

Credito al credito 2013

Linee di evoluzione del settore del credito alle famiglie

Gianluigi Benetti, PwC Advisory



Obiettivo dell'intervento

*Condividere alcune considerazioni e spunti di riflessione sulle **dinamiche in corso nel settore del credito alle famiglie** (con un focus sul comparto del credito al consumo), identificando trend in corso e possibili linee di evoluzione*

L'evoluzione del contesto di riferimento e del settore



1. Debolezza del contesto macro-economico



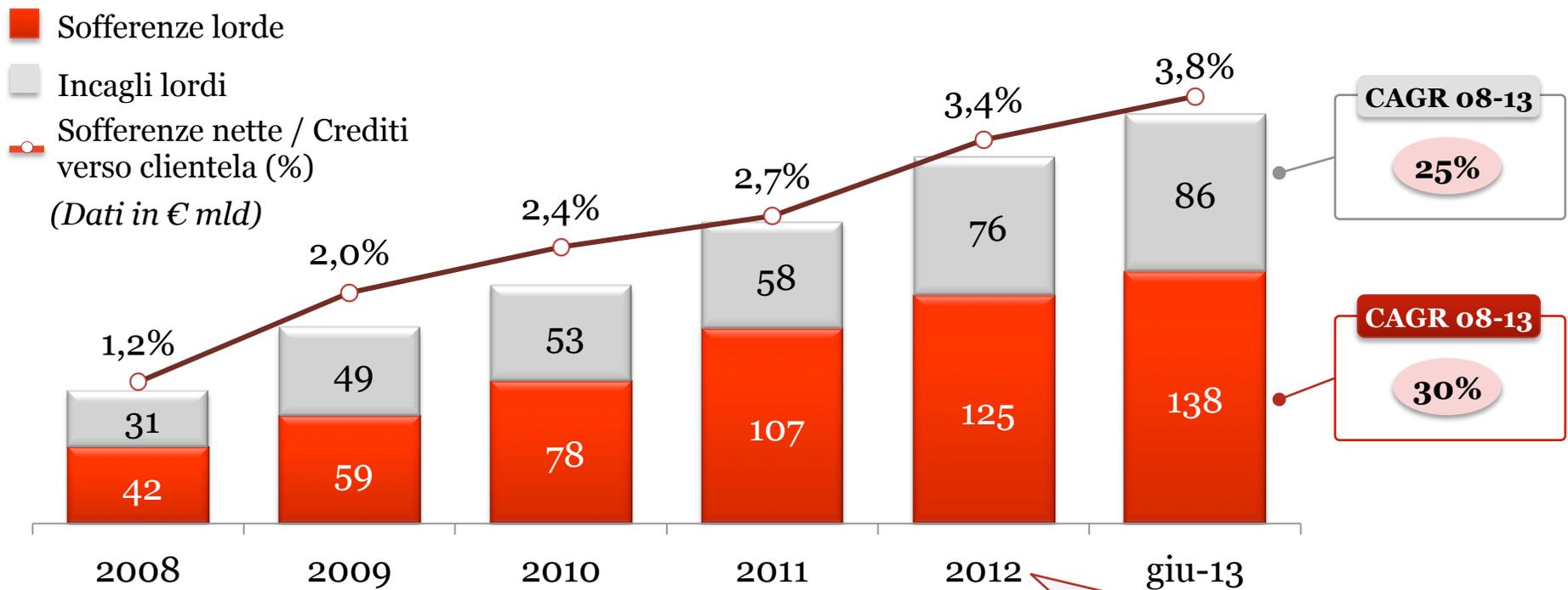
Fonte: Elaborazioni PwC su dati Istat

Credito al credito 2013 • Linee di evoluzione del settore del credito alle famiglie

PwC

28 novembre 2013

2. Dinamiche sul funding, **rischio**, capitale - peggioramento qualità del credito del sistema bancario

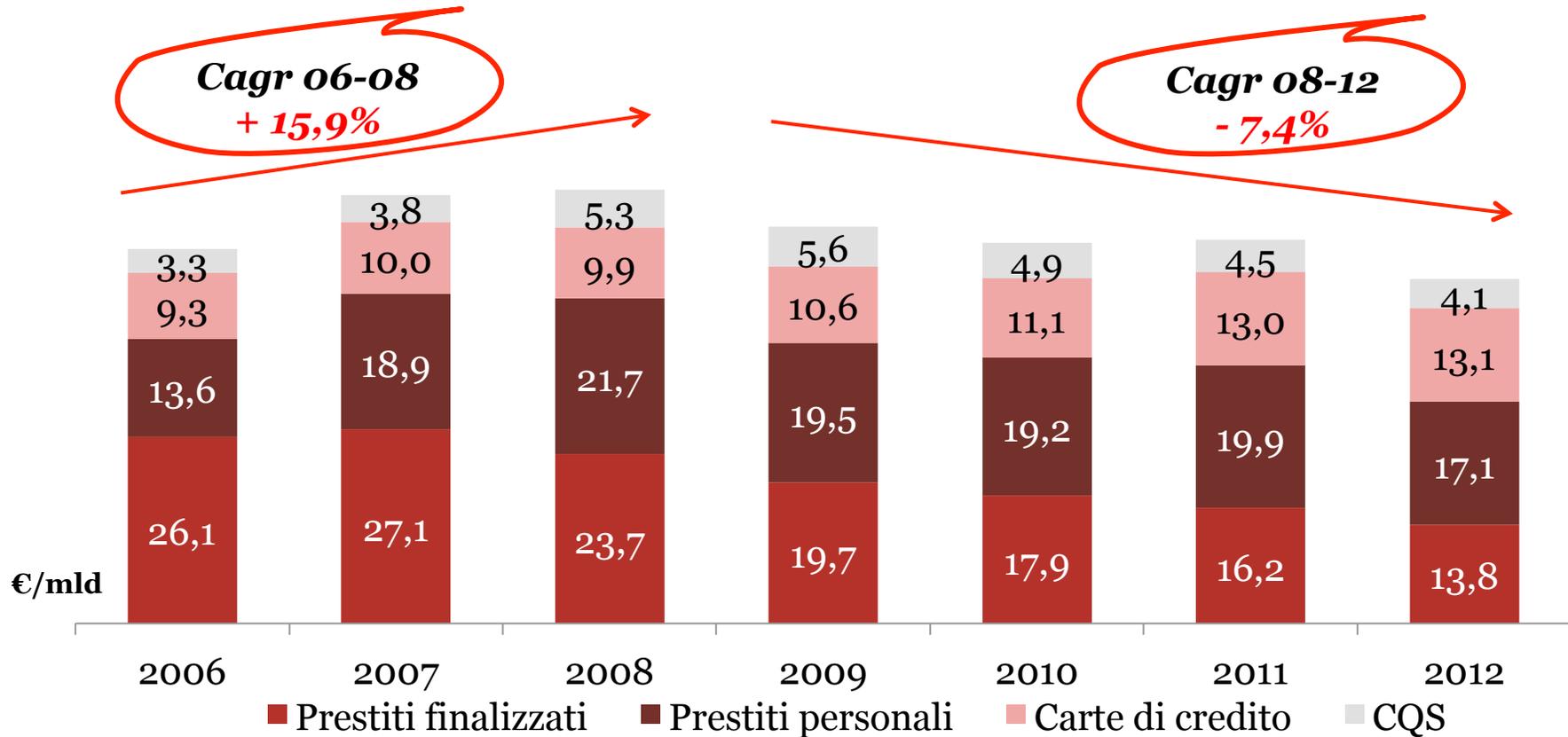


15,2 mld di crediti deteriorati
(di cui 9,3 di sofferenze)
riferibili al credito al consumo⁽¹⁾

Elaborazioni PwC su dati ABI e Banca d'Italia a Settembre 2013

(1) Il volume totale di crediti deteriorati nel mercato del credito al consumo è stato stimato applicando i ratio allo stock di crediti totali ottenuti dalle relazioni statistiche Assofin

3. La riduzione della domanda di credito al consumo



Erogato	~52	~60	~61	~55	~52	~53	~48
Stock	~90	~98	~108	~115	~113	~112	~110

Fonte: Elaborazioni PwC su dati Assofin

Credito al credito 2013 • Linee di evoluzione del settore del credito alle famiglie

PwC

28 novembre 2013

6

Dinamiche di cambiamento del settore degli operatori del credito alle famiglie

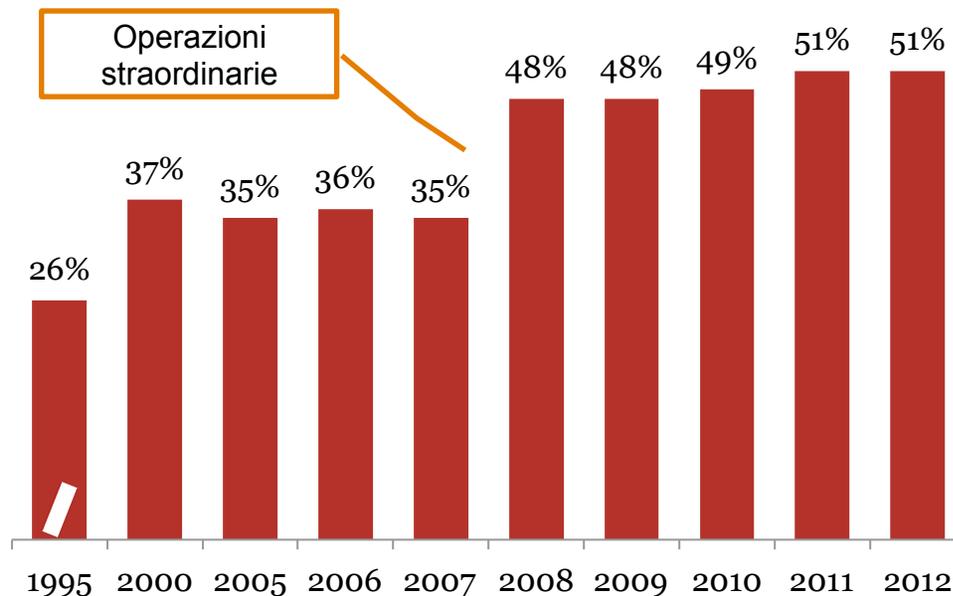
Forte riduzione di redditività (ROE) a causa di calo dei ricavi, aumento dei costi operativi (in particolare di controllo e compliance) e del costo del rischio, aumento del capitale necessario (per requisiti regolamentari)

- A** “Concentrazione”
- B** “Bancarizzazione”
- C** Canali: maggiore rilevanza delle filiali (bancarie e specializzate)
- D** Clientela: valorizzazione della relazione, cross selling e sviluppo nuovi modelli
- E** Sviluppo competenze integrate di gestione cliente , rischio, portafoglio

“Concentrazione”

A

Grado di concentrazione ⁽¹⁾



- La debolezza del mercato spinge le **soglie minime di efficienza verso l'alto**
- Operatori di media dimensione e operatori meno focalizzati : **ripensamento del proprio posizionamento**, valutazione dell'opportunità di **presenza diretta** nel mercato del credito al consumo
- Alcuni gruppi bancari spinti da esigenza di **deleverage/derisking** potrebbero cedere attività di credito specializzato?
- Possibili nuove operazioni di **concentrazione?**

Elaborazioni PwC su dati Assofin

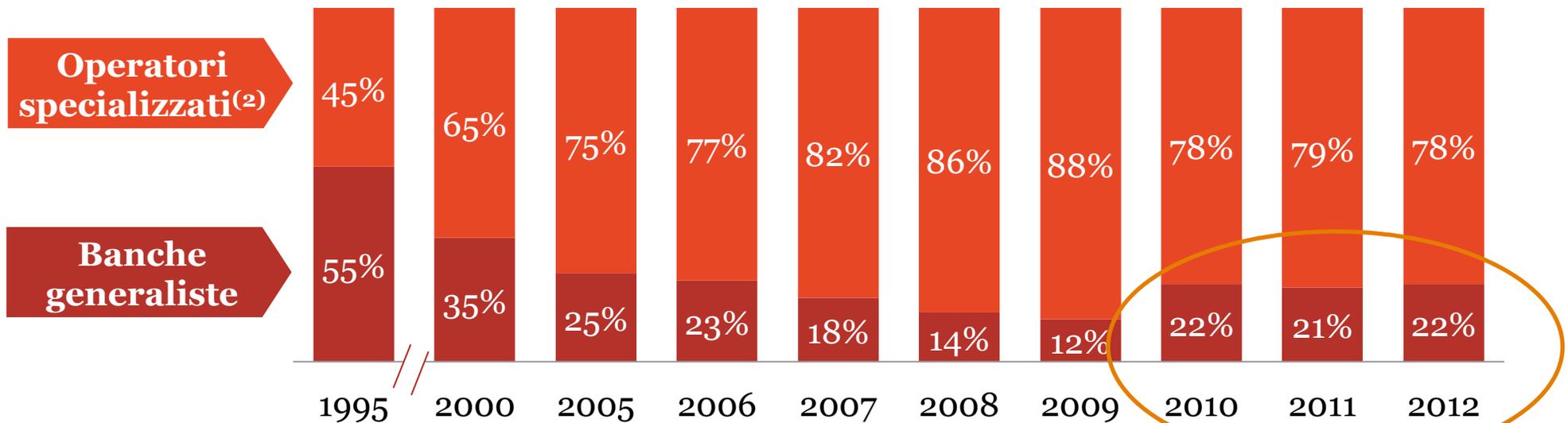
(1) Dati di consistenza. Quota primi 5 operatori rispetto al mercato nazionale
Credito al credito 2013 • Linee di evoluzione del settore del credito alle famiglie
PwC

“Bancarizzazione”

B

- Dopo anni di sviluppo degli operatori specializzati (banche e società finanziarie), nell'ultimo periodo alcuni gruppi bancari, alla ricerca di efficienza e “governo” dei rischi e della distribuzione, hanno reintegrato il business del credito alle famiglie, con una **crescita della quota di mercato delle banche generaliste**
- In un contesto di mercato dove sarà sempre più cruciale la **capacità di gestione del rischio** (non solo in fase di selezione ed erogazione, ma anche di post-vendita, in particolare nel recupero), è necessario **mantenere e sviluppare competenze specialistiche**

Quote di mercato per tipo di operatore⁽¹⁾



(1) Dati di consistenza

(2) Include banche specializzate e società finanziarie

Credito al credito 2013 • Linee di evoluzione del settore del credito alle famiglie

PwC

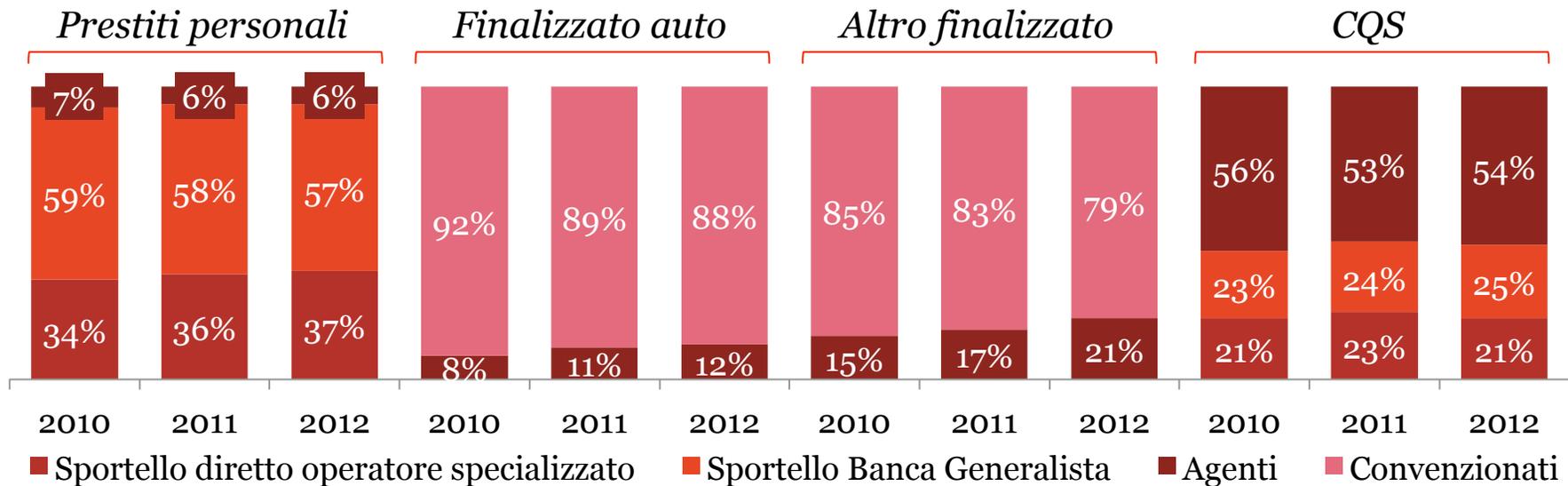
Elaborazioni PwC su dati Assofin

28 novembre 2013

Evoluzione della struttura dei canali distributivi



Canali distributivi per tipologia di prodotto



- Maggiore rilevanza assunta dai canali costituiti dalle **filiali dirette** degli istituti eroganti, soprattutto da quelle delle **banche generaliste** (32%), ma anche dagli sportelli diretti degli **operatori specializzati** (21%)
- Torna a mostrare un lieve incremento la quota di flussi collocati per il tramite di **agenti e mediatori** a valle della riorganizzazione della professione indotta dalla recente **normativa**
- Opportunità di crescita legate al maggior utilizzo delle **nuove tecnologie** (canali remoti, e-commerce, social network, ..)

Fonte: Elaborazioni PwC su dati Assofin

Valorizzazione della relazione con la *clientela*

D



- La ricerca di fonti di crescita e redditività spinge verso la **valorizzazione del rapporto con la clientela** e lo sviluppo di **nuove aree di servizio**
- Un rapporto più articolato con la clientela aumenta la **fidelizzazione** e in parallelo il livello di **conoscenza dei comportamenti** del cliente, con un rafforzamento del controllo della rischiosità del portafoglio
- In alcuni **casi evoluzione verso modelli di banca retail “leggera”**, con copertura delle esigenze bancarie, finanziarie e assicurative di base della clientela “famiglie”

In sintesi

In un **contesto di riferimento** che rimane **complesso** principalmente a causa della lentezza della ripresa del ciclo dei consumi e dei vincoli di funding e capitale a livello di intero sistema bancario, **l'industria del credito alle famiglie** deve **continuare nel percorso evolutivo** alla ricerca di **nuove soglie di efficienza operativa**, nuovi **modelli di servizio** alla clientela, rafforzando le **competenze specialistiche** di controllo dei rischi di credito e dei rischi operativi, con forte presidio quantitativo e qualitativo del **ciclo customer relationship-accettazione-recupero**, integrando **competenze di gestione cliente e portafoglio crediti**

Grazie

Gianluigi Benetti
Responsabile Strategy FS

PwC Advisory SpA

Via Monte Rosa 91, 20149, Milano

T: +39 02 66720473 | M: +39 348 2334907

gianluigi.benetti@it.pwc.com

This publication has been prepared for general guidance on matters of interest only, and does not constitute professional advice. You should not act upon the information contained in this publication without obtaining specific professional advice. No representation or warranty (express or implied) is given as to the accuracy or completeness of the information contained in this publication, and, to the extent permitted by law, PricewaterhouseCoopers Spa, its members, employees and agents do not accept or assume any liability, responsibility or duty of care for any consequences of you or anyone else acting, or refraining to act, in reliance on the information contained in this publication or for any decision based on it.

© 2013 PricewaterhouseCoopers Spa All rights reserved. In this document, “PwC” refers to PricewaterhouseCoopers Spa which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.