1.639 | -5,7% | +287,2% | +8,6% | +6,7% | -64 | +135 | +32 | +103 |
| Emilia Romagna | 292 | 46 | 47 | 385 | -43,7% | +76,9% | -29,9% | -37,1% | -227 | +20 | -20 | -227 |
| Trentino-Alto Adige | 27 | 10 | 1 | 38 | -3,6% | +900,0% | -92,9% | -11,6% | -1 | +9 | -13 | -5 |
| Veneto | 656 | 118 | 354 | 1.128 | +21,7% | +686,7% | +22,5% | +33,8% | +117 | +103 | +65 | +285 |
| Friuli Venezia Giulia | 80 | 8 | - | 88 | +142,4% | +60,0% | -- | +131,6% | +47 | +3 | - | +50 |
| Centro | 1.736 | 622 | 1.617 | 3.975 | +22,3% | +84,0% | +107,0% | +56,6% | +317 | +284 | +836 | +1.437 |
| Lazio | 1.178 | 535 | 1.484 | 3.197 | +17,9% | +101,1% | +128,3% | +66,9% | +179 | +269 | +834 | +1.282 |
| Marche | 70 | 7 | 24 | 101 | +4,5% | +75,0% | +50,0% | +16,1% | +3 | +3 | +8 | +14 |
| Toscana | 400 | 73 | 103 | 576 | +39,4% | +32,7% | +4,0% | +30,6% | +113 | +18 | +4 | +135 |
| Umbria | 88 | 7 | 6 | 101 | +33,3% | -46,2% | -62,5% | +6,3% | +22 | -6 | -10 | +6 |
| Sud | 2.176 | 105 | 179 | 2.460 | +55,9% | +32,9% | -24,2% | +43,8% | +780 | +26 | -57 | +749 |
| Abruzzo | 156 | 2 | 10 | 168 | -20,8% | +100,0% | -- | -19,2% | -41 | +1 | - | -40 |
| Molise | 176 | 2 | 6 | 184 | +147,9% | -33,3% | +500,0% | +145,3% | +105 | -1 | +5 | +109 |
| Campania | 912 | 50 | 134 | 1.096 | +47,8% | +2,0% | -- | +37,0% | +295 | +1 | - | +296 |
| Puglia | 516 | 43 | 28 | 587 | +83,6% | +152,9% | -62,2% | +57,8% | +235 | +26 | -46 | +215 |
| Basilicata | 53 | - | - | 53 | +55,9% | -- | -100,0% | +26,2% | +19 | - | -8 | +11 |
| Calabria | 363 | 8 | 1 | 372 | +85,2% | -11,1% | -88,9% | +73,8% | +167 | -1 | -8 | +158 |
| Isole | 1.020 | 24 | 210 | 1.254 | +12,7% | -36,8% | +288,9% | +25,8% | +115 | -14 | +156 | +257 |
| Sicilia | 793 | 14 | 39 | 846 | +2,6% | -51,7% | +62,5% | +2,4% | +20 | -15 | +15 | +20 |
| Sardegna | 227 | 10 | 171 | 408 | +72,0% | +11,1% | +470,0% | +138,6% | +95 | +1 | +141 | +237 |
| Totale | 8.818 | 3.552 | 8.027 | 20.397 | +45,8% | +455,9% | +98,0% | +89,9% | +2.769 | +2.913 | +3.973 | +9.655 |

L'evoluzione della distribuzione territoriale degli agenti e dei mediatori sopra analizzata suggerisce le seguenti chiavi di lettura:

- gli agenti, più che basare la propria crescita definendo e intraprendendo percorsi di allargamento del proprio raggio d'azione, hanno
 - rafforzato il proprio posizionamento nelle aree di storico insediamento, indipendentemente dalle caratteristiche socio-economiche dei singoli territori...

- ...seguendo una logica commerciale, ovvero “ancorando” le proprie scelte a quelle del proprio portafoglio clienti...
 - ...facendo leva e consolidando gli avviamenti relazionali acquisiti nel tempo in tali territori, in un quadro generale di rispondenza rispetto alle strategie di rafforzamento e specializzazione dei canali distributivi delle mandanti...
 - ...nonché, laddove possibile e in determinate aree geografiche, andando a colmare spazi di mercato emersi a esito dei processi di razionalizzazione delle filiali fisiche bancarie.
- I mediatori, con particolare riferimento a quelli di più grandi dimensioni, invece,
 - da un lato, hanno seguito una generale strategia di ampliamento della presenza territoriale nonché della portata distributiva...
 - ...e, dall’altro però, hanno focalizzato le proprie strategie di crescita, facendosi guidare dagli epicentri di “offerta del credito” nazionali, concentrati nelle aree a maggior potenziale del Paese (su tutte, la Lombardia)...
 - ...nell’ottica di dotarsi di basi operative e direzionali in territori caratterizzati da una crescente e spiccata cultura finanziaria-imprenditoriale e di qualificati fattori produttivi (e.g. competenze e specializzazione)...
 - ...oltre che di maggior potenzialità sotto il profilo commerciale...
 - ...anche attraendo, progressivamente, reti minori di collaboratori, anche agenziali.

2.1.3 Morfologia societaria degli agenti e mediatori in Italia

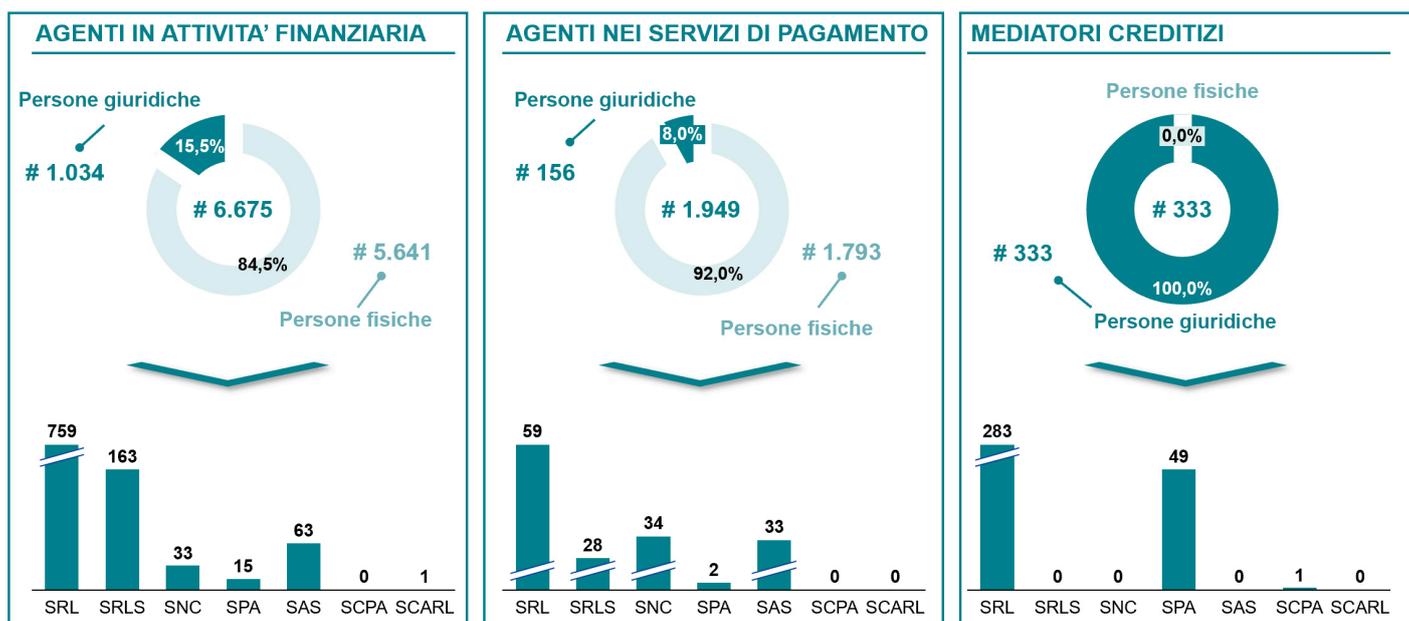
Al 2023 il totale delle persone giuridiche è pari al 17,0% del totale. In particolare, osservando distintamente le tipologie di professionisti del credito, gli AAF persone giuridiche rappresentano il 15,5% del totale, mentre gli ASP persone giuridiche pesano l’8%.

In termini di forme societarie, i professionisti persone giuridiche si distinguono in:

- con riferimento agli AAF, società a responsabilità limitata (tradizionale e semplificata) per l’89,2%, società in accomandita semplice per il 6,1%, società in nome collettivo per il 3,2% e, infine, società per azioni per l’1,5%;

- con riferimento agli ASP, società a responsabilità limitata per il 55,8%, società in nome collettivo per il 21,8%, società in accomandita semplice per il 21,2% e società per azioni per il 1,3% del totale;
- con riferimento ai mediatori creditizi, società a responsabilità limitata per l'85,0%, società per azioni per il 14,7% e società consortile per azioni in un unico caso.

Figura 18 – La distribuzione societaria degli agenti e mediatori persone giuridiche



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

La forma societaria "SRL" risulta quella maggiormente selezionata per la costituzione di società di agenzia e di mediazione, seguita al secondo posto dalle SPA

In termini di compagine societaria, sono stati analizzati i *Top 10 AAF* per classe dimensionale.

In particolare, delle *Top 10* società AAF, #4 società presentano nel proprio azionariato quote rilevanti di intermediari finanziari ex. Art. 106 TUB o operatori bancari. Con riferimento a tali 4 società, l'ingresso di soggetti bancari e finanziari nel capitale è avvenuto recentemente (tra il 2013 e il 2021) con lo scopo di rafforzare il rapporto mandante-agente e dare maggior impulso agli obiettivi di (i) espansione della portata distributiva, (ii) potenziamento della capacità commerciale e (iii) efficientamento di costi distributivi fissi.

L'ingresso delle mandanti nel capitale sociale delle società di agenzia mandatarie conferma il *trend* di crescente interessamento verso tale modello distributivo, concorrendo alla determinazione delle strategie di presidio territoriale dei gruppi bancari.

2.2 PERFORMANCE ANDAMENTALI DEI MANDATI AGENZIALI

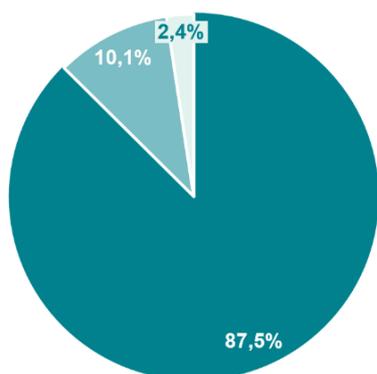
2.2.1 Focus sul numero di mandati degli agenti

Al 2023, la maggior parte degli AAF iscritti presenta relazioni di tipo monomandatarie³, mentre gli ASP prediligono rapporti con più di 2 mandati.

Figura 19 - Distribuzione agenti per numero di mandati

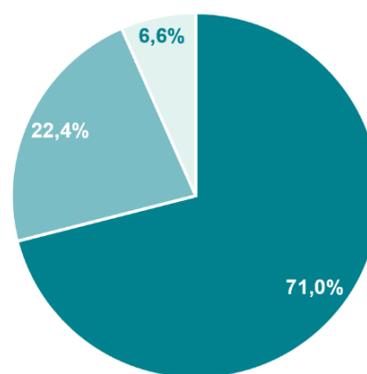
AGENTI IN ATTIVITÀ FINANZIARIA OPERATIVI AL 2023

■ Monomandati ■ 2 Mandati ■ > 2 mandati



AGENTI NEI SERVIZI DI PAGAMENTO OPERATIVI AL 2023

■ Monomandati ■ 2 Mandati ■ > 2 mandati



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

2.2.2 I comparti di riferimento e distribuzione dei prodotti offerti

Al fine di analizzare l'andamento dei comparti di riferimento del settore degli agenti e dei mediatori in Italia, è stato preso in esame il numero di mandati ottenuti da parte degli AAF e ASP in Italia dal 2015 al 2023. A fini esclusivamente rappresentativi, i

³ Gli agenti in attività finanziaria possono svolgere l'attività su mandato di un solo intermediario o di più intermediari appartenenti al medesimo gruppo. Le norme prevedono comunque che, in determinati casi, l'agente possa assumere due ulteriori mandati. (cfr. art.128-quater, comma 4, del TUB)

Tale limitazione non si applica agli agenti nei servizi di pagamento. (cfr. art. 128-quater, comma 6, del TUB)



prodotti oggetto di mandato sono stati inoltre segmentati in 7 cluster: (i) mutui, (ii) *personal finance*, (iii) *leasing*, (iv) *factoring*, (v) garanzie, (vi) servizi di pagamento (o “pagamento”) e (vii) altro (contenente i prodotti relativi al “credito revolving” e alla “ristrutturazione dei crediti”).

Figura 20 - Clusterizzazione prodotti OAM

| Attività di finanziamento | | Attività di finanziamento | |
|--|------------------|--|------------------|
| Prodotti OAM | Clusterizzazione | Prodotti OAM | Clusterizzazione |
| Mutui | Mutui | Credito finalizzato | Personal Finance |
| Cessioni del V dello stipendio/pensione e delegazioni di pagamento | Personal Finance | Prestito su pegno | Personal Finance |
| Factoring crediti | Factoring | Rilascio di fidejussioni e garanzie | Garanzie |
| Acquisto di crediti | Personal Finance | Garanzia collettiva dei fidi | Garanzie |
| Leasing autoveicoli e aeronavali | Leasing | Anticipi e sconti commerciali | Factoring |
| Leasing immobiliare | Leasing | Credito revolving | Altro |
| Leasing strumentale | Leasing | Ristrutturazione dei crediti (art. 128-quater decies, del TUB) | Altro |
| Leasing su fonti rinnovabili ed altre tipologie di investimento | Leasing | Money transfer | Pagamento |
| Aperture di credito in conto corrente | Personal Finance | Carte di credito, di debito e Fidelity card | Pagamento |
| Credito personale | Personal Finance | Incasso e trasferimento fondi ed altri servizi di pagamento | Pagamento |

Fonte: Prometeia

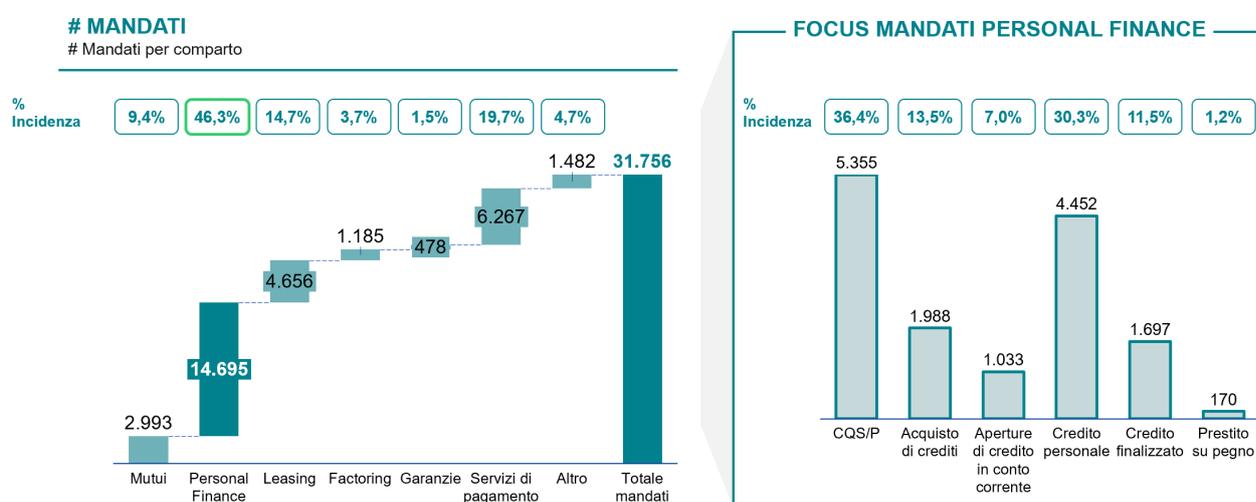
Al 2023, il numero complessivo di mandati ammonta a #31.756 di cui:

- il 46,3% riferiti al comparto della *personal finance* (#14.695)
- il 19,7% riferiti al comparto dei servizi di pagamento (#6.267);
- il 18,4% riferiti ai comparti del *leasing* e del *factoring* (#5.841);

- il 9,4% riferiti al comparto dei mutui (#2.993);
- il 4,7% riferiti ad altro (#1.482);
- l'1,5% riferiti al comparto delle garanzie (#478).

Data l'elevata incidenza della *personal finance* sul totale dei mandati, si riporta inoltre il *breakdown* del numero di mandati per relativi prodotti. In particolare, è possibile notare che la maggior parte dei mandati è relativa al prodotto della cessione del quinto / pensione (36,4%) e ai prodotti di credito personale / finalizzato (41,8%).

Figura 21 - Breakdown mandati per comparto al 2023



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

Quasi il 50% dei mandati corrisponde al comparto della *personal finance*, in particolare rappresentati dai mandati per CQS/P e per prestiti personali / finalizzati

In termini geografici, i mandati sui comparti mutui, *personal finance* e *leasing* mostrano una distribuzione regionale sostanzialmente allineata. In particolare, per i tre comparti analizzati, i livelli di concentrazione più elevati si registrano in Lombardia, Lazio, Campania e in Sicilia, analogamente alla distribuzione degli AAF.

Figura 22 - Distribuzione mandati mutui, personal finance e leasing al 2023



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

Tale distribuzione si osserva anche in relazione ai comparti del *factoring*, delle garanzie e dei servizi di pagamento.

Figura 23 – Distribuzione mandati factoring, garanzie e servizi di pagamento al 2023



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

In termini storici, tra il 2015 e il 2023 si osserva che, ad esclusione del comparto delle garanzie e della voce “altro”, tutti i settori mostrano significativi tassi di crescita. In particolare, in ordine decrescente:

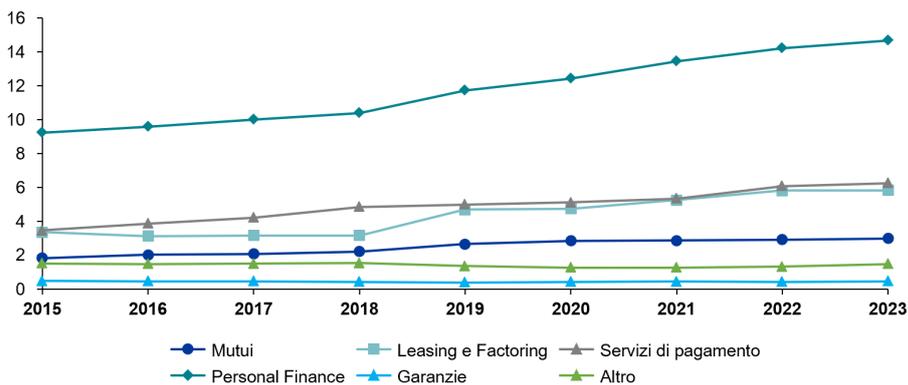
- i servizi di pagamento hanno registrato una crescita dell'81,0%.
- i mandati per i comparti del *leasing* e del *factoring* sono cresciuti del 73,9%;

- i mandati per mutui sono cresciuti del 62,1%;
- i mandati della *personal finance*, invece, sono cresciuti del 58,8%, in quanto già molto numerosi nel 2015.

Figura 24 - Breakdown mandati per comparto 2015 – 2023

BREAKDOWN MANDATI PER COMPARTO 2015 - 2023

Migliaia di unità



Delta % 2015 - 2023

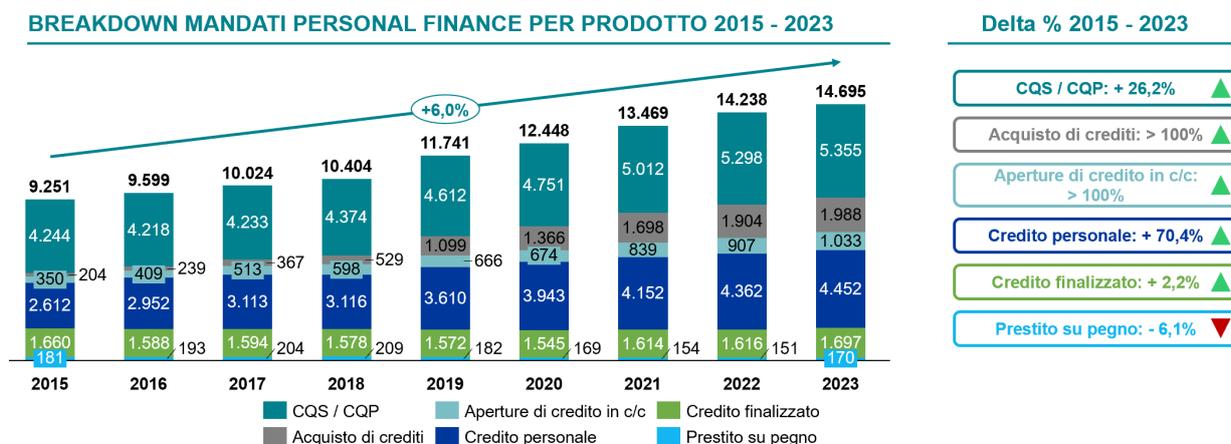
| | |
|------------------------------|---|
| Personal Finance: + 58,8% | ▲ |
| Pagamento: + 81,0% | ▲ |
| Leasing & Factoring: + 73,9% | ▲ |
| Mutui: + 62,1% | ▲ |
| Altro: - 2,6% | ▼ |
| Garanzie: - 3,2% | ▼ |

Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

Ad eccezione dei comparti delle garanzie (in sostanziale stabilità) e “altro”, tutti i comparti hanno registrato crescita significative, aumentando di almeno il 50% il numero dei mandati

Il comparto della *personal finance*, come anticipato il maggiore in termini di incidenza del totale mandati, tra il 2015 e il 2023 ha registrato importanti crescite soprattutto in relazione al prodotto della cessione del quinto e al credito personale / finalizzato.

Figura 25 - Breakdown mandati personal finance per prodotto 2015 – 2023



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

In generale, il Nord-est è l'area geografica che ha registrato le maggiori crescite (+100% tra il 2015 e il 2023). In termini di singolo comparto:

- con riferimento al comparto dei mutui, le crescite maggiori dei mandati si sono registrate al Nord-est (>100%), con il Sud che mantiene comunque la maggior incidenza di mandati (circa il 30%);
- anche con riferimento al comparto della *personal finance*, le crescite maggiori dei mandati si sono registrate al Nord-est (>100%), con il Sud che mantiene anche in questo comparto, comunque, la maggior incidenza di mandati (circa il 32%);
- nel comparto del *leasing*, le crescite maggiori dei mandati si sono registrate nelle Isole (>100%) e al Sud (>100%), con il Sud che presenta la maggior incidenza di mandati (circa il 29%);
- anche con riferimento al comparto del *factoring*, le crescite maggiori dei mandati si sono registrate al Nord-est (>100%), con il Sud che mantiene anche in questo comparto, comunque, la maggior incidenza di mandati (circa il 33%);
- con riferimento al comparto delle garanzie, complessivamente in lieve flessione tra il 2015 e 2023 (meno #16 mandati), al Sud si sono registrate lievi crescite (+39,6%), e si è concentrato il maggior numero di mandati (circa il 31%);

- con riferimento, infine, al comparto dei servizi di pagamento, le crescite maggiori dei mandati si sono registrate al Nord-est (>100%), con il Nord-ovest e il Centro che mantengono la maggior incidenza di mandati (circa il 24% ciascuna).

Figura 26 - Breakdown mandati per comparto e area geografica 2015, 2019, 2023

| # Mandati | | | | | # Mandati | | | | |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| # | 2015 | 2019 | 2023 | Delta % | # | 2015 | 2019 | 2023 | Delta % |
| Nord-ovest | 4.402 | 5.486 | 6.758 | 53,5% | Sud | 5.570 | 7.110 | 9.453 | 69,7% |
| Mutui | 354 | 542 | 598 | 68,9% | Mutui | 585 | 768 | 902 | 54,2% |
| Personal Finance | 1.845 | 2.389 | 3.024 | 63,9% | Personal Finance | 2.873 | 3.479 | 4.694 | 63,4% |
| Leasing | 952 | 1.000 | 1.059 | 11,2% | Leasing | 603 | 993 | 1.342 | 122,6% |
| Factoring | 27 | 110 | 214 | 692,6% | Factoring | 54 | 178 | 388 | 618,5% |
| Garanzie | 117 | 81 | 92 | -21,4% | Garanzie | 106 | 87 | 148 | 39,6% |
| Servizi di pagamento | 776 | 1.078 | 1.484 | 91,2% | Servizi di pagamento | 944 | 1.210 | 1.495 | 58,4% |
| Altro | 331 | 286 | 287 | -13,3% | Altro | 405 | 395 | 484 | 19,5% |
| Nord-est | 2.220 | 3.596 | 4.446 | 100,3% | Isole | 3.072 | 4.060 | 4.597 | 49,6% |
| Mutui | 166 | 341 | 400 | 141,0% | Mutui | 289 | 425 | 472 | 63,3% |
| Personal Finance | 844 | 1.456 | 1.779 | 110,8% | Personal Finance | 1.638 | 1.984 | 2.266 | 38,3% |
| Leasing | 551 | 695 | 745 | 35,2% | Leasing | 270 | 514 | 617 | 128,5% |
| Factoring | 18 | 101 | 172 | 855,6% | Factoring | 40 | 135 | 191 | 377,5% |
| Garanzie | 64 | 59 | 55 | -14,1% | Garanzie | 95 | 80 | 79 | -16,8% |
| Servizi di pagamento | 401 | 728 | 1.069 | 166,6% | Servizi di pagamento | 479 | 703 | 741 | 54,7% |
| Altro | 176 | 216 | 226 | 28,4% | Altro | 261 | 219 | 231 | -11,5% |
| Centro | 4.670 | 5.615 | 6.502 | 39,2% | Totale | 19.934 | 25.867 | 31.756 | 59,3% |
| Mutui | 452 | 584 | 621 | 37,4% | Mutui | 1.846 | 2.660 | 2.993 | 62,1% |
| Personal Finance | 2.051 | 2.433 | 2.932 | 43,0% | Personal Finance | 9.251 | 11.741 | 14.695 | 58,8% |
| Leasing | 788 | 859 | 893 | 13,3% | Leasing | 3.164 | 4.061 | 4.656 | 47,2% |
| Factoring | 56 | 120 | 220 | 292,9% | Factoring | 195 | 644 | 1.185 | 507,7% |
| Garanzie | 112 | 95 | 104 | -7,1% | Garanzie | 494 | 402 | 478 | -3,2% |
| Servizi di pagamento | 862 | 1.276 | 1.478 | 71,5% | Servizi di pagamento | 3.462 | 4.995 | 6.267 | 81,0% |
| Altro | 349 | 248 | 254 | -27,2% | Altro | 1.522 | 1.364 | 1.482 | -2,6% |

Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM

3. LO SCENARIO DI RIFERIMENTO

3.1 OVERVIEW DELLO SCENARIO

3.1.1 Il quadro macroeconomico di riferimento

La crescita del PIL per il 2023 è stata migliore del previsto, con le revisioni da parte di ISTAT che l'hanno portata all'1% (dallo 0,7% della stima *flash*). La revisione maggiore è stata guidata dagli investimenti, sia privati in opere residenziali che hanno beneficiato degli incentivi del 110% (arrivati a 120 miliardi), sia pubblici. Più crescita si è accompagnata però a un indebitamento delle Amministrazioni Pubbliche maggiore, che si è portato al 7,2% del PIL (dal 5,3% atteso), principalmente per il più alto onere dei bonus edilizi.

Per il 2024 Prometeia conferma un sentiero di ripresa, con un primo semestre ancora cauto e una maggiore crescita nella seconda parte dell'anno. Il trascinarsi positivo del 2023 porta la crescita per il 2024 allo 0,7%.

Complessivamente, nel triennio 2024 – 2026 la crescita del PIL si assesterà su ritmi medi dello 0,8%, ovvero ritmi superiori a quelli prevalenti prima della pandemia grazie al sostegno degli interventi del PNRR.

Il triennio si caratterizzerà per tre fattori: (i) attuazione del PNRR, che sosterrà gli investimenti pubblici e delle imprese; (ii) lo sgonfiamento della bolla negli investimenti residenziali creata dai bonus edilizi; (iii) livelli di propensione al consumo più elevati, a fronte di un reddito disponibile che in termini nominali cresce meno, condizionato dall'inflazione e da politiche fiscali restrittive.

Grazie a proiezioni dell'inflazione che sono state riviste al ribasso per l'eurozona – per il minore contributo della componente energetica e coerentemente con una crescita moderata del PIL – ci si attende che la BCE inizierà a ridurre i tassi di *policy* da giugno 2024. Con una riduzione complessiva sul 2024 pari a 100 punti base, il tasso sui depositi *overnight* arriverebbe al 3% a fine 2024 mentre nel 2025 ci dovrebbero essere altri due interventi che porterebbero il tasso sui depositi al 2,5%.



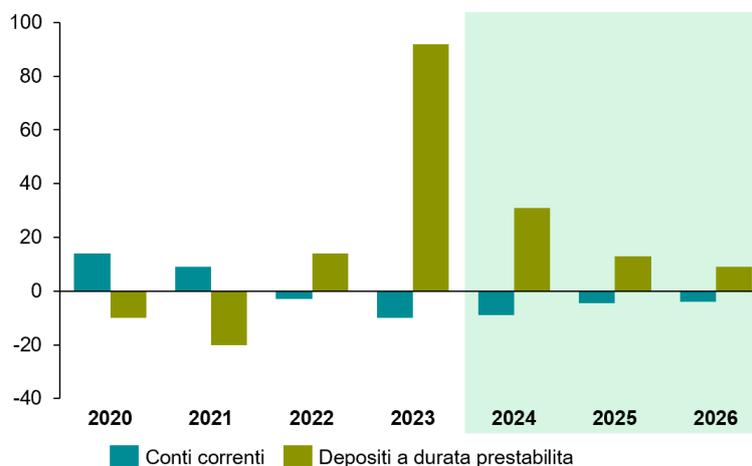
Lo *spread* sui titoli governativi (BTP-Bund) ha continuato a ridursi negli ultimi mesi, probabilmente per effetto della riduzione attesa dei tassi di *policy*. Tuttavia, i vincoli strutturali dell'economia italiana e in particolare il suo elevato debito pubblico rappresentano un elemento di rischio che manterrà i differenziali di rendimento tra BTP e Bund a dieci anni oltre i 140 punti base nel triennio 2024 - 2026.

3.1.2 Lo scenario bancario di riferimento

Con il rallentamento dell'inflazione e i primi tagli di politica monetaria attesi in estate, Prometeia prevede una riduzione dei margini economici dopo i risultati brillanti del 2023, perlopiù a causa della dinamica della forbice bancaria che inizierà a chiudersi dal 2024.

Dopo la ricomposizione della raccolta diretta bancaria dalle componenti più liquide verso componenti a scadenza più lunga osservata nel 2023, si stima che le famiglie continuino a riallocare la loro liquidità verso forme di raccolta a maggior scadenza – e con una remunerazione più elevata rispetto ai conti correnti – e verso i titoli di Stato, grazie a tassi di interesse più alti ed emissioni orientate alla clientela *retail*. Il sistema bancario favorisce questo processo di ricomposizione, anche per mantenere alti gli indicatori di raccolta stabile a fini regolamentari in un contesto in cui il *funding* da BCE (TLTRO) giunge a scadenza. Nel triennio 2024 – 2026 la raccolta diretta continuerà a ridursi, anche se a ritmi meno intensi del 2023, per effetto delle ulteriori uscite dai conti correnti, non completamente compensate dalla crescita dei depositi con durata prestabilita e delle obbligazioni.

Figura 27 - Depositi bancari (tassi di crescita %)



Fonte: Previsioni Prometeia Gennaio 2024 su dati Banca d'Italia, Refinitiv

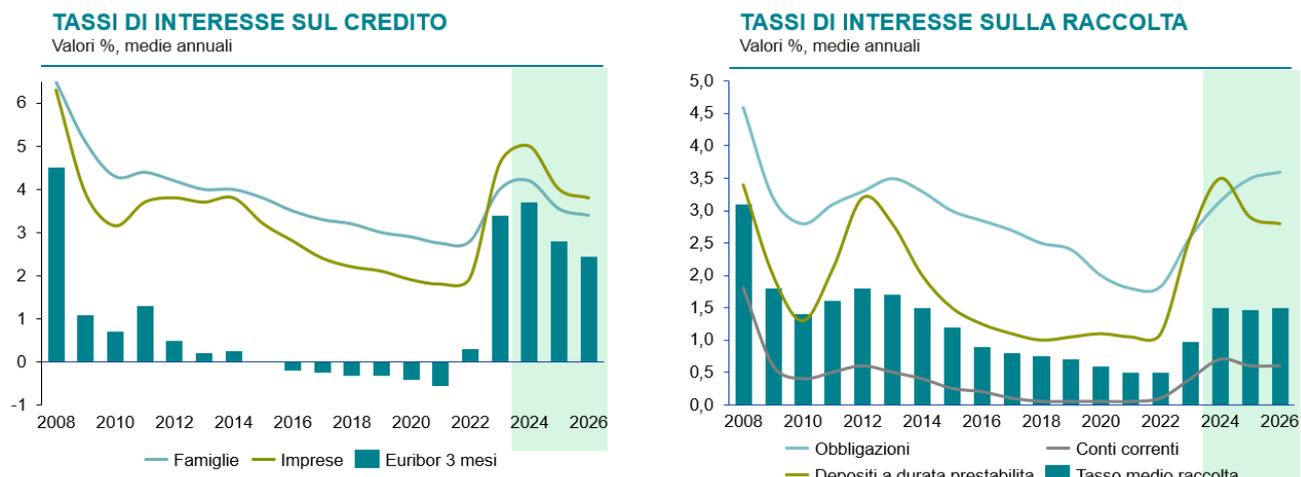
Note: Depositi a durata prestabilita al netto della componente connessa con cartolarizzazioni

Si assisterà quindi ad un aumento del costo della raccolta del settore bancario nonostante uno scenario con tassi di mercato in discesa. Questo porterà a una riduzione della forbice bancaria che sarà parzialmente compensata dalle strategie di copertura dei principali gruppi bancari.

Prometeia conferma inoltre prospettive di tassi di crescita bassi per il credito bancario a famiglie e imprese. In maggior dettaglio, si prevede una ripresa del credito alle famiglie, dopo un punto di minimo toccato nel 2023, ma questa si conferma debole. Ancora più debole l'andamento dei finanziamenti alle società non finanziarie: le imprese continueranno a preferire l'utilizzo di fondi propri, soprattutto per il finanziamento del capitale circolante. Inoltre, per le imprese più grandi, ci si attende una maggiore diversificazione delle fonti di finanziamento con un maggiore ricorso alle emissioni obbligazionarie che possono avere un costo inferiore a quello del credito bancario.

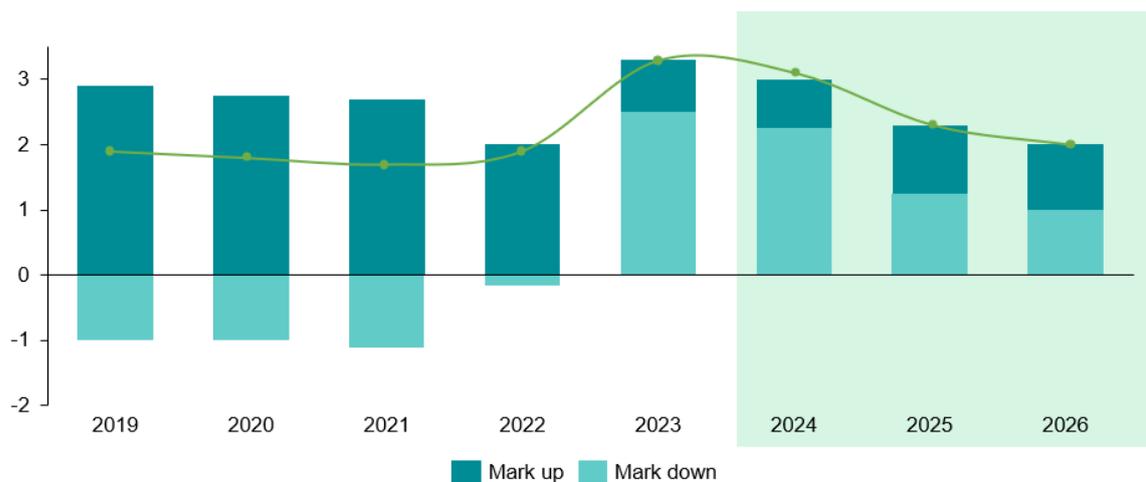
Secondo le stime di Prometeia i tassi d'interesse sui nuovi prestiti aumenteranno ancora in maniera decisa soprattutto nei primi mesi del 2024, a causa di una percezione di rischio crescente da parte delle banche. I tassi sullo *stock* di prestiti a famiglie e imprese, dopo essersi attestati intorno al 4,3% medio nel 2023 raggiungeranno un massimo di 4,8% nei primi sei mesi del 2024 per poi scendere nella seconda parte dell'anno.

Figura 28 - Tassi d'interesse bancari



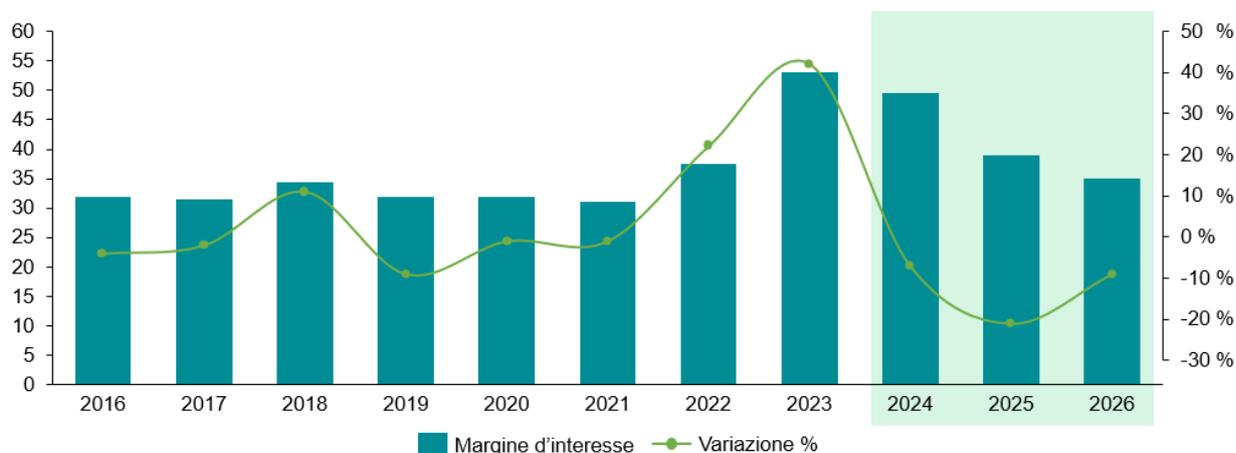
Fonte: Previsioni Prometeia Gennaio 2024 su dati Banca d'Italia, Refinitiv

Figura 29 - Composizione forbice bancaria (valori %)



Fonte: Previsioni Prometeia Gennaio 2024 su dati Banca d'Italia

Figura 30 - Margine d'interesse (€mld e tassi di crescita %)

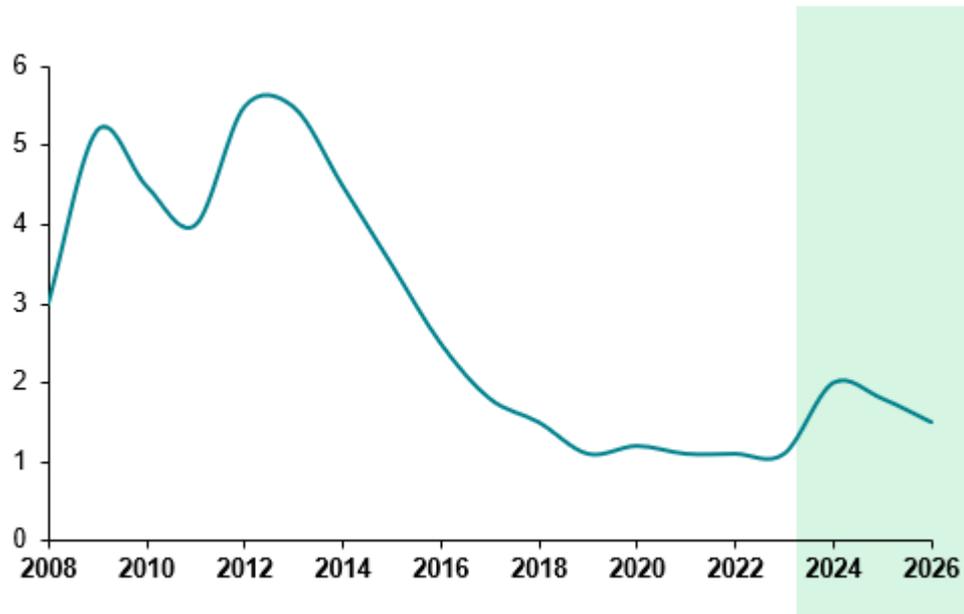


Fonte: Previsioni Prometeia su dati Banca d'Italia

Con lo scenario di tassi e volumi delineato, è attesa una discesa del margine d'interesse per il settore bancario già nel 2024 e che sarà più ampia nel 2025 parzialmente compensata dall'andamento delle commissioni. L'aumento delle commissioni legate alla gestione e all'intermediazione del risparmio sarà più evidente dal 2025 mentre quest'anno risentiranno ancora della preferenza delle famiglie per i titoli pubblici, con una crescita della raccolta amministrata che è caratterizzata da margini unitari ridotti. Un ulteriore contributo alle commissioni nette arriverà dal settore assicurativo di protezione, guidato dalle strategie degli operatori. I servizi di gestione della liquidità rimarranno soggetti a rischi derivanti dall'aumento di quote di mercato degli operatori non bancari.

La qualità del credito bancario evidenzierà un peggioramento soprattutto nei prossimi trimestri. Nonostante la resilienza mostrata finora dal portafoglio crediti all'aumento dei tassi, si prevede una riduzione della capacità di rimborso delle imprese i cui utili dovrebbero ridimensionarsi anche per effetto della minore capacità di trasferire interamente sui prezzi l'aumento dei costi. Si conferma un deterioramento degli indicatori di rischio nel 2024 e 2025 che, tuttavia, il settore bancario dovrebbe essere in grado di gestire piuttosto agevolmente. Il rapporto tra crediti deteriorati e totale crediti (*NPL ratio*) aumenterà poco dai livelli correnti anche grazie al ricorso alle cessioni.

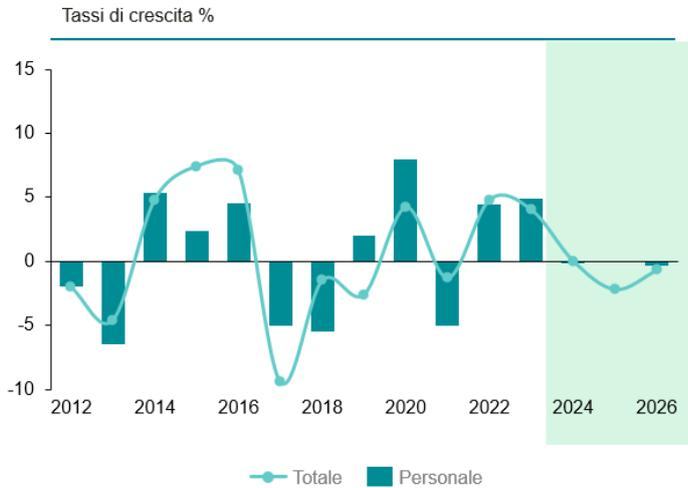
Figura 31 - Tasso di deterioramento sul credito (valori %, calcolati su volumi)



Fonte: Previsioni Prometeia Gennaio 2024 su dati Banca d'Italia

I costi complessivamente faticheranno a scendere. La riduzione dei costi operativi, a partire dal 2025, compenserà almeno in parte l'impatto delle maggiori rettifiche sui bilanci bancari, mentre gli investimenti rimarranno elevati per sostenere la trasformazione del modello di *business* necessaria a contrastare la concorrenza di nuovi operatori, soprattutto su alcune linee di *business*. Anche le spese relative al tema rischio climatico e ESG continueranno a crescere a causa di normative e richieste della supervisione sempre più stringenti.

Figura 32 - Costi operativi



Fonte: Previsioni Prometeia Gennaio 2024 su dati Banca d'Italia

3.1.3 Prospettive dei comparti di riferimento

3.1.3.1 Credito alle famiglie e alle imprese

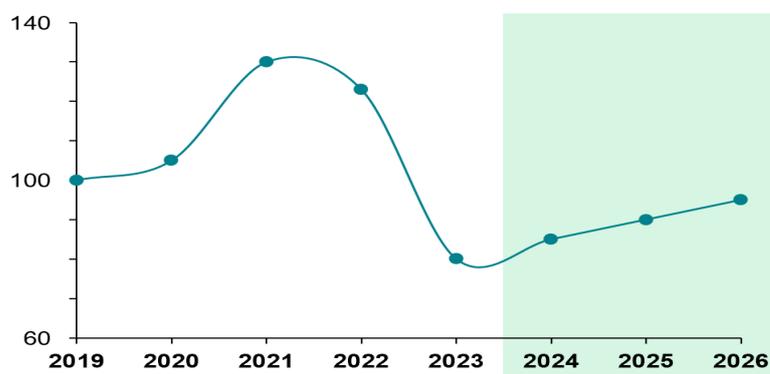
Nel 2023 i prestiti alle famiglie si sono ridotti di circa l'1.3% annuo per la contrazione di tutte le componenti eccetto il credito al consumo. A pesare sull'evoluzione dei finanziamenti finalizzati all'acquisto di abitazione sono stati i tassi di interesse elevati e la debolezza del mercato immobiliare, fattori che hanno pesato sulla domanda di credito.

A partire dal 2024 a sostenere la crescita dei finanziamenti concorrerebbe la riduzione dei tassi di interesse, l'aumento del reddito disponibile in termini reali e l'effetto ricchezza positivo dato dal buon andamento dei mercati. Si stima una crescita media annua dei prestiti alle famiglie attorno all'1.5% nella media del triennio 2024-2026.

Un elemento di supporto alle erogazioni è rappresentato dalle misure inserite nell'ultima legge di bilancio che prorogano per il 2024 le agevolazioni e le garanzie statali dell'80% sui mutui "prima casa" per i giovani *under* 36, le giovani coppie in cui almeno uno dei due richiedenti abbia un'età inferiore a 36 anni e le famiglie monogenitoriali con figli minori⁴. Un ulteriore elemento di sostegno è rappresentato dal mercato dei "mutui *green*".

⁴ In tutti i casi a condizione che l'ISEE non superi 40.000 euro.

Figura 33 – Flussi di prestiti per acquisto abitazioni (2019 = 100)



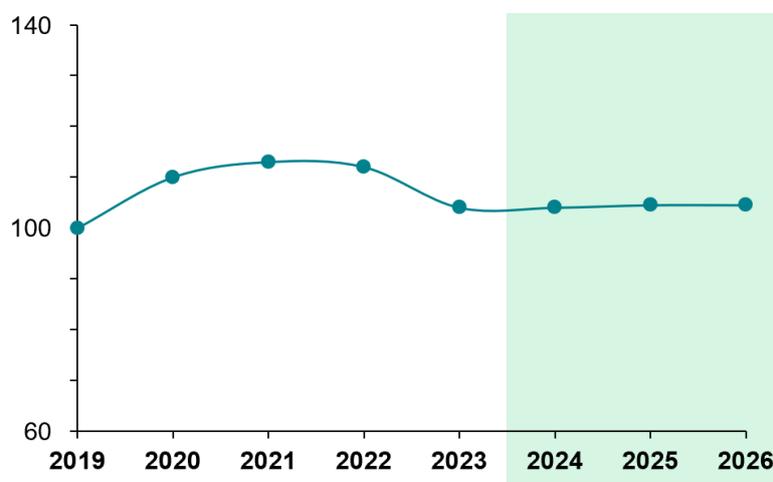
Fonte: Previsioni Prometeia Gennaio 2024 su dati Banca d'Italia

Per il credito alle imprese il 2023 ha rappresentato un anno di decisa riduzione dopo la forte espansione del periodo pandemico. Questo è da ricondursi alle diverse condizioni di domanda e offerta; nello specifico:

- da lato delle imprese, il 2023 è stato ancora un anno di profitti elevati e saldi finanziari record, e ciò ha consentito loro di affrontare l'inasprimento delle condizioni del credito senza limitare l'attività di investimento, potendo contare su abbondanti fondi propri, oltre a fare ricorso a canali alternativi al credito bancario;
- dall'altro, il contesto esterno ha indotto le banche a una contrazione dell'offerta dettata soprattutto da una minor tolleranza al rischio legata all'incertezza della congiuntura economica.

Per il 2024 la caduta degli investimenti in costruzioni e il rallentamento di quelli in macchinari e attrezzature porteranno a un modesto fabbisogno finanziario delle imprese che potrà venire soddisfatto ancora tramite l'utilizzo della liquidità accumulata. Tuttavia i prestiti alle imprese potranno evidenziare una crescita sostanzialmente nulla che riflette anche un aumento delle emissioni di titolo di debito per le imprese di maggiori dimensioni e dei finanziamenti per le altre società finanziarie. Dal 2025 tassi di interesse più bassi favoriranno una maggiore domanda di finanziamenti bancari.

Figura 34 – Stock di credito alle imprese (2019 = 100)



Fonte: Previsioni Prometeia Gennaio 2024 su dati Banca d'Italia

3.1.3.2 Credito al consumo

Il credito al consumo è l'unico segmento del credito alle famiglie che è cresciuto nel 2023, pur evidenziando un rallentamento dei flussi rispetto al 2022.

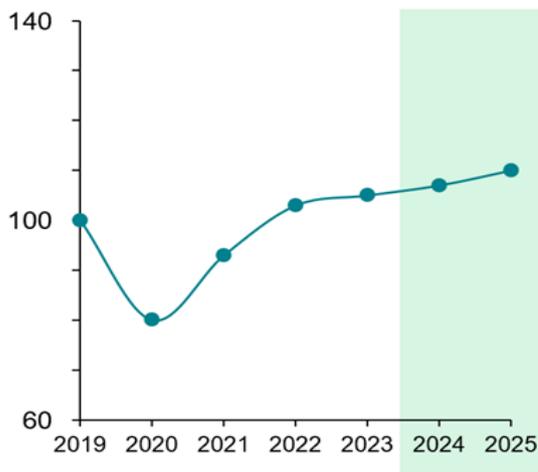
Nell'anno in corso la fragilità del contesto esterno, il rallentamento dei consumi e gli elevati tassi d'interesse condizioneranno ancora le erogazioni di credito al consumo. Nel 2025-26 i flussi di credito al consumo torneranno a crescere a ritmi più sostenuti grazie al consolidamento della crescita del reddito disponibile in termini reali e al graduale rientro dei tassi di interesse favorito da una politica monetaria più espansiva. Resteranno tuttavia differenze significative tra i prodotti.

Nel 2024 la crescita del mercato sarà guidata dal finalizzato, con particolare riferimento all'acquisto auto/moto che sarà anche sostenuto da incentivi volti all'efficientamento del parco auto. Al contrario, i prestiti personali saranno caratterizzati ancora da qualche "difficoltà", assestandosi su valori poco superiori rispetto a quelli del 2023, ancora condizionati dalla debolezza della domanda e dall'offerta attenta alla solvibilità del prestatore, specie in tale comparto tipicamente più rischioso. Dal 2025, comunque, il settore tornerà ad espandersi in misura marcata con il consolidamento della crescita economica, in un contesto di rischiosità del credito in diminuzione.

Il segmento della CQS/P, invece, è atteso in crescita nel 2024; la garanzia derivante dalla copertura assicurativa e il minor assorbimento di capitale previsto dalla normativa dovrebbero favorire il prodotto in un momento di cautela da parte degli operatori alla luce delle attese di peggioramento della rischiosità.

Resteranno fondamentali per il settore bancario gli investimenti in tecnologia, soprattutto in un contesto in rapida trasformazione, anche per effetto di elevati livelli di competizione. Per l'espansione del mercato sarà necessario puntare sullo sviluppo di prodotti che incentivino l'acquisto di beni ad alta efficienza energetica, anche prevedendo scontistiche sul tasso applicato.

Figura 35 - Erogazioni credito al consumo (2019=100)



Fonte: previsioni Prometeia su dati Assofin e Crif, Osservatorio Credito al dettaglio Dicembre 2023

3.1.3.3 Leasing

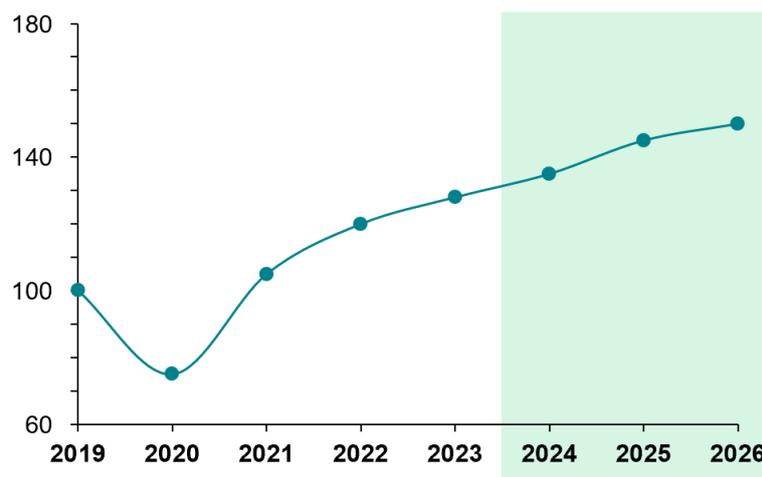
Il mercato del *leasing* ha continuato a crescere nel 2023, trainato principalmente dal comparto del targato e dal noleggio a lungo termine; i volumi di stipulato auto hanno raggiunto oltre il 60% dei volumi complessivi. Lo strumentale, invece, ha mostrato qualche criticità registrando una contrazione, principalmente per la rimodulazione degli incentivi che avevano sostenuto gli investimenti negli ultimi anni (ex

iperammortamento e superammortamento). L'immobiliare ha registrato, al contrario, una crescita (seppur debole).

Al 2024 si prospetta ancora un trend crescente del leasing, guidato dalla buona tenuta degli investimenti in impianti macchinari e mezzi di trasporto, sostenuti ancora una volta dalla componente auto. Il mercato sarà inoltre favorito dalla Nuova Sabatini, rifinanziata dalla nuova Legge di Bilancio 2024.

Per il biennio 2025 – 2026, l'espansione dello stipulato si consoliderà su tassi di crescita sostenuti, in linea con l'andamento degli investimenti che godranno del contributo addizionale del PNRR, più marcato nel 2025, e dall'ulteriore effetto espansivo rappresentato dalla riduzione dei tassi.

Figura 36 – Stipulato *leasing* (2019=100)



Fonte: Previsioni Prometeia su dati Assilea Gennaio 2024

3.1.3.4 Factoring

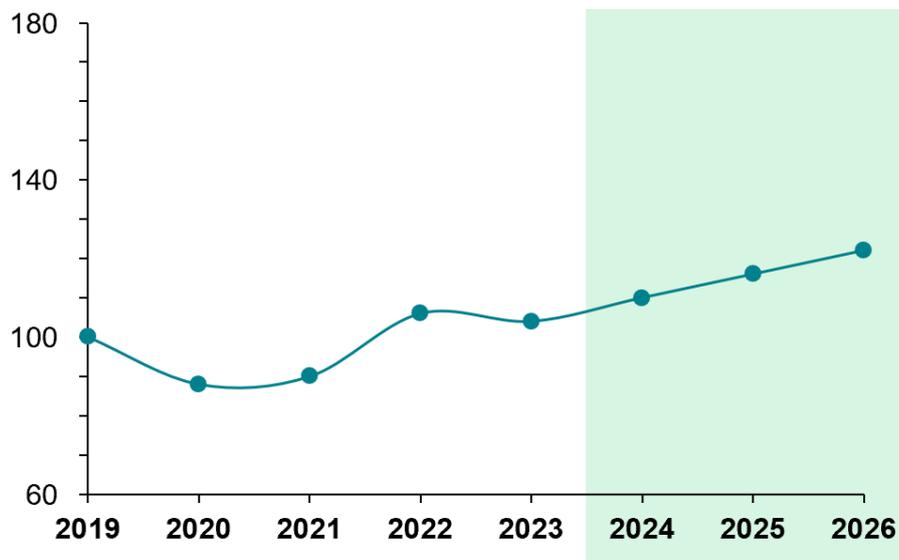
A fine 2023, dopo i tassi di crescita a doppia cifra registrati nei primi mesi dell'anno, gli anticipi di erogati di *factoring* crescono dell'1,2%.

Dal 2024, ci si aspetta che il *factoring* continui a crescere, anche come misura di supporto alle imprese in condizione di *stress* finanziario e con maggiori difficoltà di accesso al credito tradizionale. In tal senso, anche in una fase di rallentamento del

ciclo economico, il *factoring* può rappresentare sia uno strumento per efficientare la gestione del capitale circolante riducendo gli insoluti, ma anche come alternativa al credito a breve termine offerto dagli operatori bancari.

Nel biennio 2025 – 2026, la crescita del factoring continuerà in linea con la dinamica attesa del PIL.

Figura 37 – Anticipi erogati di *factoring* (2019 = 100)



Fonte: Previsioni Prometeia su dati Banca d'Italia Gennaio 2024

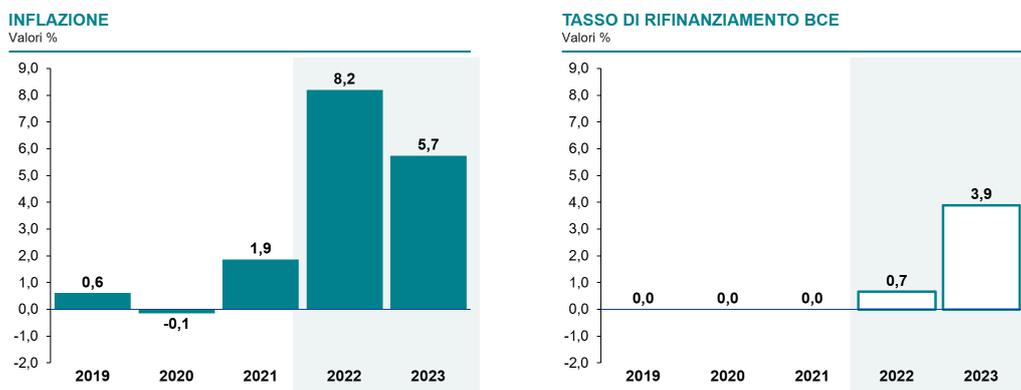
3.2 I FATTORI DI POTENZIALE IMPATTO SUL SETTORE DELL'INTERMEDIAZIONE CREDITIZIA

3.2.1 Il *funding* come nuovo fattore di competitività

A partire dal 2022, il paradigma economico finanziario caratterizzato da tassi d'interesse rasenti lo zero è drammaticamente cambiato. L'aumento dell'inflazione, gli interventi di politica monetaria avviati dalla BCE e i mancati rinnovi dei programmi relativi alle operazioni di rifinanziamento "a più lungo termine" (i.e. *Targeted Longer-Term Refinancing Operations*, TLTRO), accompagnati da rendimenti maggiori dei Titoli di Stato, hanno comportato per gli operatori bancari e finanziari una fisiologica riduzione della raccolta, determinandone, dunque, anche una ricomposizione nelle diverse forme e un incremento della sua onerosità.

Dalla seguente figura, è possibile osservare l'incremento del tasso di rifinanziamento BCE nel 2023 a fronte dell'incremento dell'inflazione registratosi tra il 2022 e il 2023.

Figura 38 - Inflazione e tasso di rifinanziamento principale BCE (%)



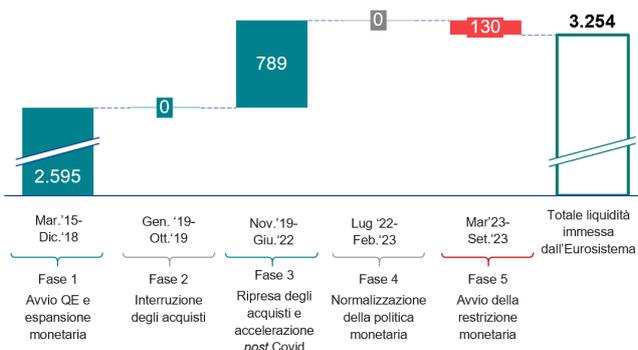
Fonte: Elaborazione Prometeia su dati ISTAT, Banca d'Italia

Come anticipato, i programmi di rifinanziamento attuati dalla BCE e rivolti agli operatori bancari sono stati fondamentali per il mantenimento di una struttura solida del passivo nel corso degli ultimi anni. La figura seguente mostra l'andamento della liquidità immessa dall'eurosistema nel sistema bancario e la relativa riduzione nel corso delle diverse fasi susseguitesi fino ad oggi, da osservare congiuntamente alla costante riduzione dell'incidenza dei debiti verso BCE sui bilanci bancari a fronte delle scadenze programmate.

Figura 39 – Liquidità BCE

LIQUIDITÀ IMMESSA DALL'EUROSISTEMA NELLE DIVERSE FASI DEL PROGRAMMA DI ACQUISTO DI TITOLI PUBBLICI E PRIVATI (APP)

Valori €/mld



LTRO e TLTRO BANCHE ITALIANE

Valori €/mld - %



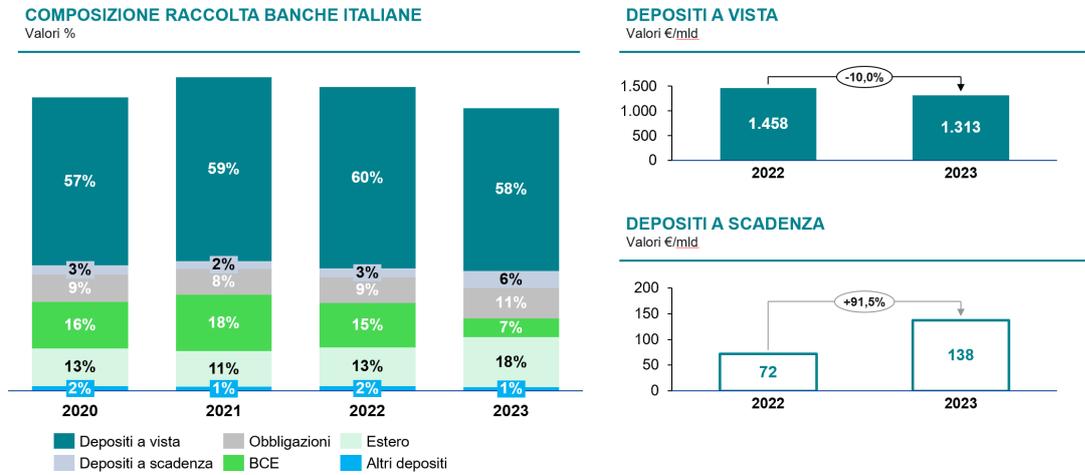
Fonte: Elaborazione Prometeia su dati BCE, Banca d'Italia

Come detto, le conseguenze collegate ai fenomeni sopra descritti, dunque, hanno comportato:

- una ricomposizione della raccolta bancaria;
- oltre a un incremento della sua onerosità.

In particolare, dalla seguente figura, è possibile notare come l'incidenza dei debiti verso BCE sia diminuita tra il 2022 e il 2023 in misura elevata, passando dal 15% al 7% e come il calo della raccolta a vista non sia stato completamente compensato dall'incremento della raccolta a scadenza nel corso del 2023.

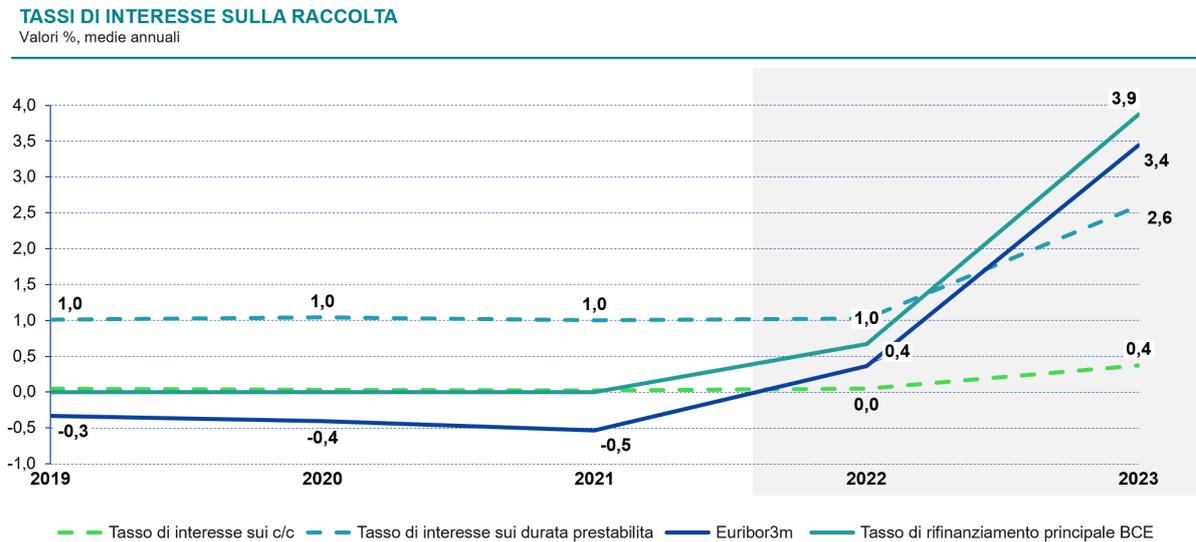
Figura 40 - Raccolta delle banche italiane



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Banca d'Italia

Con riferimento all'incremento dell'onerosità del passivo, dalla seguente figura si osserva come tra il 2022 e il 2023 i tassi d'interesse a scadenza abbiano sostanzialmente seguito l'andamento dei tassi BCE.

Figura 41 - Tassi di interesse sulla raccolta (% , medie annuali)



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Refinitiv, Banca d'Italia

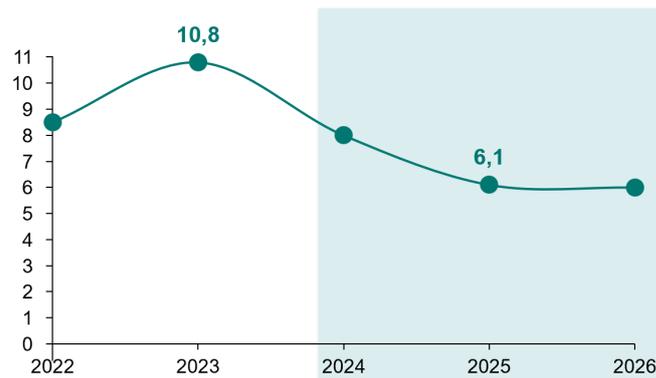
Tale incremento del costo della raccolta per gli operatori bancari, previsto in sostanziale costanza nel prossimo triennio, unitamente:

- a una riduzione dei tassi attesi, con conseguente decremento della forbice da clientela;

- a un incremento delle basi di costo per effetto (i) dei livelli di inflazione ancora a livelli sostenuti, (ii) dell'incremento della spesa per il personale (i.e. CCNL) e (iii) degli investimenti previsti (su tutti, digitale, *cybersecurity*, *artificial intelligence*),

comporterà per le banche e gli operatori finanziari la definizione di nuove strategie per il mantenimento della redditività.

Figura 42 – ROE bancario italiano (%)



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Refinitiv, Banca d'Italia

In tale contesto, dunque, il *funding* è diventato un vero e proprio fattore di competitività per gli operatori bancari e finanziari che devono avviare processi strategici per il mantenimento della raccolta verso clientela, tra cui l'incremento degli interessi sulla raccolta a scadenza.

In particolare, con riferimento agli operatori finanziari “non *captive*” (i.e. finanziarie non parte di gruppi bancari rilevanti), il tema del *funding* si pone come punto centrale alla base della pianificazione pluriennale.

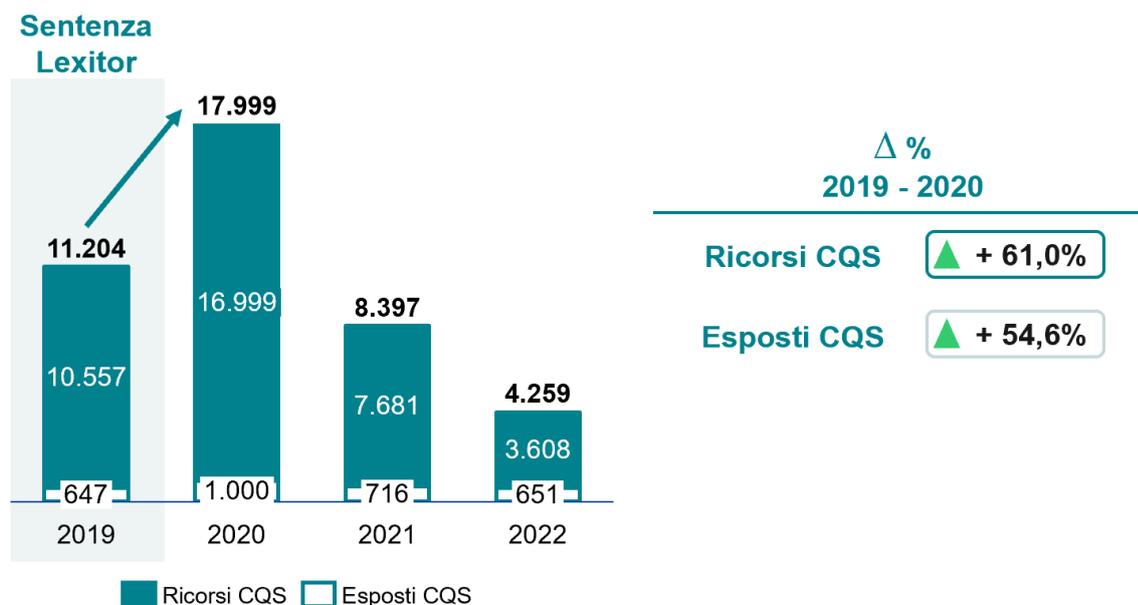
In tal senso, si attendono potenziali riflessi sulle marginalità degli enti creditizi retrocesse ai professionisti del credito.

3.2.2 La sentenza “Lexitor”

Come noto, nel settembre 2019 con la sentenza cd. “*Lexitor*” la Corte di Giustizia dell’Unione Europea si è espressa in tema di estinzione anticipata di un contratto di credito, stabilendo per il consumatore il diritto al rimborso dei costi rientranti nella definizione del costo totale del credito.

A seguito di tale sentenza, nel 2020 si è registrato un numero significativamente crescente di ricorsi ed esposti su finanziamenti CQS, come da figura seguente, rientrati già a partire dal 2021.

Figura 43 - Ricorsi e reclami



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati ABF, Banca d'Italia

Il legislatore nazionale, nel luglio 2021, per far fronte ai dubbi interpretativi derivanti dalla citata sentenza ha modificato, con il c.d. Decreto Sostegni *Bis*, la disciplina sul rimborso anticipato stabilendo che:

- per i contratti di credito sottoscritti a seguito dell'entrata in vigore della nuova disposizione (luglio 2021), il consumatore ha diritto, in caso di estinzione anticipata del contratto di credito, a una riduzione (proporzionale alla vita residua del contratto) degli interessi e dei costi compresi nel costo totale del credito;
- per i contratti sottoscritti precedentemente a tale norma, invece, il diritto alla riduzione in caso di estinzione anticipata è limitato ai soli costi *recurring* (come da Disposizioni di trasparenza e di Vigilanza della Banca d'Italia).



La Corte Costituzionale, con la sentenza n. 263/2022, ha dichiarato l'illegittimità della previsione introdotta nel luglio 2021 che, per effetto del richiamo alle norme secondarie di Banca d'Italia, limitava la ripetibilità dei soli costi *recurring* in caso di contratti di finanziamento sottoscritti prima dell'entrata in vigore del citato decreto.

Successivamente, in ossequio a quanto stabilito dalla Corte Costituzionale il legislatore è intervenuto, nell'agosto 2023, precisando le modalità di applicazione della norma in caso di estinzioni anticipate dei contratti sottoscritti prima del luglio 2021, nel rispetto dei principi europei.

Tuttavia, i principi espressi nella sentenza *Lexitor*, così come attuati nell'ordinamento nazionale, destano molteplici dubbi interpretativi con rilevanti impatti sul settore del credito, anche in ragione del susseguirsi di interventi normativi e giurisprudenziali in materia. Rimane oggi, per gli operatori del credito (banche e intermediari finanziari), l'onere di quantificazione prospettica dei potenziali rimborsi dei costi *up-front* e *recurring* in caso di estinzione anticipata di un contratto di credito.

A prescindere dall'impatto, non irrilevante, riferito alle fattispecie ante-luglio 2021, l'effetto della *Lexitor* sulla nuova operatività ha portato per il sistema a nuove strategie di gestione di tali impatti, tramite:

- su tutte, nuove proposizioni commerciali verso i clienti (un caso eclatante, la progressiva offerta di prodotti "TUTTO TAN"⁵);
- in alcuni casi, seppur limitati, meccanismi di ribaltamento di tali oneri, una volta manifestatisi (ovvero, in caso di estinzione anticipata) sugli intermediari del credito intervenuti nel processo di concessione (e.g. AAF e mediatori creditizi).

Data la magnitudo del fenomeno della *Lexitor*, unitamente al descritto incremento del costo del *funding*, il settore presenta quindi nuovi fattori di pressione della sostenibilità dei professionisti del credito, soprattutto quelli di minori dimensioni.

⁵ Prodotti con relativi costi associati inclusi interamente nel Tasso Annuo Nominale (TAN), che include, dunque, non solamente il tasso di interesse di base ma anche le diverse spese, commissioni e oneri aggiuntivi, tra cui, evidentemente, anche i costi di intermediazione creditizia.

3.2.3 La trasformazione digitale degli operatori

Il processo di *digital transformation* del settore finanziario sta seguendo una rapida accelerazione a seguito della pandemia da Covid-19 del 2020. Proprio per effetto della pandemia, e in particolare a causa delle restrizioni attivate per contenerne il contagio, si è osservato un cambiamento delle esigenze dei consumatori, maggiormente interessati alla possibilità di utilizzare canali online per le proprie attività quotidiane.

Sul panorama del credito, tale fenomeno ha generato nuove opportunità e nuove sfide per gli intermediari finanziari. In particolare,

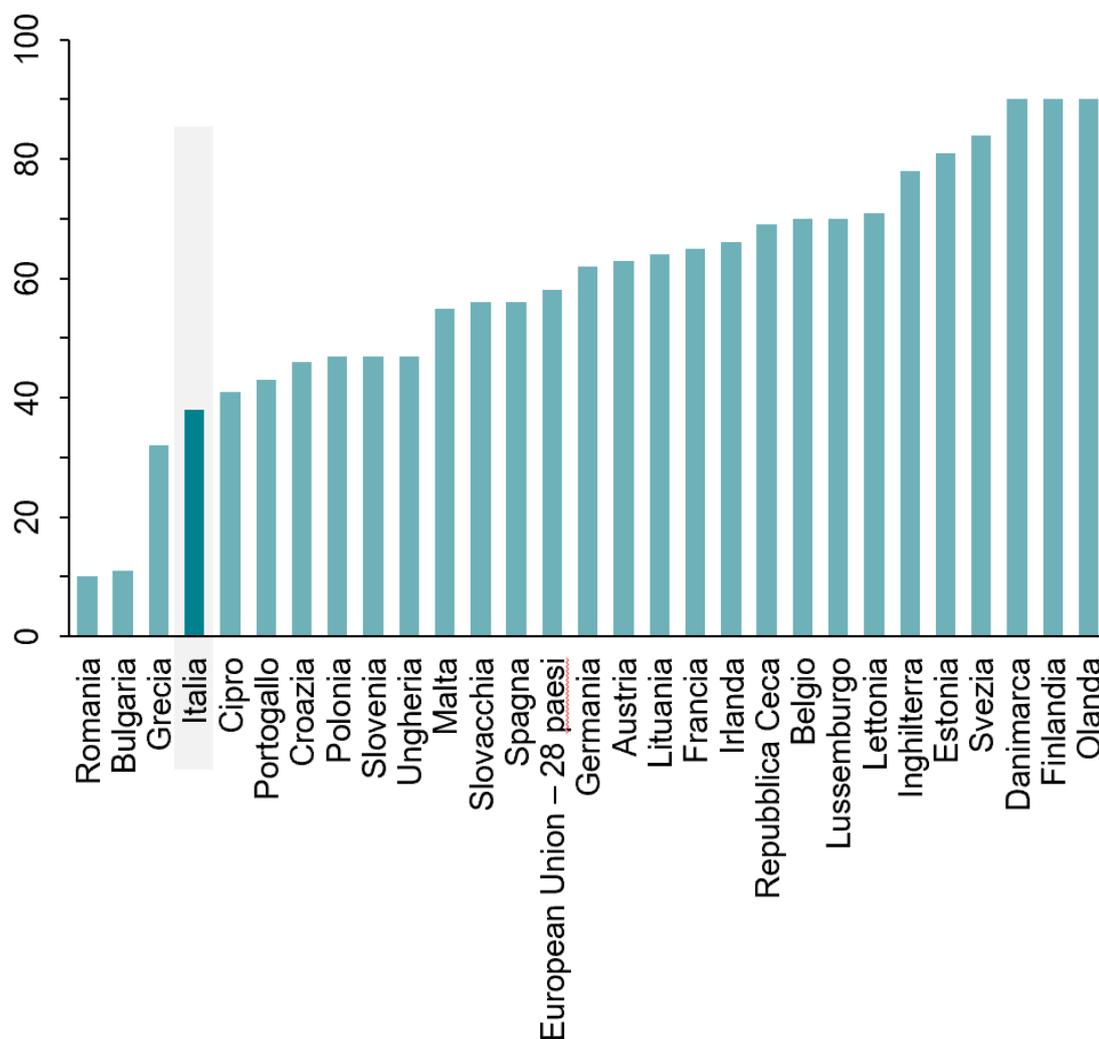
- un incremento dei livelli di competitività dati dall'ingresso di nuove tipologie di operatori nel panorama bancario e finanziario (su tutti, *Fintech*, e *BitTech*, caratterizzate da elevate componenti tecnologiche);
- l'introduzione di soluzioni digitali per ricercare efficienze nei modelli operativi, a fronte dell'incremento degli oneri di struttura (su tutti, il nuovo contratto CCNL bancario);
- un ripensamento dei modelli di interazione con la clientela degli operatori tradizionali, per rispondere ai nuovi bisogni dei consumatori, riconducibili alle seguenti fattispecie:
 - possibilità di accedere a strumenti da remoto, ossia servizi multicanali digitali;
 - rapidità e flessibilità nella relazione (i.e. possibilità di contattare l'assistenza);
 - personalizzazione dei prodotti e del rapporto con la banca (i.e. possibilità di usufruire di un servizio di consulenza dedicata);
 - sicurezza e tutela dei propri dati.

In tal senso, dunque, gli operatori bancari italiani, di tutte le dimensioni, hanno avviato processi di sviluppo di canali digitali, sia dal lato della raccolta (conti correnti e depositi) sia dal lato degli impieghi con prodotti digitali dedicati.

Alla luce di quanto descritto, gli operatori bancari hanno avviato rilevanti programmi di investimento per incrementare il grado di automazione, rapidità e flessibilità dei processi interni, con l'obiettivo di rendere maggiormente attrattivo l'*internet banking* per i consumatori italiani. La figura seguente, infatti, mostra come in Italia vi sia ancora

un ampio spazio di crescita sull'utilizzo dell'*internet banking* rispetto agli altri paesi europei.

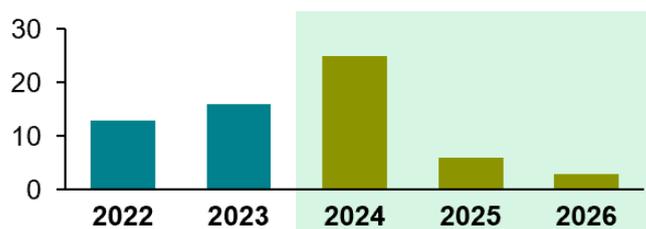
Figura 44 - Popolazione che utilizza *internet banking* nei paesi UE



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Banca d'Italia, Eurostat

A conferma del *trend*, la seguente figura mostra come i costi degli operatori bancari per la digitalizzazione, *artificial intelligence* e la *cyber security* siano previsti in aumento, in particolare per il 2024.

Figura 45 - Tassi di crescita Costi IT



Fonte: Previsione Prometeia su dati Banca d'Italia

Alla luce di tale contesto, la trasformazione digitale e l'utilizzo prospettico, sempre più ampio, del canale digitale a disposizione dei consumatori lascia presagire, almeno in parte, la nascita di nuovi fattori di competitività rispetto agli intermediari del credito rappresentati da agenti e mediatori. Resta, tuttavia, ancora da esplorare l'effettiva capacità "sostitutiva" delle relazioni fisiche da parte di tali canali digitali, soprattutto in un mercato come l'Italia, rappresentato da una crescente componente di PMI (non "attrezzate" per gestire le esigenze finanziarie in autonomia) e di popolazione di età avanzata.

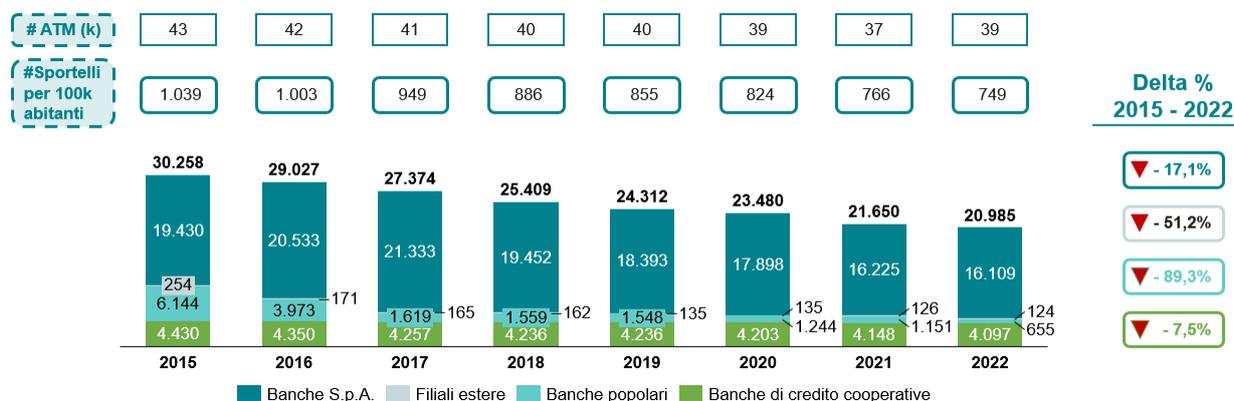
3.2.4 Nuove strategie di presidio territoriale degli operatori

Come noto, a partire dalla crisi dei primi anni del 2000 a questa parte, gli operatori bancari hanno avviato strategie per rimodulare le proprie strutture di costi operativi, nell'ambito delle quali, sono state realizzate intense iniziative di riduzione del numero di filiali, soprattutto in aree meno urbanizzate e periferiche del Paese (il fenomeno della cd. "desertificazione bancaria").

Parallelamente, come osservato dalle dinamiche di crescita del settore dell'intermediazione del credito, gli operatori bancari e finanziari hanno incrementato il grado di ricorso a canali agenziale e di mediazione.

Dall'analisi dell'andamento degli sportelli bancari, si osserva che il fenomeno della desertificazione bancaria ha coinvolto tutte le tipologie di banche presenti sul territorio (S.p.A., Estere, Popolari e di Credito Cooperativo) con una riduzione complessiva pari a circa 10 mila filiali tra il 2015 e il 2022, accompagnata, inoltre, da una contrazione del numero di ATM.

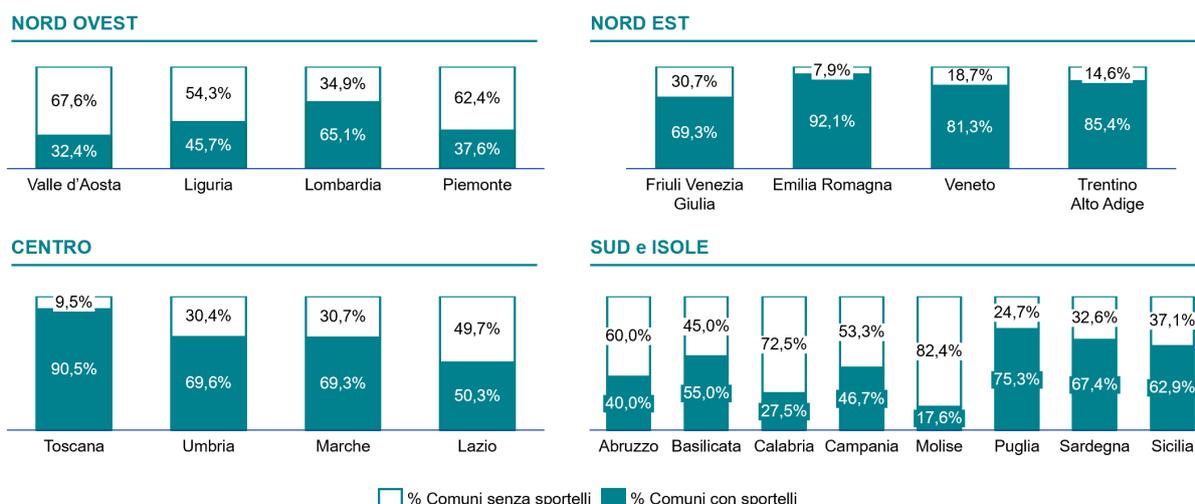
Figura 46 - Sportelli bancari (#, %)



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Banca d'Italia

A esito di tale processo, a oggi quasi il 41% dei comuni italiani risulta sprovvisto di sportelli bancari.

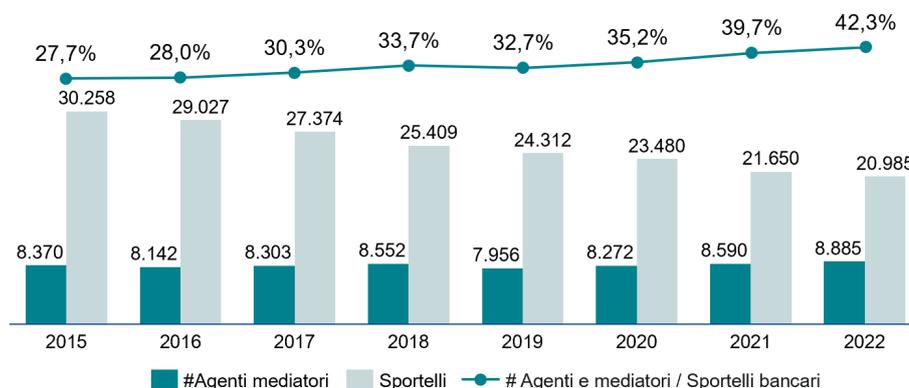
Figura 47 - Grado di presenza di almeno uno sportello bancario per comune italiano



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati FirstCISL

Per verificare eventuali correlazioni tra presenza fisica bancaria e operatività degli intermediari del credito, è stato analizzato il rapporto tra il numero complessivo di agenti e mediatori e il numero di sportelli bancari. Tra il 2015 e il 2022, il rapporto agenti/mediatori per sportello è aumentato di circa il 15%, dato dall'effetto combinato dell'incremento dei professionisti del credito (+ 6,2%) e della riduzione del numero di sportelli (- 30,6%).

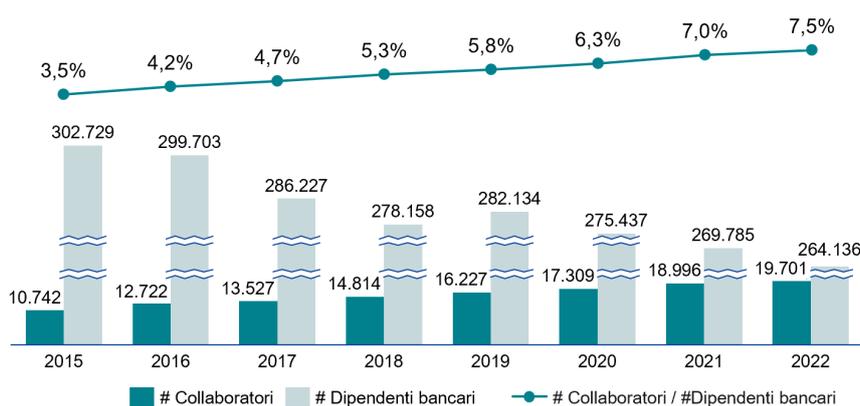
Figura 48 - Agenti e mediatori rispetto agli sportelli bancari



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM, Banca d'Italia

Reportando inoltre il *trend* dei dipendenti bancari al numero di collaboratori, la crescita dell'incidenza dei canali di agenti e mediatori aumenta significativamente. La seguente figura mostra infatti come il numero di collaboratori di agenti e mediatori e il numero di dipendenti bancari stia seguendo traiettorie opposte. In particolare, il rapporto tra collaboratori e dipendenti bancari⁶ è incrementato, tra il 2015 e il 2022, di circa il 4% per effetto, in questo caso, di un aumento del numero di collaboratori più elevato rispetto alla variazione in riduzione del numero di dipendenti bancari (+ 83,4% vs. -12,7%).

Figura 49 - Collaboratori di agenti e mediatori rispetto ai dipendenti bancari



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati OAM, Banca d'Italia

⁶ Da segnalare che tra i dipendenti bancari sono inclusi i dipendenti di direzione.

- la *Market in Financial Instrument Directive* (MIFID II), entrata in vigore nel 2018 e orientata a rafforzare la protezione degli investitori e migliorare la trasparenza nei mercati finanziari;
- il Regolamento UE sulla Protezione dei Dati Personali (GDPR), in vigore dal 2018 che ha obbligato gli operatori finanziari a garantire una gestione trasparente e sicura delle informazioni personali dei consumatori;
- Riforma e successivi aggiornamenti del Codice del Consumo in Italia (2005), che ha imposto obblighi di maggior chiarezza sulle informazioni contrattuali e di semplificazione delle procedure per i reclami da parte dei consumatori.

Di maggior e più recente impatto, si segnala la nuova Direttiva (UE) 2023/2225 sui contratti di credito ai consumatori, anche nota come “CCD II”. Lo scorso 30 ottobre 2023 è stata infatti pubblicata nella Gazzetta ufficiale dell’Unione Europea la nuova Direttiva sulla *Credit Consumer* con l’obiettivo di rafforzare il regime di tutela per i consumatori, anche alla luce dei rapidi sviluppi tecnologici che hanno comportato cambiamenti significativi al mercato del credito al consumo: sono comparsi nuovi prodotti, si son evoluti il comportamento e le preferenze del consumatore. Si sono resi pertanto necessari maggiori e più accurati obblighi di trasparenza e di promozione dei prodotti, nella valutazione del cliente consumatore e nella gestione del relativo rapporto.

Tali interventi normativi hanno comportato nuovi obblighi per gli operatori del credito, riconducibili in via semplificativa in tre tipologie di impatto:

- trasparenza e informazione, con riferimento ai requisiti più stringenti in tema di informazioni a disposizione dei consumatori in ambito contrattuale;
- protezione dei dati, con riferimento al set di obblighi per gli operatori bancari e finanziari volti al miglioramento dei processi di *collection* e *protection* dei dati personali dei clienti / consumatori;
- diritti dei consumatori, con riferimento all’ampliamento della platea dei diritti della clientela, ad esempio in tema di recesso.

A conferma della crescente attenzione verso la tutela dei consumatori, a maggio 2022 sono stati inoltre approvati, nella versione aggiornata, i “Principi di alto livello



OCSE/G20 sulla tutela dei consumatori di prodotti finanziari” da parte dell’OCSE e ratificati dai *leader* del G20 in occasione del vertice di Bali di novembre 2022. Sinteticamente, i Principi si sono concentrati su tre tematiche principali:

- digitalizzazione, in termini di opportunità e rischi rispetto ai crescenti progressi tecnologici per i consumatori;
- benessere finanziario, in una logica di apporto di benessere ai consumatori di prodotti e servizi finanziari;
- finanza sostenibile, in termini di impatto per i consumatori di prodotti e servizi finanziari, in considerazione delle tematiche ESG e di altri fattori legati alla sostenibilità.

A conferma ulteriore della crescente meticolosità del legislatore verso la tutela dei consumatori e con particolare riferimento al settore dei mediatori, si rammenta la recente comunicazione OAM (n.32/23) in tema di nuovi obblighi procedurali per i mediatori creditizi che svolgono anche attività di agenzia immobiliare.

Complessivamente, l’obiettivo di tali interventi normativi è quello di rafforzare la fiducia nel sistema finanziario e abbattere le asimmetrie informative che causano barriere tra consumatori e intermediari finanziari, in alcuni casi crescenti, anche in considerazione di strutture relazionali operatori finanziari – consumatori sempre più complesse a causa dei livelli di digitalizzazione maggiori. Per il settore dei prodotti e servizi finanziari, in conclusione, *“l’esigenza di tutela del consumatore risulta cruciale: il consumatore si relaziona con experience goods, che non possono essere efficacemente valutati prima dell’acquisto, talvolta neanche dopo. La scelta di tali prodotti espone il cliente a rischi, che possono essere contenuti entro limiti accettabili, non del tutto limitati. Sullo sfondo, resta il pericolo principale di tutte le relazioni caratterizzate da incoerenze informative: che il cliente prenda decisioni in assenza di informazioni adeguate e soprattutto che la controparte, consapevole di questi limiti, provi a trarne vantaggio, fornendo informazioni non veritiere o presentando informazioni vere in maniera fuorviante”*⁷.

⁷ Banca d’Italia (2023), “Il consumatore a un bivio”, Intervento di Fabio Bernasconi, Vice Capo del Dipartimento Tutela della clientela ed educazione finanziaria, Convegno “Sostenibilità: un obiettivo irrinunciabile per cittadini, imprese e Authority”, https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/interventi-vari/int-var-2023/Bernasconi_Roma_05122023.pdf

Il “nuovo” quadro normativo, destinato ad arricchirsi e a vedere aumentata la relativa complessità, ha impattato e impatterà sicuramente sugli operatori del credito con riflessi, diretti e indiretti, anche nei confronti dei professionisti del credito.

3.3 MARGINALITA' DEI PRODOTTI OFFERTI E COMPENSO DEI MEDIATORI

3.3.1 Obiettivo dell'analisi, limitazioni e approccio utilizzato

Al fine di verificare gli effetti dello scenario precedentemente analizzato sui diversi comparti di riferimento del settore di agenti e mediatori, è stata condotta un'analisi sulla marginalità complessiva dei principali prodotti gestiti dagli intermediari del credito nell'orizzonte temporale 2019 – 2023.

Contestualmente, è stata declinata un'analisi volta a comprendere l'andamento, per lo stesso orizzonte temporale, dei compensi dei mediatori creditizi (sui quali è stato possibile recuperare dati pubblicamente disponibili) ed eventuali correlazioni rispetto all'andamento delle marginalità complessive.

Per tali analisi ci si è avvalsi:

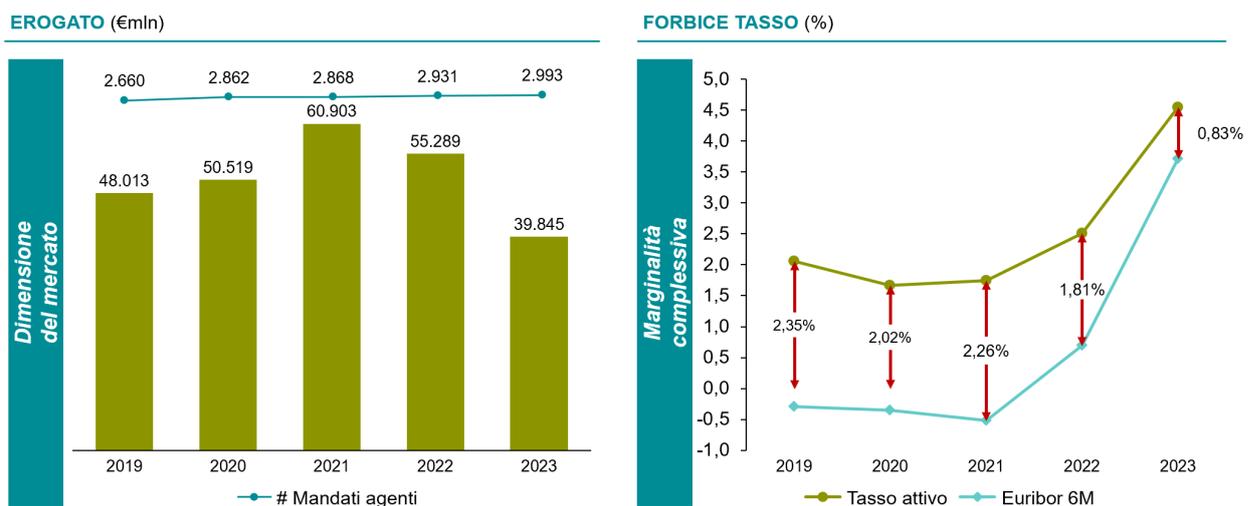
- dei tassi effettivi globali medi (i.e. TEGM) pubblicati trimestralmente da Banca d'Italia;
- delle serie storiche dei principali indici di riferimento dei mercati finanziari (i.e. Euribor, IRS) come tasso “rappresentativo” dell'andamento del costo del *funding* degli operatori del credito, in funzione della durata media e della tipologia di tasso dei singoli prodotti analizzati;
- delle indicazioni sui valori percentuali dei compensi corrisposti ai mediatori creditizi, anch'essi pubblicati trimestralmente da Banca d'Italia.
- del numero dei mandati agenziali conferiti per ciascuno dei comparti / prodotti analizzati, sulla base delle basi dati di OAM. Nello specifico:
 - credito alle famiglie e imprese: sono stati considerati i mutui residenziali che, al 2023, registrano #2.993 mandati agenziali;
 - *leasing*, che, al 2023, registra #4.656 mandati agenziali;
 - *personal finance*: sono stati considerati i prodotti della CQ, prestiti personali e finalizzati che, cumulativamente al 2023, registrano #11.504 mandati agenziali.

Complessivamente, dunque, i prodotti selezionati rappresentano circa il 70% dei mandati agenziali totali al 2023, delineando, dunque, una *proxy* significativa per comprendere il mercato dell'intermediazione del credito.

3.3.2 Marginalità dei prodotti offerti

Sul comparto dei mutui residenziali, che nel corso degli ultimi 3 anni ha registrato una rilevante flessione dell'erogato anche per effetto del significativo incremento dei tassi d'interesse, la marginalità complessiva del *business* degli intermediari bancari risulta in riduzione, soprattutto con riferimento agli ultimi 2 anni, per effetto dell'incremento dei tassi passivi, registrando dal 2019 al 2023 una riduzione della forbice tasso di circa -100 bps.

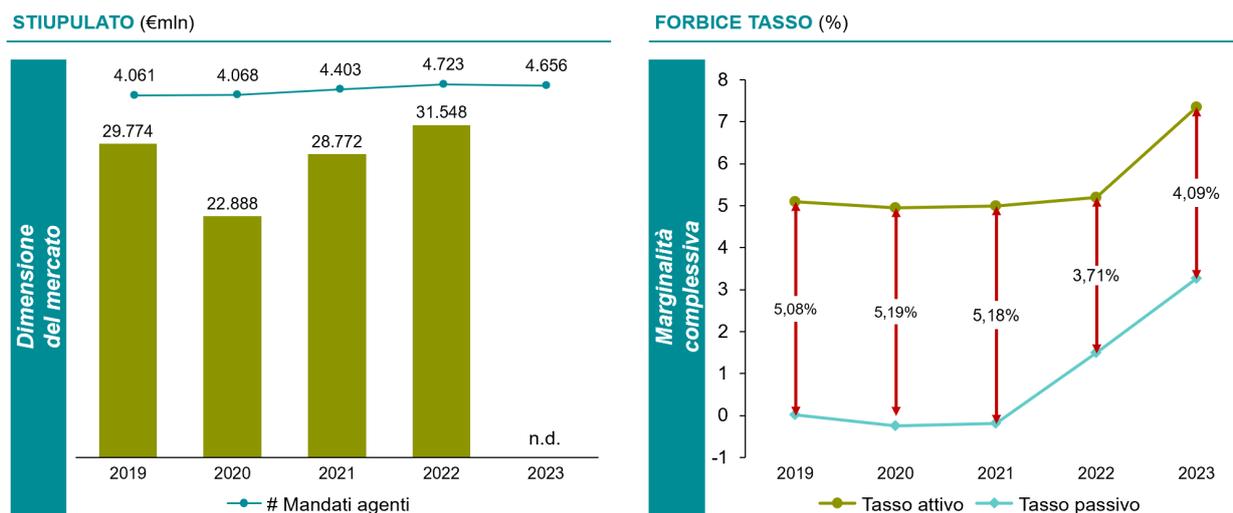
Figura 51 - Comparto mutui residenziali



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Banca d'Italia

Relativamente al comparto *leasing*, che post-Covid ha registrato un aumento dello stipulato superando, al 2022, i livelli pre-emergenza sanitaria, la marginalità complessiva del comparto registra una riduzione negli ultimi 5 anni, con una contrazione della forbice di circa -100 bps⁸, nonostante una lieve ripresa al 2023.

Figura 52 - Comparto del Leasing

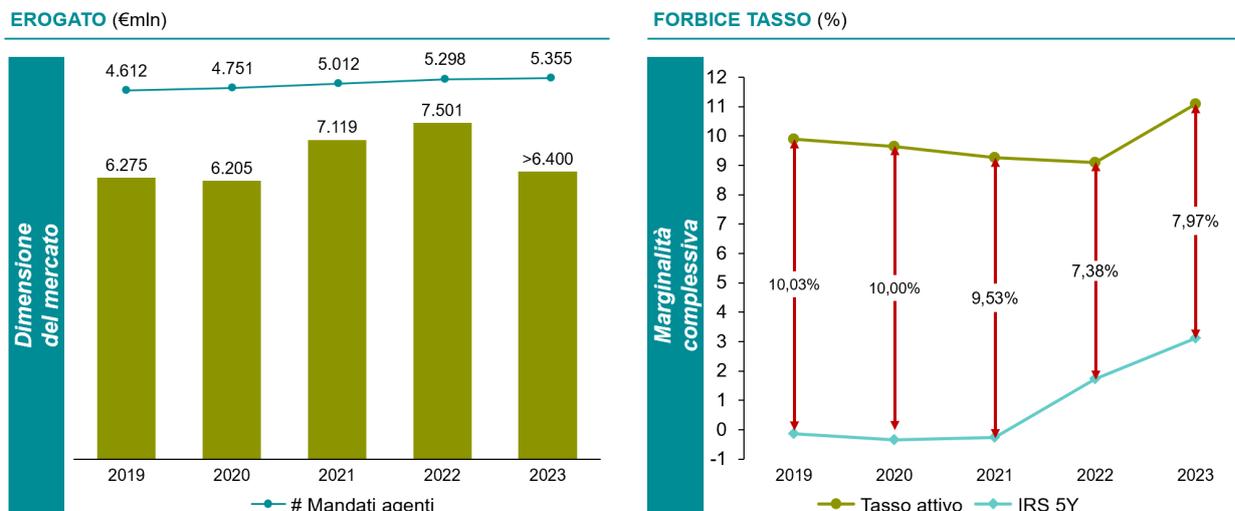


Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Assilea, Banca d'Italia

Con riferimento al prodotto della cessione del quinto, che nell'ultimo anno ha registrato una flessione in termini di erogato (nonostante si evidenzi un incremento del numero di mandati agenziali), la forbice tasso ha registrato negli ultimi 5 anni una contrazione di circa -200 bps, nonostante una lieve ripresa al 2023 (attestandosi, in ogni caso, tra i prodotti con profili di marginalità più elevati).

⁸ Per il calcolo del tasso passivo è stata applicata la media semplice tra IRS 5Y (per il comparto auto / autonavale), IRS 20Y (per l'immobiliare a tasso fisso), EUR 6M (per l'immobiliare a tasso variabile) e IRS 3Y (per il comparto strumentale / energy).

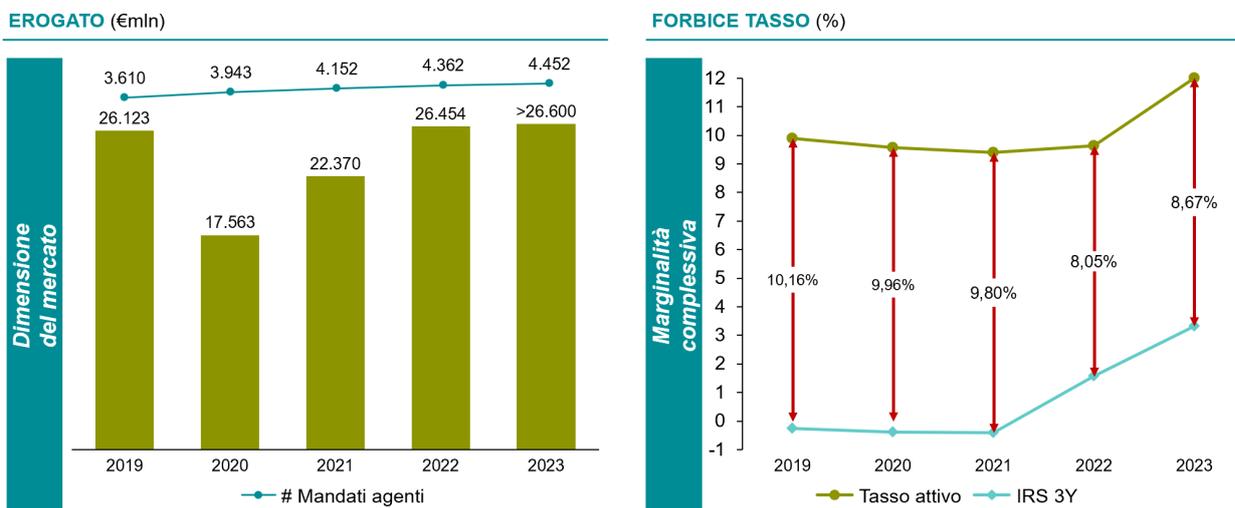
Figura 53 - Comparto della cessione del quinto



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Assofin, Banca d'Italia

Il comparto dei prestiti personali, al contrario della CQ, mostra al 2023 una crescita in termini di volumi erogati evidenziando tuttavia una riduzione dei margini (nonostante una lieve ripresa al 2023) negli ultimi 5 anni di circa -150 bps, a fronte di un aumento dei tassi passivi non compensato dall'incremento dei tassi attivi.

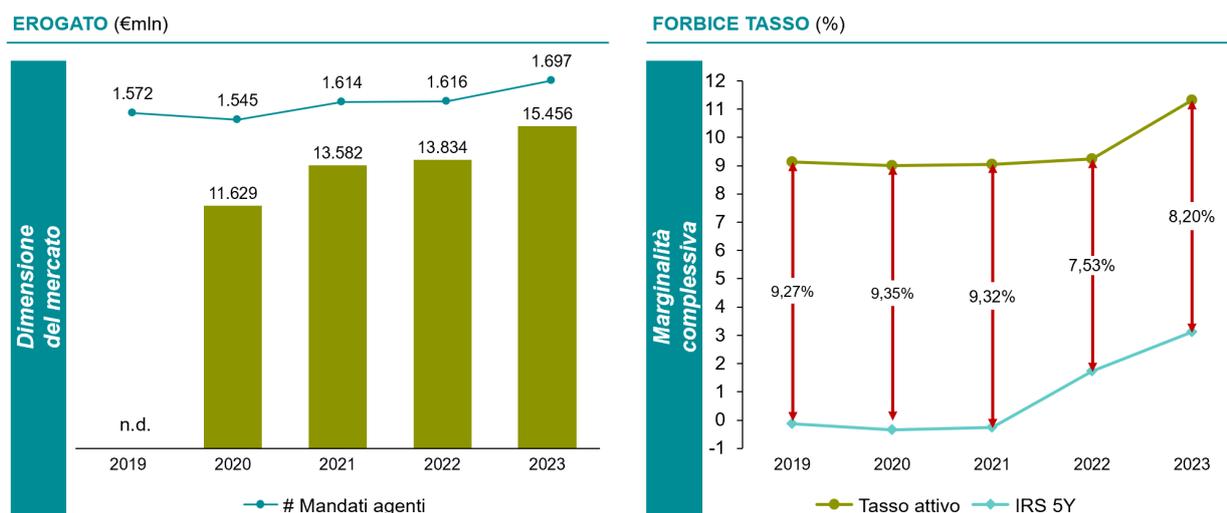
Figura 54 - Comparto dei prestiti personali



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Assofin, Banca d'Italia

Il comparto dei prestiti finalizzati è previsto, da stime Prometeia, in crescita al 2023 ma, coerentemente con i mercati precedentemente analizzati, registra una contrazione delle marginalità, evidenziando una flessione della forbice tasso pari a circa -100 bps dal 2019 al 2023 (nonostante una lieve ripresa al 2023).

Figura 55 - Comparto dei prestiti finalizzati (auto + altro non auto)



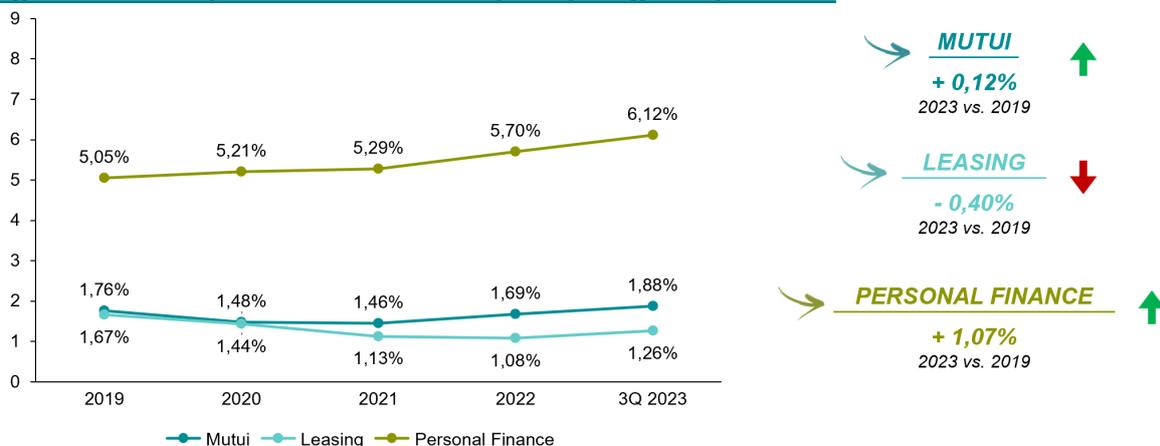
Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Assofin, Banca d'Italia

In termini di compenso medio dei mediatori, nonostante le contrazioni della forbice tasso sui diversi comparti analizzati, non sono stati registrati significative riduzioni delle marginalità unitarie.

In particolare, attraverso la seguente figura, è possibile notare come i mediatori creditizi abbiano registrato

- nel comparto dei mutui e della *personal finance* un generale incremento delle marginalità unitarie;
- nel comparto del *leasing*, invece, una lieve riduzione.

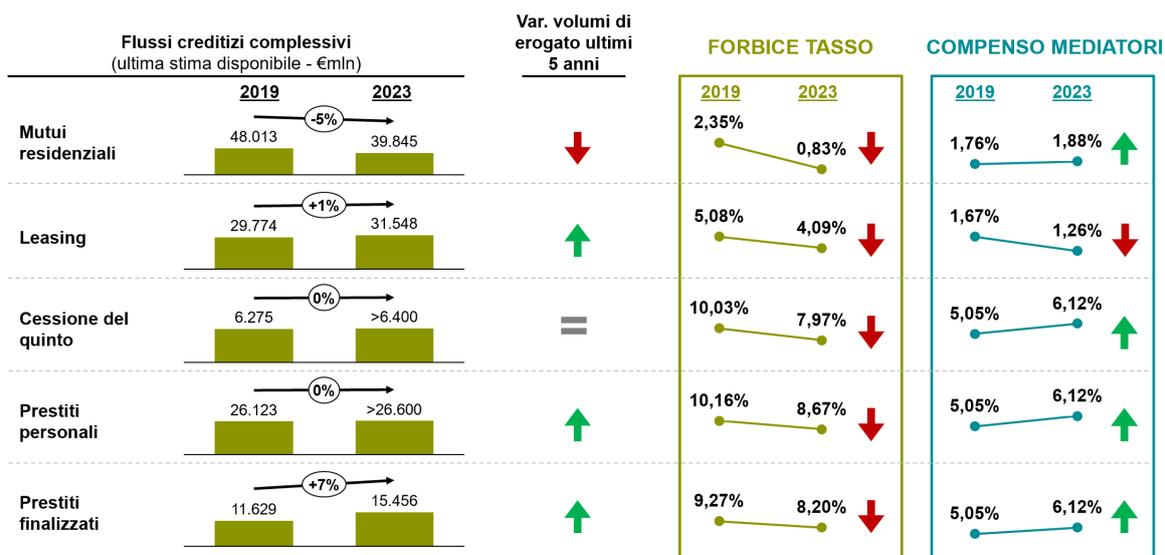
Figura 56 - Compenso dei mediatori per tipologia di prodotto



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Banca d'Italia

In sintesi:

Figura 57 - Sintesi mercato



Fonte: Elaborazione Prometeia su dati Assilea, Banca d'Italia

4. L'OPINIONE DEGLI OPERATORI DEL SETTORE

4.1 APPROCCIO METODOLOGICO

4.1.1 Obiettivo della *survey*, *panel* di intervistati e approccio utilizzato

Al fine di raccogliere il punto di vista degli operatori del settore, lato domanda e offerta di intermediazione del credito, sono state svolte interviste a livello individuale. Per la conduzione delle interviste, è stato declinato un *panel* di operatori che risulta composto come segue:

- #10 società mandanti / convenzionate, di cui #6 Banche, #3 Intermediari Finanziari ex. Art. 106 TUB e #1 Confidi (si specifica che per due delle società mandanti / convenzionate selezionate sono state svolte due interviste diverse in relazione a due distinte aree commerciali che si avvalgono delle reti agenziali / di mediazione; il numero complessivo di interviste sale, dunque, a #12).

I criteri principali per la selezione del campione di società mandanti sono stati (i) il grado di ricorso ad agenti e mediatori creditizi e (ii) la dimensione delle reti di intermediazione creditizia; le 10 società intervistate registrano infatti un significativo livello di adozione di reti terze, disponendo di circa 3 mila agenti iscritti agli Elenchi tenuti dall'OAM (circa il 33% del totale degli AAF) con una rete distributiva pari a circa 3 mila collaboratori (circa il 17% del totale dei collaboratori attivi sul territorio nazionale);

- #15 agenti persone giuridiche, di cui #5 di grandi dimensioni, #5 di medie dimensioni e #5 di piccole dimensioni, con una relativa "forza lavoro" pari a circa mille collaboratori (circa il 12% del totale dei collaboratori attivi degli agenti in attività finanziaria);
- #15 mediatori creditizi, di cui #5 di grandi dimensioni, #5 di medie dimensioni e #5 di piccole dimensioni, con una rete distributiva pari a circa 3 mila collaboratori (circa il 41% del totale dei collaboratori attivi relativi ai mediatori creditizi).

Nel processo di declinazione delle domande delle *survey*, sono stati definiti quesiti diversi a seconda della tipologia di operatore (i.e. società mandanti / convenzionate, agenti, mediatori), orientate, in ogni caso, verso le medesime tematiche.

Sinteticamente, la *survey* svolta ha avuto l'obiettivo di:

- comprendere il modello distributivo delle società mandanti / convenzionate, con particolare riferimento alle “esigenze” – eventualmente – soddisfatte dal canale agenziale / di mediazione;
- quantificare, tramite range definiti, l’operatività del canale agenziale / di mediazione;
- comprendere il ruolo “percepito” dagli intermediari creditizi, soprattutto con riferimento al rapporto con le società mandanti / convenzionate in termini di servizio offerto e di controllo / legame con queste ultime;
- raccogliere le prospettive di lungo termine degli operatori rispetto alle seguenti tematiche:
 - grado di allineamento degli operatori al processo di trasformazione digitale, inteso come efficientamento dei processi interni e come eventuale incremento della capacità di *origination* di nuovi clienti;
 - fenomeno di razionalizzazione delle filiali, inteso come potenziale opportunità / minaccia per gli intermediari del credito;
 - eventuali evoluzioni del business model di agenti / operatori, a fronte di potenziali sviluppi dei servizi offerti alle società mandanti / convenzionate;
 - sostenibilità di lungo termine del canale agenziale / di mediazione, anche a fronte di eventuali limitazioni poste dai fenomeni di cui sopra;
 - potenziali limitazioni all’operatività di agenti e mediatori poste dalla normativa di settore vigente;
 - [se applicabile] impatti passati / attesi a fronte della Sentenza c.d. “Lexitor”.

4.2 SOCIETÀ MANDANTI / CONVENZIONATE

4.2.1 Risultati della *survey*

Per comprendere il modello distributivo delle società intervistate, sono state poste #10 domande volte ad analizzare:

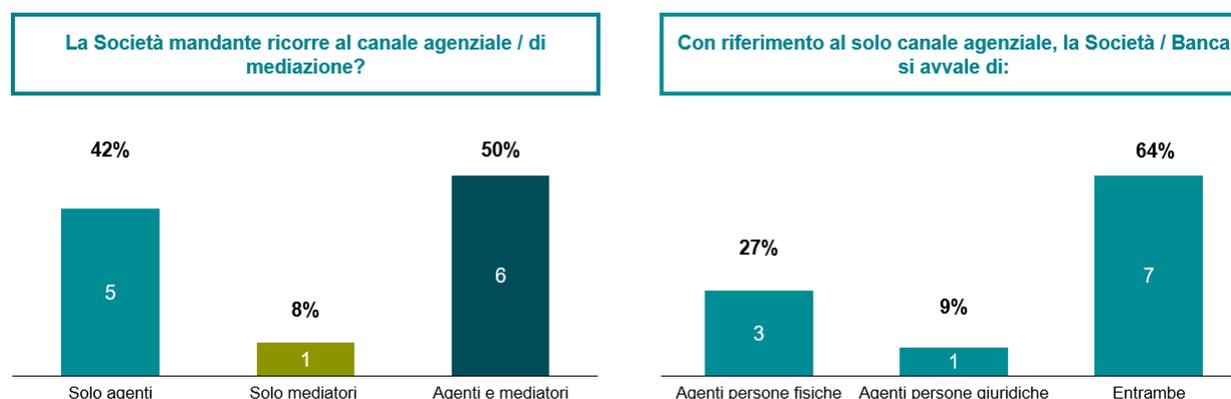
- il “grado di ricorso” al canale agenziale / di mediazione da parte delle società mandanti / convenzionate e il contributo degli intermediari in termini di volumi erogati;
- il ruolo commerciale di agenti e mediatori nelle strategie commerciali delle società mandanti / convenzionate;

- le strategie prospettiche rispetto all'adozione di reti terze per lo sviluppo commerciale.

Per quanto riguarda l'adozione di agenti e mediatori da parte delle società intervistate, è stato possibile stabilire che il 42% delle società ricorre esclusivamente al canale agenziale, l'8% ricorre esclusivamente al canale dei mediatori e la restante quota degli intervistati (50%) si avvale di entrambi i canali.

Con riferimento alle società che si avvalgono degli agenti in attività finanziaria, è possibile notare come il 64% prediliga sia l'adozione di agenti persone fisiche che giuridiche.

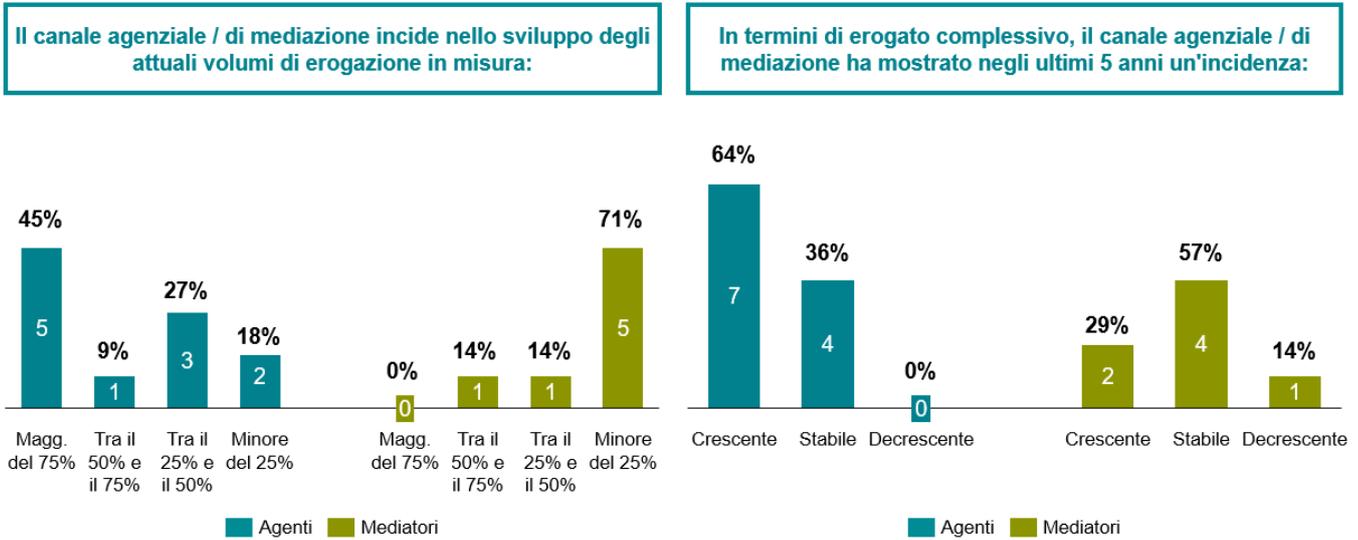
Figura 58 - Breakdown degli intervistati per tipologia di canale terzo adottato



L'ampio ricorso al canale agenziale da parte delle società mandanti è stato confermato anche dalle evidenze raccolte rispetto al contributo degli intermediari creditizi in termini di volumi realizzati. In particolare, il 45% degli intervistati registra un'incidenza del canale agenziale sul totale dei volumi erogati mediamente superiore al 75%, mentre il canale dei mediatori contribuisce, per il 71% delle società convenzionate, sul totale dei complessivi volumi erogati con un'incidenza mediamente inferiore al 25%.

Relativamente all'andamento storico di tali canali terzi, per la maggior parte degli intervistati (64%), il canale agenziale ha mostrato negli ultimi 5 anni un andamento crescente, al contrario del contributo ai volumi dei mediatori convenzionati che, per il 57% degli intervistati, ha registrato un andamento stabile.

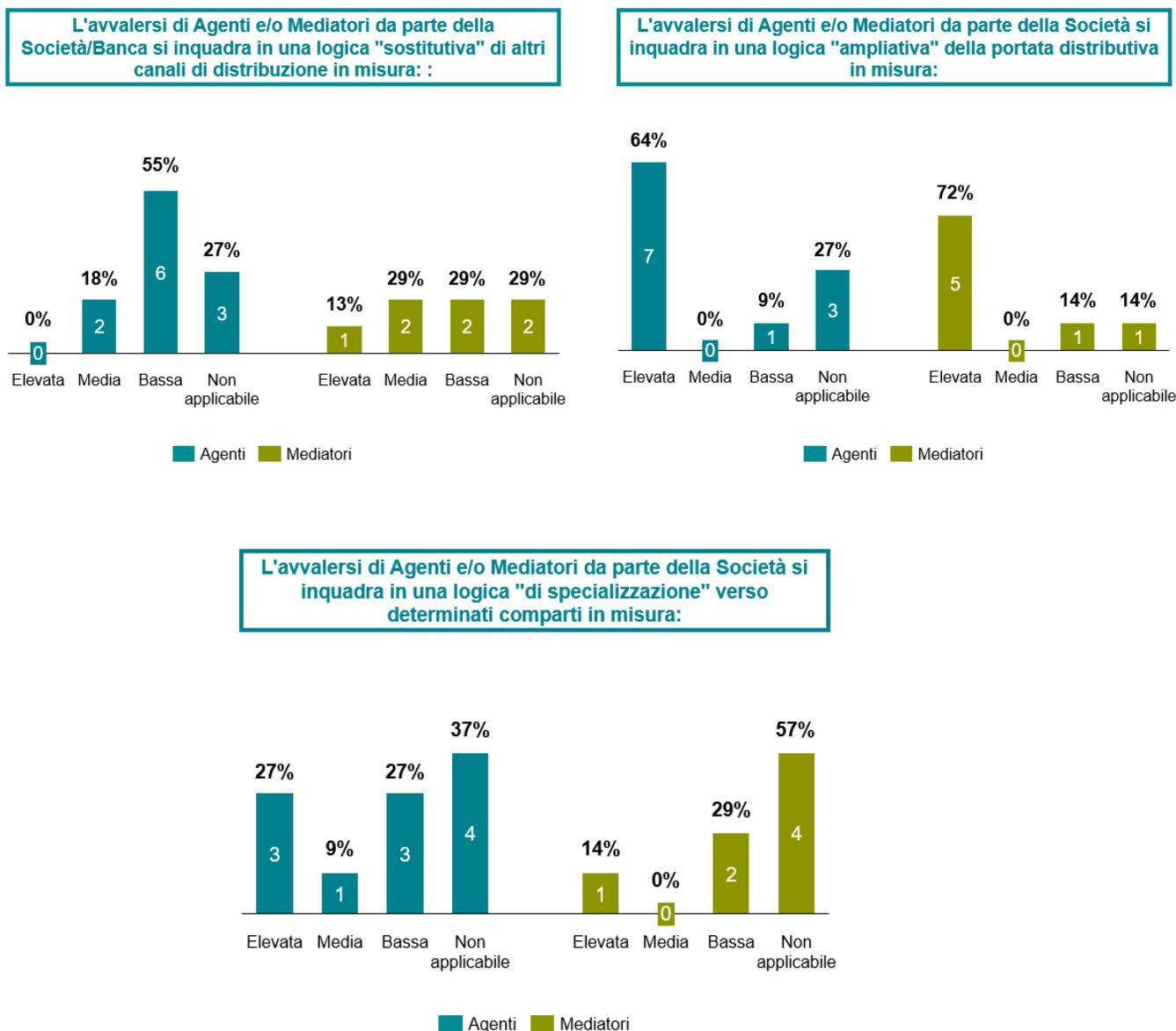
Figura 59 - Breakdown degli intervistati per tipologia di canale terzo adottato



Relativamente ai razionali sottostanti le strategie di adozione del canale agenziale / di mediazione, dalle interviste condotte è emerso che le società mandanti / convenzionate si avvalgono degli agenti in attività finanziaria e dei mediatori creditizi:

- principalmente per ampliare la propria portata distributiva;
- in parte per compensare la sostituzione delle reti tradizionali - i.e. filiali;
- marginalmente per una logica di “specializzazione” su determinati comparti.

Figura 60 - Razionali sottostanti l'adozione del canale agenziale / di mediazione



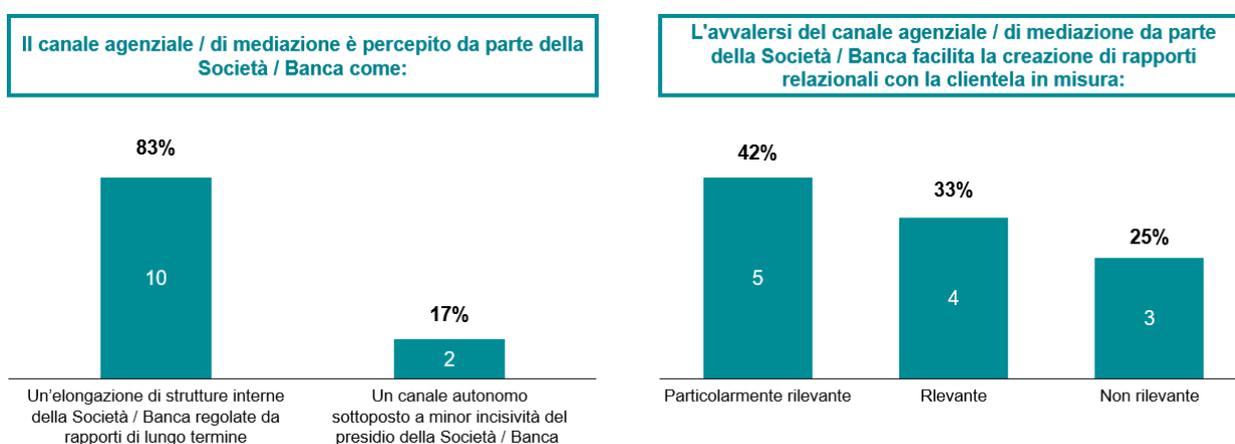
Relativamente al modello operativo di tali mandati / convenzioni, è stato possibile comprendere che il canale agenziale / di mediazione rappresenta un'“elongazione delle strutture interne”, regolata da rapporti di lungo termine. In particolare, molti degli intervistati, soprattutto con riferimento alle società che si avvalgono di reti agenziali, hanno riferito di disporre di modelli distributivi – alternativi – basati:

- sulla figura dell'agente a presidio del canale tradizionale (*i.e.* filiali);

- sulla figura dell'agente come "finalizzatore" di pratiche relative a *lead* segnalati dalle filiali distribuite sul territorio.

A riprova del ruolo dell'agente / mediatore come "elongazione" delle strutture interne, per più del 70% delle società intervistate, tali canali distributivi faciliterebbero la creazione di rapporti relazionali di lungo termine con la clientela in misura rilevante (e particolarmente rilevante), in considerazione della flessibilità e reperibilità che contraddistinguono tali intermediari creditizi.

Figura 61 - Modello operativo delle "partnership" tra società mandanti / convenzionate e agenti / mediatori



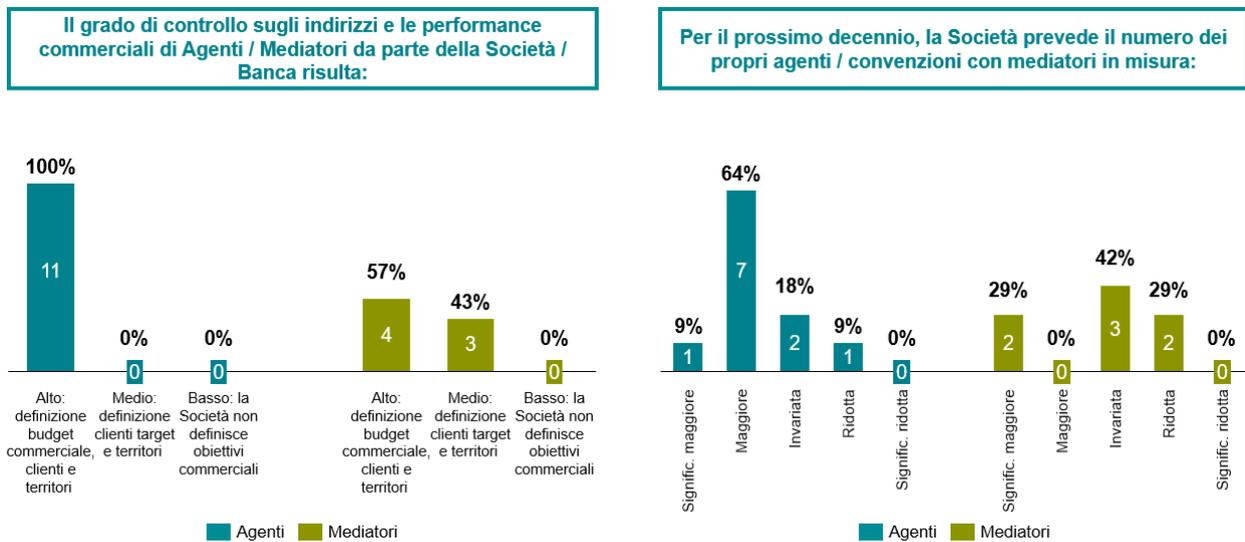
Con riferimento alle strategie di presidio commerciale, sono emerse due modalità di monitoraggio dell'operato delle reti terze. In particolare:

- le reti agenziali risultano essere complessivamente caratterizzate da un grado di "controllo" (commerciale) elevato. Nello specifico, la totalità delle società mandanti ha riferito di adottare:
 - strategie di definizione di budget in capo agli agenti in termini di volumi target;
 - strategie di declinazione di territori di competenza da presidiare da parte degli agenti (volta ad evitare l'eventualità di cannibalizzazione tra reti o canali alternativi);
 - strategie di eventuale declinazione di tipologie di clientela a cui rivolgersi.
- le reti di mediazione risultano caratterizzate da un grado di "controllo" (commerciale) sostanzialmente medio. Nello specifico, il 57% delle società

convenzionate ha riferito un grado di controllo “elevato” al pari di quello esercitato nei confronti degli agenti mentre i restanti intervistati hanno comunicato la sola indicazione di territori da presidiare (senza declinazione di un budget in termini di volumi da realizzare).

Con uno sguardo al futuro dei prossimi 10 anni, l’adozione del canale agenziale da parte delle società mandanti incrementerà in misura maggiore per il 64% delle società intervistate, a conferma dei rapporti di lungo termine ricercati dagli operatori bancari / finanziari per un presidio commerciale specializzato a livello territoriale che garantisca la capacità di raggiungere i clienti, con crescenti esigenze, in maniera flessibile. Relativamente, invece, ai mediatori creditizi, le società mandanti mostrano posizioni opposte; in particolare, solo il 29% degli intervistati ha riferito di avvalersi nel futuro dei mediatori in misura “significativamente maggiore”, mentre la restante parte degli operatori risulta divisa tra chi non ricercherà nuove convenzioni e chi vede il valore aggiunto dei mediatori in misura ridotta nelle proprie strategie future.

Figura 62 - Indirizzo strategico e prospettive future





Il questionario svolto ha raccolto le prospettive di lungo termine degli operatori rispetto ad alcune tematiche considerate rilevanti per lo sviluppo futuro del settore. Nello specifico, sono state poste:

- # 4 domande volte a comprendere le dinamiche attuali e potenziali in relazione al processo di trasformazione digitale degli intervistati;
- # 1 domanda volta ad intercettare eventuali strategie di *re-pricing* commissionali riconosciute ad agenti e mediatori, declinate in risposta alle recenti riduzioni delle marginalità per effetto dell'aumento del costo del *funding*;
- # 1 domanda [se applicabile] relativa agli eventuali effetti nei rapporti con agenti e mediatori derivanti dalla sentenza Lexitor.

Rispetto al processo di digitalizzazione in atto, è emerso che la maggior parte delle società mandanti / convenzionate intervistate ha attivato un canale digitale per promuovere le attività di *origination*, al fine di:

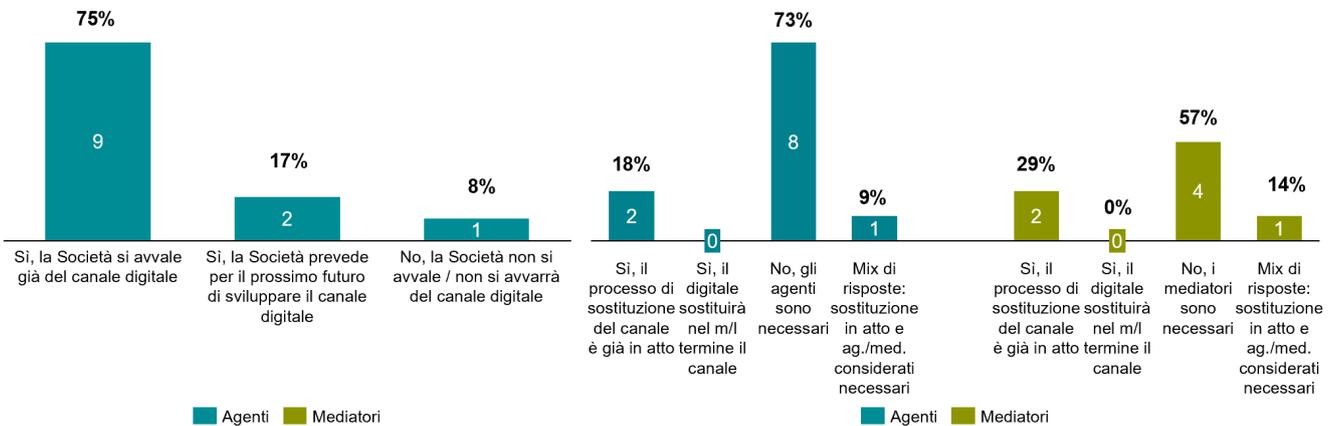
- anticipare l'adozione del canale digitale rispetto ai *competitor*;
- aumentare l'efficienza operativa con l'obiettivo di ridurre le tempistiche necessarie alla finalizzazione di un contratto di credito;
- soddisfare le esigenze dei clienti più digitali.

In tale contesto, in ogni caso, gli operatori non reputano che il canale digitale giocherà un ruolo di disintermediazione del canale agenziale / di mediazione, che rimarranno inevitabilmente necessari per garantire vicinanza alla clientela meno digitale.

Figura 63 – Trasformazione digitale

La Società / Banca ricorre / ricorrerà nel breve termine (i.e. 1 / 2 anni) al canale digitale per nuova origination (i.e. fino all'erogazione)?

Secondo la Società / Banca nei prossimi 10 anni il canale digitale giocherà un ruolo di sostituzione del canale agenziale / di mediazione nel processo di lead origination?

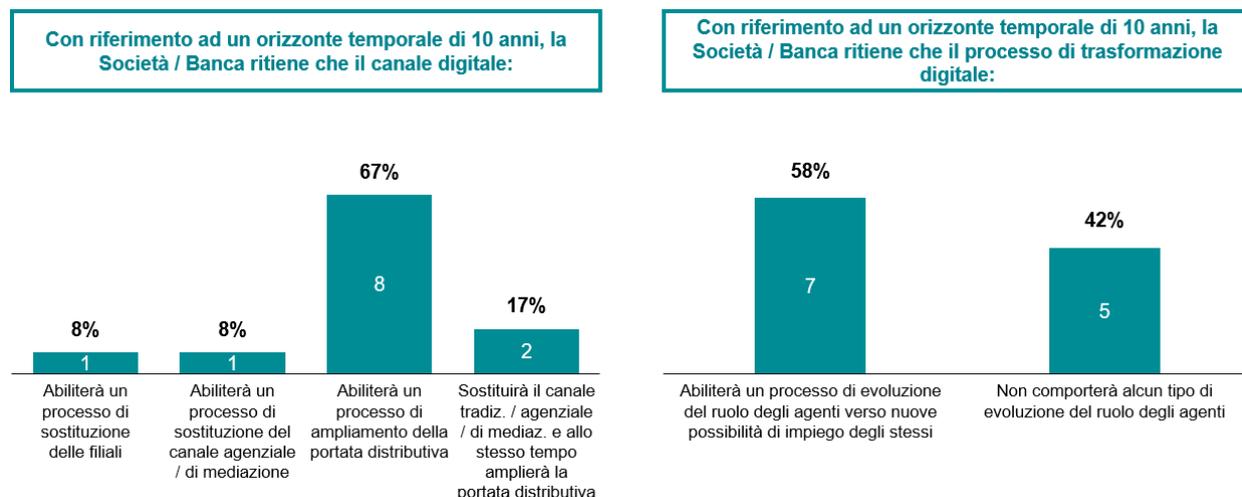


In tale contesto, le società mandanti / convenzionate hanno confermato per il futuro l'adozione di modelli distributivi ibridi, che comprendono sia il contatto fisico con i clienti per il tramite di agenti e mediatori / reti tradizionali sia una piattaforma digitale per intercettare i clienti più "digital" (i.e. approccio "phygital"). Tale approccio, inoltre, comprenderà inevitabilmente attività di tipo consulenziale per il tramite di agenti e mediatori, rispondendo alle esigenze della clientela soddisfabili da servizi personalizzati. L'eventualità di disintermediazione dei canali terzi da parte del digitale si potrà concretizzare esclusivamente con riferimento ai prodotti caratterizzati da un maggior grado di standardizzazione.

Complessivamente, dunque, l'adozione di un canale che comprenda la possibilità di originare lead e finalizzare contratti in maniera "fully digital" avrà il solo effetto di ampliare la portata distributiva e commerciale e non di disintermediare gli altri canali attualmente adottati (i.e. canale tradizionale, reti terze).

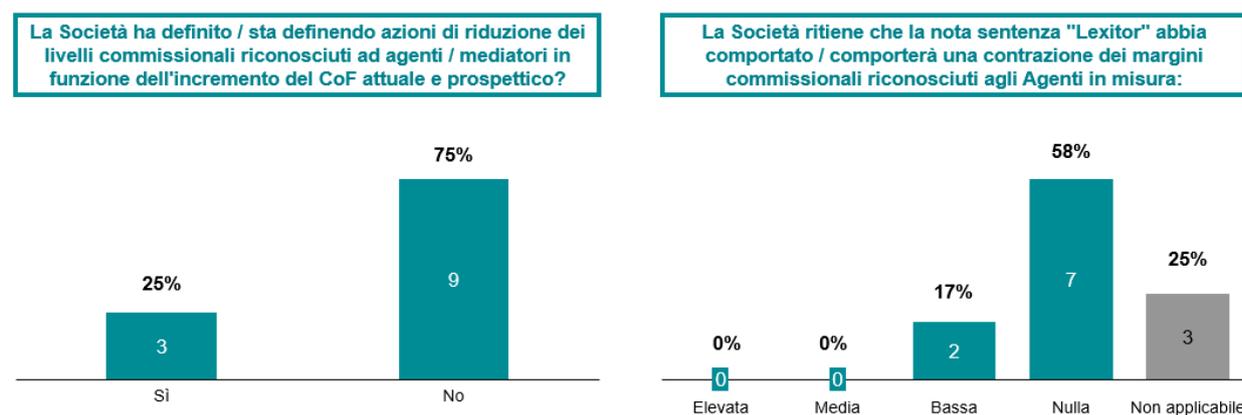
Inoltre, il fenomeno di efficientamento dei processi operativi garantito dal crescente contributo della trasformazione digitale potrà abilitare (per il 58% degli intervistati) un'eventuale evoluzione del ruolo degli agenti verso nuove possibilità di impiego, soprattutto con riferimento a quelli legati in misura significativa all'operatività delle mandanti.

Figura 64 - Effetti prospettici legati al processo di trasformazione digitale



Con riferimento all'incremento del costo del funding registratosi negli ultimi due anni (e atteso in crescita per il prossimo futuro), il 75% degli operatori intervistati ha riferito di non aver adottato e di non contemplare strategie di riduzione dei margini commissionali riconosciuti ad agenti e mediatori. Coerentemente a tale posizione, anche con riferimento agli effetti della sentenza "Lexitor" (ove applicabile), le società mandanti / convenzionate non ritengono di doversi rivalere su agenti e mediatori e/o di rivedere il *pricing* riconosciuto.

Figura 65 - Strategie di re-pricing



4.2.2 Considerazioni di sintesi

Nel corso delle interviste sono emersi ulteriori elementi di riflessioni meritevoli di rappresentazione e che, inevitabilmente, sono stati presi in considerazione per delineare le prospettive di agenti e mediatori unitamente alle risposte relative alle domande “*standard*” sopra riportate.

In particolare, sinteticamente, le società mandanti / convenzionate ritengono che:

- gli agenti rappresentino un’“elongazione” delle strutture interne, regolati da rapporti stabili, controllati e incentivati secondo schemi proprietari, e utilizzati per servizi flessibili, (percepiti come) consulenziali e maggiormente specializzati, oltre che per attuare strategie di presidio commerciale di lungo termine;
- i mediatori rappresentino, invece, un canale indipendente, regolato da rapporti “tattici” per obiettivi di crescita esterna. Sui prodotti meno specialistici (es. mutui), invece, rappresentano il canale privilegiato dai clienti per le migliori condizioni (piuttosto che per orientamenti di prodotto);
- la Legge 141 abbia portato benefici strutturali, incrementando la qualità e il senso di responsabilità degli operatori ed elevando l’Italia a “esempio virtuoso”;
- un’apertura al “plurimandato” degli agenti rappresenterebbe, secondo le società mandanti, un “passo indietro” determinando una riduzione del grado di ricorso a tali figure, date le minori capacità di controllo (con potenziali riflessi reputazionali) e la minor propensione a investimenti (formazione, tecnologie ecc.);
- il digitale sia (già) cruciale nella semplificazione e trasformazione dei modelli di interazione, fondati su approcci ibridi (“*hygital*”);
- a tendere, il *digital* non cannibalizzerà “in toto” le reti (ancora centrali su alcuni comparti / segmenti) le quali, tuttavia, sconteranno un inevitabile, seppur lieve, ridimensionamento del “campo d’azione”;
- con il passaggio al “TUTTO TAN”, il sistema abbia ormai metabolizzato gli effetti della sentenza Lexitor, determinando inoltre maggior trasparenza sul mercato;
- rispetto al passato, vi sia stato un livellamento delle marginalità, con riflessi minimi indiretti anche sugli agenti, a fronte dei medesimi livelli di remunerazione unitari;
- in prospettiva, crescerà (ma non significativamente) il ricorso agli agenti, in affiancamento alla tecnologia, determinando un’evoluzione, solo per quelli più



stabili / solidi, verso un ruolo maggiormente consulenziale di “gestore (esterno) delle relazioni”;

- sui mediatori, invece, non vi è una posizione univoca (per ruolo “tattico” di *originator*) ma, verosimilmente, agiranno da aggregatori di professionisti del credito minori, anche agenziali.

4.3 AGENTI

4.3.1 Risultati della *survey*

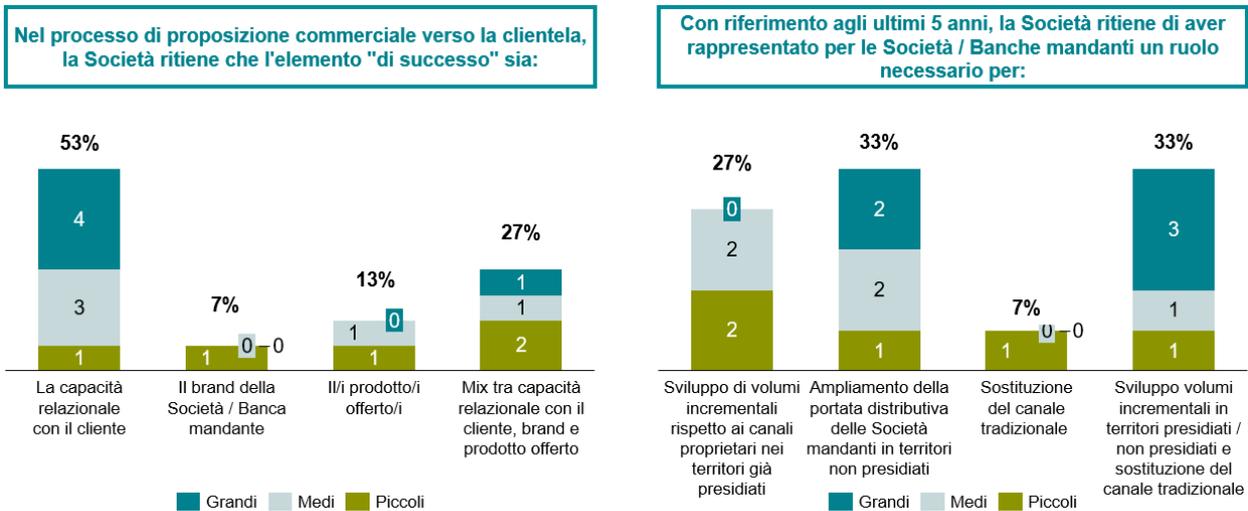
Per comprendere il tipo di operatività degli intervistati, sono state poste #8 domande legate al modello distributivo degli agenti in attività finanziaria, volte a comprendere:

- gli elementi di “successo” dell’operatività della Società;
- le aree geografiche con maggior grado di incidenza;
- il rapporto con le società mandanti e con la propria rete di collaboratori.

In particolare, secondo il 53% degli intervistati, l’elemento di successo della propria operatività è rappresentato dal rapporto relazionale con la clientela che abiliterebbe il consolidamento di rapporti di lungo termine, essenziali per rispondere anche alle esigenze delle società mandanti. Nello specifico:

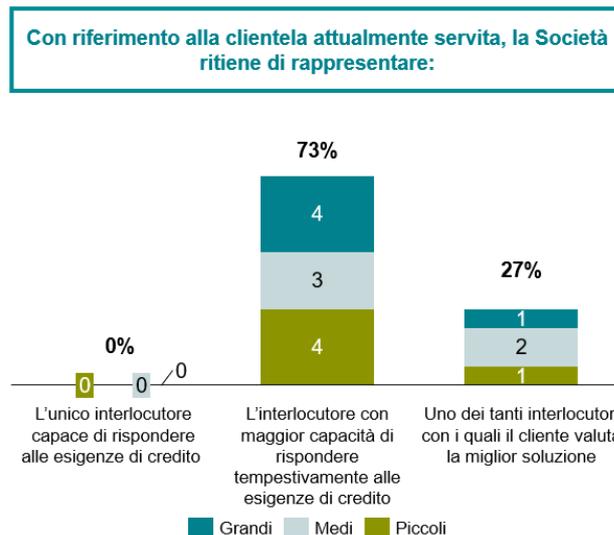
- necessità di sviluppo di volumi incrementali rispetto ai canali proprietari nei territori già presidiati;
- ampliamento della portata distributiva in territori non presidiati dalle società mandanti;
- sostituzione del canale tradizionale.

Figura 66 - Elementi di successo dell'operatività degli agenti e ruolo rappresentato per le Società mandanti



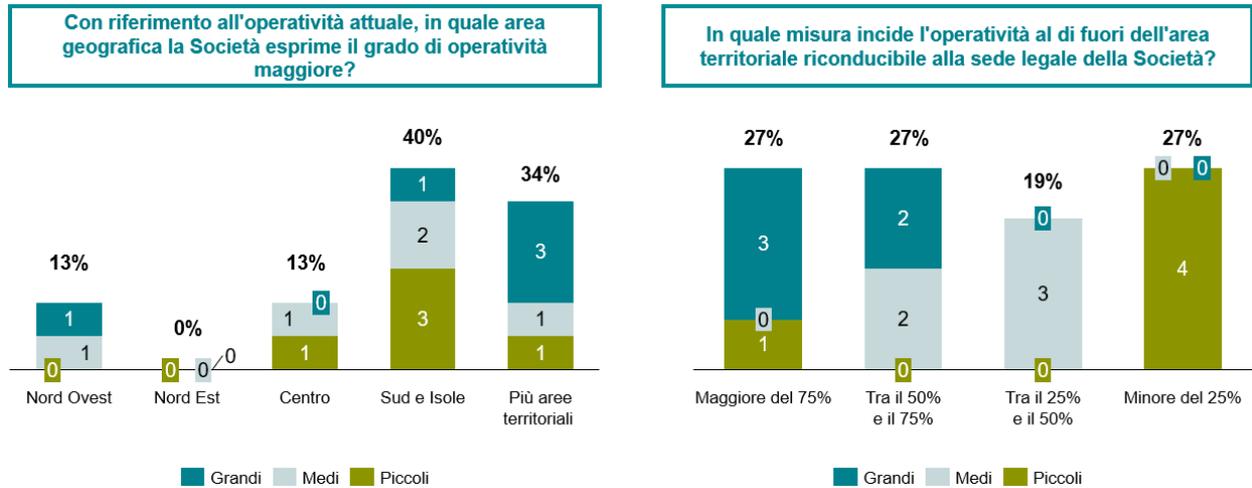
Il 73% delle società di agenzia intervistate ritiene di rappresentare per la propria clientela l'interlocutore capace di rispondere più celermente alle esigenze di credito.

Figura 67 - Esigenze di credito della clientela



Rispetto alle aree geografiche con livelli maggiori di operatività, gli agenti in attività finanziaria sono maggiormente presenti nel sud e nelle isole (40%), con una quota rilevante di agenti (34%) che operano in diverse aree territoriali del territorio italiano.

Figura 68 - Aree geografiche caratterizzate da livelli maggiori di operatività

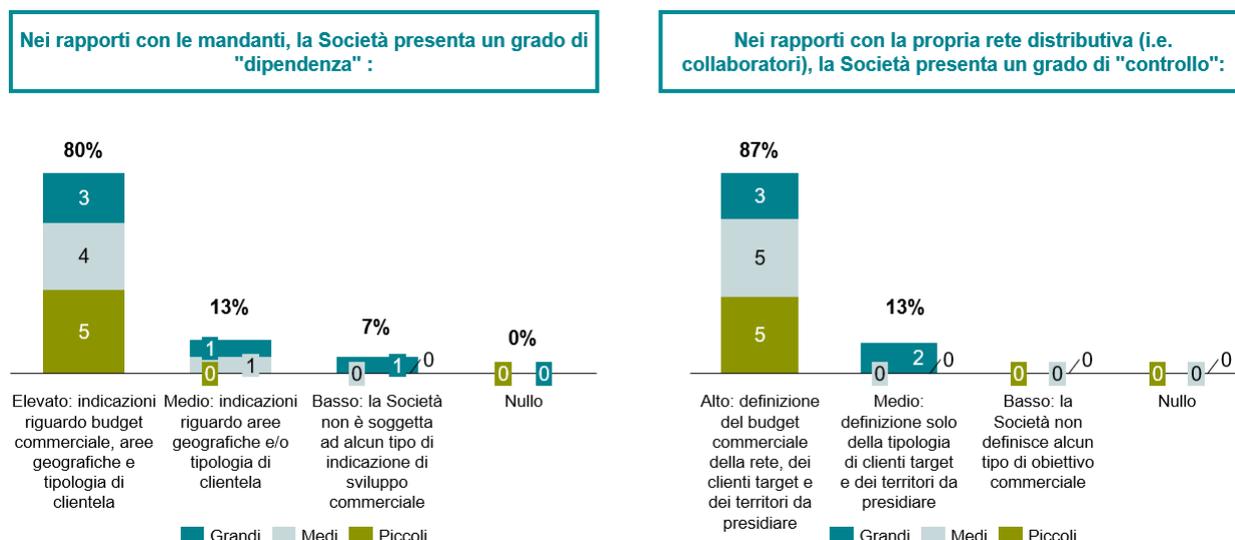


Relativamente ai rapporti caratterizzanti i legami tra agenti e società mandanti, l'80% degli agenti intervistati presenta un grado di "dipendenza" elevato, in funzione:

- dell'indicazione di *budget* commerciali in termini di volumi *target*;
- dell'indicazione di territori di competenza da presidiare;
- dell'eventuale indicazione di tipologie di clientela a cui rivolgersi.

Parallelamente, le reti di collaboratori degli agenti in attività finanziaria risultano quasi completamente soggette ad un grado di controllo commerciale elevato, in funzione delle medesime indicazioni ricevute da parte delle società mandanti.

Figura 69 - Dipendenza dalle società mandanti e controllo della rete distributiva



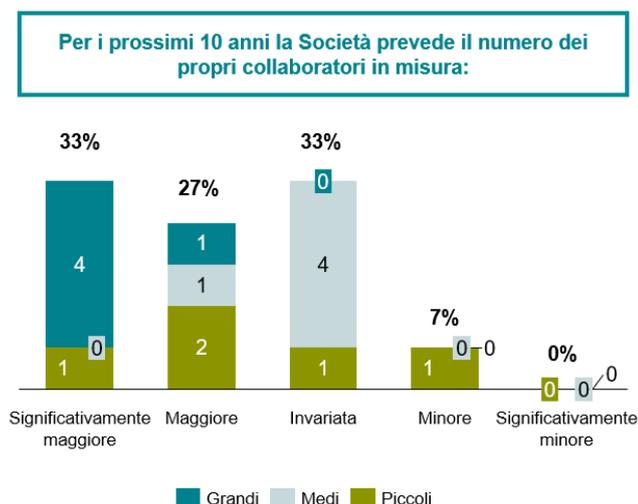
Tale grado di controllo, dunque, risulterebbe elevato sia nei confronti dei dipendenti che dei collaboratori. Inoltre, gli agenti intervistati hanno riferito di prediligere, a volte, l'assunzione dei collaboratori con l'obiettivo di garantire rapporti di lungo termine con la rete ed evitare tassi di *turnover* elevati, alla luce delle difficoltà riscontrate circa la capacità di riuscire a trovare nuovi collaboratori. Diverse società intervistate, infatti, hanno riferito che trovare nuovi collaboratori, sia in un'ottica di crescita della rete commerciale che per sostituire eventuali collaboratori usciti dall'azienda, risulta un'attività complessa, alla luce:

- della scarsa attrattività della professione per i più giovani, dati i compensi iniziali particolarmente contenuti e, contestualmente, le difficoltà nel sostenere i costi necessari all'avvio della professione;
- della difficoltà nel trovare collaboratori di altri agenti disposti a muoversi verso altre società, spesso per effetto di vincoli contrattuali particolarmente onerosi;
- delle criticità legate all'assunzione / avvio della collaborazione con soggetti provenienti da altre realtà e profondamente legati ad una "cultura aziendale" di provenienza diversa da quella di eventuale "destinazione".

Anche in considerazione di tali difficoltà caratterizzanti i processi di *recruiting*, una porzione significativa degli agenti intervistati ritiene che il numero dei propri collaboratori rimarrà invariato nei prossimi 10 anni (33%), mentre una proporzione

simile di agenti in attività finanziaria - composta principalmente da professionisti del credito di grandi dimensioni – è ottimista rispetto alla crescita futura della propria rete distributiva.

Figura 70 - Variazione del numero di collaboratori nei prossimi 10 anni



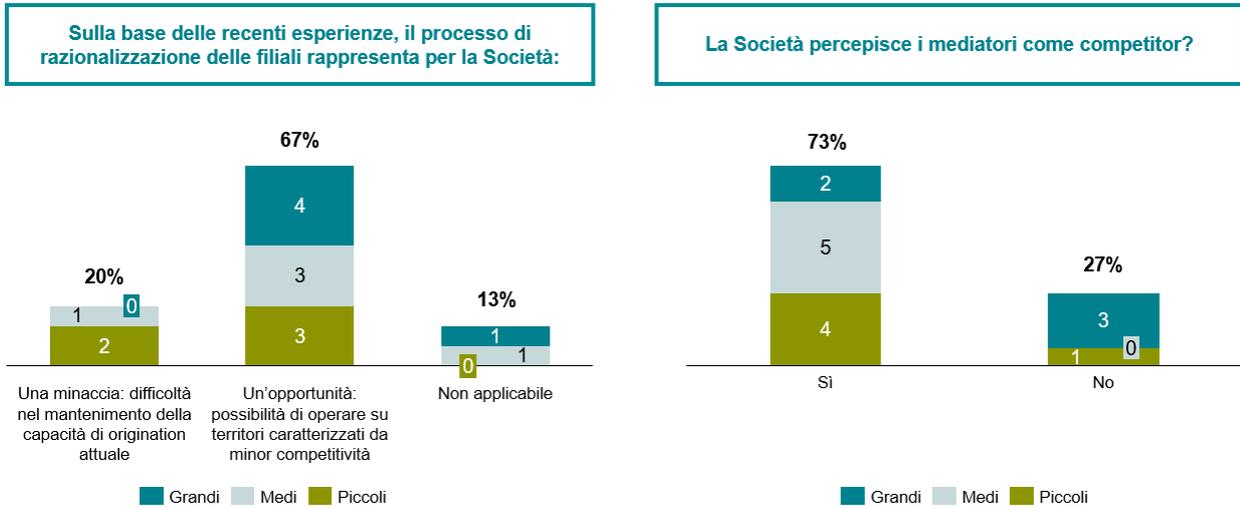
Con riferimento ai fenomeni di potenziale impatto sul settore degli agenti in attività finanziaria, il questionario svolto ha raccolto le opinioni dei professionisti del credito rispetto a due temi centrali:

- processo di razionalizzazione delle filiali;
- grado di competizione con i mediatori e la normativa di riferimento.

In particolare, la maggior parte degli agenti in attività finanziaria (67%) ritengono che il *trend* di riduzione del numero di sportelli bancari nei territori presidiati dagli stessi possa rappresentare un'opportunità, permettendogli di incrementare la propria capacità distributiva, intercettando clienti disintermediati dal comparto bancario. Al contrario, per gli agenti la cui operatività risulta estremamente legata ai processi operativi (spesso anche di segnalazione dei *lead*) delle filiali bancaria, il fenomeno indagato rappresenterebbe inevitabilmente una minaccia.

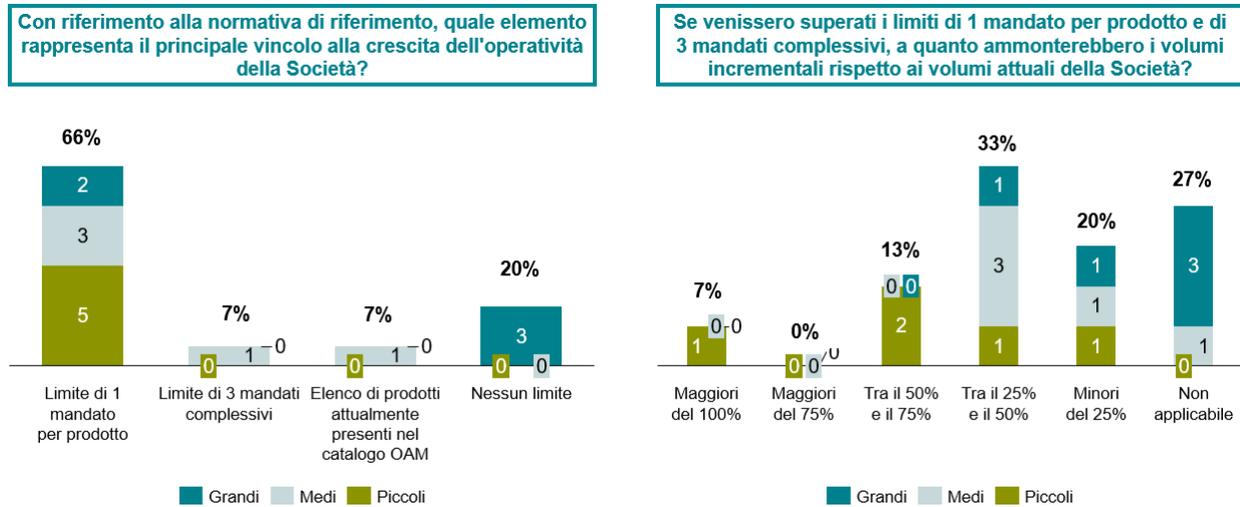
In aggiunta, gli agenti sembrerebbero muoversi in un "campo d'azione" caratterizzato da un elevato livello di competitività, non solo per effetto del numero di agenti presenti sul territorio ma dalla crescente operatività dei mediatori creditizi. Infatti, la maggior parte degli agenti intervistati vede i mediatori creditizi come *competitor*, percependoli come degli agenti "plurimandatari".

Figura 71 - Processo di razionalizzazione delle filiali e contesto competitivo



Alla luce di quanto sopra, il 66% degli agenti intervistati considera il vincolo del monomandato come principale causa di rallentamento alla crescita della propria operatività; superando tale vincolo normativo, secondo quanto raccolto, gli agenti registrerebbero volumi incrementali in un intervallo compreso tra il 25% e il 50%.

Figura 72 - Normativa di riferimento ed effetti sull'operatività

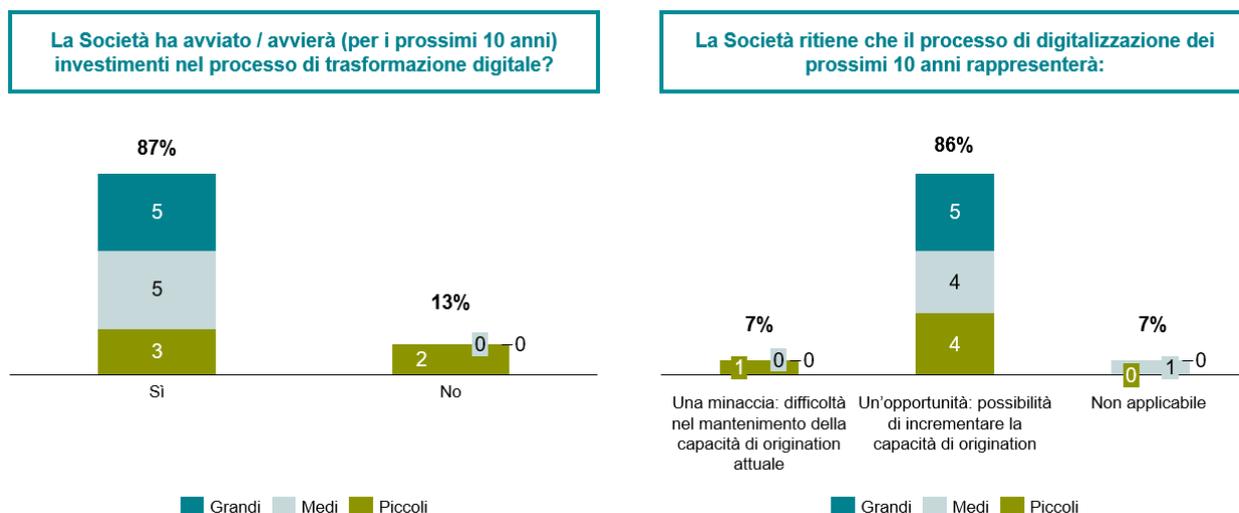


Per comprendere le prospettive di lungo termine degli agenti in attività finanziaria, sono state poste #7 domande, volte a valutare:

- l'impatto del processo di trasformazione digitale;
- eventuali evoluzioni del modello di *business*;
- l'eventuale impatto della sentenza "Lexitor" sui margini commissionali.

Relativamente al processo di digitalizzazione avviato dagli agenti in attività finanziaria, l'87% degli intervistati ha intrapreso percorsi di trasformazione digitale focalizzati nell'adozione della firma digitale e nell'automazione dei processi interni (comprese le fasi di vendita e pre-istruttoria). Tali interventi di miglioramento dei modelli operativi sono ritenuti da parte degli intervistati un elemento che potrà generare un'opportunità, intesa anche come incremento futuro della capacità di *origination* di nuovi *lead*.

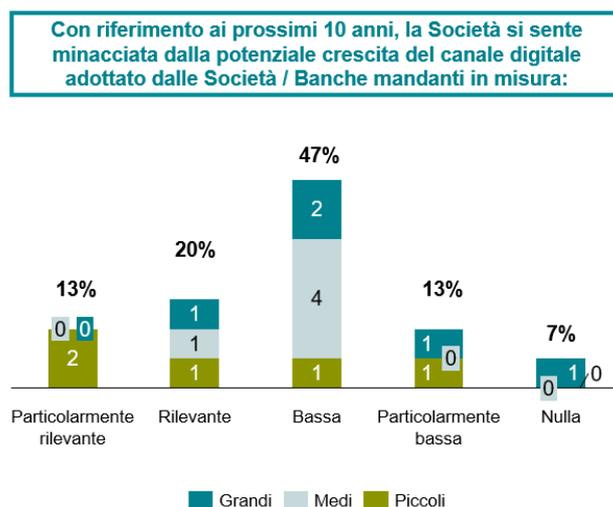
Figura 73 - Il processo di trasformazione digitale



Con riferimento, invece, alla crescente adozione e conseguente sviluppo del canale digitale da parte delle società mandanti, la maggior parte degli agenti intervistati (47%) non reputano tale fenomeno come elemento di preoccupazione circa la sostenibilità della propria operatività, data l'imprescindibilità del supporto "consulenziale" e di vicinanza garantita dagli stessi.

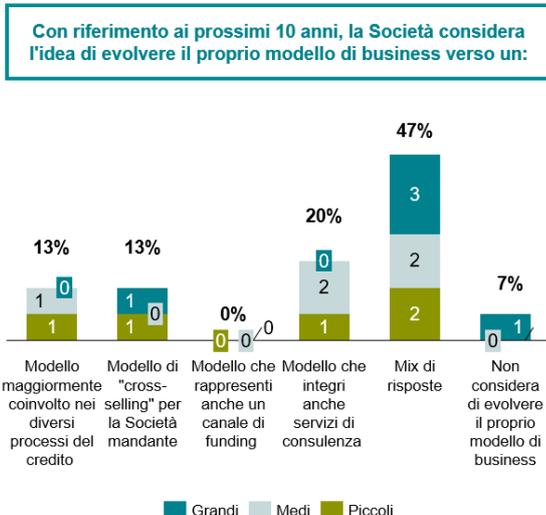
Allo stesso tempo, comunque, una non trascurabile percentuale degli intervistati percepisce l'opportunità di ottenere credito da parte dei consumatori attraverso un canale "fully digital" come una minaccia.

Figura 74 - Effetti dello sviluppo del canale digitale da parte delle Società mandanti sull'operatività degli agenti in attività finanziaria



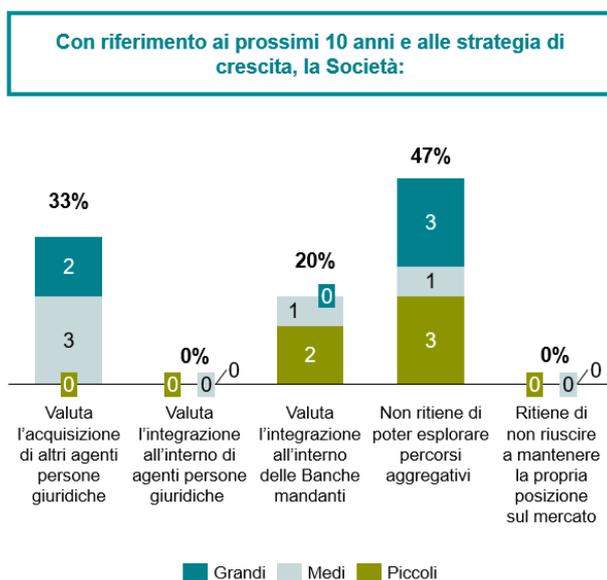
Relativamente all'evoluzione futura dei modelli di *business* degli agenti in attività finanziaria, diversi intervistati (20%) ritengono che un modello di *business* basato sull'offerta di servizi di consulenza alla clientela, favorendo il processo di fidelizzazione del cliente, possa rappresentare uno sviluppo probabile del settore nei prossimi anni. Allo stesso tempo, una parte significativa degli intervistati (47%) sostiene che un'evoluzione del modello di *business* nel prossimo decennio potrà comprendere, oltre all'offerta di servizi consulenziali, un maggior coinvolgimento nei diversi processi del credito.

Figura 75 - Evoluzione futura dei modelli di *business* degli agenti in attività finanziaria



Rispetto alle strategie di crescita future nel prossimo decennio, il 47% degli agenti non sta considerando il coinvolgimento in percorsi aggregativi, mentre qualche agente (33%), di medio-grandi dimensioni, sarebbe invece interessato a valutare l'acquisizione di altri agenti di minori dimensioni.

Figura 76 - Strategia di crescita degli agenti in attività finanziaria nei prossimi 10 anni



Per quanto riguarda gli effetti della Sentenza c.d. "Lexitor", una porzione significativa dei partecipanti alle interviste (33%) ha riferito che le società mandanti, per mantenere invariato il livello della propria marginalità, hanno avviato strategie di

re-pricing nei confronti degli agenti in “misura rilevante”. Allo stesso tempo, diversi intervistati ritengono che gli effetti della sentenza siano stati “assimilati” col passaggio al “TUTTO TAN”.

Figura 77 - Impatti della sentenza “Lexitor” sui margini commissionali



4.3.2 Considerazioni di sintesi

Al pari dell’approccio utilizzato per le società mandanti / convenzionate, nel corso delle interviste agli agenti sono emersi ulteriori elementi di interesse, presi in considerazione per giungere a considerazioni di sintesi sul posizionamento degli agenti.

In particolare, gli agenti in attività finanziaria ritengono che:

- in un mercato in cui cresce la competizione e si riducono i margini, la stabilità del legame con le società mandanti rappresenta il vero “elemento di sopravvivenza”. Al pari, gli agenti si percepiscono per le mandanti come l’unica figura “sostenibile” per una proposizione commerciale specializzata e flessibile;
- i mediatori creditizi determinino talvolta uno scenario di “competizione impropria”, con un ruolo percepito quasi come quello di “agenti plurimandatari”. Un’eventuale apertura al “plurimandato” per gli agenti, benché benefica soprattutto per i “mono-prodotto”, non verrebbe contemplata dalle grandi mandanti;
- il fenomeno della razionalizzazione delle filiali rappresenta, nel complesso, un’opportunità in termini di potenziali maggiori volumi;

- il processo di trasformazione digitale abiliti l'evoluzione dei modelli distributivi e del ruolo dell'agente, senza sostituire "in toto" il fattore "umano", che resterà sempre imprescindibile nel mercato in cui operano;
- gli effetti della sentenza "Lexitor", sebbene assimilata col passaggio al "TUTTO TAN", abbia rappresentato un fattore di contrazione delle marginalità, con riflessi sulla sostenibilità di alcuni professionisti del credito, soprattutto i meno strutturati e con rapporti di minor stabilità;
- la propria figura abbia maggiori capacità e flessibilità relazionali rispetto alle modalità tradizionali e che, prospetticamente, si possa evolvere verso una maggior centralità commerciale ("*cross-selling*") o operativa (fasi del processo del credito), anche per effetto della crescente incidenza del digitale;
- in uno scenario di crescite non significative, caratterizzato da un progressivo invecchiamento (professione poco attrattiva per i giovani) e minor redditività, l'agente debba ricercare rapporti di lungo termine. Per i più piccoli e/o meno stabili, il modello del mediatore potrebbe costituire una possibilità (se non necessità) evolutiva.

4.4 MEDIATORI CREDITIZI

4.4.1 Risultati della *survey*

Per comprendere il *business model* degli intervistati, sono state poste #8 domande legate al modello distributivo dei mediatori creditizi, volte ad analizzare:

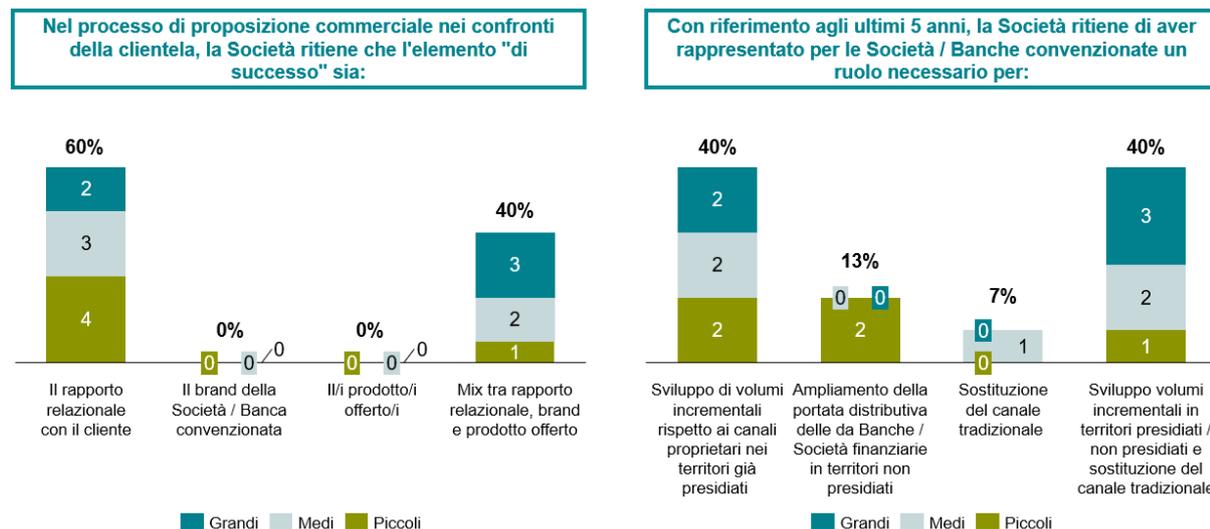
- gli elementi di "successo" dell'operatività dei mediatori creditizi;
- le aree geografiche con maggior grado di incidenza;
- il rapporto con le società convenzionate e con la propria rete di collaboratori.

In particolare, secondo il 60% dei mediatori creditizi intervistati, l'elemento di successo della propria operatività è rappresentato dalla capacità di instaurare rapporti relazionali di lungo termine con i clienti, fondamentali per rispondere alle necessità delle società convenzionate, quali:

- lo sviluppo di volumi incrementali rispetto ai canali proprietari in territori già presidiati dalle società convenzionate;

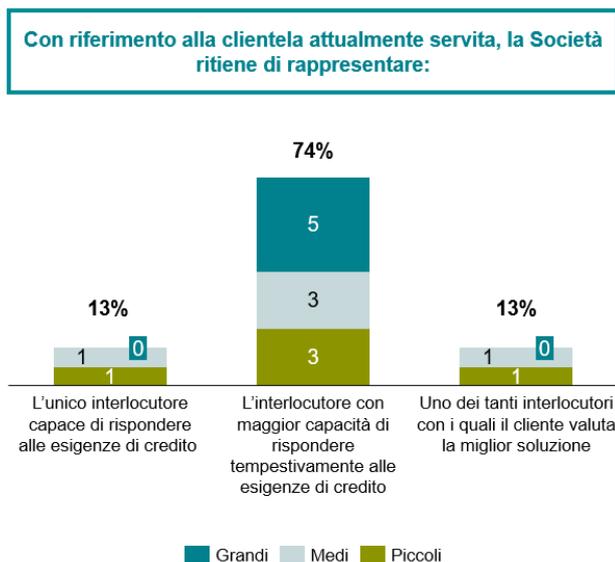
- l'ampliamento della portata distributiva in territori non presidiati;
- la sostituzione del canale tradizionale.

Figura 78 - Elementi di successo dell'operatività dei mediatori creditizi e ruolo rappresentato per le Società convenzionate



Secondo il 74% degli intervistati, i mediatori creditizi rappresentano l'interlocutore in grado di rispondere in maniera rapida ed efficace alle esigenze di credito della clientela.

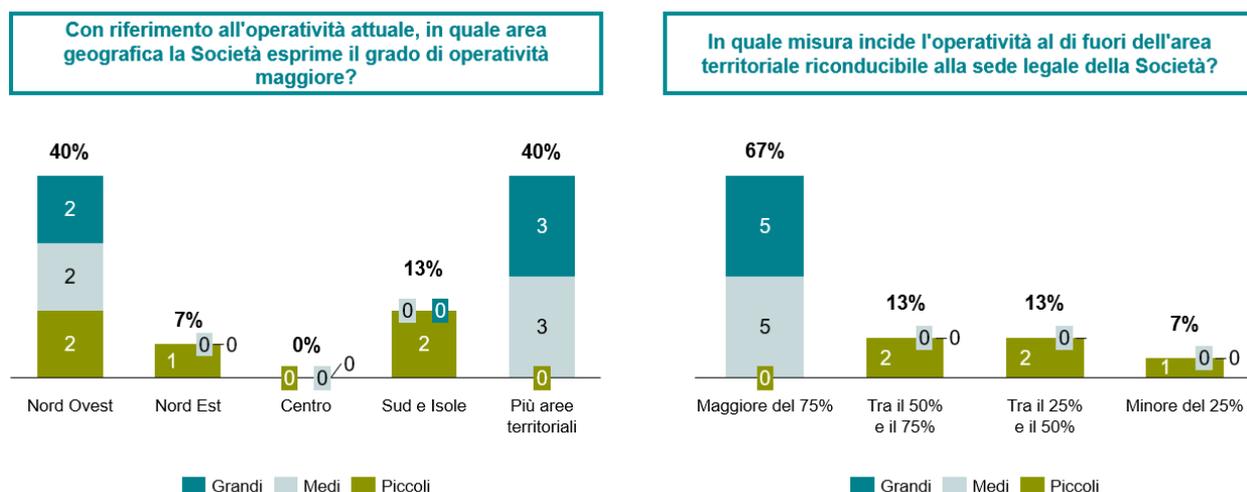
Figura 79 - Esigenze di credito della clientela



Con riferimento alle aree territoriali caratterizzate da un livello di operatività maggiore, i mediatori creditizi operano principalmente nel Nord Ovest (40%).

Inoltre, il 67% degli intervistati (rappresentati dalla totalità dei mediatori di grandi e medie dimensioni del *panel* di riferimento) ha dichiarato di erogare più del 75% dei volumi al di fuori del territorio della sede legale di riferimento.

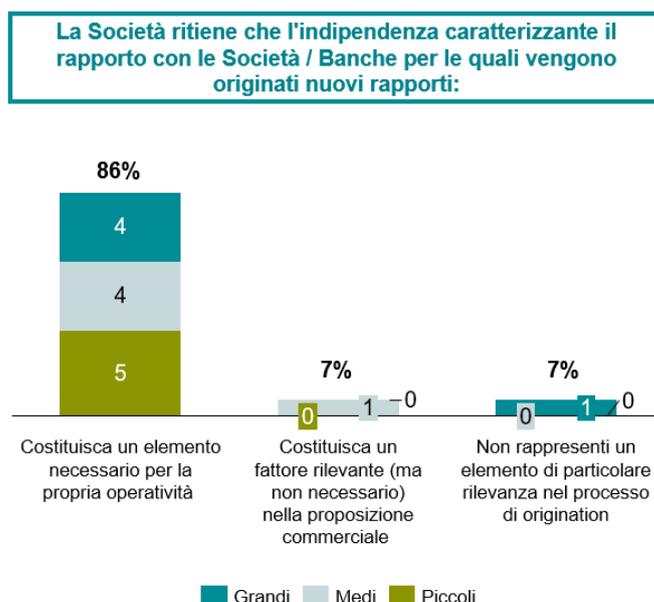
Figura 80 - Aree geografiche caratterizzate da livelli maggiori di operatività



Relativamente all'indipendenza che caratterizza il rapporto tra mediatori e le società convenzionate, l'86% dei mediatori creditizi intervistati ritiene che tale elemento sia indispensabile per esercitare l'attività di mediazione con successo: la

clientela, infatti, secondo gli intervistati, valuta positivamente l'assenza di conflitti di interesse con le banche e/o intermediari convenzionati. Secondo il 7% delle società intervistate, l'indipendenza è un fattore rilevante ma non necessario dato l'interesse esclusivo da parte dei consumatori verso il prodotto creditizio.

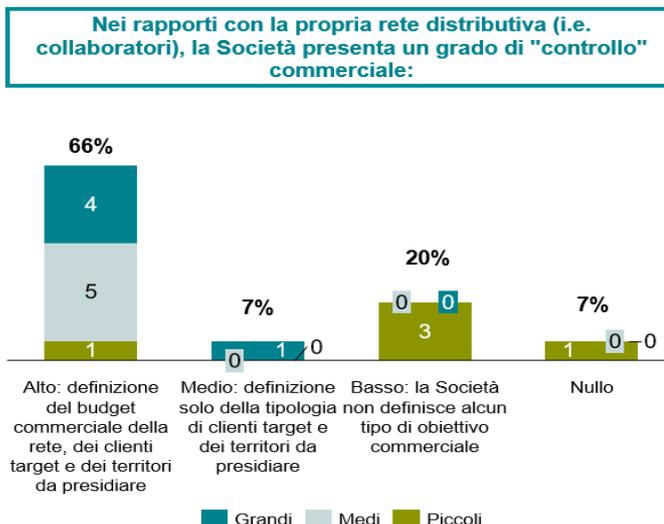
Figura 81 - Indipendenza del rapporto tra mediatori creditizi e società convenzionate



Con riferimento ai rapporti con la propria rete distributiva, i mediatori creditizi eserciterebbero un controllo commerciale nei confronti dei collaboratori differente in base alle dimensioni della società. Dalle interviste si evince infatti che:

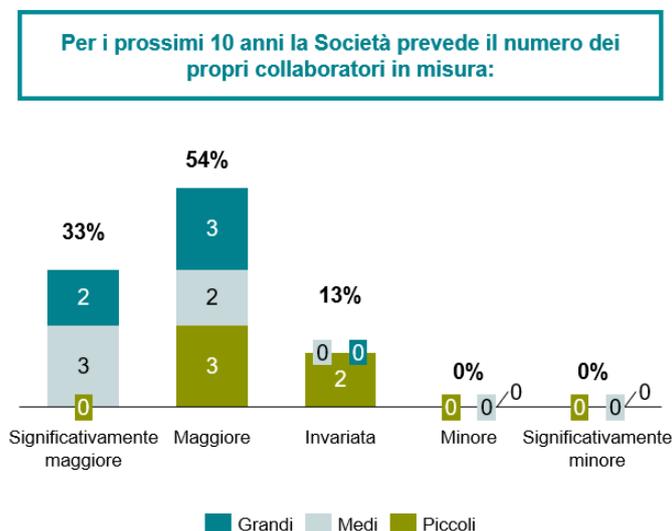
- il 66% dei mediatori creditizi intervistati, principalmente di grandi e medie dimensioni, esercita un controllo elevato, definendo *budget*, territori da presidiare e, eventualmente, tipologia di clientela da intercettare;
- il 20% degli intervistati, rappresentati da intermediari del credito di piccole dimensioni, esercita un controllo basso sui propri collaboratori, non delimitando in alcun modo lo sviluppo commerciale di questi ultimi.

Figura 82 - Controllo della rete distributiva



Con riferimento alla crescita della rete di collaboratori dei prossimi 10 anni, la maggior parte dei mediatori creditizi intervistati (87%) prevede il numero dei propri collaboratori in aumento.

Figura 83 - Variazione del numero di collaboratori nei prossimi 10 anni



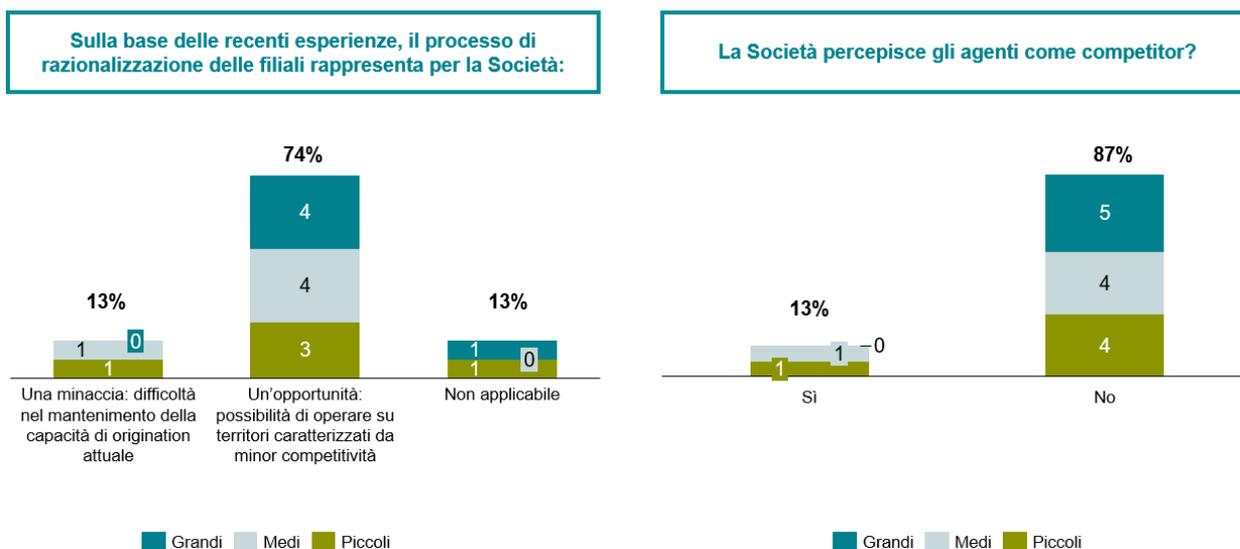
Il questionario svolto, al pari delle interviste rivolte agli agenti, ha raccolto il punto di vista dei mediatori creditizi rispetto a due fenomeni di potenziale impatto sul settore dell'intermediazione creditizia:

- fenomeno di razionalizzazione degli sportelli;
- grado di competizione con gli agenti in attività finanziaria.

In particolare, il 74% dei mediatori creditizi ritiene che la crescente riduzione del numero di sportelli sul territorio possa rappresentare un'opportunità, consentendo di consolidare la propria influenza nei territori di riferimento e di incrementare considerevolmente il numero di clienti serviti. Una porzione ridotta degli intervistati, pari al 13% del *panel*, ritiene invece che la chiusura delle filiali comprometterebbe la capacità dei mediatori creditizi di mantenere la propria capacità di *origination*, trattandosi di operatori significativamente legati all'“operatività di filiale”.

L'87% degli intervistati, inoltre, non percepisce gli agenti in attività finanziaria come *competitor*: l'offerta proposta dagli agenti risulterebbe poco attrattiva per i consumatori rispetto all'ampia e personalizzata gamma di soluzioni offerte dai mediatori creditizi. I “veri” *competitor* sarebbero, invece, le altre società di mediazione e le banche.

Figura 84 - Processo di razionalizzazione delle filiali e contesto competitivo

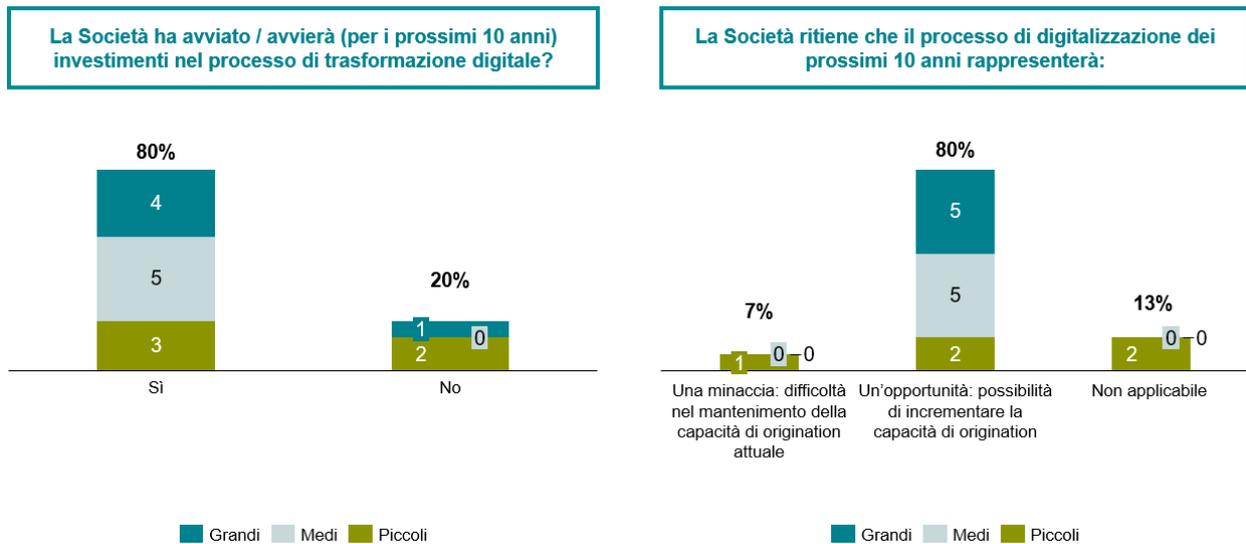


Per comprendere le prospettive di lungo termine dei mediatori creditizi, sono stati posti #6 quesiti, volti ad esaminare:

- l'impatto del processo di digitalizzazione del settore;
- eventuali evoluzioni del modello di *business*;
- l'eventuale impatto della sentenza c.d. “Lexitor” sui margini commissionali [se applicabile].

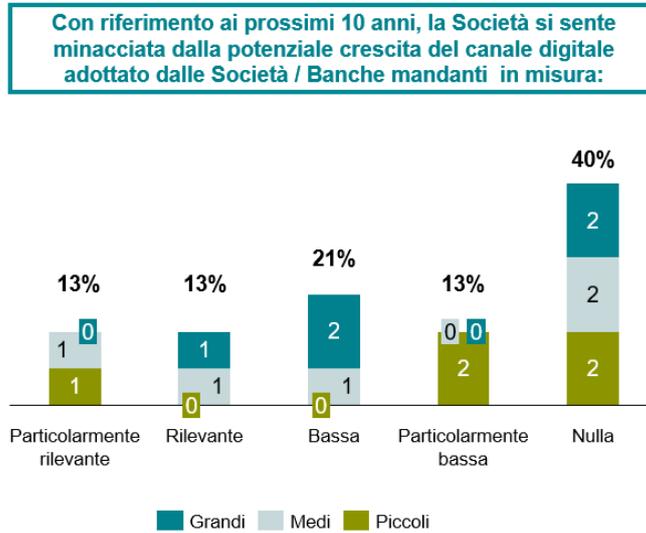
Con riferimento al processo “*digital*”, l’80% degli intermediari ha avviato (o ha in animo di avviare) percorsi di trasformazione digitale volti a garantire una maggior efficienza operativa, anche in considerazione dei processi di “*data collection*”. Tali sviluppi in termini di automazione e digitalizzazione rappresenterebbero, dunque, un’opportunità per l’80% dei mediatori intervistati, anche in termini di maggiore capacità di *origination*.

Figura 85 - Il processo di trasformazione digitale



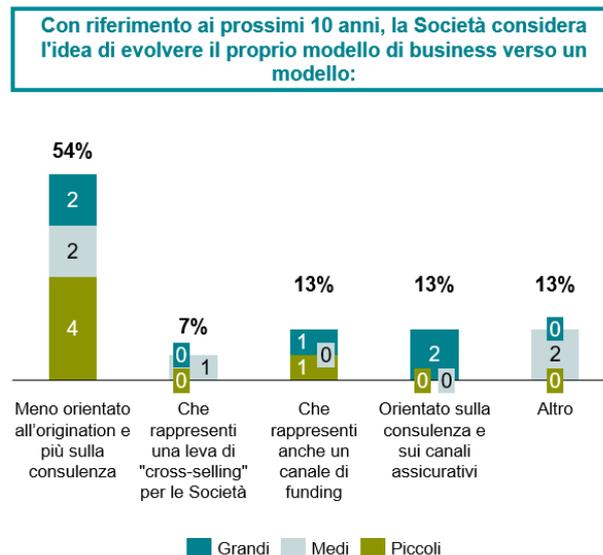
Relativamente, invece, all’adozione del canale digitale da parte delle società convenzionate, il 40% dei mediatori creditizi non ritiene tale eventualità un fattore di preoccupazione per la propria operatività. D’altro canto, tuttavia, il 26% degli intervistati ritiene che la crescita della possibilità per i clienti di finalizzare un contratto in modalità “*fully digital*” rappresenti una minaccia, potendo potenzialmente comportare disintermediazione per gli operatori.

Figura 86 - Effetti dello sviluppo del canale digitale da parte delle Società convenzionate sull'operatività dei mediatori creditizi



Con uno sguardo alle potenziali evoluzioni dei modelli di business, il 54% dei mediatori ritiene che la propria operatività, nei prossimi 10 anni, sarà maggiormente focalizzata su attività consulenziali e personalizzate, per rispondere prontamente a qualsiasi tipo di esigenza della clientela. Inoltre, un numero minore di operatori ha espresso l'ambizione (prescindendo dagli attuali limiti normativi) di rappresentare, per le società convenzionate, un canale di raccolta del risparmio.

Figura 87 - Evoluzione futura dei modelli di *business* dei mediatori creditizi



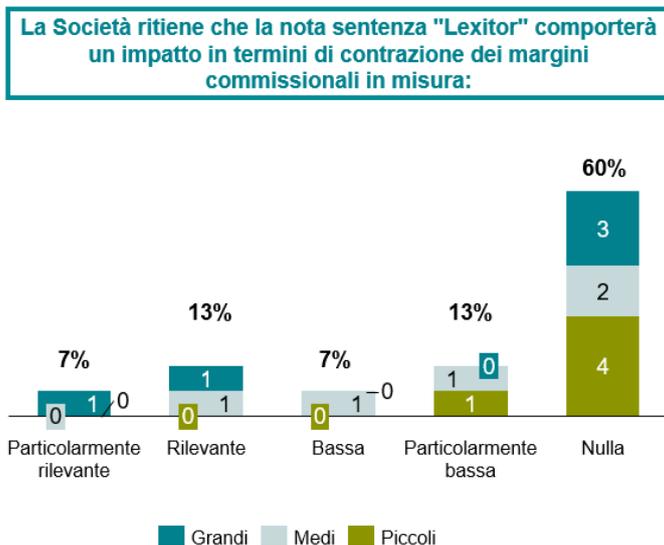
Rispetto alle strategie di crescita prospettiche, il 41% dei mediatori intervistati, principalmente di grandi dimensioni, valuterebbe favorevolmente l'acquisizione di altri mediatori per ampliare la propria portata distributiva, mentre il 13% delle società intervistate prenderebbe in considerazione sia percorsi acquisitivi che di integrazione all'interno di altri mediatori.

Figura 88 - Strategia di crescita dei mediatori creditizi nei prossimi 10 anni



Rispetto alla sentenza “Lexitor”, il 60% dei mediatori non ha subito alcun tipo di impatto sui propri margini grazie al passaggio, da parte delle società convenzionate, all’offerta “TUTTO TAN”, per effetto del quale il tema risulterebbe “assimilato” dal sistema e non comporterà alcun tipo di risvolto negativo in futuro. Il 20% degli intervistati, tuttavia, ha riferito che le società convenzionate hanno avviato strategie di *re-pricing* che, potenzialmente, potranno continuare ad impattare sui margini commissionali anche in futuro.

Figura 89 - Impatti della sentenza “Lexitor” sui margini commissionali



4.4.2 Considerazioni di sintesi

Al pari dell’approccio utilizzato per gli agenti in attività finanziaria, nel corso delle interviste ai mediatori creditizi sono emersi ulteriori elementi di interesse, presi in considerazione per giungere a considerazioni di sintesi sul posizionamento dei mediatori.

In particolare, i mediatori creditizi ritengono che:

- le capacità di *origination* (di qualità) siano frutto di una maggior flessibilità rispetto ai canali bancari e agenziali (quest’ultimi non percepiti come veri “*competitor*”) e che, a tendere, il proprio ruolo possa evolvere sempre più verso l’unica figura consulenziale di riferimento della clientela;
- il processo di “razionalizzazione” degli sportelli bancari prospetti un’opportunità di crescita per il ruolo del mediatore, accentuando ulteriormente la propria:
 - (i) centralità relazionale con la clientela, alla ricerca di figure indipendenti per orientarsi nelle decisioni di indebitamento;
 - e, conseguentemente, (ii) la rilevanza per i livelli di produttività delle banche / società finanziarie.



- la sentenza “Lexitor” non abbia generato riflessi diretti e indiretti di rilievo sulle proprie marginalità;
- la trasformazione digitale rappresenti un’opportunità ma anche una prerogativa per la crescita: da un lato, l’esperienza delle *fintech* ha mostrato come il mediatore consenta di (o sia indispensabile per) percorrere “l’ultimo miglio” (soprattutto con riferimento al comparto delle PMI) e, dall’altro, il processo di digitalizzazione, intrapreso anche dai mediatori maggiori, possa favorire una crescita delle capacità di *origination* e della velocità di esecuzione;
- il futuro prospetti una crescita del mercato della mediazione, guidato dai più grandi che fungeranno da aggregatori di soggetti minori (anche di agenti “mono-prodotto”): necessaria dimensione critica per mantenere il posizionamento (costi di formazione, specializzazione, investimenti nel *digital*, ecc.).

5. IN SINTESI

- A oggi il mercato di agenti e mediatori conta circa 9mila iscritti, sostanzialmente in linea con il numero di iscritti attivi del 2015...
...si è registrata, invece, una crescita significativa in termini di collaboratori, in particolare riferiti a mediatori creditizi che, a oggi, rappresentano circa il 50% della “forza lavoro complessiva”.
- Complessivamente, il Nord Italia, in particolare la Lombardia, rappresenta l’area geografica con il maggior grado di concentrazione di professionisti del credito...
...confermata anche dal numero di mandati agenziali, fortemente e costantemente in crescita negli ultimi anni, specialmente nel comparto della *personal finance*.
- Dopo la flessione registrata nel 2023, lo scenario prospetta una ripresa (comunque eterogenea) in tutti i comparti del credito, ad eccezione dei prestiti alle imprese, in sostanziale stabilità.
- La trasformazione digitale rappresenta una delle principali sfide del settore nel quale, comunque, lo “*human touch*” continuerà a rappresentare una prerogativa.
- “*Digital*” concepito e percepito più come abilitatore di efficienza di processo e non fattore di disintermediazione...
...soprattutto in un quadro in cui la razionalizzazione dei canali fisici si è concentrata sugli sportelli bancari, liberando “spazio d’azione” alle reti di agenti e mediatori...
...che, infatti, percepiscono il fenomeno della “desertificazione bancaria” come fattore di opportunità.
- Il dilemma irrisolto di un settore sempre più competitivo è rappresentato dal doppio regime di operatività (monomandato vs. convenzioni) che, sebbene costituisca l’elemento di virtuosità del mercato italiano, sta orientando le valutazioni dei professionisti del credito verso cambiamenti organizzativi...
...in particolare per quelli operanti nel settore della cessione del quinto, maggiormente impattati dal nuovo regime post Lexitor.
- Dopo anni di tassi negativi e crescite generalizzate (volumi, numero di operatori, etc.), le marginalità complessive hanno subito forti contrazioni: come reagirà il settore dell’intermediazione del credito?...



- ...da un lato, consolidamento e stabilizzazione dei rapporti agenti – mandanti, dall'altro, grandi mediatori come poli di possibile “aggregazione”.



NOTA METODOLOGICA

- *Le analisi sul posizionamento territoriale dei professionisti del credito sono state sviluppate facendo riferimento alle sedi legali / domicili dichiarati dagli iscritti nei registri OAM. Con riferimento ai collaboratori, i territori di riferimento sono rappresentati dalle sedi legali / domicili dichiarati dagli iscritti per i quali collaborano.*
- *Dalle informazioni disponibili nei registri OAM non è pertanto possibile risalire ai territori di effettiva operatività di agenti e mediatori né, tantomeno, dei relativi collaboratori.*

© OAM, 2024

Indirizzo
Via Galilei, 3
00185 Roma – Italia

+39 06.688251

<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.*





OAM

ORGANISMO AGENTI E MEDIATORI

Organismo per la gestione degli elenchi degli Agenti
in attività finanziaria e dei Mediatori creditizi