

INTERMEDIAZIONE FORMULA CREDEM



Lorenzo Montanari
CREACASA
DIRETTORE GENERALE

Mutui casa e prestiti alle famiglie: con Creacasa l'istituto emiliano entra nel mercato della distribuzione indiretta puntando sull'integrazione tra rete e banca. Prodotti, programmi e obiettivi

Il gruppo Credem entra nel dinamissimo mercato dell'intermediazione finanziaria, la distribuzione tramite agenti di mutui e prestiti alle famiglie, con una formula che segna sin dall'inizio un tratto distintivo rispetto ai concorrenti: l'integrazione tra rete e banca, che nelle intenzioni dell'istituto emiliano costituisce il vero vantaggio competitivo sia nell'organizzazione del business, sia nella capacità di attrarre i migliori professionisti.

Controllata al 100% dal Credem è nata una nuova società specializzata. Si chiama Creacasa, appunto società di intermediazione finanziaria che gestirà una rete di agenti in attività finanziarie, monomandatari, con contratto di agenzia e con zone in esclusiva. Opererà sul canale indiretto, come si dice, attraverso accordi e partnership con agenzie immobiliari, liberi professionisti, reti di promozione finanziaria.

CENTO AGENTI ENTRO IL 2008

«Gli obiettivi traguardati alla fine del 2008», chiarisce il direttore generale



Giandomenico Carullo
CREACASA
DIRETTORE COMMERCIALE

Lorenzo Montanari, «sono di reclutare un centinaio di agenti, di acquisire oltre duemila clienti e di erogare entro il primo anno mutui per 320 milioni di euro». L'integrazione con la banca, spiega Montanari, sarà anche fisica. All'interno di ogni filiale del Credem verrà infatti, allestito un corner, un angolo Creacasa, sul quale si appoggerà il lavoro degli agenti in pieno coordinamento con il direttore della filiale.

COLLABORAZIONE AGENTI-FILIALI

Nessuna concorrenza sul territorio tra banca e rete, quindi, sottolinea il direttore generale, ma una sinergia operativa virtuosa destinata a portare business anche alla banca. «Il grande punto di forza delle rete di Creacasa», ha detto Lorenzo Montanari, «è proprio nel modello di business che prevede la totale integrazione con le filiali Credem pur salvaguardando l'autonomia operativa e di governo della rete degli agenti finanziari».

L'integrazione sarà favorita anche dall'ingresso in Creacasa di 18 pro-

**“ Gli obiettivi
raggiunti
per la fine
del 2008
sono
di reclutare
un centinaio
di agenti,
di acquisire
oltre duemila
clienti
e di erogare
entro
il primo anno
mutui
per 320
milioni
di euro ”**

fessionisti interni alla banca, provenienti dal canale di specialisti in credito immobiliare, i cosiddetti Cci, consulenti in credito immobiliare, canale che confluisce nella nuova società di intermediazione. Creacasa potrà contare quindi anche su questo nucleo di dipendenti integrati con gli agenti.

La rete coprirà tutto il territorio nazionale, ma in coerenza con la presenza attuale di filiali Credem e con lo sviluppo futuro in termini di sportelli (l'istituto emiliano è una delle banche che puntano a crescere).

«Dove non ci sono sportelli Credem, in particolare nelle grandi città», precisa Montanari, «apriremo negozi finanziari a marchio Creacasa». Su questo fronte l'obiettivo, sempre entro il 2008, è di aprire 80 corner all'interno delle filiali e cinque punti/negozi finanziari nelle grandi città.

PRODOTTI PROPRI E MULTIMARCA

Secondo diverse stime, sul totale dei mutui erogati ogni anno in Italia almeno un terzo (ma secondo Assofin questa quota arriva quasi al 50%) vengono distribuiti tramite reti di intermediazione finanziaria e creditizia, un mercato che si è allargato moltissimo negli ultimi anni e che è diventato strategico per tutte le banche che puntano molto sui finanziamenti immobiliari.

Sul fronte dei prodotti l'offerta di Creacasa, definita in una logica multi-brand attuata tramite accordi con primarie controparti, comprende: mutui (con percentuali di finanziabilità fino al 100%), mutui di ristrutturazione, mutui di consolidamento debiti, rivolti anche a lavoratori atipici ed extracomunitari residenti; carte di credito revolving, leasing immobiliare, prestiti personali, prodotti per la cessione del quinto dello stipendio, prodotti assicurativi collegati ai mutui.

GLI ACCORDI GIÀ FATTI

I mutui saranno principalmente Credem; anche se, conferma il direttore commerciale Giandomenico Carullo, entrato nel gruppo Credem dopo vent'anni di esperienza nel settore,

pensati e costruiti espressamente per Creacasa. Per quelli con durata superiore a 35 anni è stato concluso un accordo con GE Money Bank, la finanziaria del gruppo General Electric. Le polizze collegate ai mutui saranno invece del gruppo Helvetia (Vita e Danni), i prestiti personali e i prodotti per la cessione del quinto dello stipendio saranno quelli di Linea spa, società specializzata nel credito al consumo.

IN ARRIVO ANCHE IL LEASING

La gamma di offerta, tengono a sottolineare i responsabili di Creacasa, sarà - per durata, caratteristiche, personalizzazione - complementare a quella del gruppo Credem.

Dietro l'angolo ci sono però altri prodotti per il portafoglio degli agenti. «Ci stiamo attrezzando anche per il leasing», anticipa il direttore generale Lorenzo Montanari, «sia quello strumentale sia quello immobiliare. Nel secondo caso funzionerà con il meccanismo della segnalazione».

L'IDENTIKIT DELL'AGENTE IDEALE

Il reclutamento per Creacasa è già partito. Lo conduce il direttore commerciale Giandomenico Carullo. Qual è l'identikit dell'agente-obiettivo? «Sicuramente una figura esperta di questo business», sottolinea Carullo, «ma soprattutto capace di coordinarsi con la banca». Come dire funzionale al cuore del sistema, appunto l'integrazione rete-banca. All'esperienza sul campo potrà poi aggiungersi la formazione interna, attuata con la Scuola Credem.

E il sistema delle provvigioni? Carullo le definisce «sopra la media». Ma non saranno le frazioni di punto percentuale a fare la differenza, non è questa la leva principale sulla quale Creacasa ha costruito la sua politica di reclutamento.

L'elemento di attrazione sul quale Montanari e Carullo puntano di più è proprio la peculiarità di Creacasa di essere una società Credem. Un fatto che consente una proposta di collaborazione agli agenti che ha poche alternative sul mercato, e che si potrebbe sintetizzare così: «Vieni da noi, a fare questo mestiere in banca» ■