

Il Rapporto 2009 di Frimm Mutui evidenzia la presenza della nuova figura dell'imprenditore agricolo e di una nuova tipologia di prodotto finanziario

Credito Pmi: ecco quello agrario

La consulenza porta le imprese a scegliere chirografari, ipotecari, leasing e affidamenti di cassa

di **Ludovico Casaburi**

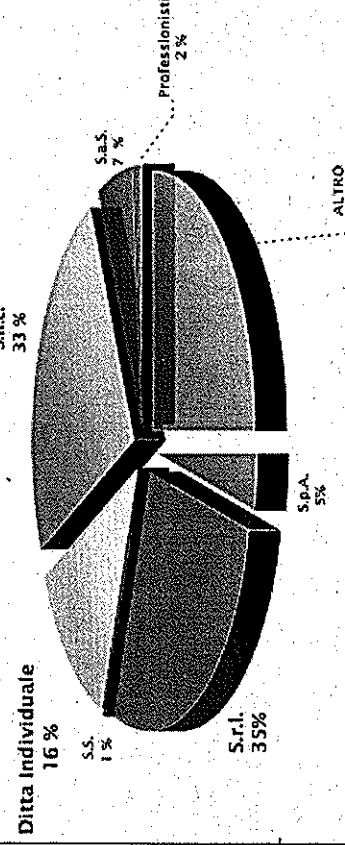
Il primi 9 mesi di lavoro di Frimm Mutui per l'impresa, il network di Specialisti creditizi che Frimm Mutui & Prestiti ha dedicato alle Pmi, si è chiuso con un volume di business di 220 milioni di euro che supera i 500 milioni se si tiene conto di tutte le operazioni gestite dagli Affiliati Specialisti sui seguenti segmenti di mercato: mutui fondiari edilizi, mutui ipotecari, leasing, chirografari, energia, linee finanziarie commerciali, garanzie dei Confidi e factoring. Risultati ottimi che hanno portato il responsabile del progetto Roberto Mateich e il referente nazionale per il settore dei Mutui edilizi Marco Tituni a realizzare un rapporto sui trend e sull'operatività degli uffici affiliati ai brand di Frimm Holding dedicato al settore corporate.

«Il 2009 è stato un anno centrale per lo sviluppo dei finanziamenti alle Pmi», spiega Mateich. «Non soltanto si è parlato molto, e si continua a farlo ancora oggi, di queste realtà imprenditoriali e del loro crescente bisogno di credito per continuare l'attività, ma è cresciuta, al contempo, anche la difficoltà di accesso ad esso soprattutto in virtù dei criteri imposti da Basilea 2, che hanno costretto gli istituti ad adottare uniformità di valutazione del merito creditizio, limitando la loro precedente discrezionalità. Tutto ciò ha spinto le imprese e, più in generale i possessori di partita Iva, verso i consulenti creditizi che stanno diventando dei veri e propri interpreti delle esigenze delle Pmi, da una parte, e le condizioni degli Istituti dall'altra».

L'indagine. La buona performance messa a segno nel 2009 da Frimm Mutui per l'impresa e l'aumento di richieste di consulenza creditizia da parte delle imprese, hanno spinto Mateich e Tituni a realizzare una piccola ma interessante analisi statistica del lavoro svolto dai cosiddetti punti vendita specialist che si interfacciano quotidianamente con banche e confidi per analizzare e impostare le pratiche aperte con le Pmi e trovare le migliori soluzioni a seconda delle esigenze e delle problematiche. L'indagine si è concentrata su un campione composto da circa 480 clienti.

I risultati. Le prime informazioni emerse da questo studio, evidenziano che l'attività di consulenza svolta dagli affiliati "Impresa" ha determinato il buon fine del 32% delle operazioni presentate. E se a questo dato si aggiunge che un altro 33% era in istruttoria al momento della rilevazione dei dati, si può facilmente prevedere un aumento della performance totale. Ulteriore dato interessante è quello relativo alla collaborazione tra i due brand franchising di Frimm Holding: il 21% dei clienti è stato segnalato dai colleghi Frimm e Frimm Mutui & Prestiti. «Siamo vicini al nostro obiettivo - continua

Tipologie clientela SEGMENTAZIONI PER RAGIONI SOCIALI



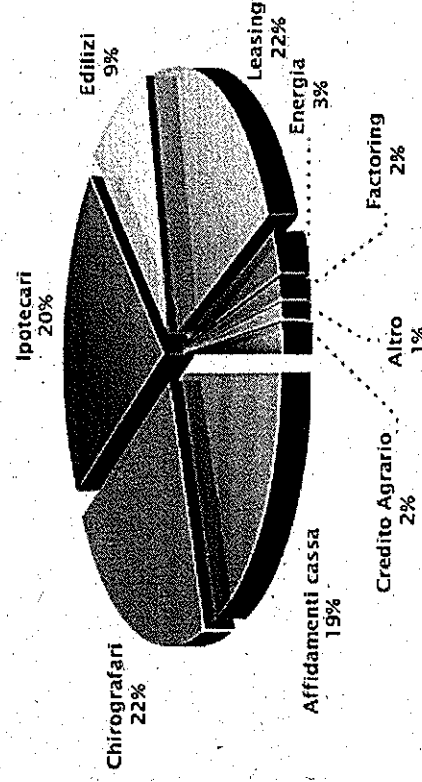
di cassa sul circolante, in modo da sopprimere allungamento dei tempi di pagamento da parte della clientela, come sostiene, tra l'altro, anche un precedente rapporto Cribis D&B. In generale, si conferma la prudenza degli Istituti nel finanziare le nuove costruzioni data l'incertezza del mercato immobiliare, così come si confermano i tempi lunghi da parte delle banche nel fornire esiti e deliberare (4-5 mesi; ndr) creando ulteriori difficoltà alle aziende. Infine, si nota una maggiore frequenza nel ricorso alle garanzie accessorie dei confidi, soprattutto nel Centro-sud d'Italia, richieste per oltre l'80% delle pratiche perfezionate». La scelta dell'imprenditore di rivolgersi a uno "specialista" risulta sempre più evidente, in quanto quest'ultimo si pone quale interlocutore tra l'imprenditore e il sistema creditizio. In questo senso la scelta di Frimm mediazione Mutui & Prestiti di lanciare la divisione Impresa è stata vincente: i professionisti del settore, uniti sotto un brand istituzionale e nazionale, possono aumentare il loro business grazie all'organizzazione e all'implementazione dei servizi a valore aggiunto del franchisor.

Le conclusioni. «Factoring e linee a breve stanno crescendo in termini percentuali consistenti confermando il trend cominciato a fine 2008», conclude Mateich. «Si tratta di prodotti finanziari a cui fanno ricorso le Pmi per soddisfare le esigenze

Mateich - fissato al 25% a inizio 2009. Per quanto riguarda invece le informazioni relative ai prodotti, il Rapporto 2009 evidenzia che le soluzioni per le imprese si orientano soprattutto sui prodotti finanziari e linee commerciali a breve (22% chirografari - 19% affidamenti di cassa) e a seguire, per ticket più importanti, prodotti ipotecari (20%) e leasing, anche per finanziare nuovi investimenti sia in attrezzature che in immobili. «Per quanto concerne il comparto di cui mi occupo posso affermare che il trend in rallentamento dei mutui edilizi è stato causato soprattutto dalla frenata del mercato delle compravendite che stenta a ripartire ancora oggi rendendo le banche ancora più prudenti nel finanziare i costruttori sulle nuove realizzazioni», spiega Marco Tituni. E se i segmenti relativi al factoring e all'energia evidenziano rispettivamente il 2% e il 3%, non bisogna dimenticare il 2% messo a segno dal credito agrario, che negli ultimi tempi è emerso quale prodotto richiesto dall'imprenditore agricolo, figura che prima aveva come interlocutore privilegiato il perito agrario e direttamente gli istituti, ma oggi sempre di più tende a rivolgersi ai consulenti finanziari. L'emersione del segmento di mercato cosiddetto "agrario" ha spinto l'azienda a individuare un referente nazionale ad hoc, da affiancare alla rete in qualità di consulente e supporto. Già nei primi mesi del 2010, infatti, il ruolo in questione è stato affidato a Giuseppe Falicchio che vanta una ventennale esperienza in questo specifico settore.

Le operazioni sul territorio. La maggior parte (44%) delle operazioni di credito portate avanti dagli Specialisti di Frimm sono state realizzate nel Sud d'Italia. Il restante si è invece diviso più o meno equamente tra il Nord (24,8), le Isole (17,5%) e il Centro (13,3%). Altri dati interessanti sono poi quelli che vedono le S.r.l. come interlocutore principale dei consulenti finanziari (35%), seguite dalle S.n.c. (33%), dalle ditte individuali (16%) e dalle S.a.s. (7%).

Tipologie di prodotto richiesti dalla clientela



Distribuzione operazioni sul territorio

