

AGENTI IN ATTIVITÀ FINANZIARIA E MEDIATORI CREDITIZI: **OPERATIVITÀ E ASPETTATIVE.**

Indagine semestrale su intermediato, rete distributiva, geografia e attese degli operatori.

A cura dell'**Ufficio Studi OAM**

PERIODO DI RIFERIMENTO: **II SEMESTRE 2020**
DATA DI PUBBLICAZIONE: **MARZO 2021**

AGENTI IN ATTIVITÀ FINANZIARIA E MEDIATORI CREDITIZI IN ITALIA: OPERATIVITÀ E ASPETTATIVE.

INDAGINE SEMESTRALE
SU INTERMEDIATO, RETE DISTRIBUTIVA,
GEOGRAFIA E ATTESE DEGLI OPERATORI.

A cura dell'**Ufficio Studi OAM**

PERIODO DI RIFERIMENTO: **II SEMESTRE 2020**
DATA DI PUBBLICAZIONE: **MARZO 2021**

© **OAM, 2021**

Indirizzo

Via Galilei, 3
00185 Roma - Italia

Telefono

+39 06.688251

Sito internet

[https:// www.organismo-am.it](https://www.organismo-am.it)

Tutti i diritti riservati.

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

INDICE

Sommario

1. EXECUTIVE SUMMARY.....	6
2. ANDAMENTO ECONOMICO GENERALE E FOCUS SUL MERCATO DEL CREDITO IN ITALIA.....	9
<i>Introduzione.....</i>	<i>9</i>
<i>Il mercato del credito in Italia.....</i>	<i>10</i>
3. AGENTI IN ATTIVITÀ FINANZIARIA – PERSONE FISICHE.....	11
IL MERCATO DI ATTIVITÀ DEGLI AGENTI PERSONE FISICHE.....	11
<i>La survey degli Agenti Persone Fisiche.....</i>	<i>13</i>
<i>Intermediato totale, con spaccato per tipologia, segmento Corporate/Retail, e dimensione Agenti PF in termine di intermediato e numero di collaboratori.....</i>	<i>14</i>
<i>Presenza Geografica Agenti Persone Fisiche.....</i>	<i>15</i>
<i>Differenze Agenti Persone Fisiche per Classe di Dimensione.....</i>	<i>16</i>
LE ASPETTATIVE SULL'EVOLUZIONE DEL MERCATO DEGLI AGENTI PERSONE FISICHE.....	21
<i>Aspettative di evoluzione dell'intermediato con spaccato per tipologia di prodotto e focus per dimensione Agente Persona Fisica.....</i>	<i>21</i>
CONCLUSIONI.....	24
4. AGENTI IN ATTIVITÀ FINANZIARIA – PERSONE GIURIDICHE.....	25
IL MERCATO DI ATTIVITÀ DEGLI AGENTI PERSONE GIURIDICHE.....	25
<i>La survey degli Agenti Persone Giuridiche.....</i>	<i>27</i>
<i>Intermediato totale, con spaccato per tipologia, segmento Corporate/Retail, e dimensione Agenti PG in termine di intermediato e numero di collaboratori.....</i>	<i>28</i>
<i>Presenza Geografica Agenti Persone Giuridiche.....</i>	<i>30</i>
<i>Differenze Agenti Persone Giuridiche per Classe di Dimensione.....</i>	<i>31</i>
LE ASPETTATIVE SULL'EVOLUZIONE DEL MERCATO DEGLI AGENTI PERSONE GIURIDICHE.....	37
<i>Aspettative di evoluzione dell'intermediato con spaccato per tipologia di prodotto e focus per dimensione Agente Persona Giuridica.....</i>	<i>37</i>
CONCLUSIONI.....	44
5. MEDIATORI CREDITIZI.....	45
IL MERCATO DELLA MEDIAZIONE CREDITIZIA.....	45
<i>La survey dei Mediatori creditizi.....</i>	<i>45</i>
<i>Intermediato totale, con spaccato per tipologia, segmento Corporate/Retail, e dimensione Mediatori in termine di intermediato e numero di collaboratori.....</i>	<i>47</i>



<i>Presenza Geografica dei Mediatori</i>	49
<i>Differenze Mediatori per Classe di Dimensione</i>	50
LE ASPETTATIVE SULL'EVOLUZIONE DEL MERCATO DEI MEDIATORI CREDITIZI	57
<i>Aspettative di evoluzione dell'intermediato con spaccato per tipologia di prodotto e focus per dimensione Mediatore</i>	57
CONCLUSIONI	64

1. EXECUTIVE SUMMARY

Al fine di raccogliere evidenze sull'andamento del mercato degli Agenti in attività finanziaria, sia nella forma di persone giuridiche che nella forma di persone fisiche, e dei Mediatori creditizi, nel secondo semestre 2020, abbiamo realizzato un'indagine quantitativa basata su un questionario sottoposto alle due categorie di iscritti negli Elenchi. La *survey* segue quelle già avviate nel 2020 nei confronti dei Mediatori creditizi. La raccolta dei nuovi dati, terminata in febbraio, rappresenta l'oggetto dell'attuale *report* e comprende l'intermediato del II semestre 2020 e le aspettative sul I semestre 2021.

Il numero dei rispondenti per ciascuna categoria di iscritti negli Elenchi è il seguente:

- 365 rispondenti-Agenti in attività finanziaria nella forma di persone fisiche;
- 160 rispondenti-Agenti in attività finanziaria nella forma di persone giuridiche;
- 82 rispondenti-Mediatori creditizi.

Dal punto di vista dimensionale, abbiamo suddiviso ogni campione in 5 classi sulla base del numero di collaboratori: Micro (1-5 coll), Piccoli (6-20 coll), Medi (21-50 coll), Grandi (51-150 coll), Molto Grandi (>151 coll).

Per quanto riguarda gli Agenti in attività finanziaria nella forma di persone fisiche, la distribuzione geografica risulta pressoché omogenea circa lo svolgimento dell'attività di agenzia, ad eccezione della Valle d'Aosta per la quale la presenza di Agenti persone fisiche si colloca al 2%.

La maggior parte dell'intermediato avviene su prodotti *Corporate* (60%) ed in particolare da Finanziamenti e Mutui Chirografari.

Per quanto attiene ai collaboratori, questi sono prettamente specializzati nei Finanziamenti-Mutui Chirografari e *Leasing* per quanto riguarda i prodotti *Corporate*, e Cessione del V per quanto concerne i prodotti finanziari destinati ad una clientela *Retail*.

Ad oggi, gli Agenti persone fisiche prevedono un andamento abbastanza stabile degli importi intermediati nel I semestre 2021. Solo per i Prestiti Personali *Corporate* si prospetta una forte diminuzione dell'intermediato maggiore del -10% rispetto al II semestre

2020. Quanto alle aspettative future sul numero dei collaboratori e numero di mandati assunti, il campione analizzato vede stabilità dimensionale su tali elementi strutturali rispettivamente nelle percentuali del 65% e del 78%.

In merito alle analisi svolte sui dati raccolti riguardanti gli Agenti in attività finanziaria nella forma di persone giuridiche, la distribuzione geografica risulta pressoché omogenea, con prevalenza nelle regioni quali Lazio (9%), Emilia-Romagna (8%) e Marche (7%). Alta concentrazione di collaboratori si registra in Campania (10%) seguita da Lombardia e Sicilia in cui la percentuale si attesta al 9%.

I prodotti *Corporate* ed in particolare il *Leasing*, determinano la maggiore parte dell'intermediato dalle società di agenzia, al netto dei mutui *Retail*.

Per quanto attiene ai collaboratori, si rileva il più alto importo medio intermediato nella Cessione del V. In particolare, coloro che collaborano con Micro e Piccole società di agenzia sono prettamente specializzati nel *Leasing*.

Ad oggi, società Micro e Piccole si aspettano in generale buone prospettive di crescita, *sentiment* più pessimistico è invece rilevato dalle società Medie, Grandi e Molto Grandi. Quanto alle aspettative future sul numero dei collaboratori, numero mandati, numero Agenti persone fisiche e numero filiali utilizzate per lo svolgimento dell'attività di agenzia, oltre il 65% dei rispondenti vede stabilità dimensionale su tali elementi strutturali. In particolare, società Medie, Grandi e Molto Grandi rilevano una prospettiva di crescita tra l'1% ed il 10% sul numero di collaboratori. Micro e Piccole società sono quelle che meno immaginano un cambiamento a riguardo.

Per quanto concerne i Mediatori creditizi, i dati raccolti, in termini di distribuzione geografica, sono in linea con la precedente *survey*, con prevalenza nelle regioni quali Lombardia (18%), Lazio (11%) e Campania (11%). Pochissime filiali sono presenti in Valle d'Aosta e Molise. Alta concentrazione di collaboratori si registra in Lombardia (oltre il 17%) seguita da Lazio e Campania in cui la concentrazione dei collaboratori è rispettivamente del 14% e del 12%.

Le risultanze acquisite evidenziano una forte crescita dei volumi intermediati nel II semestre 2020 rispetto al I semestre 2020, registrando una variazione percentuale del +89%, grazie al +105% dell'intermediato *Retail* e al 51% dell'intermediato *Corporate*.



La maggior parte dell'intermediato, oltre ai Mutui *Retail*, avviene su prodotti *Corporate* ed in particolare dal *Factoring*.

Per quanto attiene ai collaboratori, coloro che lavorano con Grandi e Molto Grandi società rilevano il più alto importo medio intermediato sui Mutui *Retail*, viceversa, per coloro che collaborano con Medie, Micro e Piccole società, gli importi medi di intermediato più elevati si registrano rispettivamente su Finanziamenti e Mutui Chirografari, *Factoring (Turnover)* e Anticipi e Sconti Commerciali.

Ad oggi, i Mediatori prevedono un andamento abbastanza stabile sugli importi intermediati nel I semestre 2021. Per i prodotti quali Aperture di Credito in CC *Corporate* e Prestiti Personali *Corporate*, si prospetta una crescita degli importi intermediati per circa il 50%. Società Medie, Grandi e Molto Grandi, si aspettano in generale buone prospettive di crescita, *sentiment* più pessimistico è invece rilevato dalle società Micro e Piccole. Quanto alle aspettative future sul numero dei collaboratori, convenzioni, gamma dei prodotti trattati e sedi utilizzate per l'incontro con il cliente, si confermano i dati della precedente *survey* (quella relativa al I semestre 2020). Oltre il 49% dei rispondenti prevede stabilità dimensionale su tali elementi strutturali. In particolare, società Medie, Grandi e Molto Grandi rilevano una prospettiva di crescita tra l'1% ed il 10% sul numero di convenzioni stipulate e sul numero di collaboratori, Micro e Piccole società sono quelle che meno ipotizzano modifiche all'attuale assetto.

Infine, particolare attenzione è stata data ai Mutui, relativi tanto alla clientela *Corporate* quanto a quella *Retail*, determinando il peso di questi sul totale intermediato da ogni categoria di iscritti agli Elenchi.

La quota di intermediato via mutui da Agenti persone fisiche, Agenti persone giuridiche e Mediatori, si attesta rispettivamente al 4%, 2% e 34%, rispetto al totale erogato¹. Pertanto, in linea con le precedenti *survey*, i mutui si confermano il prodotto *core* delle società di mediazione creditizia.

¹ Osservatorio Assofin, "Osservatorio sul credito immobiliare 2020".

2. ANDAMENTO ECONOMICO GENERALE E *FOCUS* SUL MERCATO DEL CREDITO IN ITALIA

Introduzione

L'indagine relativa al secondo semestre 2020 si inserisce in un quadro generale dell'economia nazionale, fortemente scossa dalla seconda ondata dei contagi, in cui si registra una flessione del PIL nazionale nel quarto trimestre 2020 del -3,5% sul trimestre precedente (+15,9%, crescita sospinta dal forte rialzo sia delle esportazioni sia della domanda nazionale). La contrazione dell'attività economica si è accentuata negli ultimi mesi dello scorso anno a seguito del forte aumento dei contagi.

Gli indici di fiducia dei consumatori e delle imprese aumentano in dicembre, in particolare le valutazioni dei consumatori sulle prospettive generali dell'economia italiana sono peggiorate rispetto al terzo trimestre 2020, ma rimangono meno pessimistiche di quelle formulate tra la fine di aprile e l'inizio di maggio, mentre gli indici di fiducia delle imprese industriali hanno risentito dell'aumento dei contagi registrato in autunno, ma sono tornati a migliorare in dicembre con le notizie positive sulla disponibilità di vaccini.

Nel terzo trimestre, con la riapertura delle attività sospese durante il primo *lockdown*, sono aumentate le ore lavorate e si è ridotto il ricorso agli strumenti di integrazione salariale; il numero di occupati è salito (0,9%), pur rimanendo ancora del 2,1% al di sotto del livello precedente l'emergenza sanitaria.

Dopo la forte contrazione della spesa delle famiglie residenti nei primi due trimestri del 2020, nel terzo trimestre si è registrata una crescita del 12,4%, rispetto al periodo precedente, trainata principalmente dall'acquisto di beni durevoli. Dopo il recupero in estate, le informazioni più recenti indicano un indebolimento della spesa delle famiglie nella parte finale dell'anno. Nel terzo trimestre del 2020 l'indebitamento delle famiglie in rapporto al reddito disponibile è aumentato raggiungendo il 63,6%, mentre in rapporto al PIL il debito si è collocato al 44,4%.

Il mercato del credito in Italia

L'ampia offerta di liquidità da parte dell'Eurosistema ed il miglioramento delle condizioni applicate, favorito dall'introduzione di consistenti garanzie pubbliche dello Stato italiano sui nuovi finanziamenti, hanno incoraggiato le banche dell'area a rispondere alla forte domanda di credito proveniente soprattutto dalle imprese.

La crescita dei prestiti alle imprese ha raggiunto in novembre l'8,9% (rispetto ai tre mesi precedenti). L'espansione del credito ha inizialmente riguardato le società medio-grandi per poi estendersi anche a quelle di più piccole dimensioni.

Per quanto concerne i prestiti alle famiglie, nel terzo trimestre i criteri di offerta sia sul credito al consumo sia sui mutui hanno registrato un moderato irrigidimento, in linea con il deteriorarsi delle prospettive economiche generali e con un calo della tolleranza al rischio da parte delle banche.

Dal lato della domanda, nel terzo trimestre la domanda di prestiti da parte delle imprese ha continuato ad aumentare in misura marcata per fare fronte al fabbisogno eccezionale di liquidità indotto dall'emergenza sanitaria. Dopo essere diminuita per due trimestri consecutivi, la domanda di mutui e di credito al consumo delle famiglie è tornata a salire connessa con l'aumento, nel terzo trimestre 2020, della spesa per beni di consumo durevoli e della fiducia dei consumatori, quest'ultimi in lieve calo nel quarto trimestre 2020.

Per quanto attiene all'andamento del credito al consumo, nel 2020, si è registrata una riduzione a doppia cifra delle erogazioni (-20,9% rispetto allo 2019). Il *trend* ha coinvolto tutte le forme tecniche, ma la più colpita risulta quella dei Prestiti Personali con una variazione negativa del 33,7% rispetto al 2019. Il primo *lockdown* ha determinato una contrazione dei mutui di acquisto nei primi due trimestri del 2020. Nel terzo trimestre 2020 le compravendite di abitazioni sono tornate a crescere; i prezzi hanno rallentato. Tuttavia, il *sentiment* degli operatori immobiliari sull'evoluzione del proprio mercato di riferimento rimane negativo, sia nel breve sia nel medio termine.

3. AGENTI IN ATTIVITÀ FINANZIARIA – PERSONE FISICHE

IL MERCATO DI ATTIVITÀ DEGLI AGENTI PERSONE FISICHE

Del campione oggetto della presente *survey*, 365 Agenti persone fisiche hanno fornito i dati richiesti tramite il questionario, attestando il tasso di risposta ad una percentuale pari al 10%.

Gli Agenti persone fisiche che hanno partecipato alla *survey* operano nel 93% dei casi tramite un unico mandato² (Tabella 1). In particolare, è possibile notare che i principali mandati risultano essere concessi da Intermediari finanziari e Banche, rispettivamente nella misura del 53% e 46% (Tabella 2).

La *survey* evidenzia una distribuzione geografica pressoché omogenea circa lo svolgimento dell'attività di agenzia, fa eccezione la Valle d'Aosta per la quale la presenza di Agenti in attività finanziaria si colloca al 2% del campione oggetto della *survey* (Tabella 3).

Tabella 1: Numero Mandati Assunti Agenti PF

	%
1	93%
2	7%
3	0%

Tabella 2: Tipologia Mandante

	%
Intermediari finanziari	53%
Istituti di pagamento	0%
Istituti di moneta elettronica	1%
Banche	46%
Poste Italiane	0%

²“Gli Agenti in attività finanziaria svolgono la loro attività su mandato di un solo intermediario o di più intermediari appartenenti al medesimo gruppo. Nel caso in cui l'intermediario conferisca mandato solo per specifici prodotti o servizi, è tuttavia consentito all'Agente, al fine di offrire l'intera gamma di prodotti o servizi, di assumere due ulteriori mandati” (128-*quater*, comma 4, TUB)

Tabella 3: Presenza Geografica Agenti PF

	%
Abruzzo	5%
Basilicata	6%
Calabria	3%
Campania	7%
Emilia-Romagna	7%
Friuli-Venezia Giulia	3%
Lazio	8%
Liguria	3%
Lombardia	8%
Marche	8%
Molise	3%
Piemonte	5%
Puglia	5%
Sardegna	3%
Sicilia	8%
Toscana	3%
Trentino-Alto Adige	3%
Umbria	3%
Valle d'Aosta	2%
Veneto	8%

La survey degli Agenti Persone Fisiche

I dati raccolti tramite il questionario evidenziano che gli Agenti persone fisiche sono soggetti che mediamente operano in 1,5 regioni italiane.

Inoltre, si denota un forte sbilanciamento verso gli Agenti persone fisiche appartenenti alla categoria “micro”: questi ultimi ricoprono il 99% del campione oggetto di analisi.

Il numero medio dei collaboratori è di 1,9, in linea con la categoria oggetto di analisi (Tabella 4).

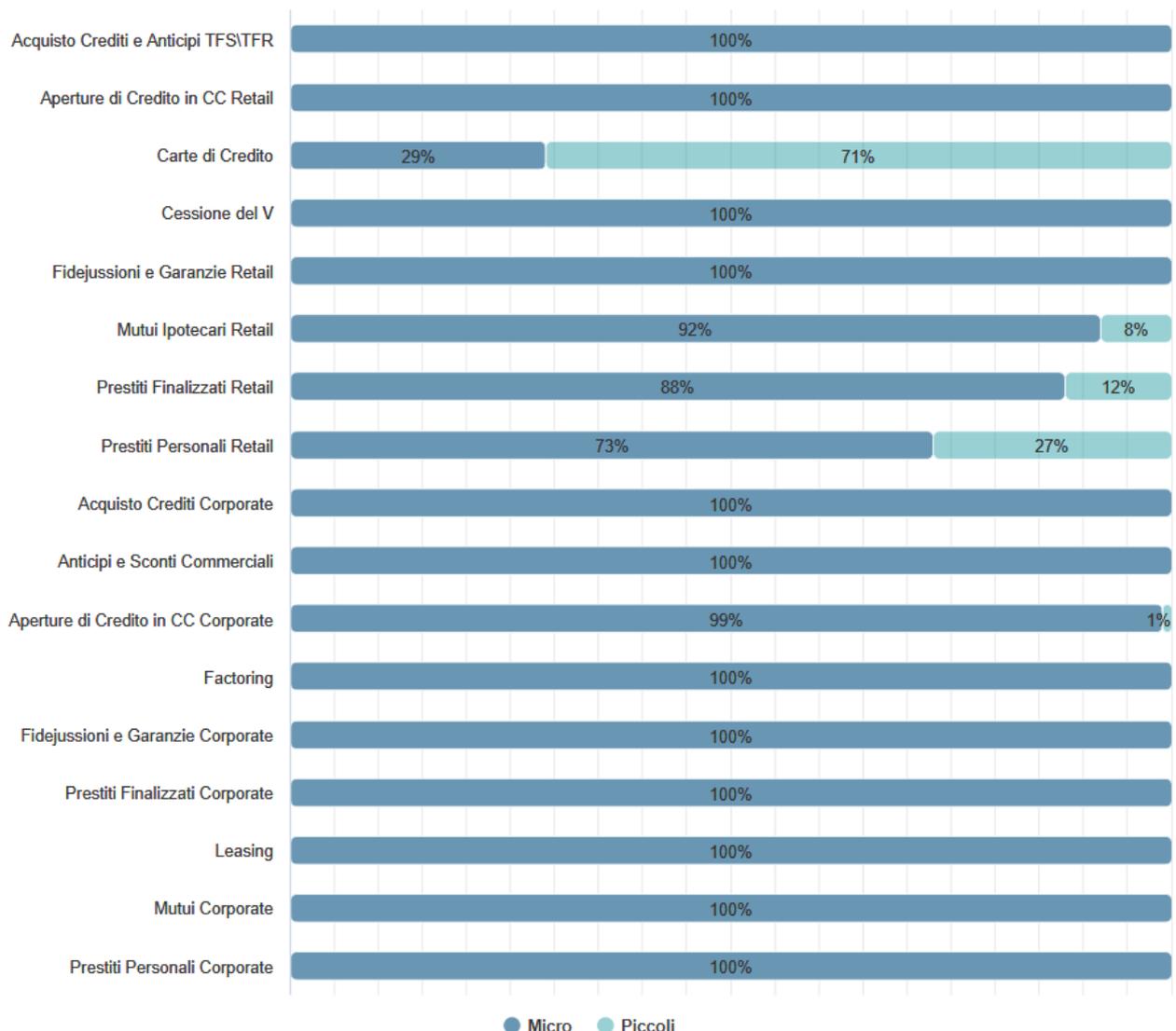
Tabella 4: Caratteristiche Agenti PF Partecipanti per Dimensione

	Micro	Piccoli	Totale
N. Risposte	354,0	3,0	357,0
Regioni			
Media Regioni	1,5	1,3	1,5
Dev. standard N. Regioni	2,8	0,6	2,8
Max N. Regioni	20,0	2,0	20,0
Min. N. Regioni	0,0	1,0	0,0
Collaboratori			
Media Collaboratori	1,7	7,0	1,9
Dev. standard Collaboratori	1,0	1,7	1,6
Max Collaboratori	5,0	9,0	9,0
Min. Collaboratori	1,0	6,0	1,0

Intermediato totale, con spaccato per tipologia, segmento *Corporate/Retail*, e dimensione Agenti PF in termine di intermediato e numero di collaboratori

Dai dati raccolti è possibile notare che la maggiore parte dei prodotti finanziari orientati tanto alla clientela *Corporate* quanto a quella *Retail*, risultano intermediati da collaboratori di Agenti in attività finanziaria nella forma di persone fisiche appartenenti alla categoria “micro” (meno di sei collaboratori). Le Carte di Credito rappresentano l’unico prodotto finanziario deliberato maggiormente da collaboratori di Agenti persone fisiche rientranti nella categoria “piccoli” (71%) (Grafico 1).

GRAFICO 1: INTERMEDIATO PER COLLABORATORE PER DIMENSIONE AGENTE PERSONA FISICA E TIPOLOGIA DI PRODOTTO (STIMATO)³



³ Dal presente grafico in poi, laddove la somma percentuale, per singolo prodotto finanziario e/o elemento strutturale, dovesse risultare superiore alla soglia del 100% è dovuto all’approssimazione aritmetica.

Presenza Geografica Agenti Persone Fisiche

La *survey* evidenzia che oltre il 35% dei collaboratori opera in Puglia (11%), Lazio (11%) e Campania (16%).

Al contrario, è possibile notare una bassa concentrazione dei collaboratori nella percentuale del 2% nelle regioni quali: Calabria, Friuli-Venezia Giulia, Liguria, Sardegna e Umbria; bassa concentrazione è stata rilevata anche in Valle d'Aosta e Molise (Tabella 5), analogamente a quanto riscontrato, come si vedrà nel capitolo successivo, per gli Agenti in attività finanziaria nella forma di persone giuridiche.

Tabella 5: Collaboratori per Regione (Stimato)

	Collaboratori	%Collaboratori
ABRUZZO	144	4%
BASILICATA	94	3%
CALABRIA	73	2%
CAMPANIA	588	16%
EMILIA-ROMAGNA	160	4%
FRIULI-VENEZIA GIULIA	65	2%
LAZIO	401	11%
LIGURIA	73	2%
LOMBARDIA	305	8%
MARCHE	124	3%
MOLISE	22	1%
PIEMONTE	161	4%
PUGLIA	398	11%
SARDEGNA	65	2%
SICILIA	325	9%
TOSCANA	211	6%
TRENTINO-ALTO ADIGE	123	3%
UMBRIA	58	2%
VALLE D'AOSTA	22	1%
VENETO	339	9%

Differenze Agenti Persone Fisiche per Classe di Dimensione

Sulla base della richiesta fatta agli Agenti persone fisiche relativa al totale intermediato per prodotto, abbiamo ricavato l'importo medio intermediato dalle classi di Agenti create sulla base del numero di collaboratori.

Ciò che emerge è che i prodotti trainanti ogni gruppo sono per i:

- Micro: Finanziamenti e Mutui Chirografari, Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR *Retail* (Anticipi al Cedente);
- Piccoli: Mutui *Retail*.

Complessivamente, la maggior parte dell'intermediato, al netto degli Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR *Retail* e Mutui *Retail*, avviene su prodotti *Corporate* ed in particolare da Finanziamenti e Mutui Chirografari: un dato, in linea anche con quanto riscontrato per la categoria dei Mediatori creditizi (vedasi capitolo numero 5), che può essere spiegato dal maggior fabbisogno finanziario delle aziende, soprattutto nel II semestre 2020 influenzato dalla seconda ondata pandemica, rispetto alla clientela *Retail* (Tabella 6).

Assegnando dei valori stimati a coloro che non hanno partecipato alla *survey*, basati sulla media dell'importo intermediato per classe di Agenti, otteniamo l'importo complessivo che ciascuna classe intermedia su ogni tipologia di prodotto considerato.

I dati raccolti evidenziano che la maggior parte del transato fa capo ad Agenti persone fisiche operanti nel mercato con meno di sei collaboratori ("micro") sia per i prodotti *Corporate* che *Retail*. I prodotti orientati ad una clientela *Corporate* pesano circa il 60% del totale intermediato calcolato, trainati principalmente da *Leasing* e Finanziamenti-Mutui Chirografari. Tra i prodotti *Retail* spicca per importi intermediati la Cessione del V (Tabella 7).

Dall'analisi dell'importo medio intermediato da ogni collaboratore si rileva che i collaboratori di Agenti in attività finanziaria nella forma di persone fisiche sono prettamente specializzati nei Finanziamenti-Mutui Chirografari e *Leasing* (rispettivamente 4.077 mgl e 3.909 mgl) per quanto riguarda i prodotti *Corporate*, e Cessione del V (2.454 mgl) per quanto concerne i prodotti finanziari destinati ad una clientela *Retail* (Tabella 8).



Infine, gli indicatori di efficienza dimostrano che i collaboratori di Agenti persone fisiche rientranti nella categoria “micro” sono coloro che portano maggior valore all’Agente in quanto riescono ad intermediare importi medi semestrali più elevati (mediamente 2.212,6 mgl per collaboratore) (Tabella 9).

Tabella 6: Importo Medio per Contratto, Prodotto e Dimensione Agente Persona Fisica (mgl)

	Micro	Piccoli	Totale
Prodotti Corporate			
Acquisto Crediti (Anticipi al Cedente)	375,0	n/d	375,0
Anticipi e Sconti Commerciali	42,3	n/d	42,3
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	42,4	5,0	40,9
Factoring (Turnover)	161,3	n/d	161,3
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	12,1	n/d	12,1
Finanziamenti e Mutui Chirografari	464,0	5,0	462,8
Leasing (Stipulato)	235,1	n/d	235,1
Mutui Ipotecari	270,0	n/d	270,0
Prestiti Finalizzati	8,6	n/d	8,6
Prodotto Retail			
Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR (Anticipi al Cedente)	519,7	n/d	519,7
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	7,8	n/d	7,8
Carte di Credito (Fido)	0,3	5,2	1,0
Cessione del V	28,2	23,1	27,9
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	1,0	n/d	1,0
Mutui	114,5	125,0	115,0
Prestiti Finalizzati	5,8	0,4	3,2
Prestiti Personali	35,2	11,6	26,4
Prestiti su Pegno	n/d	n/d	n/d

Tabella 7: Intermediato per Dimensione Agente Persona Fisica e Tipologia di Prodotto (Stimato - mgl)

	Micro	Piccoli	Totale
Prodotti Corporate			
Acquisto Crediti (Anticipi al Cedente)	10.887,9	-	10.887,9
Anticipi e Sconti Commerciali	16.295,6	-	16.295,6
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	14.771,3	45,7	14.817,0
Factoring (Turnover)	522.487,1	-	522.487,1
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	124.638,4	-	124.638,4
Finanziamenti e Mutui Chirografari	2.438.244,3	45,7	2.438.290,0
Leasing (Stipulato)	2.337.341,6	-	2.337.341,6
Mutui Ipotecari	68.601,6	-	68.601,6
Prestiti Finalizzati	77.204,4	-	77.204,4
TOTALE	5.610.472,7	91,3	5.610.564,0
Prodotto Retail			
Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR (Anticipi al Cedente)	358.350,8	-	358.350,8
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	8.391,0	-	8.391,0
Carte di Credito (Fido)	1.002,7	2.400,0	3.402,7
Cessione del V	1.467.585,4	33.326,0	1.500.911,5
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	3.346,2	-	3.346,2
Mutui	796.836,9	22.826,0	819.663,0
Prestiti Finalizzati	276.303,3	12.782,6	289.085,9
Prestiti Personali	702.060,9	86.739,1	788.800,1
Prestiti su Pegno	-	-	-
TOTALE	3.613.877,5	158.073,9	3.771.951,4
TOTALE COMPLESSIVO			9.382.515,4

Tabella 8: Intermediato per Collaboratore per Dimensione Agente Persona Fisica e Tipologia di Prodotto (Stimato - mgl)

	Micro	Piccoli	Totale
Prodotti Corporate			
Acquisto Crediti (Anticipi al Cedente)	18,2	-	17,0
Anticipi e Sconti Commerciali	27,2	-	25,5
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	24,7	1,1	23,1
Factoring (Turnover)	873,7	-	817,6
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	208,4	-	195,0
Finanziamenti e Mutui Chirografari	4.077,3	1,1	3.815,7
Leasing (Stipulato)	3.908,6	-	3.657,8
Mutui Ipotecari	114,7	-	107,3
Prestiti Finalizzati	129,1	-	120,8
Prodotto Retail			
Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR (Anticipi al Cedente)	599,2	-	560,8
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	14,0	-	13,1
C. Credito (Fido)	1,6	58,5	5,3
Cessione del V	2.454,1	812,8	2.348,8
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	5,6	-	5,2
Mutui	1.332,5	556,7	1.282,7
Prestiti Personali	462,0	311,7	452,4
Prestiti Personali	1.174,0	2.115,5	1.234,4
Prestiti su Pegno	-	-	-

Tabella 9: Indicatori di Efficienza per Dimensione Agente PF (mgl)

	Micro	Piccoli
Intermediato Per Collaboratore	2.121,6	890,7

LE ASPETTATIVE SULL'EVOLUZIONE DEL MERCATO DEGLI AGENTI PERSONE FISICHE

Aspettative di evoluzione dell'intermediato con spaccato per tipologia di prodotto e focus per dimensione Agente Persona Fisica

Dall'analisi sulle aspettative di crescita o riduzione del *trend* di mercato, relative al I semestre 2021, gli Agenti persone fisiche prevedono un andamento abbastanza stabile degli importi intermediati, per la maggior parte dei prodotti finanziari.

È possibile notare una sfiducia, circa le aspettative di intermediazione, per i Prestiti Personali *Corporate*: circa il 40% del campione prevede una forte diminuzione degli importi intermediati maggiore del -10% rispetto al II semestre 2020.

Per i prodotti quali: Anticipi e Sconti Commerciali e Mutui Ipotecari *Retail*, si prospetta una crescita degli importi intermediati per circa il 40% (Grafico 2).

Quanto alle aspettative future sul numero dei collaboratori e numero di mandati assunti, il campione analizzato vede stabilità dimensionale su tali elementi strutturali rispettivamente nelle percentuali del 65% e del 78%. (Grafico 3).

GRAFICO 2: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVA PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO

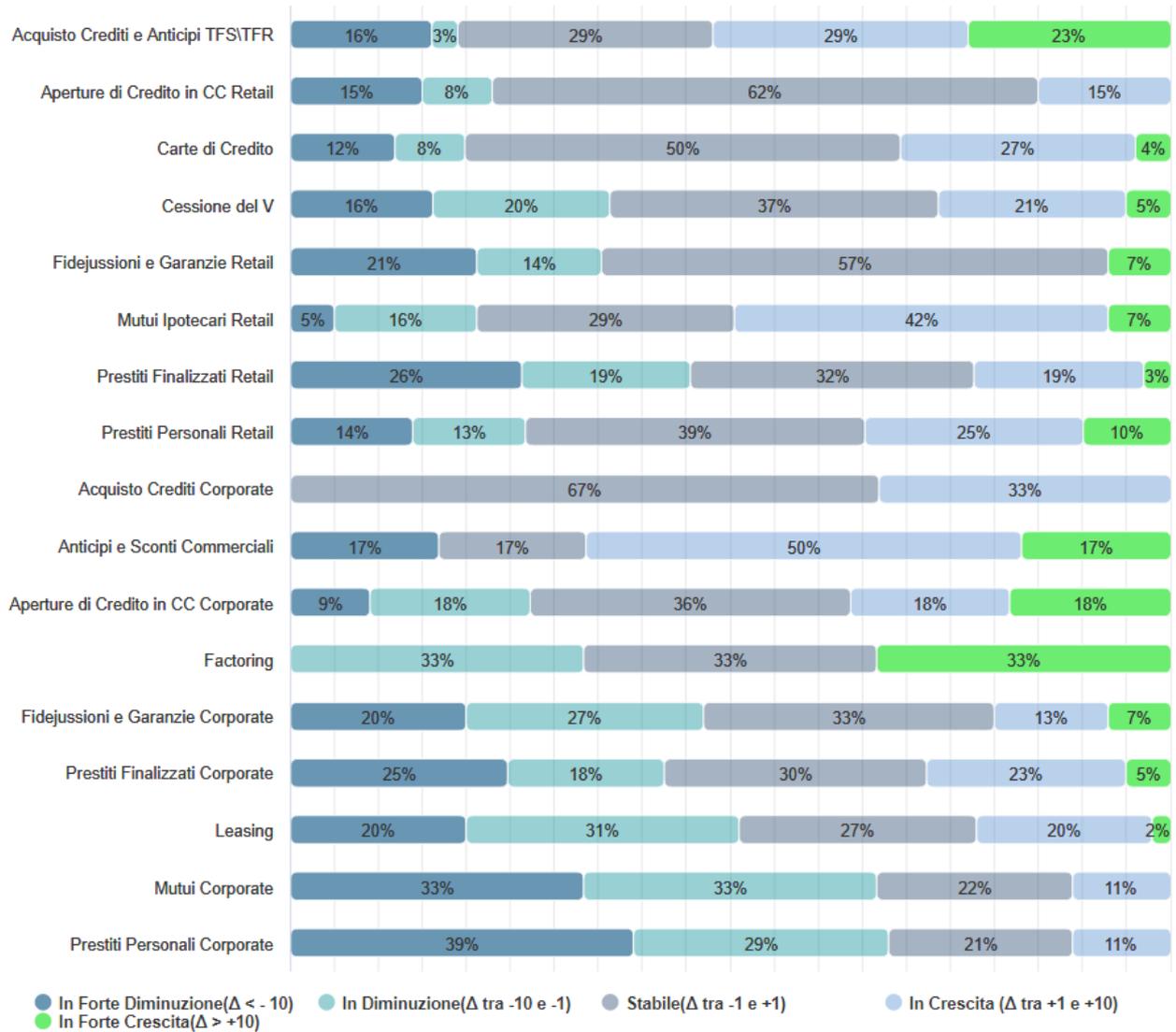
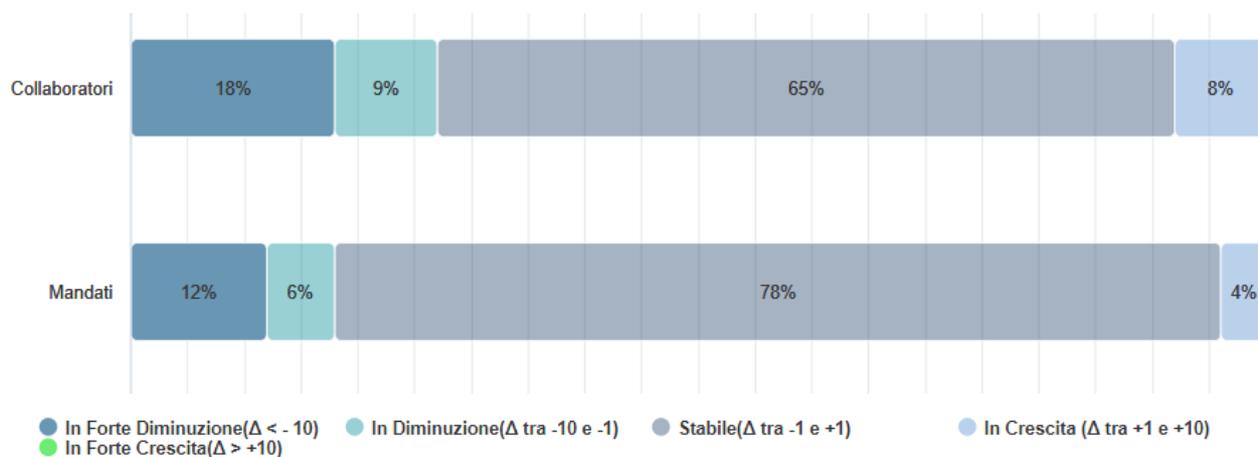


GRAFICO 3: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVA PER ELEMENTO STRUTTURALE



CONCLUSIONI

Gli Agenti in attività finanziaria nella forma di persone fisiche risultano operare principalmente con meno di sei collaboratori. I prodotti maggiormente intermediati sono: Finanziamenti e Mutui Chirografari, Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR *Retail* (Anticipi al Cedente) e Mutui *Retail*. Il peso dei Mutui, riguardanti tanto la clientela *Corporate* quanto quella *Retail*, sul totale intermediato dagli Agenti persone fisiche si attesta al 9%, quest'ultimo risultato scende al 4% se venisse rapportato al totale erogato⁴.

Le aspettative future sugli elementi strutturali, numero dei collaboratori e numero di mandati assunti, risultano stabili. In particolare, il 78% dei rispondenti prevede stabilità dimensionale sul numero dei mandati assunti.

Le aspettative di settore risultano stabili per la maggior parte dei prodotti finanziari. In particolare, circa il 40% dei rispondenti prospetta una crescita degli importi intermediati in Anticipi e Sconti Commerciali e Mutui Ipotecari *Retail*.

⁴ Osservatorio Assofin, "Osservatorio sul credito immobiliare 2020".

4. AGENTI IN ATTIVITÀ FINANZIARIA – PERSONE GIURIDICHE

IL MERCATO DI ATTIVITÀ DEGLI AGENTI PERSONE GIURIDICHE

Il tasso di risposta della *survey* è stato del 17%, ossia 160 Agenti persone giuridiche dei 919 riceventi hanno fornito i dati richiesti tramite il questionario. Il campione risulta caratterizzato prevalentemente da una forma societaria di capitali (87% del campione) (Tabella 10).

Gli Agenti in attività finanziaria nella forma di persone giuridiche che hanno partecipato alla *survey* operano maggiormente, nel 88% dei casi, tramite un unico mandato⁵ (Tabella 11).

In particolare, è possibile notare che i principali mandati risultano essere concessi da Intermediari finanziari e Banche, rispettivamente nella misura del 64% e 34% (Tabella 12).

La *survey* evidenzia una distribuzione geografica pressoché omogenea circa lo svolgimento dell'attività di agenzia. Concentrazioni più basse, che si attestano al 3%, risultano per le seguenti regioni: Calabria, Friuli-Venezia Giulia, Molise, Sardegna, Trentino-Alto Adige, Umbria e Valle d'Aosta. Di contro, le regioni con maggiore presenza di società che erogano servizi di agenzia sono il Lazio e la Lombardia (9%) (Tabella 13).

Tabella 10: Tipologia Societaria Agenti Persone Giuridiche

	%
Società di capitali	87%
Società di persone	13%

⁵ “Gli Agenti in attività finanziaria svolgono la loro attività su mandato di un solo intermediario o di più intermediari appartenenti al medesimo gruppo. Nel caso in cui l'intermediario conferisca mandato solo per specifici prodotti o servizi, è tuttavia consentito all'Agente, al fine di offrire l'intera gamma di prodotti o servizi, di assumere due ulteriori mandati” (128-*quater*, comma 4, TUB).

Tabella 11: Numero Mandati Assunti Agenti PG

	%
1	88%
2	9%
3	3%

Tabella 12: Tipologia Mandante

	%
Intermediari finanziari	64%
Istituti di pagamento	1%
Istituti di moneta elettronica	1%
Banche	34%
Poste Italiane	0%

Tabella 13: Presenza Geografica Agenti PG

	%
Abruzzo	6%
Basilicata	6%
Calabria	3%
Campania	6%
Emilia-Romagna	8%
Friuli-Venezia Giulia	3%
Lazio	9%
Liguria	4%
Lombardia	9%
Marche	7%
Molise	3%
Piemonte	4%
Puglia	4%
Sardegna	3%
Sicilia	4%
Toscana	6%
Trentino-Alto Adige	3%
Umbria	3%
Valle d'Aosta	3%
Veneto	5%

La survey degli Agenti Persone Giuridiche

Gli Agenti persone giuridiche rispondenti alla *survey* sono soggetti che mediamente operano in 2,9 regioni italiane avvalendosi in media di 1,8 dipendenti.

Per quanto attiene il numero dei dipendenti, il valore medio è di 1,8 con forti disparità tra i Piccoli (quasi uno per società) e le Molto Grandi (97). Il numero medio delle filiali in cui operano è di 2,1.

Infine, il numero medio dei collaboratori è di 7,8 ma si denota un forte sbilanciamento verso le società Molto Grandi che mediamente operano anche attraverso la collaborazione di circa 254 collaboratori (Tabella 14).

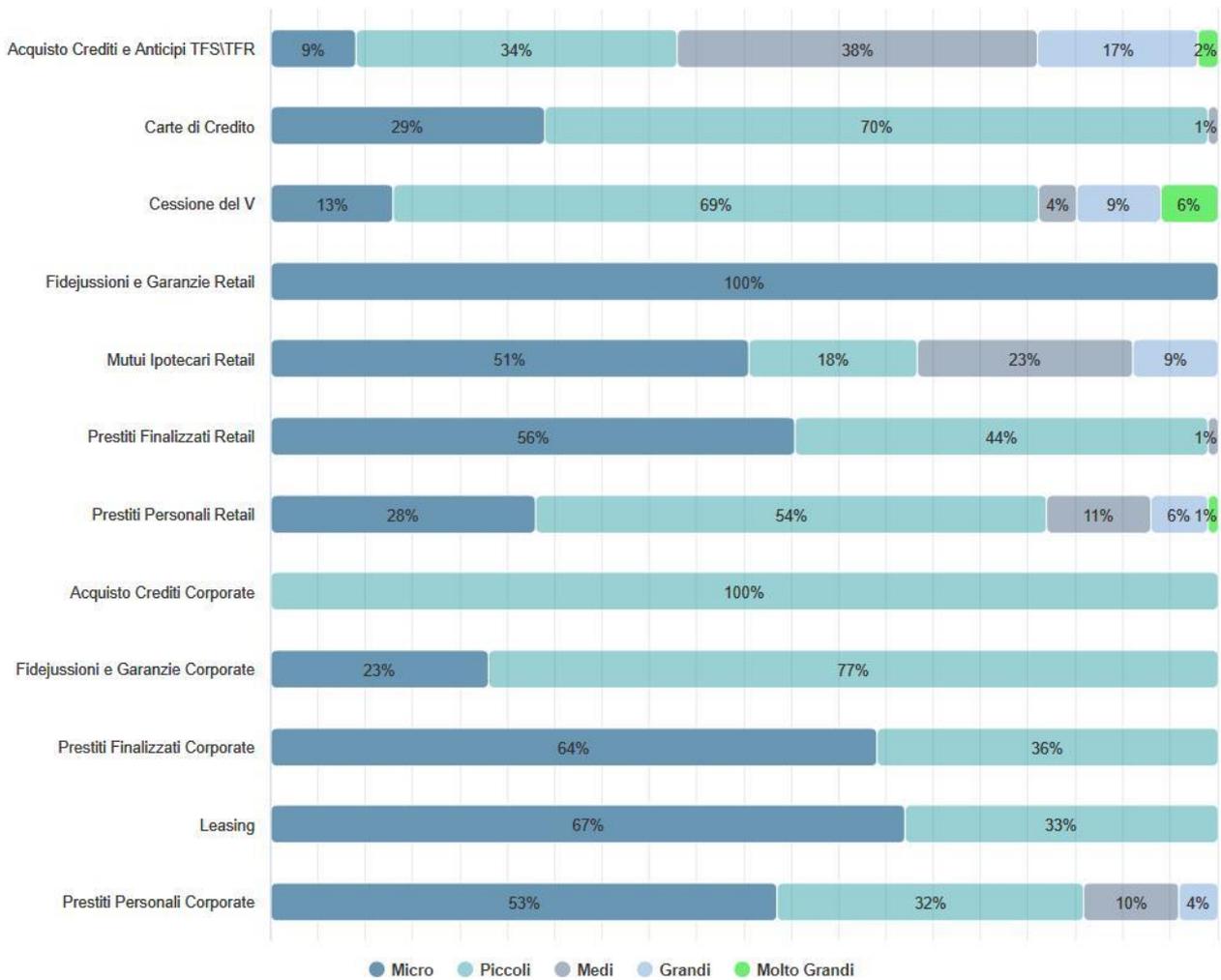
Tabella 14: Caratteristiche Agenti PG Partecipanti per Dimensione

	Micro	Piccoli	Medi	Molto Grandi	Totale
N. Risposte	89,0	63,0	7,0	1,0	160,0
Regioni					
Media Regioni	2,3	3,3	5,1	20,0	2,9
Dev. standard N. Regioni	4,2	5,3	7,3	n/d	5,0
Max N. Regioni	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
Min. N. Regioni	-	-	1,0	20,0	-
Dipendenti					
Media Dipendenti	0,8	1,3	4,1	97,0	1,8
Dev. standard Dipendenti	1,0	1,7	4,7	n/d	7,8
Max Dipendenti	5,0	8,0	11,0	97,0	97,0
Min. Dipendenti	-	-	-	97,0	-
Collaboratori					
Media Collaboratori	2,9	9,0	24,4	254,0	7,8
Dev. standard Collaboratori	1,4	3,3	5,1	n/d	20,3
Max Collaboratori	5,0	19,0	35,0	254,0	254,0
Min. Collaboratori	1,0	6,0	21,0	254,0	1,0
Filiali					
Media N. Filiali	1,0	2,5	2,4	63,0	2,1
Dev. standard N. Filiali	0,7	3,1	1,9	n/d	5,3
Max N. Filiali	3,0	20,0	6,0	63,0	63,0
Min. N. Filiali	-	-	1,0	63,0	-

Intermediato totale, con spaccato per tipologia, segmento *Corporate/Retail*, e dimensione Agenti PG in termine di intermediato e numero di collaboratori

Dai dati raccolti è possibile notare che la maggiore parte dei prodotti finanziari orientati tanto alla clientela *Corporate* quanto a quella *Retail*, risultano intermediati da collaboratori di Agenti persone giuridiche di società Micro-Piccole. Gli unici prodotti a risentire di scarsa se non assente competizione tra società di diverse dimensioni sono: gli Acquisti Crediti *Corporate* e le Fidejussioni e Garanzie *Corporate* in cui la totalità dell'intermediato viene fatto da collaboratori di Piccole società; le Fidejussioni e Garanzie *Retail* in cui il 100% dell'intermediato fa capo a collaboratori di Micro società di agenzia (Grafico 4).

GRAFICO 4: INTERMEDIATO PER COLLABORATORE PER DIMENSIONE AGENTE PERSONA GIURIDICA E TIPOLOGIA DI PRODOTTO.



Presenza Geografica Agenti Persone Giuridiche

La *survey* evidenzia che il 35% delle filiali sono situate in Lombardia (14%), Campania (11%) e Lazio (10%). Pochissime filiali sono invece presenti in Valle d'Aosta (5) e Molise (5).

Alta concentrazione di collaboratori si registra in Campania (10%) seguita da Lombardia e Sicilia in cui la concentrazione dei collaboratori è del 9% (Tabella 15).

Tabella 15: Presenza Geografica delle Filiali e Collaboratori (Stimato)

	Filiali	%Filiali	Collaboratori	%Collaboratori
ABRUZZO	36	2%	211	3%
BASILICATA	24	1%	192	3%
CALABRIA	74	4%	359	5%
CAMPANIA	164	9%	691	10%
EMILIA-ROMAGNA	185	11%	556	8%
FRIULI-VENEZIA GIULIA	12	1%	177	2%
LAZIO	177	10%	590	8%
LIGURIA	63	4%	336	5%
LOMBARDIA	241	14%	657	9%
MARCHE	33	2%	198	3%
MOLISE	5	0%	159	2%
PIEMONTE	99	6%	373	5%
PUGLIA	141	8%	479	7%
SARDEGNA	41	2%	228	3%
SICILIA	153	9%	630	9%
TOSCANA	140	8%	496	7%
TRENTINO-ALTO ADIGE	14	1%	152	2%
UMBRIA	41	2%	205	3%
VALLE D'AOSTA	5	0%	130	2%
VENETO	85	5%	439	6%

Differenze Agenti Persone Giuridiche per Classe di Dimensione

Sulla base della richiesta fatta alle società di agenzia relativa al totale intermediato per prodotto, abbiamo ricavato l'importo medio intermediato dalle classi di società precedentemente create sulla base del numero di collaboratori.

Ciò che emerge è che i prodotti trainanti ogni gruppo sono per i:

- Micro: Mutui *Retail*;
- Piccoli: Fidejussioni e Garanzie *Corporate*;
- Medi: Prestiti Finalizzati *Corporate*;
- Molto Grandi: Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR (Anticipi al Cedente) *Retail*.

Complessivamente, la maggior parte dell'intermediato, al netto dei mutui *Retail*, avviene su prodotti *Corporate* ed in particolare dal *Leasing*: un dato, come si vedrà nel capitolo numero 5, in linea con quanto riscontrato per i Mediatori creditizi, e che può essere analogamente spiegato anche dal maggior fabbisogno finanziario delle aziende, soprattutto nel II semestre 2020 influenzato dalla crisi pandemica, rispetto alla clientela *Retail* (Tabella 16).

Assegnando dei valori stimati a coloro che non hanno partecipato alla *survey*, basati sulla media dell'importo intermediato per classe societaria, otteniamo l'importo complessivo che ciascuna classe di Agenti persone giuridiche intermedia su ogni tipologia di prodotto considerato. In questo caso, la maggior parte del transato, riguardante tanto i prodotti *Corporate* quanto quelli *Retail*, è in capo alle Micro e Piccole società. I prodotti maggiormente intermediati sono: *Leasing* per la clientela *Corporate* e Cessione del V per la clientela *Retail* (Tabella 17).

Dall'analisi dell'importo medio intermediato da ogni collaboratore si rileva che i collaboratori di Micro e Piccole società di agenzia intermediano in media importi maggiori per ogni prodotto finanziario considerato; in particolare, i primi risultano specializzati nei Prestiti Finalizzati *Retail* e *Leasing Corporate*, i secondi, invece, intermediano maggiormente Fidejussioni e Garanzie *Corporate* e Cessione del V. Per quanto concerne i collaboratori di Medie, Grandi e Molto Grandi società di agenzia sono prettamente specializzati nella Cessione del V (rispettivamente 121 mgl, 344 mgl e 882 mgl) (Tabella 18).



Infine, gli indicatori di efficienza dimostrano che i collaboratori delle Piccole società di agenzia sono coloro che portano maggior valore alla società in quanto riescono ad intermediare importi medi semestrali più elevati (991 mgl per collaboratore). Inoltre, sono sempre le Piccole società ad avere il maggior intermediato per filiale (6.599 mgl) (Tabella 19).

Tabella 16: Importo Medio per Contratto, Prodotto e Dimensione Agente Persona Giuridica (mgl)

	Micro	Piccoli	Medi	Molto Grandi	Totale
Prodotti Corporate					
Acquisto Crediti (Anticipi al Cedente)	n/d	1,0	n/d	n/d	1,0
Anticipi e Sconti Commerciali	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Factoring (Turnover)	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	50,0	119,9	n/d	n/d	96,7
Finanziamenti e Mutui Chirografari	70,8	96,1	n/d	n/d	81,3
Leasing (Stipulato)	112,6	70,8	20,0	n/d	90,5
Mutui Ipotecari	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Prestiti Finalizzati	11,1	7,8	200,0	n/d	11,2
Prodotto Retail					
Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR (Anticipi al Cedente)	40,1	44,1	64,4	53,7	54,1
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Carte di Credito (Fido)	90,1	50,3	3,0	n/d	47,7
Cessione del V	23,2	89,6	14,7	23,6	40,7
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	3,0	n/d	n/d	n/d	3,0
Mutui	151,3	99,7	100,0	n/d	115,8
Prestiti Finalizzati	8,5	10,2	6,6	n/d	9,5
Prestiti Personali	7,8	2,0	20,6	11,3	3,1
Prestiti su Pegno	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d

Tabella 17: Intermediato per Dimensione Agente Persona Giuridica e Tipologia di Prodotto (Stimato - mgl)

	Micro	Piccoli	Medi	Grandi	Molto Grandi	Totale
Prodotti Corporate						
Acquisto Crediti (Anticipi al Cedente)	-	12.263	-	-	-	12.263
Anticipi e Sconti Commerciali	-	-	-	-	-	-
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	-	-	-	-	-	-
Factoring (Turnover)	-	-	-	-	-	-
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	218.622	734.312	-	-	-	952.935
Finanziamenti e Mutui Chirografari	227.967	128.828	-	-	-	356.794
Leasing (Stipulato)	720.127	347.261	65	25	-	1.067.479
Mutui Ipotecari	-	-	-	-	-	-
Prestiti Finalizzati	51.072	30.980	9.811	3.813	-	95.676
TOTALE	1.217.787,9	1.253.644,3	9.876,1	3.838,5	-	2.485.146,8
Prodotto Retail						
Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR (Anticipi al Cedente)	2.256,1	8.309,3	9.483,6	4.232,9	430,3	24.712,3
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	-	-	-	-	-	-
Carte di Credito (Fido)	28.588,0	68.703,0	1.134,0	0,0	0,0	98.425,0
Cessione del V	522.166,0	2.792.910,6	165.479,7	349.178,1	224.116,5	4.053.850,9
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	473,9	-	-	-	-	473,9
Mutui	23.390,2	8.321,8	10.464,7	4.067,3	0,0	46.244,0
Prestiti Finalizzati	673.091,6	530.163,1	6.540,4	2.542,1	0,0	1.212.337,2
Prestiti Personali	173.559,0	328.627,1	65.675,8	35.106,5	7.537,3	610.505,7
Prestiti su Pegno	-	-	-	-	-	-
TOTALE	1.423.524,8	3.737.034,9	258.778,3	395.126,9	232.084,0	6.046.548,9
TOTALE COMPLESSIVO						8.531.695,7

Tabella 18: Intermediato per Collaboratore per Dimensione Agente Persona Giuridica e Tipologia di Prodotto (Stimato - mgl)

	Micro	Piccoli	Medi	Grandi	Molto Grandi	Totale
Prodotti Corporate						
Acquisto Crediti (Anticipi al Cedente)	-	4,6	-	-	-	1,7
Anticipi e Sconti Commerciali	-	-	-	-	-	-
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	-	-	-	-	-	-
Factoring (Turnover)	-	-	-	-	-	-
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	130,6	277,2	-	-	-	136,9
Finanziamenti e Mutui Chirografari	136,1	48,6	-	-	-	51,3
Leasing (Stipulato)	430,1	131,0	0,1	0,1	-	153,4
Mutui Ipotecari	-	-	-	-	-	-
Prestiti Finalizzati	30,5	11,6	7,1	3,7	-	13,7
Prodotto Retail						
Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR (Anticipi al Cedente)	1,3	3,1	6,9	4,1	1,6	3,5
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	-	-	-	-	-	-
C. Credito (Fido)	17,0	25,9	0,8	-	-	14,1
Cessione del V	311,9	1.054,3	121,1	344,0	882,3	582,6
Fidejussioni e Garanzie (Importo)	0,2	-	-	-	-	0,1

Garantito)						
Mutui	13,9	3,1	7,6	4,0	-	6,6
Prestiti Personali	402,0	200,1	4,7	2,5	-	174,2
Prestiti Personali	103,6	124,0	48,0	34,5	29,6	87,7
Prestiti su Pegno	-	-	-	-	-	-

Tabella 19: Indicatori di Efficienza per Dimensione Agente PG

	Micro	Piccoli	Medi	Grandi	Molto Grandi
Collaboratori per Dipendente	3	7	6	3	3
Collaboratori Per Filiale	1	2	1	1	1
Intermediato per Filiale (mgl)	3.912,0	6.599,1	4.878,8	3.937,8	3.683,9
Intermediato Per Collaboratore (mgl)	730,5	991,4	117,1	257,2	913,7

LE ASPETTATIVE SULL'EVOLUZIONE DEL MERCATO DEGLI AGENTI PERSONE GIURIDICHE

Aspettative di evoluzione dell'intermediato con spaccato per tipologia di prodotto e focus per dimensione Agente Persona Giuridica

Dalle aspettative degli Agenti persone giuridiche, rilevate sul I semestre 2021 e relative all'andamento del mercato, emerge una prospettiva stabile, o in crescita, degli importi intermediati, per la maggior parte dei prodotti finanziari.

È possibile notare una sfiducia circa le aspettative di intermediazione, per Fidejussioni e Garanzie *Corporate*, per i quali il 40% del campione prevede una diminuzione degli importi intermediati tra il -10% e il -1% rispetto al II semestre 2020 e il 20% una forte diminuzione oltre il -10%. Situazione analoga è possibile notarla per i Prestiti Finalizzati *Retail* (Grafico 5).

Per l'Acquisto Crediti *Corporate* la totalità degli Agenti persone giuridiche prospetta una crescita degli importi intermediati tra 1% e 10% rispetto al II semestre 2020.

Le aspettative future variano in base alla dimensione societaria. Infatti, per le società Medie, Grandi e Molto Grandi, emerge una prospettiva di stabilità o diminuzione sugli importi intermediati, come ad esempio per i Prestiti Personali *Corporate*, oggetto di aspettative ribassiste sugli importi intermediati. (Grafico 6). Al contrario, per le società Micro e di Piccole dimensioni emerge una prospettiva di stabilità o di crescita sugli importi intermediati, come ad esempio per Acquisto Crediti *Corporate*, per il quale la totalità dei rispondenti prospetta una crescita degli importi intermediati (Grafico 7).

Le aspettative riscontrate risultano opposte, come si vedrà successivamente, a quanto espresso da società delle medesime dimensioni ma appartenenti alla sfera della mediazione creditizia.

Quanto alle aspettative future sul numero dei collaboratori, numero mandati, numero Agenti persone fisiche e numero filiali utilizzate per lo svolgimento dell'attività di agenzia, oltre il 65% dei rispondenti vede stabilità dimensionale su tali elementi strutturali (Grafico 8).

In particolare, società Medie, Grandi e Molto Grandi rilevano una prospettiva di crescita tra l'1% ed il 10% sul numero di collaboratori (Grafico 9); quest'ultima aspettativa

non è stata riscontrata per le Micro e Piccole società di agenzia, le quali presentano aspettative stabili a riguardo. (Grafico 10).

GRAFICO 5: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVA PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO

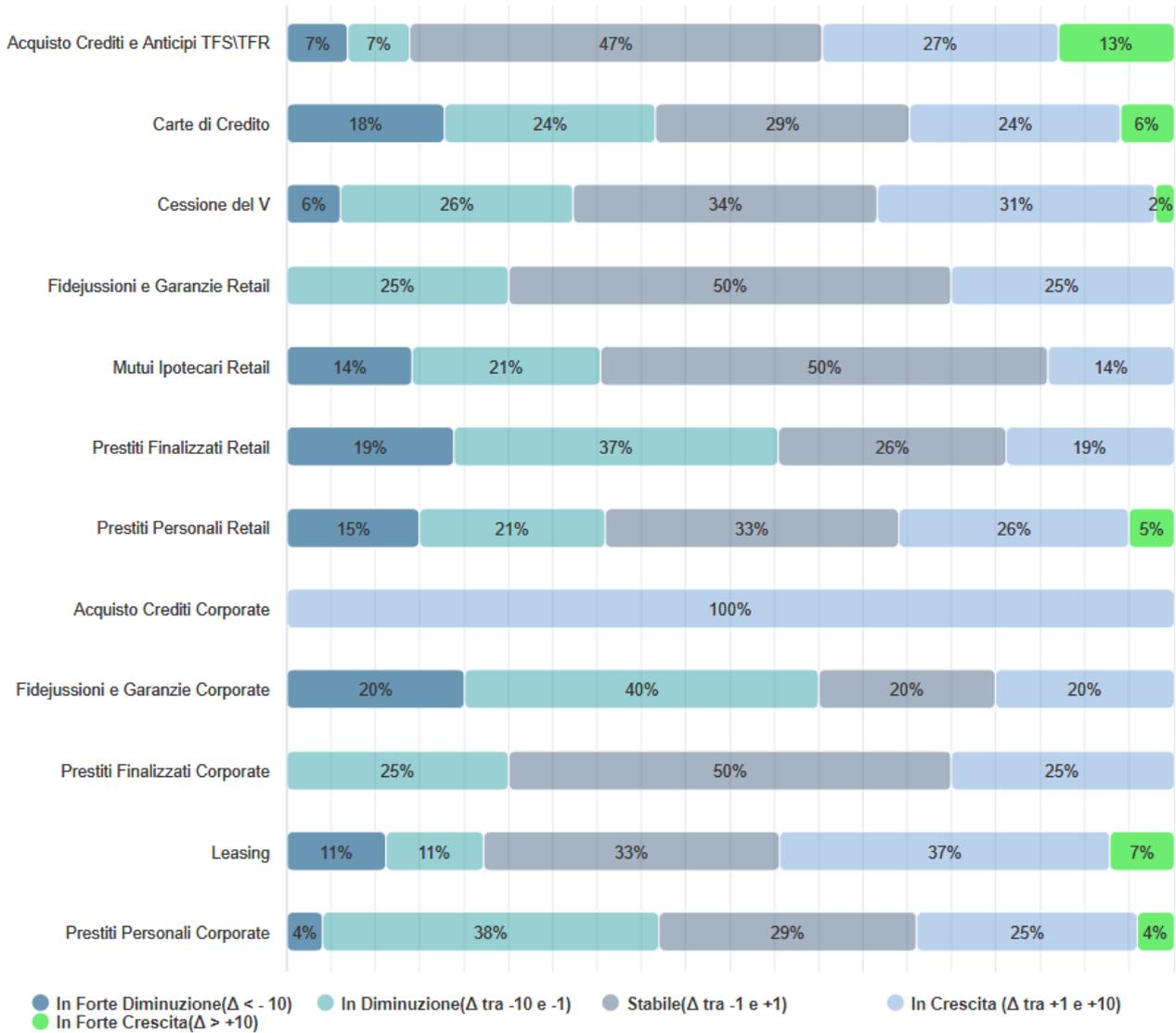


GRAFICO 6: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVA PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO DI SOCIETÀ MEDIE GRANDI

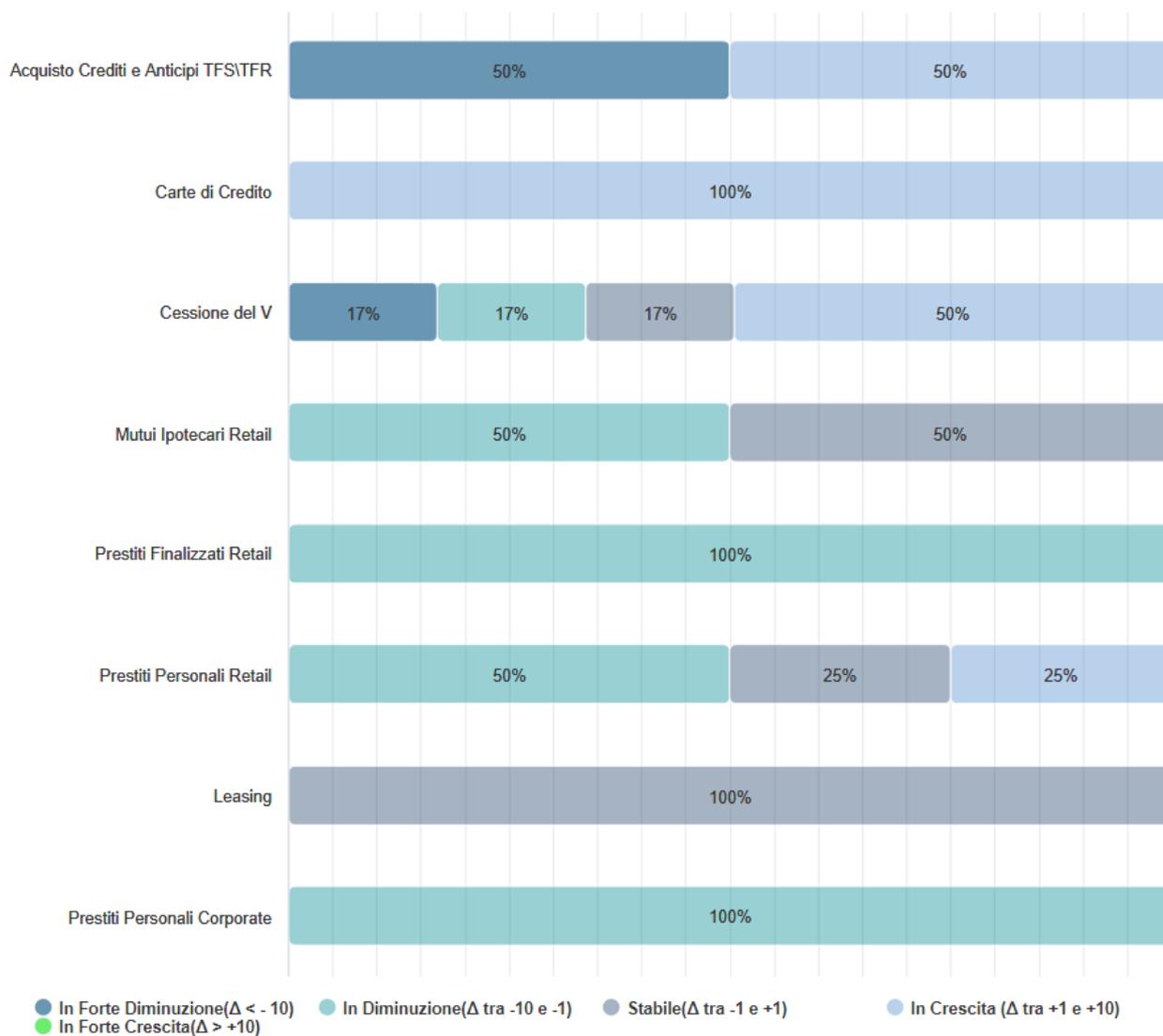


GRAFICO 7: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVA PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO DI SOCIETÀ MICRO E PICCOLE

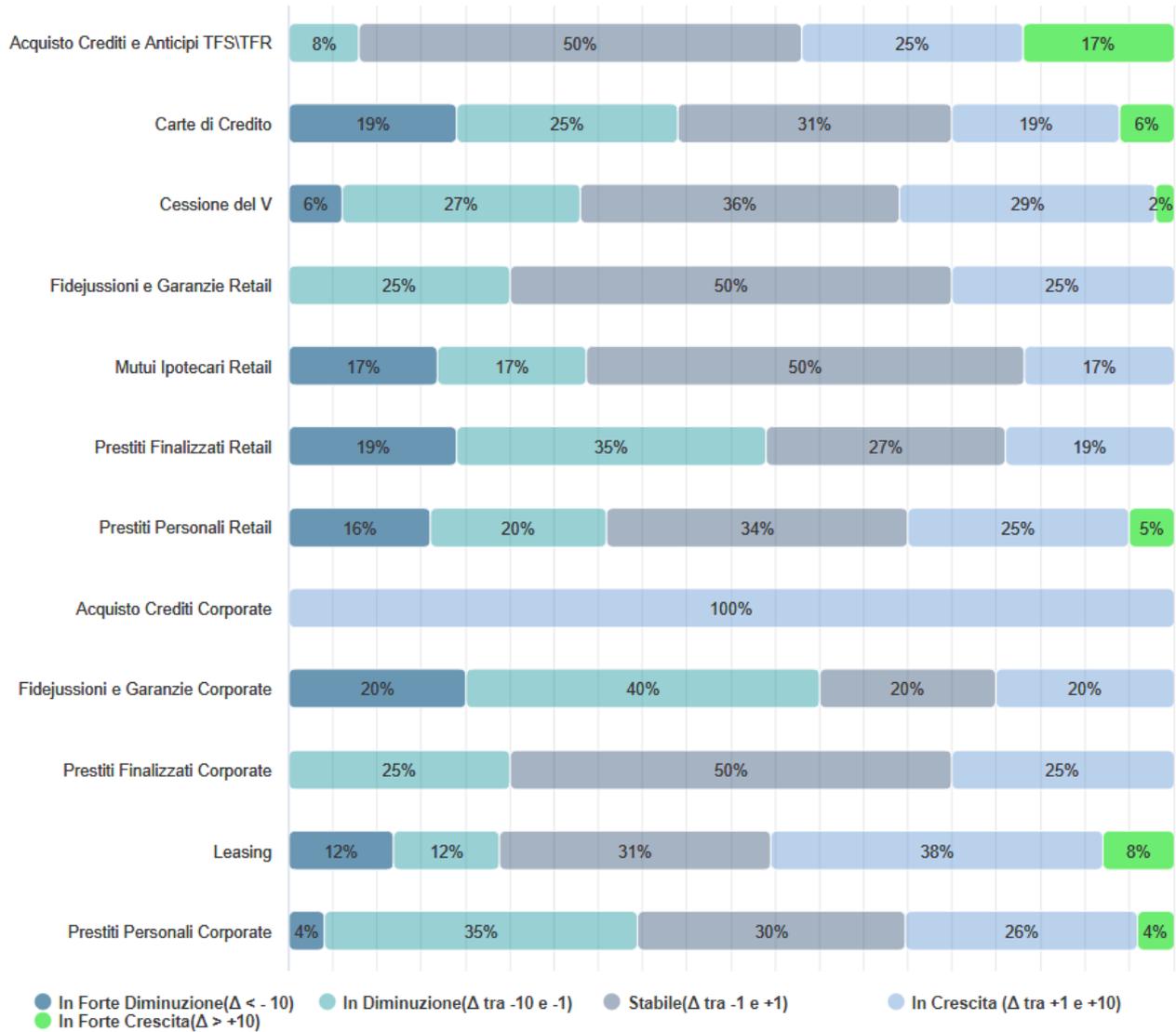


GRAFICO 8: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVA PER ELEMENTO STRUTTURALE

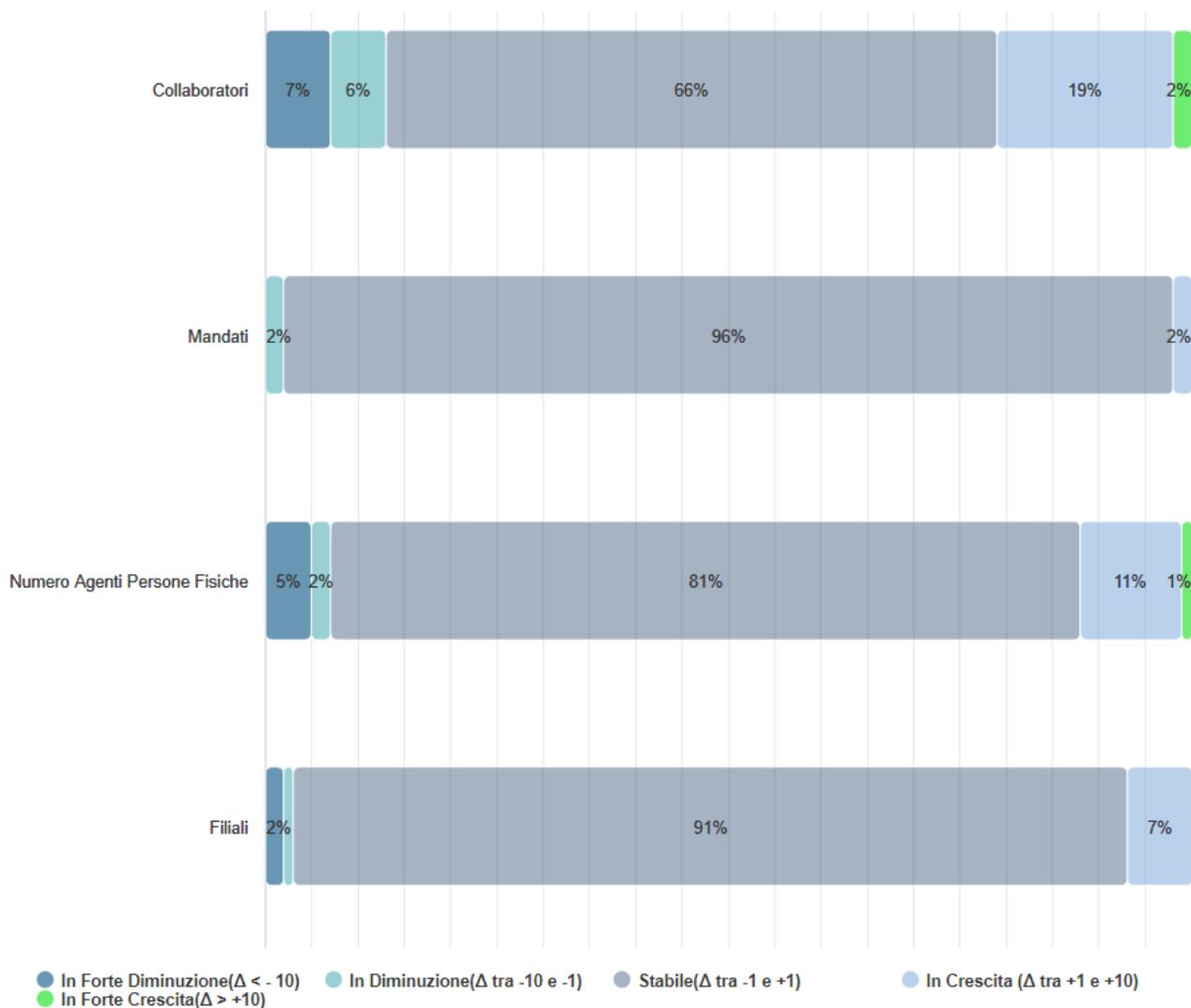


GRAFICO 9: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVA PER ELEMENTO STRUTTURALE DI SOCIETÀ MEDIE, GRANDI

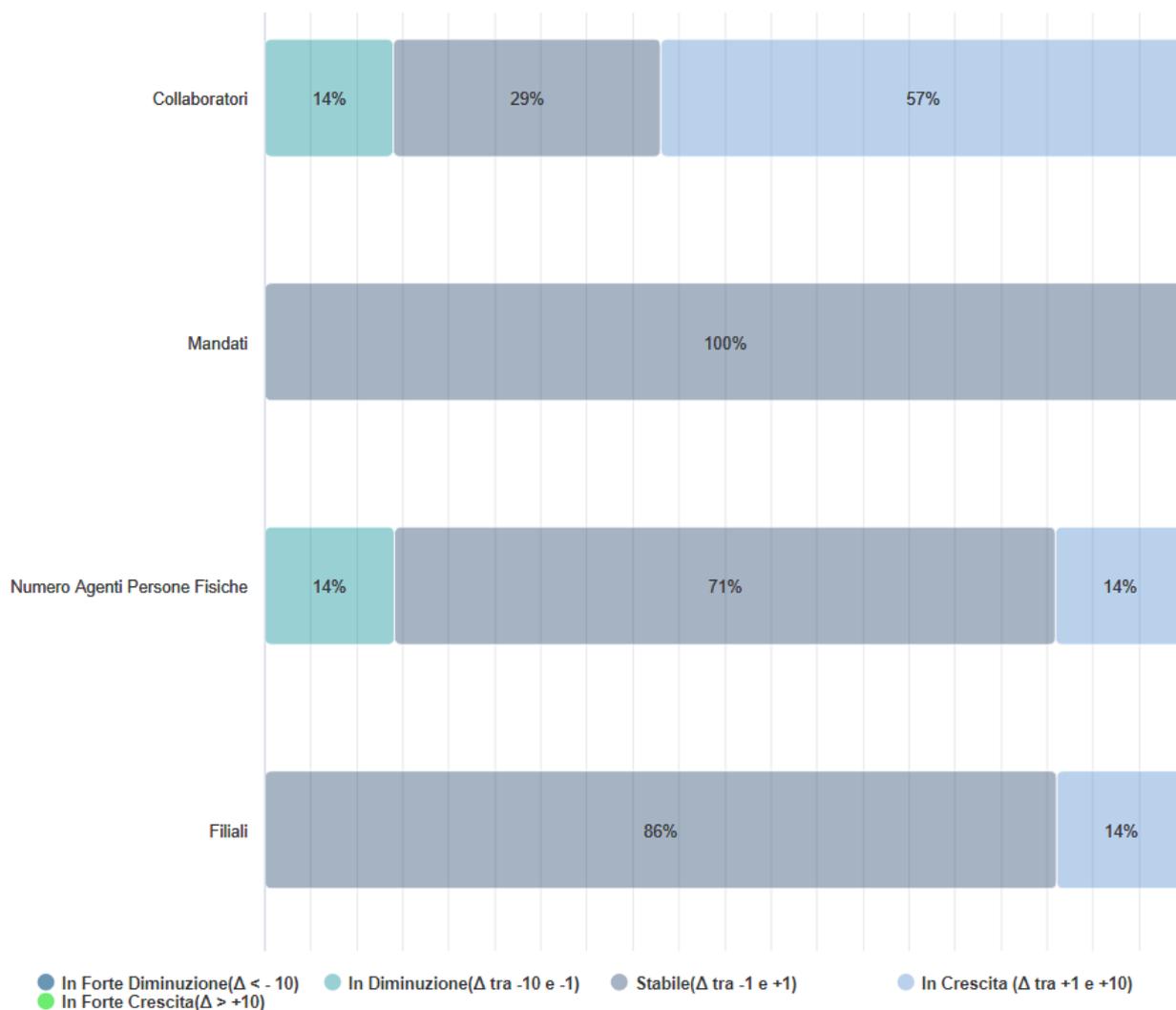
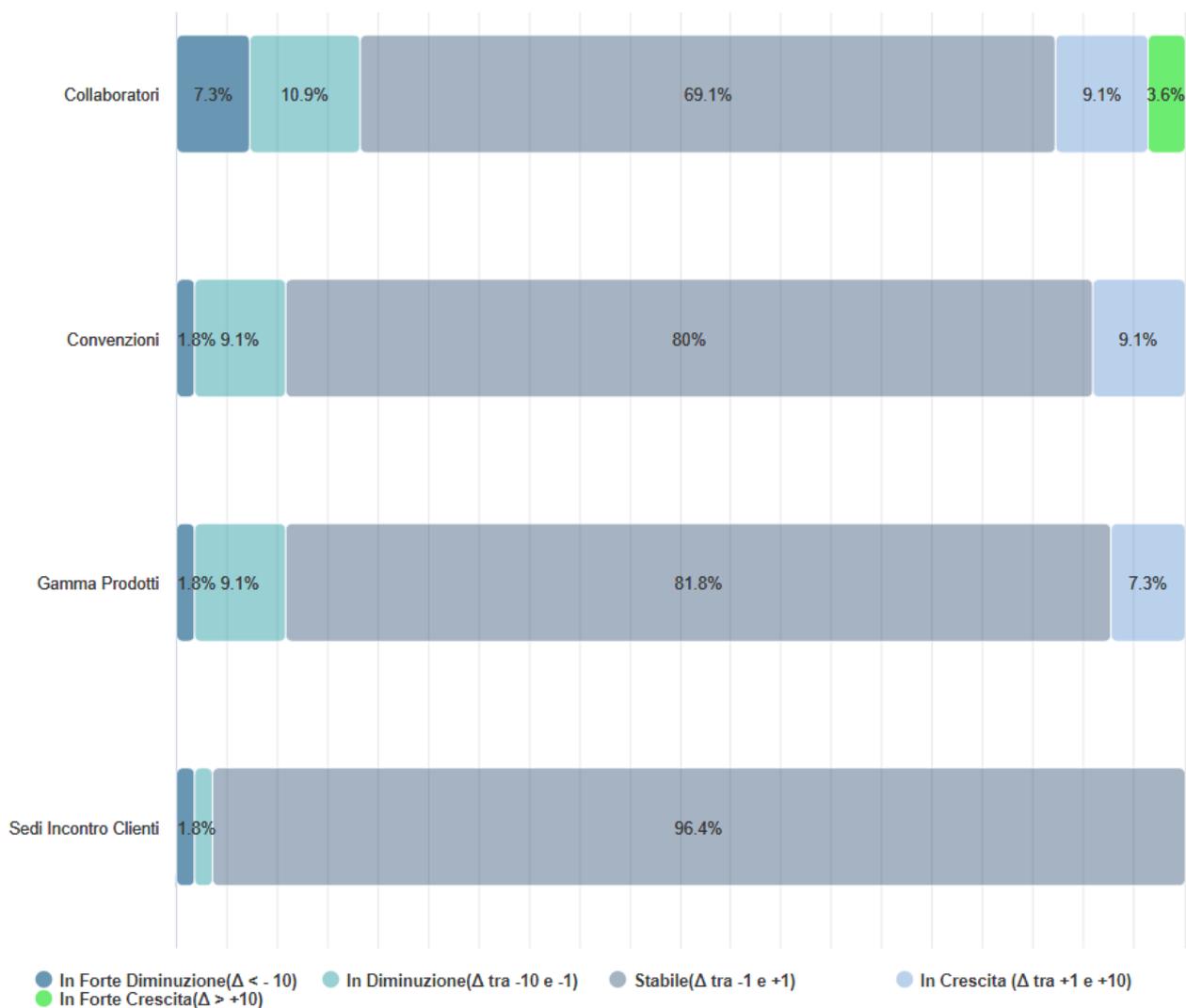


GRAFICO 10: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVA PER ELEMENTO STRUTTURALE



CONCLUSIONI

Per gli Agenti persone giuridiche le aspettative di settore risultano stabili, o in crescita, per la maggior parte dei prodotti finanziari. In particolare, le Piccole e Micro società di agenzia presentano un *sentiment* positivo circa l'andamento del mercato nel I semestre 2021, trainate rispettivamente da Fidejussioni-Garanzie *Corporate* e Mutui *Retail*. Il peso che la componente "mutui" presente sul totale intermediato dagli Agenti persone giuridiche è pari al 5%, quest'ultimo risultato scende al 2% se venisse rapportato al totale erogato⁶.

Le risultanze acquisite sugli elementi strutturali indicano che oltre il 65% dei rispondenti prevede stabilità dimensionale ed in particolare: società Medie, Grandi e Molto Grandi rilevano una prospettiva di crescita tra l'1% ed il 10% sul numero di collaboratori; Micro e Piccole società sono quelle che presentano aspettative stabili in merito.

L'attività di agenzia risulta dominata principalmente da Micro e Piccole società sia per quanto concerne i prodotti *Corporate* tanto per quelli *Retail*. I prodotti maggiormente intermediati sono: *Leasing* per la clientela *Corporate* e Cessione del V per la clientela *Retail*.

⁶ Osservatorio Assofin, "Osservatorio sul credito immobiliare 2020".

5. MEDIATORI CREDITIZI

IL MERCATO DELLA MEDIAZIONE CREDITIZIA

I Mediatori iscritti agli Elenchi e oggetto della *survey* risultano pari a 277. Classificando gli iscritti per gruppi sulla base del numero di collaboratori di cui si avvalgono nello svolgimento dell'attività, la maggior parte di essi (200 ossia il 69%) lavora con un numero di collaboratori compreso tra 1 e 5. Il 19% ha un numero di collaboratori tra 6 e 20, il restante 12% ha più di 20 collaboratori (Tabella 20).

Tabella 20: Classificazione dei Mediatori per Numero di Collaboratori.

N. COLL.	0	1-5	6-10	11-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	71-80	81-90	91-100	>101	Totale
MEDIATORI	0	191	29	24	4	2	1	7	1	2	1	2	13	277

La *survey* dei Mediatori creditizi

Il tasso di risposta della *survey* è stato del 30%, ossia 82 società su 277 hanno fornito i dati richiesti tramite il questionario. Questo 30% ricopre però oltre il 50% del totale importo mediato, motivo per cui le analisi fatte sono in grado di fornire un quadro generale del mercato dei Mediatori creditizi.

I partecipanti sono soggetti che mediamente operano in 5,1 regioni italiane avvalendosi in media di 4,2 dipendenti.

Il numero medio delle filiali in cui operano è di 8,8 ma la deviazione *standard* ad esso inerente è alta (34,4) in quanto società più piccole operano attraverso un numero di filiali compreso tra 1 e 2, le Medie e Grandi società rispettivamente con 7 e 6 filiali, le Molto Grandi arrivano ad operare anche con 70 filiali. Per quanto attiene il numero dei dipendenti, il valore medio è di 4,2 con forti disparità tra i piccoli (quasi uno per società) e le Molto Grandi (18). Infine, il numero medio dei collaboratori è di 53,5 ma si denota un forte sbilanciamento verso le società Molto Grandi che mediamente operano anche attraverso la collaborazione di circa 440 collaboratori (Tabella 21).

Tabella 21: Caratteristiche Mediatori Partecipanti per Dimensione

	Micro	Piccoli	Medi	Grandi	Molto Grandi	Totale
N. Risposte	46,0	17,0	2,0	8,0	8,0	81,0
Regioni						
Media Regioni	2,3	3,6	7,0	13,1	16,0	5,1
Dev. standard N. Regioni	3,1	4,8	8,5	5,6	3,1	6,2
Max N. Regioni	20,0	20,0	13,0	20,0	20,0	20,0
Min. N. Regioni	1,0	1,0	1,0	3,0	11,0	1,0
Dipendenti						
Media Dipendenti	0,7	2,2	1,5	15,4	18,1	4,2
Dev. standard Dipendenti	0,7	2,4	0,7	21,0	11,8	9,6
Max Dipendenti	3,0	10,0	2,0	66,0	45,0	66,0
Min. Dipendenti	-	-	1,0	2,0	5,0	-
Collaboratori						
Media Collaboratori	2,2	11,7	24,0	59,4	439,1	53,5
Dev. standard Collaboratori	1,2	4,8	1,4	11,8	317,5	154,2
Max Collaboratori	5,0	20,0	25,0	88,0	946,0	946,0
Min. Collaboratori	1,0	6,0	23,0	52,0	173,0	1,0
Filiali						
Media N. Filiali	1,4	1,7	7,5	5,8	69,9	8,8
Dev. standard N. Filiali	1,0	1,1	6,4	12,3	92,5	34,4
Max N. Filiali	4,0	5,0	12,0	36,0	236,0	236,0
Min. N. Filiali	-	1,0	3,0	-	2,0	-

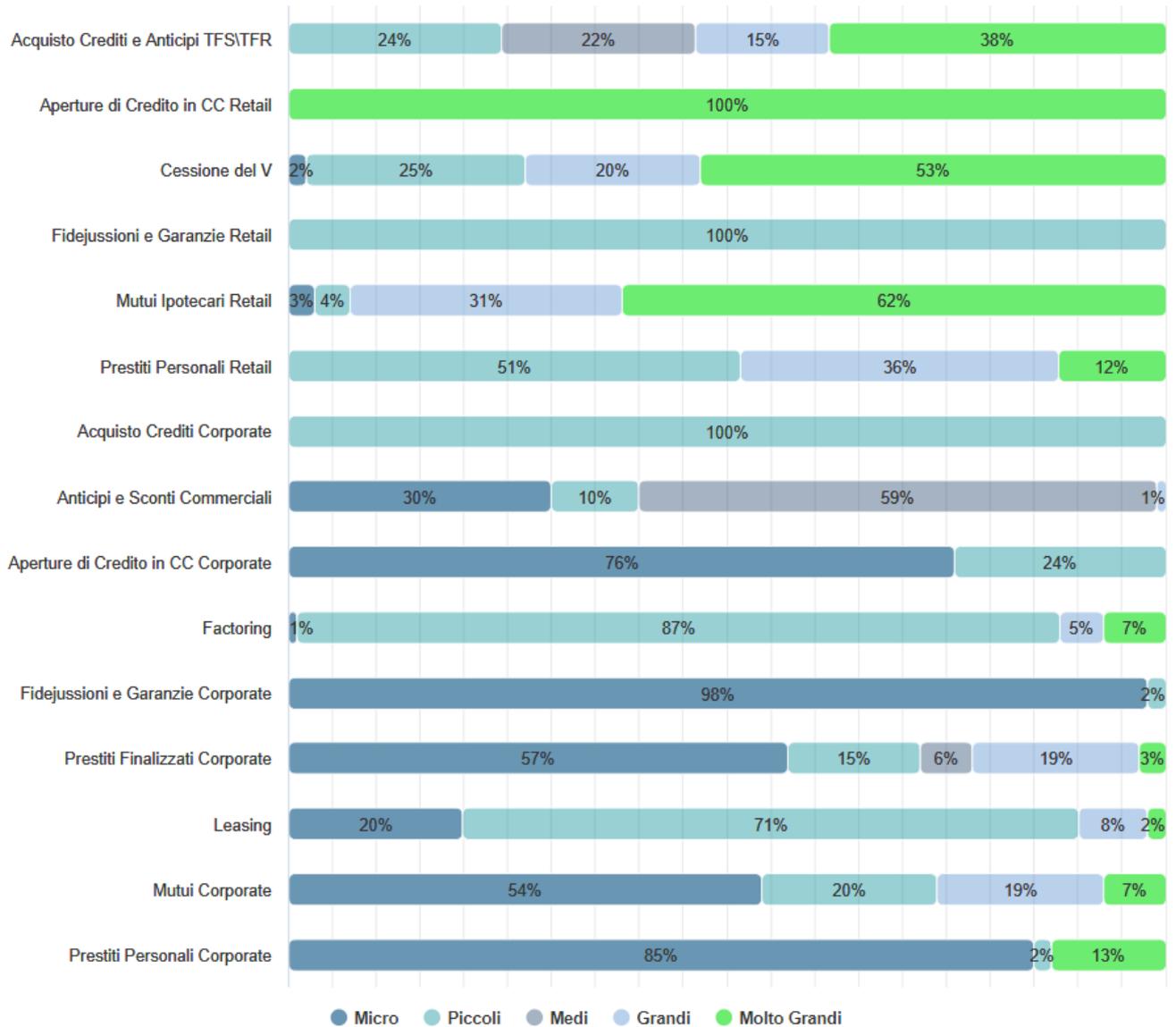
Intermediato totale, con spaccato per tipologia, segmento *Corporate/Retail*, e dimensione Mediatori in termine di intermediato e numero di collaboratori

I dati raccolti confermano in parte i risultati derivanti dalla *survey* relativa all'intermediato del I semestre 2020: infatti, il 94% dell'importo mediato di Mutui Ipotecari *Retail* e Cessione del V fa capo a collaboratori di Grandi e Molto Grandi società di mediazione mentre per i restanti prodotti orientati alla clientela *Retail* la distribuzione risulta diversificata tra le varie classi di società di mediazione, eccetto Fidejussioni e Garanzie *Retail*.

Per quanto attiene ai prodotti orientati ad una clientela *Corporate*, più del 70% dell'intermediato viene fatto da collaboratori di Micro e Piccole società di mediazione; fanno eccezione i Prestiti Personali *Corporate* che vengono mediati esclusivamente dai collaboratori di Piccole società.

Gli unici prodotti finanziari intermediati, per la quasi totalità degli importi, da società di specifiche dimensioni sono: le Fidejussioni e Garanzie *Corporate*, in cui il 98% dell'intermediato fa capo a collaboratori di Micro società di mediazione; gli Acquisti Crediti *Corporate* e le Fidejussioni e Garanzie *Retail* in cui la totalità dell'intermediato viene fatto da collaboratori di Piccole società di mediazione (Grafico 11).

GRAFICO 11: INTERMEDIATO PER COLLABORATORE PER DIMENSIONE MEDIATORE E TIPOLOGIA DI PRODOTTO.



Presenza Geografica dei Mediatori

La precedente *survey* evidenziava che oltre il 40% delle filiali erano situate in Lombardia (19%), Lazio (14%) e Campania (10%). Gli attuali risultati sono in linea con i dati precedentemente riscontrati con prevalenza di filiali nelle regioni quali Lombardia (18%), Lazio (11%) e Campania (11%).

Pochissime filiali sono presenti in Valle d'Aosta (1) e Molise (4). La *survey* condotta sul II semestre 2020, come la precedente relativa al I semestre 2020, evidenzia una elevata concentrazione di collaboratori in Lombardia (oltre il 17%) seguita da Lazio e Campania in cui la concentrazione dei collaboratori è rispettivamente del 14% e del 12% (Tabella 22).

Tabella 22: Presenza Geografica delle Filiali e Collaboratori (Stimato)

	Filiali	%Filiali	Collaboratori	%Collaboratori
ABRUZZO	30	2%	79	1%
BASILICATA	10	1%	29	0%
CALABRIA	31	2%	163	2%
CAMPANIA	140	11%	846	12%
EMILIA-ROMAGNA	110	9%	377	6%
FRIULI-VENEZIA GIULIA	17	1%	47	1%
LAZIO	138	11%	977	14%
LIGURIA	22	2%	99	1%
LOMBARDIA	224	18%	1.178	17%
MARCHE	16	1%	78	1%
MOLISE	4	0%	18	0%
PIEMONTE	81	6%	364	5%
PUGLIA	74	6%	431	6%
SARDEGNA	36	3%	515	8%
SICILIA	89	7%	635	9%
TOSCANA	125	10%	400	6%
TRENTINO-ALTO ADIGE	5	0%	12	0%
UMBRIA	14	1%	49	1%
VALLE D'AOSTA	1	0%	1	0%
VENETO	86	7%	512	8%

Differenze Mediatori per Classe di Dimensione

Sulla base della richiesta fatta ai Mediatori relativa al totale intermediato per prodotto, abbiamo ricavato l'importo medio intermediato dalle classi di società precedentemente create sulla base del numero di collaboratori.

Ciò che emerge è che i prodotti trainanti ogni gruppo sono per i:

- Micro: *Factoring*;
- Piccoli: *Factoring* e Acquisto Crediti;
- Medi: *Leasing* e Mutui *Retail*;
- Grandi: Mutui ipotecari *Corporate* (in linea con la precedente *survey*);
- Molto Grandi: *Factoring*.

Complessivamente, la maggior parte dell'intermediato, al netto dei mutui *Retail*, avviene su prodotti *Corporate* ed in particolare sul *Factoring*: un dato che può essere spiegato anche dal maggior fabbisogno finanziario delle aziende, soprattutto nel II semestre 2020 influenzato dalla crisi pandemica, rispetto alla clientela *Retail* (Tabella 23).

Assegnando dei valori stimati a coloro che non hanno partecipato alla *survey*, basati sulla media dell'importo intermediato per classe societaria, otteniamo l'importo complessivo che ciascuna classe di Mediatori intermedia su ogni tipologia di prodotto considerato.

In questo caso, è possibile notare una notevole crescita dei volumi intermediati, dai Mediatori creditizi nel II semestre 2020, corrispondente ad una percentuale del +89% rispetto al I semestre 2020, grazie al +105% dell'intermediato *Retail* e al 51% dell'intermediato *Corporate*.

Coerentemente con i precedenti risultati, per i prodotti *Corporate* la maggior parte dell'intermediato è in capo alle Micro e Piccole società; le Grandi e le Molto Grandi società sono maggiormente specializzate sui prodotti *Retail* probabilmente perché, avendo a disposizione un maggior numero di filiali e di collaboratori, riescono a penetrare il mercato in maniera più efficiente, sfruttando le economie di scala.

Sono i prodotti *Corporate* quelli ad aver avuto una minore crescita dell'intermediato. Prodotti quali *Leasing* e Mutui Ipotecari seguono la tendenza negativa già registrata nel I semestre 2020 rispetto al transato stimato nel II semestre 2019.

Di contro, per alcuni prodotti come Fidejussioni e Garanzie e Acquisto Crediti si è registrato una variazione positiva di tendenza rispetto all'intermediato nel I semestre 2020.

Per quanto riguarda la clientela *Retail*, le Fidejussioni hanno registrato anche nel II semestre 2020 un forte incremento rispetto al semestre precedente (+304%), seguite da Cessione del V (+191%), Mutui (+96%) e Prestiti Personali (+149%), mentre flettono Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR (Anticipi al Cedente) e Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto) rispettivamente del -64% e -97% (Tabella 24).

Dall'analisi dell'importo medio intermediato da ogni collaboratore si rileva che i collaboratori di Grandi e Molto Grandi società di mediazione sono maggiormente specializzati nei mutui erogati a clienti *Retail* (rispettivamente 1.452 mgl e 897 mgl), viceversa, per coloro che collaborano con Micro, Piccole e Medie società gli importi medi di intermediato più elevati si registrano rispettivamente su Finanziamenti e Mutui Chirografari, *Factoring (Turnover)* e Anticipi e Sconti Commerciali (Tabella 25).

Infine, gli indicatori di efficienza dimostrano che i collaboratori delle Grandi società di mediazione sono coloro che portano maggior valore alla società in quanto riescono ad intermediare importi medi semestrali più elevati (mediamente 3.212 mgl per collaboratore). Sono però le Piccole società ad avere il maggior intermediato per filiale (42.398 mgl) (Tabella 26).

Tabella 23: Importo Medio per Contratto, Prodotto e Dimensione Mediatore (mgl)

	Micro	Piccoli	Medi	Grandi	Molto Grandi	Totale
Prodotti Corporate						
Acquisto Crediti (Anticipi al Cedente)	n/d	985,2	n/d	731,4	n/d	983,9
Anticipi e Sconti Commerciali	301,8	132,6	75,1	731,4	n/d	103,9
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	36,0	7,2	n/d	n/d	n/d	18,3
Factoring (Turnover)	2.895,4	1.036,0	14,4	546,1	1.022,7	986,8
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	211,4	817,0	24,0	n/d	n/d	212,6
Finanziamenti e Mutui Chirografari	279,8	402,9	50,0	381,3	210,4	234,1
Leasing (Stipulato)	107,1	191,9	144,2	258,8	765,8	171,0
Mutui Ipotecari	3.244,0	202,2	n/d	835,9	349,4	629,8
Prestiti Finalizzati	51,8	30,6	n/d	n/d	246,6	57,0
Prodotto Retail						
Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR (Anticipi al Cedente)	n/d	47,3	48,1	63,5	41,0	46,5
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	n/d	n/d	n/d	n/d	1,0	1,0
Carte di Credito (Fido)	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Cessione del V	23,1	22,0	22,5	22,8	42,9	29,9
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	n/d	115,4	n/d	n/d	n/d	115,4
Mutui	138,6	118,2	96,1	140,0	133,3	134,8
Prestiti Finalizzati	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Prestiti Personali	66,5	11,0	12,0	11,0	12,2	11,1
Prestiti su Pegno	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d

Tabella 24: Intermediato per Dimensione Mediatore e Tipologia di Prodotto (Stimato - mgl)

	Micro	Piccoli	Medi	Grandi	Molto Grandi	Totale II sem 2020	Totale I sem 2020	Δ I sem 2020 vs II sem 2019	Δ II sem 2020 vs I sem 2020
Prodotti Corporate									
Acquisto Crediti (Anticipi al Cedente)	-	375.397,3	-	1.462,8	-	376.860,2	141.063,7	-50%	167%
Anticipi e Sconti Commerciali	36.526,4	12.338,0	72.623,8	1.462,8	-	122.951,1	52.008,8	8%	136%
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	2.846,5	919,1	-	-	-	3.765,7	38.124,9	47%	-90%
Factoring (Turnover)	5.790,9	416.487,4	72,1	24.576,2	31.703,9	478.630,5	124.198,4	3%	285%
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	154.544,6	2.451,1	120,2	-	-	157.115,9	60.065,1	-47%	162%
Finanziamenti e Mutui Chirografari	472.067,4	123.708,3	50.500,0	154.449,0	21.881,8	822.606,5	763.442,1	133%	8%
Leasing (Stipulato)	57.101,5	206.526,6	721,4	22.515,2	5.361,1	292.225,9	300.162,6	-50%	-3%
Mutui Ipotecari	16.220,2	6.066,4	-	5.851,4	2.096,7	30.234,6	32.652,5	-68%	-7%
Prestiti Finalizzati	1.605,8	30,6	-	-	246,7	1.883,1	702,9	-60%	168%
TOTALE	746.703,3	1.143.924,9	124.037,6	210.317,5	61.290,2	2.286.273,5	1.512.421,0	-7%	51%
Prodotto Retail									
Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR (Anticipi al	-	520,9	481,0	318,0	820,2	2.139,9	6.027,9	205%	-64%

Cedente)										
Aperture di										
Credito in CC										
(Massimo	-	-	-	-	12,3	12,3	379,6	33%	-97%	
Scoperto)										
Cessione del										
V	13.403,1	162.825,6	2.164,3	127.182,0	341.716,3	647.291,4	222.096,3	9%	191%	
Fidejussioni										
e Garanzie										
(Importo	-	91.547,2	-	-	-	91.547,2	22.653,7	4.024	304%	
Garantito)								%		
Mutui	168.813,0	236.020,9	481,0	1.958.603,5	3.884.181,1	6.248.099,4	3.191.573,2	-23%	96%	
Prestiti										
Personalì	133,2	188.269,9	120,2	134.177,1	45.406,5	368.106,9	148.003,2	182%	149%	
TOTALE	182.349,3	679.184,5	3.246,4	2.220.280,5	4.272.136,4	7.357.197,2	3.590.733,9	-18%	105%	
TOTALE										
COMPLESS										
IVO						9.643.470,7	5.103.155,0	-15%	89%	

Tabella 25: Intermediato per Collaboratore per Dimensione Mediatore e Tipologia di Prodotto (Stimato - mgl)

	Micro	Piccoli	Medi	Grandi	Molto Grandi	Totale
Prodotti Corporate						
Acquisto Crediti (Anticipi al Cedente)	-	639,5	-	1,0	-	54,4
Anticipi e Sconti Commerciali	82,0	21,0	349,1	1,0	-	17,7
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	6,4	1,5	-	-	-	0,5
Factoring (Turnover)	13,0	709,5	0,3	18,2	7,3	69,2
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	347,2	4,1	0,5	-	-	22,7
Finanziamenti e Mutui Chirografari	1.060,8	210,7	242,7	114,4	5,0	118,9
Leasing (Stipulato)	128,3	351,8	3,4	16,6	1,2	42,2
Mutui Ipotecari	36,4	10,3	-	4,3	0,4	4,3
Prestiti Finalizzati	3,6	0,1	-	-	0,0	0,2
Prodotto Retail						
Acquisto Crediti e Anticipi TFS/TFR (Anticipi al Cedente)	-	0,8	2,3	0,2	0,2	0,3
Aperture di Credito in CC (Massimo Scoperto)	-	-	-	-	-	-
Cessione del V	30,1	277,4	10,4	94,2	78,9	93,5
Fidejussioni e Garanzie (Importo Garantito)	-	155,9	-	-	-	13,2
Mutui	379,3	402,0	2,3	1.451,8	897,4	903,3
Prestiti Finalizzati	-	-	-	-	-	-
Prestiti Personali	0,3	320,7	0,5	99,4	10,4	53,2

Tabella 26: Indicatori di Efficienza per Dimensione Mediatore

	Micro	Piccoli	Medi	Grandi	Molto Grandi
Collaboratori per Dipendente	3	5	15	3	24
Collaboratori Per Filiale Intermediato per Filiale (mgl)	1	1	5	1	4
Intermediato Per Collaboratore (mgl)	8.933,2	42.397,8	1.767,8	17.741,5	6.271,2
	2.087,7	3.105,8	611,9	3.212,3	561,6

LE ASPETTATIVE SULL'EVOLUZIONE DEL MERCATO DEI MEDIATORI CREDITIZI

Aspettative di evoluzione dell'intermediato con spaccato per tipologia di prodotto e focus per dimensione Mediatore

I dati raccolti sui Mediatori creditizi evidenziano aspettative stabili circa la propria attività di mediazione, relativamente al I semestre 2021, sulla maggiore parte dei prodotti finanziari.

In particolare, è possibile notare una sfiducia, circa le aspettative di intermediazione, per i Prestiti Finalizzati *Retail*, per i quali la totalità del campione prevede una diminuzione degli importi intermediati tra il -10% e il -1% rispetto al II semestre 2020.

Solo per i prodotti quali: Aperture di Credito in CC *Corporate* e Prestiti Personali *Corporate*, si prospetta una crescita degli importi intermediati per circa il 50% (Grafico 12).

Le aspettative future variano in base alla dimensione societaria. Infatti, per le società Medie, Grandi e Molto Grandi, emerge una prospettiva di stabilità o di aumento sugli importi intermediati, come ad esempio per Prestiti Finalizzati *Corporate* per i quali si prospetta una crescita degli importi intermediati per circa il 50% (Grafico 13).

Per le società Micro e di Piccole dimensioni emerge invece una prospettiva di stabilità o di diminuzione sugli importi intermediati, indipendentemente dal prodotto (Grafico 14).

Quanto alle aspettative future sul numero dei collaboratori, convenzioni, gamma dei prodotti trattati e sedi utilizzate per l'incontro con il cliente, si confermano i dati della precedente *survey* (quella relativa all'intermediato nel I semestre 2020). Oltre il 49% dei rispondenti prevede stabilità dimensionale su tali elementi strutturali (Grafico 15).

In particolare, società Medie, Grandi e Molto Grandi rilevano una prospettiva di crescita tra l'1% ed il 10% sul numero di convenzioni stipulate e sul numero di collaboratori (Grafico 16). Micro e Piccole società sono quelle che meno ipotizzano una modifica dell'attuale assetto societario (Grafico 17).

GRAFICO 12: PERCENTUALE RISPOSTA DELLE ASPETTATIVE PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO.

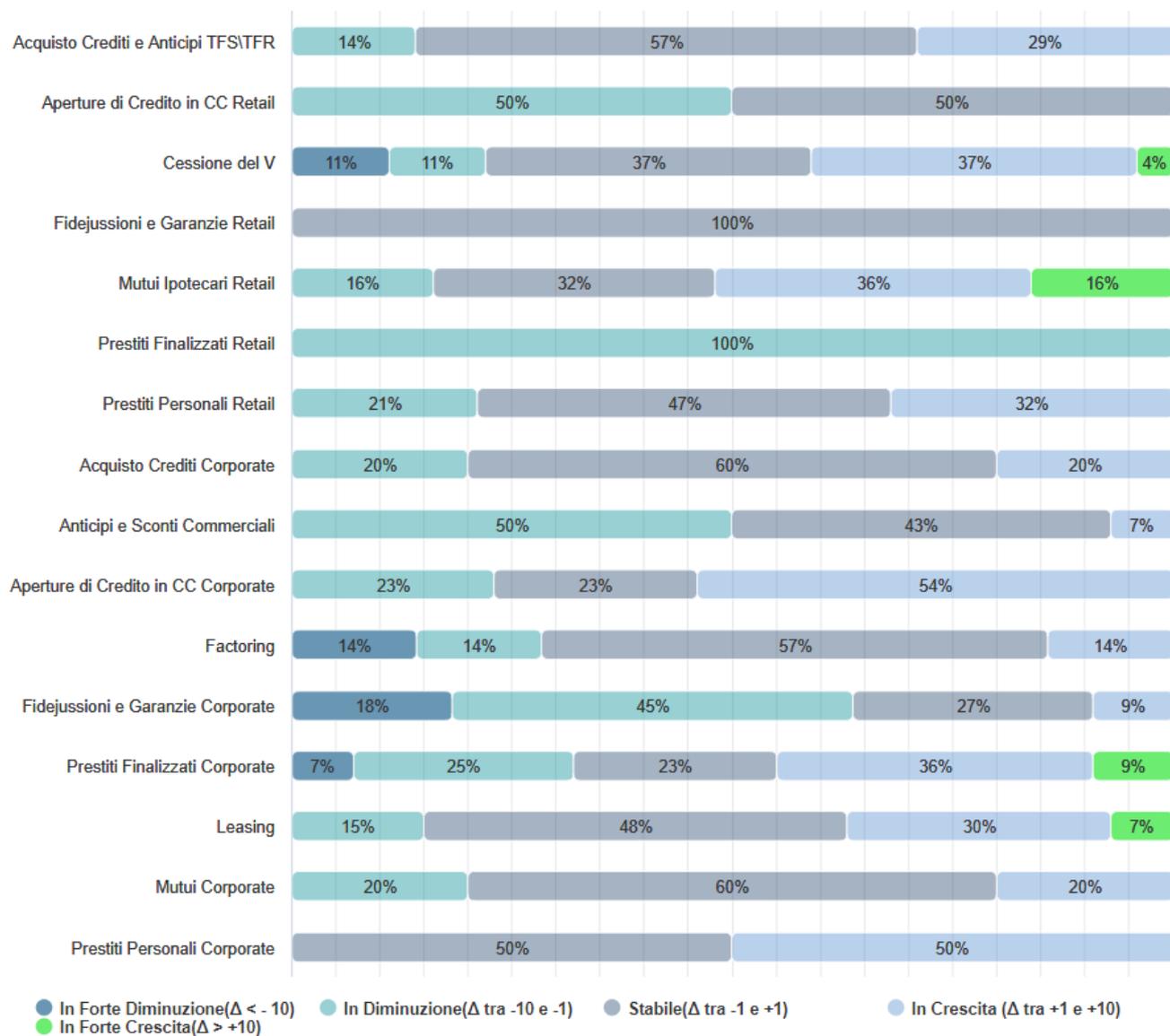


GRAFICO 13: PERCENTUALE RISPOSTE ASPETTATIVE PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO DI SOCIETÀ MEDIE, GRANDI E MOLTO GRANDI.

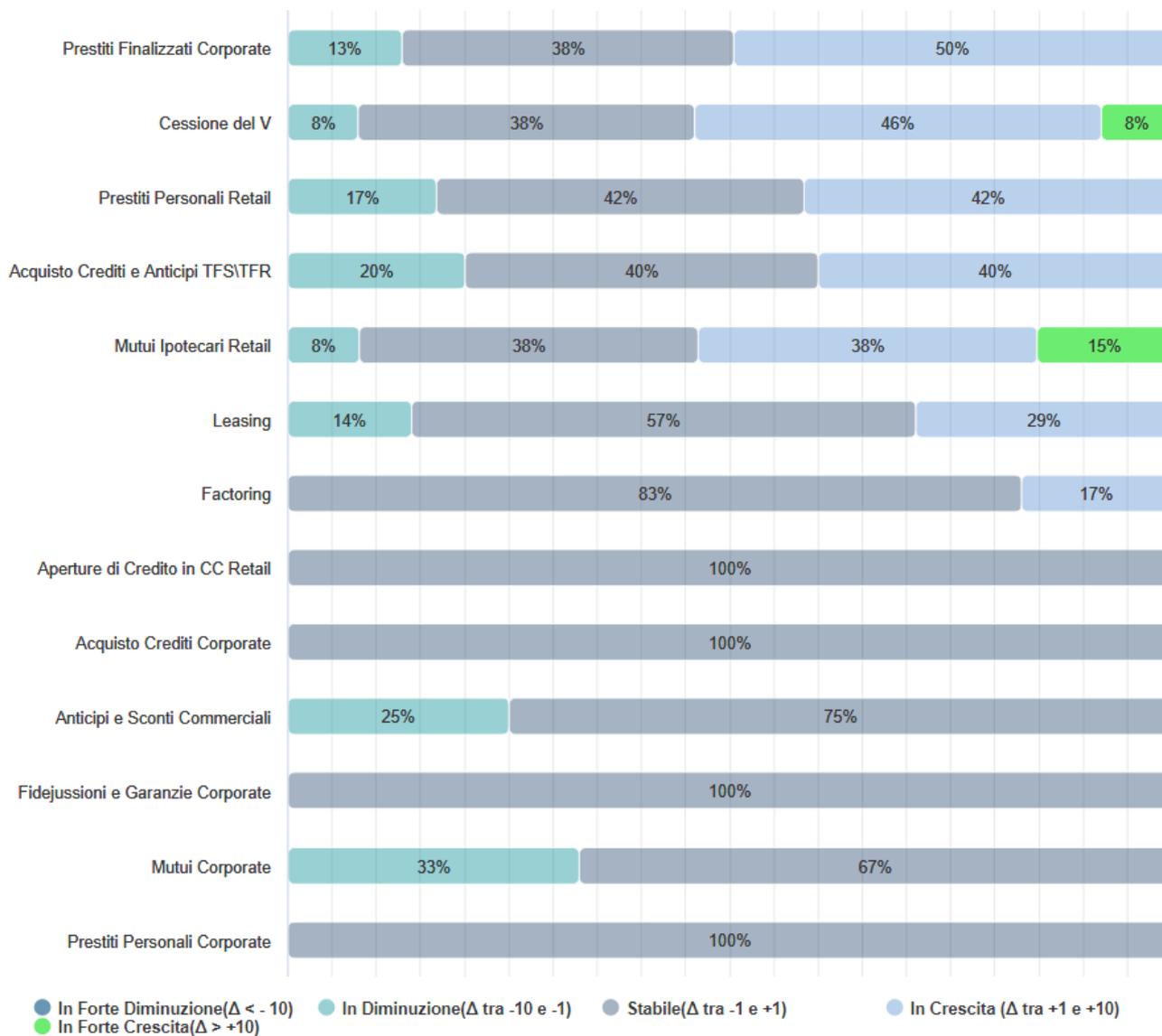


GRAFICO 14: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVE PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO DI SOCIETÀ MICRO E PICCOLE.

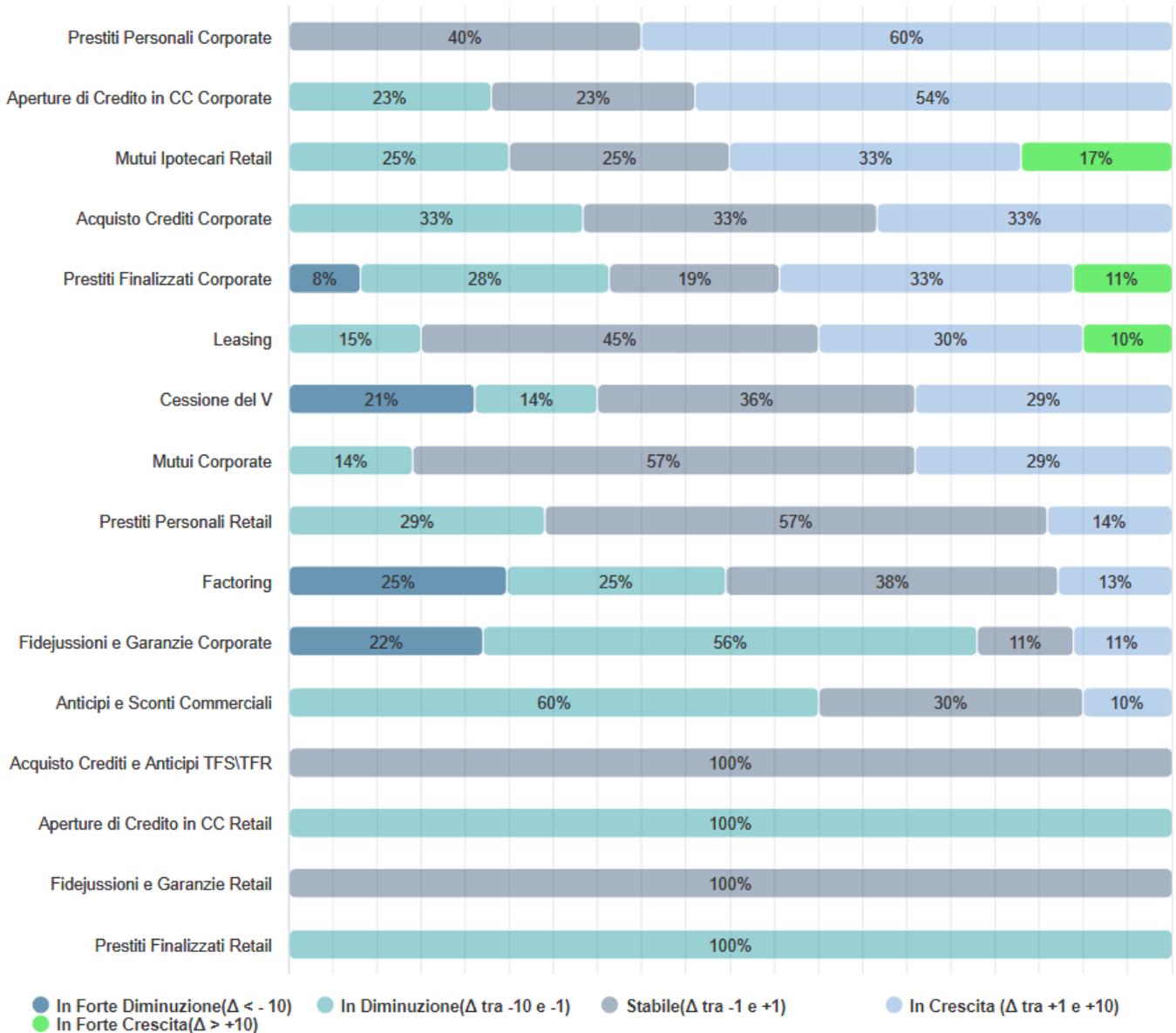


GRAFICO 15: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVA PER ELEMENTO STRUTTURALE.

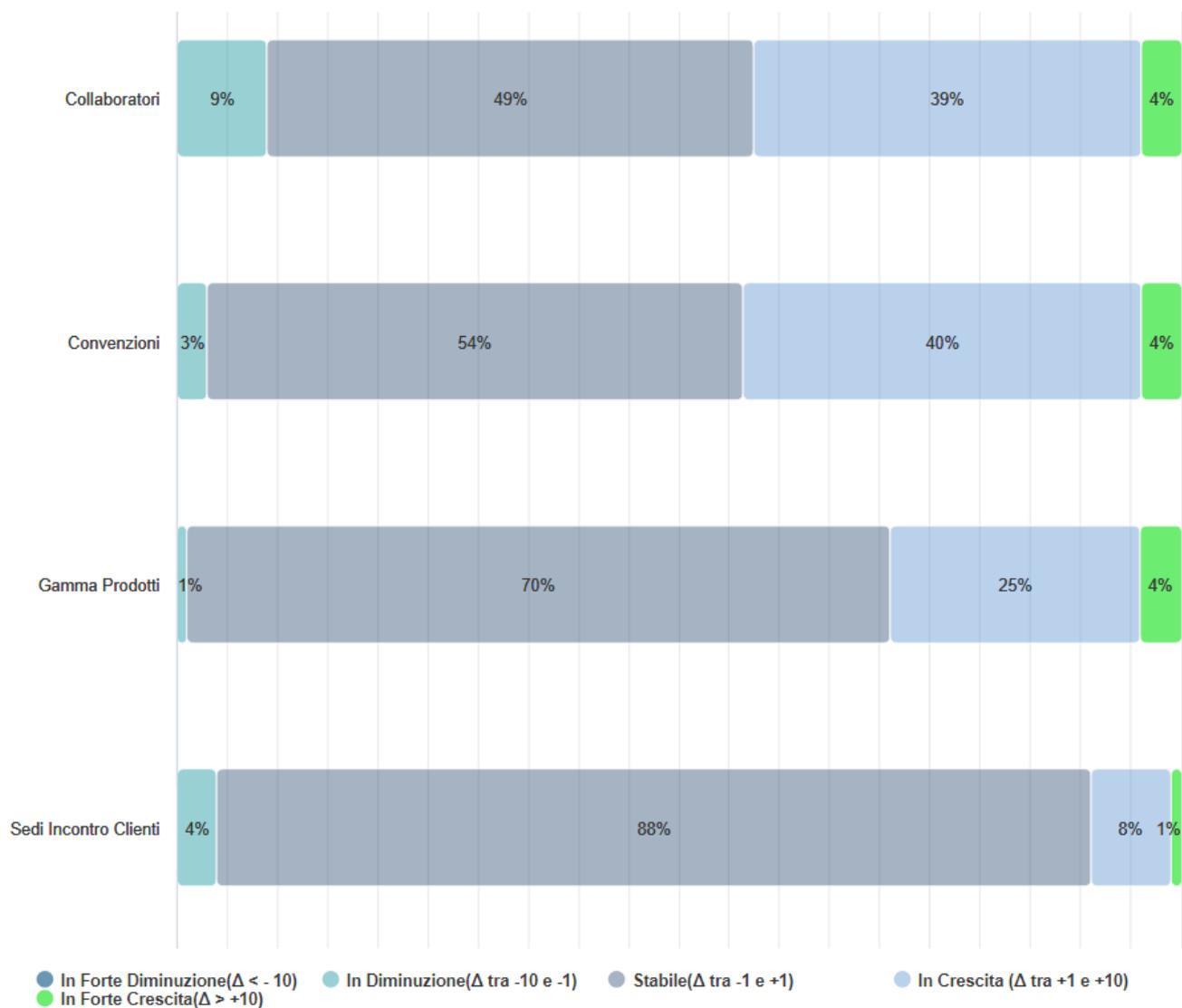


GRAFICO 16: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVA PER ELEMENTO STRUTTURALE DI SOCIETÀ MEDIE, GRANDI E MOLTO GRANDI.

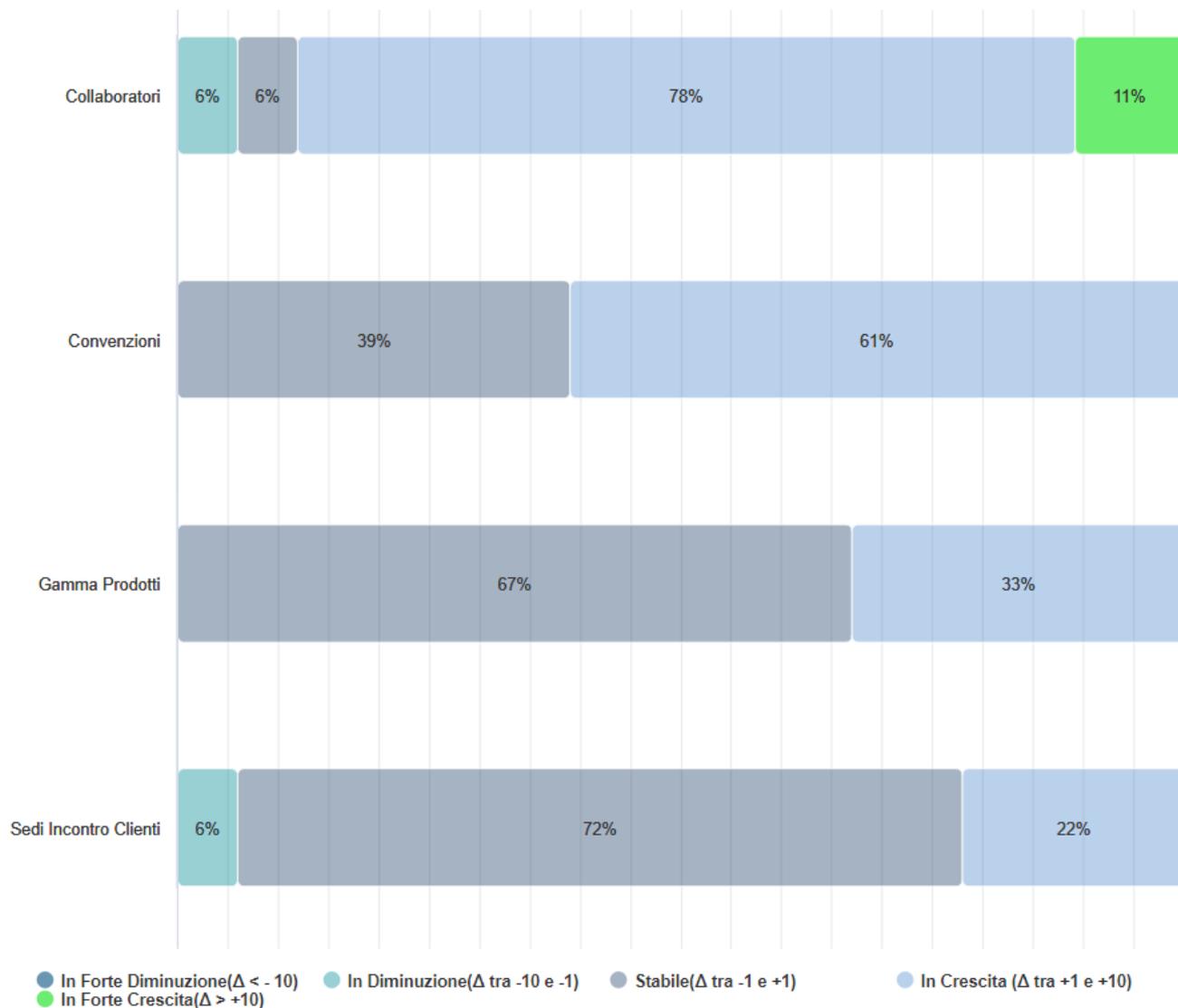
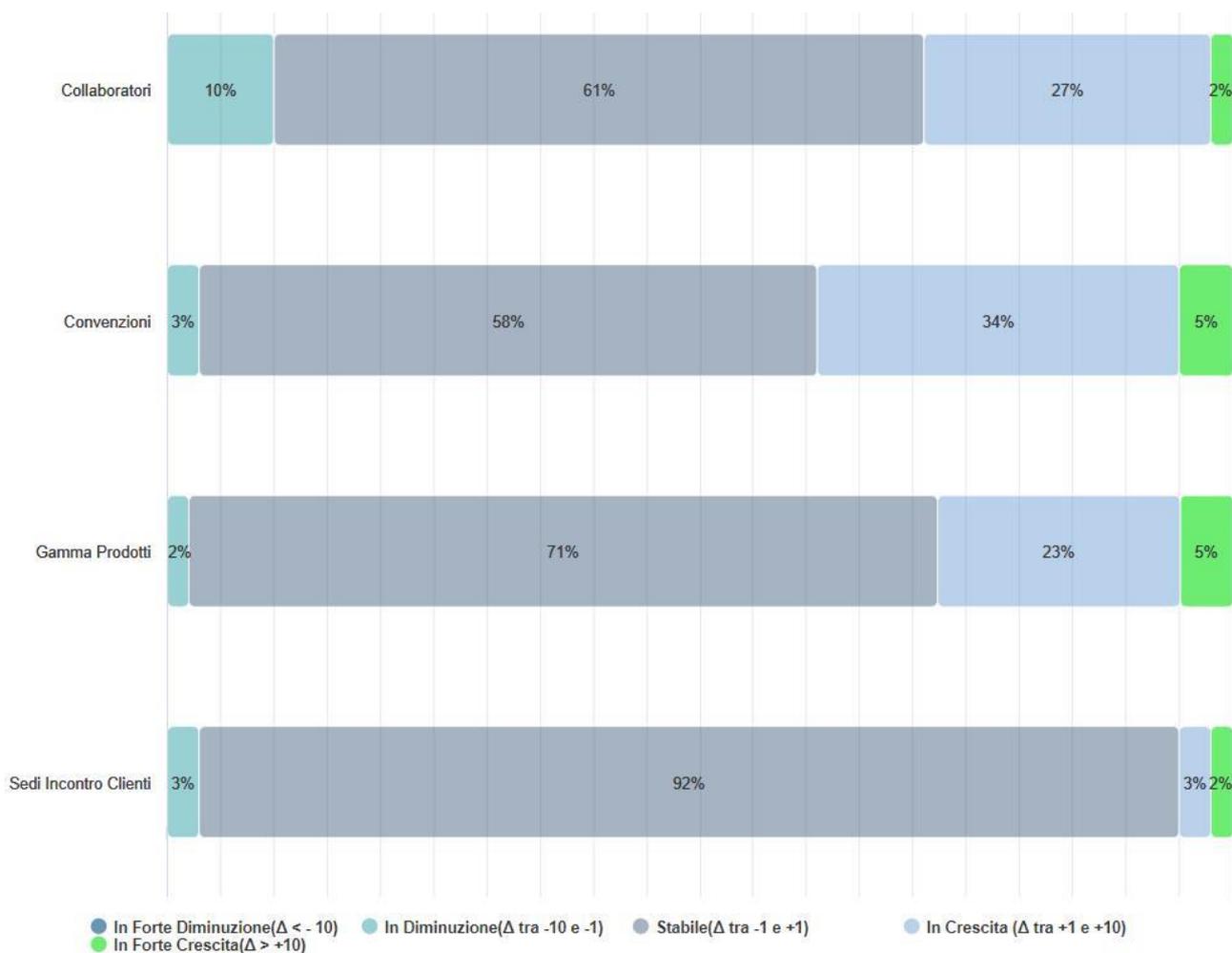


GRAFICO 17: PERCENTUALE RISPOSTA ASPETTATIVE PER ELEMENTO STRUTTURALE DI SOCIETÀ MICRO E PICCOLE.



CONCLUSIONI

Le risultanze acquisite confermano gli elementi strutturali evidenziati nella precedente indagine, ossia, oltre il 49% dei rispondenti prevede stabilità dimensionale ed in particolare: società Medie, Grandi e Molto Grandi rilevano una prospettiva di crescita tra l'1% ed il 10% sul numero di convenzioni stipulate e sul numero di collaboratori; prospettive stabili sono state riscontrate per le Micro e Piccole società a riguardo.

L'andamento delle aspettative del settore evidenzia la capacità degli operatori di reagire a una crisi economica senza precedenti. La *survey*, in linea con la precedente, mostra la solidità delle società di mediazione, in particolare di quelle Medie e Grandi. Infatti, per le società Medie, Grandi e Molto Grandi, è stata riscontrata una prospettiva di stabilità o di aumento sugli importi intermediati; al contrario, per le società Micro e di Piccole dimensioni è emersa una prospettiva di stabilità o di diminuzione sugli importi intermediati, indipendentemente dal prodotto.

La capacità di reazione del settore trova espressione in un aumento dell'importo complessivo intermediato nel II semestre 2020 rispetto al I semestre 2020 pari ad euro 4.540.315.700. Il *trend* crescente dei volumi intermediati nel II semestre 2020 corrisponde ad una variazione percentuale del +89% rispetto al I semestre 2020.

È inoltre confermata la forte specializzazione per categoria di prodotto, con le grandi società che presidiano il settore *Retail* in particolare sui mutui immobiliari, e le Piccole e Micro società orientate con decisione al settore *Corporate* in particolare sul *Factoring* e Acquisto crediti.

Dall'analisi delle risposte ricevute al questionario è stato possibile determinare l'importo complessivo intermediato dai Mediatori creditizi. I modelli di calcolo utilizzati evidenziano che il 73% del totale intermediato deriva dai mutui, prodotto *core* dei Mediatori. Questo dato confrontato con il totale erogato⁷, relativo al II semestre 2020, consente di quantificare nella percentuale del 34%, in aumento rispetto al 16% rilevato nel I semestre 2020, l'impatto che i Mediatori hanno sui mutui.

⁷ Osservatorio Assofin, "Osservatorio sul credito immobiliare 2020".