

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
GIANFRANCO CONTE

La seduta comincia alle 13,30.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso l'attivazione di impianti audiovisivi a circuito chiuso e la trasmissione televisiva sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Audizione di rappresentanti dell'Associazione italiana del credito al consumo e immobiliare (Assofin).

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul credito al consumo, l'audizione di rappresentanti dell'Associazione italiana del credito al consumo e immobiliare (Assofin).

Sono presenti il dottor Valentino Ghelli e il professor Umberto Filotto, rispettivamente presidente e segretario generale di Assofin.

Immagino che i colleghi siano soprattutto interessati, al di là delle attività dell'associazione, agli attuali problemi del credito al consumo, anche in relazione al fatto che il Senato ha da poco approvato in un testo unificato, e trasmesso alla Camera, la proposta di legge recante « Disposizioni di contrasto al furto d'identità e in materia di prevenzione delle frodi nel

settore del credito al consumo, dei pagamenti dilazionati o differiti e nel settore assicurativo ».

Do la parola al presidente di Assofin, dottor Valentino Ghelli.

VALENTINO GHELLI, *Presidente di Assofin*. Come Associazione abbiamo una visione abbastanza completa e rappresentativa del mercato italiano del credito al consumo. Infatti, le nostre associate, le quali sono banche specializzate o banche generaliste che si occupano dell'attività di credito alla famiglia, rappresentano circa l'85 per cento di tale mercato.

Negli ultimi dieci anni il settore ha avuto una crescita importante, con una battuta di arresto successivamente alla crisi internazionale, che ha colpito i principali mercati sotto l'aspetto non tanto finanziario quanto economico e che ha generato una profonda flessione dei consumi. Il credito al consumo era cresciuto mediamente del 14 per cento all'anno. Nel 2008, la crescita si è arrestata, e nel 2009 si rileva una diminuzione delle nuove erogazioni in misura pari al 12 per cento circa. Tale dinamica trova spiegazione nella natura stessa dell'attività: evidentemente, i finanziamenti finalizzati a favorire l'accesso al consumo da parte delle famiglie italiane sono strettamente legati all'andamento dei consumi.

In base alle nostre rilevazioni, il credito al consumo è stato utilizzato da circa la metà delle famiglie italiane e ogni anno vengono perfezionate circa 7 milioni di operazioni di credito al consumo. Tramite il credito al consumo vengono finanziati ogni anno centinaia di migliaia o addirittura milioni di acquisti di beni di consumo. Il principale mercato di destinazione è quello dell'auto: si calcola che circa l'84 per cento delle auto vendute a

privati in Italia è stato acquistato mediante operazioni di credito al consumo. Lo strumento consente quindi l'accesso ai consumi a famiglie che o non hanno la disponibilità immediata delle somme necessarie per gli acquisti di particolari beni o utilizzano il credito per pianificare il proprio *budget* familiare.

Poiché l'84 per cento delle compravendite di auto da parte di privati, in Italia, è finanziato dal credito al consumo, nel momento in cui, com'è accaduto nel 2008 e nei primi mesi del 2009, le immatricolazioni di auto nuove diminuiscono, ovviamente diminuisce anche la percentuale di finanziamenti erogati. Il rallentamento è determinato dal calo della domanda da parte dei consumatori, i quali hanno rinunciato ad acquisti o a investimenti relativi ad autovetture, piuttosto che dalla contrazione dell'offerta da parte degli operatori.

L'attività si sviluppa, dunque, prevalentemente come sostegno agli acquisti. La dimostrazione della funzione sociale attualmente svolta dal mercato del credito al consumo sta nel fatto che una parte consistente degli acquisti sarebbe rimandata se mancasse un sistema di agevolazioni finanziarie per i consumatori.

Negli ultimi dieci anni, tranne naturalmente gli ultimi due, il mercato è cresciuto. Attualmente, l'indebitamento delle famiglie italiane per utilizzo del credito al consumo è decisamente più basso rispetto a tutti gli altri Paesi dell'Europa occidentale e infinitamente più basso rispetto agli Stati Uniti o ai Paesi di matrice anglosassone, nei quali l'utilizzo del credito al consumo e l'indebitamento delle famiglie ha raggiunto o superato livelli di pericolosità.

L'Italia è il fanalino di coda nell'Unione Europea e presenta il più basso livello di indebitamento delle famiglie qualunque sia il parametro di riferimento adottato: reddito disponibile, PIL o attività di erogazione del credito alle famiglie da parte di banche e intermediari finanziari non bancari.

Tale situazione è stata favorita sia dai comportamenti più prudenti delle famiglie

italiane rispetto a quelli delle famiglie degli altri Paesi europei, soprattutto rispetto al mondo anglosassone, sia da un'offerta da parte delle banche e degli intermediari specializzati aderenti ad Assofin che si è mostrata più prudente e meno aggressiva, forse anche meno moderna, con il vantaggio, però, di non avere determinato, in generale, gravi e pericolosi fenomeni di sovraindebitamento (riscontabili, invece, in altri Paesi europei).

L'aumento delle sofferenze che si registra nel credito al consumo, come del resto nel credito immobiliare, è assolutamente fisiologico, perché c'è una situazione di difficoltà dovuta al mancato sviluppo del reddito familiare o, in casi sempre più numerosi, alla perdita del posto di lavoro e a situazioni di cassa integrazione ovvero, nel caso dei lavoratori autonomi, alla riduzione del giro d'affari. Negli ultimi due anni si è assistito a un'inversione di tendenza nella curva del rischio, che scendeva da almeno cinque anni e che oggi presenta, invece, un andamento in lieve aumento. Si tratta di una situazione contingente, che al momento pesa su alcune famiglie ma che, a livello complessivo, è abbastanza controllata.

Il settore si sta avviando verso un grande cambiamento, perché c'è un'aspettativa di profonda riforma del mercato del credito al consumo. Infatti, in sede di attuazione della direttiva comunitaria sul credito ai consumatori, per la quale il Parlamento ha già conferito apposita delega al Governo, saranno riviste le discipline concernenti le attività dei soggetti operanti nel settore finanziario di cui al titolo V del TUB, nonché dei mediatori creditizi e degli agenti in attività finanziaria (altre norme secondarie saranno dettate dalla Banca d'Italia).

Il mercato ha bisogno, dunque, di una più appropriata regolamentazione e di maggiore trasparenza per i consumatori. In tal modo, sarà possibile premiare i comportamenti più virtuosi e più seri, limitare taluni fenomeni registrati in questi anni nei mercati e assicurare un importante sviluppo al credito al consumo. Si coglie la consapevolezza che comporta-

menti più responsabili e un quadro normativo più strutturato potranno consentire al mercato italiano del credito al consumo, superata l'attuale fase congiunturale, evidentemente negativa, di continuare a dare un supporto alle famiglie italiane.

Desidero ora affrontare il tema del furto di identità e delle casistiche ad esso relative che si registrano in maniera sempre più frequente. Con l'evoluzione del mercato del credito al consumo si è lavorato molto, in questi anni, per mettere il credito a disposizione delle famiglie italiane nel momento, nel tempo e nel luogo in cui è necessario. Ciò significa porre le persone che hanno bisogno di un credito nella condizione di trovarlo, a differenza di quanto avveniva in passato, nell'ipercredito piuttosto che negli uffici della banca, quel sabato pomeriggio e non dopo una settimana o un mese.

Si sono utilizzate, quindi, procedure sempre più informatizzate per ridurre i costi e accelerare i tempi di erogazione. Oggi, l'attività di credito al consumo che si sviluppa tramite le organizzazioni commerciali è altamente informatizzata. Proprio tale caratteristica ha reso appetibile, per organizzazioni criminali o singoli soggetti, la perpetrazione di operazioni fraudolente effettuate mediante impossessamento dell'identità di altri soggetti. Presso i punti di vendita della grande distribuzione, infatti, il credito al consumo è erogato rapidamente a persone che, di norma, non sono note (diversamente da quelle che chiedono un finanziamento alla banca), previa esibizione di documenti sui quali vengono effettuati controlli da parte del personale addetto alle vendite (l'eventuale contraffazione dei documenti può comportare una frode anche ai danni delle società di credito al consumo).

La relativa casistica, che teniamo sotto controllo, rappresenta, ad oggi, una parte abbastanza limitata delle sofferenze delle società di credito al consumo, ma auspichiamo l'introduzione di strumenti legislativi in grado di aiutare le stesse ad agire in modo sempre più consapevole.

Se il presidente lo consente, passerei la parola al professor Filotto per eventuali integrazioni.

PRESIDENTE. Prego, professor Filotto.

UMBERTO FILOTTO, *Segretario generale di Assofin*. Come tutti gli attori che operano nel mercato, siamo fortemente favorevoli all'approvazione il più possibile rapida del disegno di legge trasmesso alla Camera dal Senato, che noi consideriamo una soluzione utile, opportuna e condivisibile, e che sembra raccogliere il consenso dell'industria finanziaria, dell'autorità e dei consumatori.

PRESIDENTE. Do ora la parola ai deputati che intendano intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni.

ALESSANDRO PAGANO. Poiché l'audizione odierna si svolge nell'ambito di un'indagine conoscitiva, ci saremmo aspettati maggiori elementi da un'associazione importante come l'Assofin.

Desidererei sapere, innanzitutto, di quali misure l'Associazione ritenga opportuna l'adozione al fine di rendere più virtuoso e più trasparente il mercato del credito al consumo. Il presidente Ghelli ha sollevato la questione, ma l'assenza di dati, che possiamo forse reperire attraverso altre fonti, ci lascia perplessi, anche perché proprio in ordine a tali importanti obiettivi speravamo di ottenere maggiori elementi di valutazione.

Le chiederemmo quindi, presidente, di essere più diretto e preciso nell'indicarci cosa sia necessario fare per rendere più virtuoso e più trasparente il mercato, per evitare posizioni dominanti, abusi e tutte le altre vergogne cui abbiamo assistito in questi anni, come le pubblicità ingannevoli ovvero il credito concesso a soggetti in età molto avanzata o assolutamente immeritevoli di fiducia (non ci riferiamo sicuramente al segmento automobilistico, che è blindatissimo da chi lo gestisce). Ho conservato alcune pubblicità nelle quali si promettono finanziamenti anche a soggetti protestati. Presumo, dunque, che quando

parla di trasparenza, presidente Ghelli, voglia lasciare intendere che siete a conoscenza di questi fatti. Credo che l'Assofin abbia interesse a selezionare gli associati, a evitare l'inserimento nel mercato di soggetti che potrebbero minare la credibilità degli associati buoni.

Con riferimento al disegno di legge recentemente approvato dal Senato, che considero ottimo, anche se, sotto alcuni profili, molto macchinoso e, forse, dispersivo, si potrebbe valutare l'opportunità di renderne più concentrato il contenuto.

PRESIDENTE. Personalmente, sono molto deluso: ci è stata rappresentata l'attività dell'Associazione, ma nulla ci è stato detto dei tassi, laddove si rileva una sorta di dicotomia all'interno del sistema. L'ABI lamenta, in particolare, che le finanziarie iscritte nell'elenco generale e in quello speciale (rispettivamente, articoli 106 e 107 del TUB) hanno la possibilità di applicare tassi di interesse superiori, perché i parametri tecnici di riferimento sono diversi. Le banche vorrebbero essere accomunate a tali soggetti, per praticare tassi più elevati, in relazione alla necessità di erogare credito a soggetti che presentano un più alto profilo di rischio. Credo che quello dei tassi applicati al credito al consumo sia un tema di un certo rilievo, sul quale ci aspettavamo qualche dato, anche per poter comparare le diverse situazioni esistenti nel mercato.

Un altro aspetto di un certo interesse è la vicenda dei mediatori creditizi, o presunti tali. Il sistema delineato, concentrato soprattutto sui beni durevoli, prefigura infatti una sorta di meccanismo all'interno del quale il commerciante, il *broker* d'auto, è anche promotore finanziario dei prodotti messi a sua disposizione, in relazione ai quali notoriamente ottiene percentuali. Al *broker* o al commerciante viene lasciata la libertà di collocare prodotti anche in concorrenza fra loro.

Ebbene, in un momento di forte difficoltà sotto il profilo finanziario, di *credit crunch*, vorremmo sapere su quali legami si regga il rapporto tra il venditore del bene di consumo e la banca. In un mo-

mento in cui vi è maggiore necessità di credito, potrebbe anche esservi una pressione, da parte degli istituti ai quali fanno capo le varie finanziarie (ad esempio, di Intesa Sanpaolo nei confronti di Neos), a proporre determinati prodotti, che sarebbero, in un certo senso, imposti al soggetto più debole.

Il tema è rilevante anche perché, nel corso di questa indagine, abbiamo sentito per primi i rappresentanti di CRIF, i quali ci hanno illustrato le procedure in base alle quali viene accordato o negato un credito. In particolare, desta perplessità che l'accesso al credito possa essere impedito da segnalazioni negative anche del tutto accidentali e, inoltre, che le procedure per ottenere una cancellazione siano molto lunghe e incidano sull'affidabilità del cliente consumatore.

Recentemente, mi ha incuriosito la vicenda delle trattative aventi ad oggetto l'acquisizione della famigerata società Delta, partecipata dalla Cassa di risparmio di San Marino. Secondo quanto si apprende dalla stampa, tutta la partita sembrerebbe ruotare intorno alla costituzione di un polo del credito al consumo, che comprenderebbe anche Neos. La forte esposizione di Delta (intorno ai 600 milioni di euro) andrebbe in gran parte ascritta a operazioni realizzate all'interno delle varie società che la compongono, a partire da SediciBanca.

Vorremmo sapere quale tipo di regolamentazione consideriate utile. Non ci si può continuare a nascondere dietro la giustificazione che banche e finanziarie sono imprese. D'altra parte, anche la normativa europea raccomanda di tenere in debita considerazione, al di là della stabilità delle imprese, anche la tutela del consumatore. Vorrei sapere, dunque, in quale modo si possano perseguire entrambi gli obiettivi.

Do la parola al presidente di Assofin per la replica.

VALENTINO GHELLI, *Presidente di Assofin*. Poiché le questioni sollevate sono

tante, proverò a dare alcune risposte, lasciando al professore Filotto il compito di integrarle.

Per quanto riguarda la dichiarata delusione per la mia relazione introduttiva, gli aspetti rilevanti del settore del credito al consumo sono numerosi: una volta individuati i punti di interesse — e vi ringrazio per averli segnalati — possiamo entrare nel dettaglio.

Per quanto concerne il tema dei canali distributivi, ovvero degli agenti, dei mediatori oppure delle concessionarie d'auto...

PRESIDENTE. Scusi, presidente, mi è sfuggito un altro tema che suscita preoccupazione e che, di conseguenza, sarebbe opportuno affrontare: le carte *revolving*.

A un certo punto, dopo i *sub-prime*, era venuta alla ribalta la questione relativa alla sorte delle carte di credito, segnatamente della concessione di credito con il sistema delle carte *revolving*.

VALENTINO GHELLI, *Presidente di Assofin*. Ho preso nota anche di quest'ultima domanda, signor presidente. Cercherò di offrire qualche elemento di valutazione anche riguardo alle carte *revolving* e alle preoccupazioni da queste destinate dopo la crisi dei mutui *sub-prime*.

I nostri dati forniscono una rappresentazione completa del mercato del credito al consumo e dell'attività di Assofin. Oggi, ai mediatori creditizi e agli agenti in attività finanziaria è riconducibile circa il 10 per cento dell'attività svolta dalle società aderenti all'Associazione. Il restante 90 per cento è realizzato tramite le organizzazioni commerciali convenzionate, ovvero direttamente dalle filiali delle banche o delle società specializzate.

In relazione ai mediatori e agli agenti noi auspichiamo — invochiamo — una regolamentazione, più che mai necessaria in un settore che ha visto proliferare il numero di tali operatori professionali in misura assolutamente spropositata, al punto che ne risultano censiti circa 160.000. A parte l'impossibilità di controllare un numero di soggetti così vasto, la

categoria include sicuramente operatori seri, onesti e sani, anche se una crescita effettivamente abnorme suscita il timore di carenze in termini di professionalità, di serietà e di qualità dei servizi.

Da anni chiediamo una regolamentazione del comparto, anche perché l'attività svolta dalle associate Assofin rappresenta, dal nostro punto di vista, la parte migliore del mercato. Qualunque agente o mediatore, che nessuno va a monitorare, può disseminare volantini (collocati, magari, sotto i tergicristalli delle auto) nel territorio in cui opera, generando in tal modo un'immagine non positiva del settore (malgrado simili metodi non siano praticati dalle principali società).

La regolamentazione dell'attività di intermediazione è, dunque, assolutamente doverosa e, per quanto riguarda Assofin, auspicata.

Quanto all'attività delle organizzazioni commerciali...

PRESIDENTE. Scusi, dottor Ghelli, a proposito di regolamentazione dei mediatori e degli agenti, ha qualche idea da apportare come contributo?

VALENTINO GHELLI, *Presidente di Assofin*. Consideriamo veramente importante innalzare i requisiti di onorabilità, di professionalità e anche patrimoniali per l'attività svolta in forma societaria. Inoltre, devono essere previsti sistemi di controllo, di monitoraggio e sanzionatori adeguati alle dimensioni che tale realtà ha assunto. È altresì doveroso ripristinare la distinzione fra l'attività dei mediatori creditizi e quella degli agenti in attività finanziaria, delineata soltanto in teoria, ma concretamente inesistente, con la conseguenza che il mercato è caratterizzato da una situazione di assoluta confusione.

Da anni auspichiamo anche una riserva in termini di denominazione, che qualifichi l'attività degli intermediari finanziari operanti nel comparto del credito alle famiglie e del credito al consumo. Oggi, la persona che entra negli uffici di una (seria o fantomatica) società finanziaria non capisce chi abbia di fronte: se un soggetto

che è il diciottesimo anello di una catena ovvero colui il quale, eventualmente, erogherà direttamente il denaro. È invece necessario mettere i clienti in condizione di capire chi siano i loro interlocutori. Oggi ciò non avviene, e impera una confusione che favorisce il perpetrarsi di abusi, tra i quali l'imposizione di costi eccessivi a carico dei consumatori. Se riusciamo a ridurre la lunghezza del canale di distribuzione, il costo del prodotto è destinato a diminuire.

PRESIDENTE. Mi interessa approfondire un importante aspetto riguardante i *broker* di auto. Da quanto mi risulta, ogni venditore di prodotti di consumo (la considerazione è valida in generale), salvo il caso in cui sia costretto a utilizzare certi canali, li sceglie in relazione alle provvigioni che ne ricava.

Ci può dire qualcosa sul tema delle provvigioni?

VALENTINO GHELLI, *Presidente di Assofin*. Posso fornire qualche elemento di valutazione.

Quello di cui stiamo parlando è oggi il più importante canale di distribuzione del credito al consumo. Nell'ultimo decennio, in conseguenza della crescita cui facevo riferimento, si è sviluppata, fra gli operatori bancari e finanziari specializzati, un'intensa competizione in relazione a tutti gli elementi rilevanti: livello di servizio, campagne di *marketing*, iniziative a tasso zero e provvigioni erogate alla rete distributiva. La competizione permette all'organizzazione commerciale di offrire alla propria clientela prodotti più concorrenziali, ma l'attività di intermediazione ha un costo, che viene percepito direttamente da chi vende il prodotto. Questa è una situazione determinata dal libero mercato.

Per assurdo, la società finanziaria o la banca sarebbe felice di poter imporre una limitazione alle commissioni pagate all'intermediario commerciale. Ciò consentirebbe al cliente finale di ottenere il prodotto a un costo inferiore e di pagare rate più comode. Tuttavia, l'attuale situazione

di mercato non consente alle organizzazioni commerciali di instaurare un legame fisso con una certa banca o società finanziaria, e di proporre conseguentemente soltanto alcuni prodotti: per effetto dell'ampia concorrenza che oggi connota il mercato, da un concessionario d'auto o da un rivenditore importante di una qualsiasi città c'è la fila degli agenti commerciali inviati dalle varie società a proporre prodotti e servizi sempre più aggressivi.

PRESIDENTE. Vorrei affrontare il tema della *disclosure* relativamente alle percentuali garantite ai rivenditori.

Quando si rileva che l'84 per cento dei finanziamenti è riferito ad acquisti di autovetture, non si tiene conto di come, ormai, i veri concessionari stiano scemando e stia prendendo piede, invece, la figura del *broker*, il quale acquista dai concessionari ufficiali e ha la propria finanziaria. In tale contesto, il cliente finale non sa quanto ha avuto di sconto né quanto ha pagato di percentuale per la mediazione creditizia. La conoscenza di tali elementi darebbe al cliente la possibilità di effettuare una comparazione.

VALENTINO GHELLI, *Presidente di Assofin*. Ad oggi, non vi è alcuna *disclosure* relativa alla quota parte del costo che viene trattenuta dall'organizzazione commerciale.

Il cliente ha l'evidenza di un TAN e di un TAEG (che rappresenta il costo onnicomprensivo del finanziamento). Una parte della somma percepita dalla banca o dalla società finanziaria specializzata è retrocessa al commerciante a titolo di provvigione. Attualmente non ci viene chiesto di evidenziare tale informazione al cliente finale.

UMBERTO FILOTTO, *Segretario generale di Assofin*. Se posso aggiungere alcune considerazioni su questa e su altre questioni sollevate, credo che la *disclosure* dei margini commerciali sia sempre auspicabile, ma possa funzionare se generalizzata. La *disclosure* dei costi di distribuzione deve infatti riguardare ogni tipo di canale, altrimenti si creano asimmetrie.

Un concessionario d'auto che distribuisce un prodotto finanziario percepisce una provvigione, ma svolge anche un'attività che, altrimenti, dovrebbe essere svolta da un canale di tipo proprietario.

Per consentire al consumatore di capire — ammesso che poi non si crei un problema di « ingolfamento » delle informazioni — è necessario individuare il costo « nudo » del prodotto e tutti i costi distributivi all'interno del canale commerciale. Non voglio uscire dal mio campo, ma sarebbe opportuno che ciò avvenisse per ogni tipo di prodotto. Se oggi mi reco a comprare un'auto, forse saprò quanto mi costerà il finanziamento in termini di distribuzione, ma non conoscerò il margine del concessionario: questa è un'asimmetria. Tutte le soluzioni possono avere una giustificazione razionale, ma devono essere omogenee, altrimenti si rischia di fare al consumatore, fornendogli soltanto alcune informazioni, non un favore ma un dispetto.

Naturalmente, se non abbiamo fornito alcuni dati, ce ne scusiamo, restando disponibili a esporre anche subito quelli ritenuti necessari.

Forse abbiamo sollevato qualche perplessità perché abbiamo dato del settore un'immagine molto positiva, che non collima con le valutazioni estremamente critiche solitamente espresse. Non neghiamo affatto che vi siano alcuni problemi: ce ne occupiamo e vorremmo anche mostrare quanto abbiamo fatto per risolverli (oltre a indicare quello che ci aspettiamo sia fatto dagli altri).

Comunque, ci sembra importante sottolineare come nel 97 per cento dei casi le operazioni di credito al consumo vadano a buon fine, con soddisfazione di ambo le parti, e come sia importante per lo sviluppo dell'economia che vi sia uno strumento di finanziamento. In un momento di *credit crunch*, considero importante ricordare come la disponibilità di credito, ragionevole ed equilibrata, sia utile a mantenere vitale il livello dei consumi, anche se nessuno nega — ripeto — l'esistenza di problemi.

Vi sono parecchie norme che non sempre si rivelano le più appropriate, e sul tavolo alcuni grandi temi tuttora da affrontare, tra i quali quello della catena distributiva, menzionato dal presidente.

Noi abbiamo contribuito in ogni modo affinché si addivenisse a una più adeguata disciplina legislativa, che è assolutamente necessaria. Si potrà discutere sui dettagli, ma indubbiamente 160.000 soggetti sono troppi. Studiando le dimensioni del mercato, si capisce che, per poter vivere, una così numerosa schiera di operatori deve garantirsi proventi elevati. La distribuzione del prodotto finanziario richiede, comunque, professionalità, onorabilità e una struttura adeguata: questo è un punto sul quale ci siamo sempre spesi.

Un altro tema cruciale è quello della cessione del quinto. Emerge la necessità di riformare l'istituto, indubbiamente utile, in quanto consente a persone che hanno un merito creditizio inferiore alla media di avere accesso al credito, ma disciplinato da una normativa che risale al 1950.

Inoltre, procedure complesse e macchinose hanno generato una catena distributiva troppo lunga, che pesa sui costi.

Parliamo anche di patologie, ma è bene premettere che la problematica del sovraindebitamento, come la si conosce in Italia, non è paragonabile a quella di altri Paesi. È indubbio, poi, che esistono situazioni nelle quali le persone si trovano a non poter far fronte agli impegni assunti, perché hanno perso il lavoro, hanno subito un infortunio o hanno avuto un problema in famiglia. In tali casi, è necessario che l'insieme dei creditori, vale a dire il sistema finanziario, l'*utility*, si faccia carico del problema, perché le famiglie che versano in una condizione precaria non possono essere abbandonate a se stesse: non sarebbe un bene né per la famiglia né per i creditori, e certamente non per la società. Anche con riferimento al tema del sovraindebitamento, abbiamo appoggiato un disegno di legge che, attraverso varie stesure e tre legislature, è stato finalmente approvato dal Senato. Ci auguriamo che intervenga rapidamente l'approvazione definitiva da parte della Camera.

Certo, tutto è perfezionabile. Infatti, alcuni aspetti del menzionato disegno di legge sono decisamente condivisibili, altri meno.

È importante affrontare anche il problema del furto di identità, che non danneggia soltanto gli istituti finanziari. Riceviamo lettere di persone che, avendo subito un furto d'identità, non sanno cosa fare. La ricostruzione della loro situazione è complessa, difficile, costosa e frustrante.

Come associazione, abbiamo promosso alcune iniziative (indicate nella documentazione che abbiamo consegnato). In tema di comunicazione, il marchio « Alla pari » sulle pubblicità delle nostre associate indicherà che sono state sottoposte al parere preventivo del comitato di controllo dell'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria, che è assolutamente terzo e, quindi, può entrare nel merito e stabilire se un annuncio è conforme ai criteri di comprensibilità, correttezza e trasparenza.

VALENTINO GHELLI, *Presidente di Assofin*. L'iniziativa serve proprio a evitare campagne pubblicitarie troppo aggressive o non trasparenti, che non consentono al consumatore di percepire gli esatti termini della proposta formulata.

Abbiamo scelto l'autorità oggi più qualificata in Italia, conosciuta da anni per l'attività del Giurì della pubblicità, e le nostre associate hanno già cominciato a fare ricorso all'Istituto. Dopo avere ottenuto la preventiva validazione, che dà garanzie di trasparenza e di correttezza, esse possono apporre ai propri annunci pubblicitari il marchio « Alla pari ».

L'iniziativa è in divenire, ma auspichiamo possa riguardare entro pochi mesi la quasi totalità della comunicazione pubblicitaria delle imprese che hanno aderito ad Assofin.

UMBERTO FILOTTO, *Segretario generale di Assofin*. Poiché ci rendiamo conto che il problema del sovraindebitamento esiste — e che non è endemico —, abbiamo messo a disposizione uno strumento di autovalutazione, « Monitorata », di cui i consumatori possono fruire, in modo anonimo e totalmente gratuito, per sapere se

il bilancio familiare può sostenere senza difficoltà il pagamento delle rate dei prestiti. L'indirizzo internet è www.monitorata.it. Tra le risposte che si possono ricevere utilizzando il servizio vi è: « Non fare il finanziamento ». L'industria del credito può sconsigliare, dunque, di comprare il suo stesso prodotto, qualora non ritenga che ricorrano i presupposti per l'acquisto.

Abbiamo anche promosso una campagna di comunicazione per spiegare cosa sia il credito al consumo. Per renderla più accessibile e comprensibile, l'abbiamo realizzata non sui giornali finanziari, ma su *Famiglia Cristiana*, *La Gazzetta dello Sport* e *Donna Moderna*, testate popolari che adottano un linguaggio popolare.

Tutte le iniziative cui ho accennato testimoniano il nostro impegno per evitare al massimo l'insorgere di problemi, che pure esistono. La stragrande maggioranza delle operazioni e dei rapporti di credito al consumo ha comunque un esito positivo, con vantaggio non soltanto per la banca o la finanziaria, ma anche per il consumatore e per l'economia.

VALENTINO GHELLI, *Presidente di Assofin*. Mi riallaccio alle considerazioni svolte dal professor Filotto per passare agli ultimi quesiti di cui avevo preso nota, relativi ai finanziamenti a soggetti non meritevoli, ai tassi di interesse delle *revolving* e alla vicenda della società Delta.

Tutto quello che facciamo per permettere alle persone di accedere al credito in modo responsabile è dettato non soltanto dal proposito di salvaguardare il loro equilibrio finanziario, ma anche dalla consapevolezza che rendere il consumatore più informato, in modo che questi possa accedere al credito avendo preventivamente misurato la propria capacità di rimborso, sia nell'interesse dell'impresa erogante.

Al di là di ciò che ha affermato il professor Filotto con riferimento alla cessione del quinto, alla natura delle operazioni di finanziamento, e all'interesse economico ad esse sotteso, è estranea l'ipotesi dell'intermediario bancario o finanziario che conceda credito a soggetti non meritevoli sapendo che i richiedenti sono già

sovraindebitati: simili comportamenti provocherebbero inevitabilmente perdite misurabili in centinaia di milioni di euro all'anno, che appesantirebbero i bilanci delle società finanziarie e ne ridurrebbero oltre misura i margini di guadagno.

Vi può essere l'errore umano, legato anche al funzionamento dei sistemi di *credit scoring*, o la truffa, ma è necessario trovare il giusto equilibrio, permettendo al cittadino meritevole di avere credito in modo moderno e non umiliante (senza che sia costretto a recarsi in banca più volte per portare garanzie o per chiedere il finanziamento in ginocchio), grazie alle banche dati, che aiutano a capire la storia e il merito creditizio della persona.

Non vi è alcun interesse ad accordare un finanziamento a chi non è in grado di restituirlo, perché ciò reca danno innanzitutto a chi lo concede. Ovviamente, se fossimo perfetti, le perdite su crediti nei bilanci delle società di credito al consumo sarebbero vicine allo zero (anziché essere dell'ordine di milioni di euro all'anno, a seconda delle dimensioni delle società).

Dai dati raccolti dall'osservatorio di Assofin (anche tramite Eurofinas, la federazione europea alla quale facciamo riferimento) e dalle rilevazioni della Banca d'Italia emerge come negli ultimi anni i tassi italiani si siano avvicinati alla media di quelli europei. Evidentemente, negli altri Paesi europei c'è un mercato più maturo, più ampio e, quindi, canali distributivi meno lunghi, che riducono i tassi.

Comunque, sulla misura dei tassi influisce una componente importante, che non bisogna sottovalutare: il rischio. Riteniamo, infatti, che le banche debbano essere poste in condizione di erogare credito a tutte le persone che sono in grado di rimborsarlo, adeguando le politiche di *pricing* al livello di rischio. Infatti, il mercato del credito al consumo è enormemente differenziato, sotto il profilo dei livelli di rischio, a seconda dei canali utilizzati: il finanziamento per l'acquisto di un'auto nuova è molto diverso, in termini di rischio, rispetto al prestito personale concesso a una famiglia. Facciamo l'esempio di un finanziamento di 5.000

euro da rimborsare in due anni. Su dieci contraenti, nove pagano regolarmente, senza saltare una rata, e uno non paga: ciò vuol dire che l'incidenza del rischio è, in questo caso, del 10 per cento. Ove si tenga conto che l'Euribor a tre mesi è sotto l'1 per cento e che quello a tre anni è vicino al 2 per cento, un tasso completo potrebbe aggirarsi intorno al 2,5 o al 3 per cento.

Consideriamo quindi importante mantenere un'alternativa che consenta ai soggetti con minore merito creditizio di accedere al finanziamento attraverso i canali legali.

Il discorso relativo alla cessione del quinto è analogo: al soggetto già protestato, che non può accedere al finanziamento tramite un'operazione di cessione del quinto, rimangono soltanto alternative illegali.

PRESIDENTE. Scusino se insisto, ma vorrei che ci indicassero il costo di un finanziamento di credito al consumo. Sappiamo quanto dichiara il sistema bancario, ma vorremmo sapere mediamente su quale base stiamo ragionando.

VALENTINO GHELLI, Presidente di Assofin. Abbiamo i dati.

UMBERTO FILOTTO, Segretario generale di Assofin. In realtà, gli unici dati ufficiali sono quelli raccolti dalla Banca d'Italia ai fini dell'applicazione della legge antiusura, anche perché la raccolta delle condizioni di prezzo impatta sulla disciplina *antitrust* e, di conseguenza, non può essere effettuata autonomamente dalle associazioni.

Ad esempio, se parliamo di credito finalizzato all'acquisto rateale, nel trimestre in corso, il tasso medio rilevato da Bankitalia è del 17,12 per cento per importi fino a 5.000 euro e del 10,76 per cento per importi superiori.

Per spiegare come si arriva a questi numeri, che fanno impressione...

ALESSANDRO PAGANO. Il 10 per cento complessivo?

PRESIDENTE. Sono tassi medi.

UMBERTO FILOTTO, *Segretario generale di Assofin*. Grosso modo, si tratta di TAEG, perché il TEG assomiglia al TAEG. Con le nuove istruzioni, tassi soglia e tassi annui effettivi globali saranno maggiormente allineati.

Un finanziamento da 300 euro (ad esempio, per l'acquisto di un telefonino), da rimborsare in sei rate mensili, con 5 euro di spese per l'apertura della pratica e con un TAN del 9 per cento, senza considerare i costi di invio della comunicazione prevista dalla disciplina di trasparenza e per l'incasso della rata, che sono costi operativi, comporta il pagamento di una rata di 52,18 euro. Il montante del finanziamento sarà pari a 313 euro, mentre il ricavo sarà di 13 euro, con i quali il finanziatore dovrà pagare il costo del denaro, i costi operativi, le spese di stampa del contratto e quelle di spedizione. Il TAEG per questa operazione è del 15,81 per cento.

Il problema del credito al consumo è che si tratta di operazioni di ridotta entità, sulle quali si scaricano costi fissi: la stampa di un contratto — peraltro, la normativa di trasparenza richiede contratti ponderosi — ha lo stesso costo per un finanziamento di 1.000, di 10.000 o di 100.000 euro, e anche le spese di incasso sono assolutamente identiche.

Tassi percentualmente « antiestetici » corrispondono quindi, in valore assoluto, a cifre molto contenute e servono a coprire costi oggettivi e dimostrabili. Capisco, dunque, la perplessità; tuttavia, considerando il costo industriale dei prodotti, è difficile trovare una soluzione diversa.

PRESIDENTE. Vale anche per le auto ?

UMBERTO FILOTTO, *Segretario generale di Assofin*. Per l'auto il tasso è inferiore: si colloca intorno all'8 per cento. Occorre considerare, però, che l'acquisto dell'auto richiede un finanziamento medio di circa 12.000 euro, ammontare che comporta un diverso effetto di diluizione dei costi vivi non comprimibili. Inoltre, il

finanziamento per l'auto dura di più, con la conseguenza che gli interessi maturano per un periodo più lungo.

Oltre la metà dei finanziamenti per l'acquisto di auto e più di un terzo dei finanziamenti per l'acquisto di elettrodomestici e mobili prevedono l'applicazione di tassi promozionali, che vanno dal tasso zero a uno comunque contenuto. Queste operazioni sono essenziali per mantenere in vita il commercio. Non voglio indulgere a toni drammatici, ma i rivenditori di auto ci riferiscono che senza lo strumento del finanziamento sarebbero costretti a chiudere, perché il loro fatturato si dimezzerebbe, mentre gli altri commercianti dichiarano che il loro volume d'affari si ridurrebbe di un quarto. In questo momento, l'impatto di un simile scenario sull'economia sarebbe, a dir poco, molto significativo.

VALENTINO GHELLI, *Presidente di Assofin*. Per quel che concerne le carte *revolving* e le preoccupazioni manifestate al riguardo dopo la crisi dei mutui *subprime*, si è generata una situazione di grave insolvenza negli Stati Uniti, dove gli indicatori di rischio relativi alle predette carte (nonché al credito al consumo) sono in fase ascendente da un anno e mezzo a questa parte.

Nel nostro Paese la situazione è profondamente diversa. In base ai dati dell'osservatorio Assofin, il totale dei crediti concessi in Italia dalle nostre associate per l'utilizzo di carte *revolving* ammonta a circa 10 miliardi di euro. Negli Stati Uniti, la cifra alla quale fanno riferimento gli organi di stampa è di 1.000 miliardi di dollari. Com'è evidente, la differenza è notevole.

Gli italiani utilizzano in maniera ancora limitata le carte di credito, per cui anche le carte *revolving* hanno avuto scarsa diffusione in questi anni. Non crediamo, dunque, che si corra il rischio, in questo momento, di una « pandemia » generata dall'utilizzo delle carte di credito.

PRESIDENTE. Potrebbero indicarci il tasso medio delle *revolving* ?

UMBERTO FILOTTO, *Segretario generale di Assofin*. È aggregato, perché fa parte, insieme al credito finalizzato all'acquisto rateale, di un'unica categoria di operazioni: fino a 5.000 euro, il tasso medio è 17,12 per cento; oltre i 5.000 euro, è 10,76 per cento.

PRESIDENTE. Eppure, gli organi di stampa riferiscono di tassi dal 22 al 28 per cento sulle *revolving*. Poi, magari, ci potranno fornire qualche spiegazione.

ALESSANDRO PAGANO. Continuo a essere perplesso e non soddisfatto; anzi, più ascolto, più mi convinco che troppe cose non vadano.

Intanto, non ci rende assolutamente sereni il paragone con gli Stati Uniti d'America, giacché le comparazioni si fanno con le realtà virtuose, non con quelle viziose. Gli Stati Uniti d'America, esempio di laboriosità e pieni di altri pregi, da questo punto di vista non possono costituire un idoneo parametro di riferimento. Mi piacerebbe che fossero proposti, invece, paragoni con Stati che hanno, dal punto di vista del credito, un senso di responsabilità maggiore.

Premesso tutto ciò, attiene al rispetto di un valore etico (e, forse, proprio in questo diverge dall'interesse sia dei soggetti che operano sul mercato a fini di lucro sia dell'associazione che li rappresenta) l'esigenza che avvertiamo, come Parlamento, di creare le condizioni perché il sistema possa reggere. Quando, infatti, il 20 o il 30 per cento delle famiglie si trova in difficoltà, ne risente il sistema Paese. Sarebbe quindi fondamentale che associazioni come la vostra si facessero promotrici di codici di autoregolamentazione più attenti alle esigenze dei consumatori.

C'è qualcos'altro che non quadra. Nel corso di precedenti audizioni siamo venuti a conoscenza di dati di una certa rilevanza (incidentalmente, qualora ravvisasse precise responsabilità, la Commissione potrebbe anche valutare, in base alla Costituzione, di inoltrare gli atti all'autorità giudiziaria competente). In particolare, è stato affermato che i tassi di interesse per

le *revolving* partono dal 16 per cento, e che negli importi da rimborsare confluiscono costi di istruttoria e mediazione oscillanti tra il 10 e il 20 per cento della somma richiesta.

Non posso accettare che si porti ad esempio il prestito di 300 euro, perché è chiaro che i costi fissi incidono pesantemente sui prestiti di entità minima. Il fatto è che le somme mediamente richieste si attestano intorno ai 10.000, ai 20.000 e anche ai 30.000 euro. Il termine di paragone dovrebbe essere costituito da prestiti che rientrano in tale *range*.

Per quanto riguarda il costo del denaro, facciamo parte della Commissione finanze e, quindi, sappiamo che il denaro costa oggi l'1 per cento a chi ha la capacità di sapere attingere...

UMBERTO FILOTTO, *Segretario generale di Assofin*. Il rendimento per l'operatore...

ALESSANDRO PAGANO. Se un operatore sa acquistare bene il denaro, lo acquista anche all'1 per cento, ma non voglio entrare nel merito.

In altre audizioni ci è stato riferito che siamo attorno al 30 per cento del capitale, e partendo dal tasso medio del 16 per cento non mi risulta difficile crederlo.

Per quanto riguarda le carte di credito, in una denuncia indirizzata un anno fa alla Procura della Repubblica di Trani si dichiara che, a fronte di un prestito di 2.600 euro, per il mancato addebito di una rata di 200 euro, una nota società ha chiesto, dopo due mesi, 686,84 euro, applicando un tasso del 54,21 per cento, di gran lunga superiore al 25 per cento (che rappresentava, in quel momento, il tasso di usura).

Esaminando altre casistiche, ci si imbatte in tassi analoghi. Tuttavia, la maggioranza delle persone coinvolte non sporge denuncia: ha interesse a chiudere la pratica e, comunque, sa che la nostra giustizia è molto lenta. Sappiamo che le situazioni simili a quella segnalata sono molte, sebbene le denunce non siano, purtroppo, frequenti.

Per quanto riguarda la cessione del quinto dello stipendio, il fatto stesso che si richiedano finanziamenti anche a intermediari un po' particolari — diciamo così — ci rende dubbiosi circa la trasparenza delle operazioni. Mi spiego meglio. Numerose finanziarie utilizzano soggetti che ricercano clienti per loro conto pur non appartenendo alle categorie dei mediatori creditizi o degli agenti in attività finanziaria: impiegati comunali e infermieri, soprattutto nelle Asl, svolgono tale attività di procacciamento come secondo o terzo lavoro (c'è da sperare che fatturino...). Siffatta pratica, oltre ad attenere a una trasparenza che non esiste, ci fa dubitare circa i costi effettivi delle vostre aziende.

Il presidente Ghelli ha evidenziato non trascurabili perdite su crediti nei bilanci delle associate, che tuttavia rientrano nel rischio di impresa. Peraltro, nel novero dei rischi d'impresa specifici viene considerato, probabilmente, il mancato rimborso del credito da parte di una certa percentuale di contraenti, dal momento che le finanziarie non sono in perdita. Le perdite su crediti sono controbilanciate da tassi di interesse attivi che ne tengono preventivamente conto.

Tutti i dati in nostro possesso ci inducono a credere che, in questo momento, i vostri associati non diano al mercato garanzie di affidabilità. L'indagine conoscitiva è stata deliberata perché riteniamo che il sistema Paese stia soffrendo e che vi sia bisogno di interventi legislativi anche nel settore del credito al consumo. Ci aspetteremmo, quindi, contributi diversi da quelli che abbiamo ascoltato.

UMBERTO FILOTTO, *Segretario generale di Assofin*. Se posso, noi forniamo i contributi che sono nelle nostre possibilità, non altri, e siamo assolutamente sereni rispetto ai numeri che abbiamo fornito, riportati nella documentazione consegnata. Con altrettanta serenità forniremo ulteriori dati se la Commissione riterrà di richiederli.

Quanto all'attendibilità dei dati forniti da altri soggetti, ciascuno si assumerà le proprie responsabilità.

Rispetto ai casi citati, non commento le indagini in corso, che seguiranno il loro *iter*. Esiste una legge e, qualora fosse provato che è stata violata, i responsabili saranno condannati. Tuttavia, il compito di pronunciarsi su tale responsabilità e di comminare eventuali pene spetta non a noi, ma alla magistratura.

PRESIDENTE. Il presidente Ghelli doveva ancora dirci qualcosa sulle società Neos, Agos, Ducato e Delta.

VALENTINO GHELLI, *Presidente di Assofin*. Abbiamo seguito la vicenda della società Delta quando abbiamo appreso dalla stampa delle indagini in corso.

I reati sono stati contestati alla catena di controllo di Delta e non sono riferiti a carenze o errori di funzionamento nell'erogazione del credito al consumo. Neos è interessata all'acquisizione di Delta per conto di Intesa Sanpaolo.

I comportamenti rilevanti in sede penale o civile sembrano ascrivibili non tanto alla società Delta, quanto alla Cassa di risparmio di San Marino, la quale ha esercitato un controllo non autorizzato dalla Banca d'Italia sulla proprietà e sulla gestione della società di credito al consumo.

Stiamo seguendo l'evoluzione della situazione. Come ho già detto, vi è il dichiarato interesse di Intesa Sanpaolo, che attraverso la propria controllata Neos sta conducendo una *due diligence* su Delta, alla cui conclusione quest'ultima potrebbe entrare a far parte del gruppo torinese.

PRESIDENTE. Nel ringraziare i rappresentanti di Assofin, dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 14,45.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. GUGLIELMO ROMANO

*Licenziato per la stampa
il 10 febbraio 2010.*