

# .casa

## Prestiti

### Più mediatori per scegliere il mutuo giusto

Aumenta la quota di prestiti che vengono stipulati con l'aiuto di consulenti e si moltiplicano le partnership con franchising di vendita e portali web.

**Adriano Lovera** — a pag. 10

**Professionisti.** In aumento il peso di società e figure specializzate che assistono gli acquirenti di immobili, mettendo a confronto prodotti diversi, in alternativa al ruolo tradizionalmente svolto solo dalle banche

## Sempre più mediatori creditizi per scegliere il mutuo giusto

**Adriano Lovera**

**M**ediatori creditizi sempre più al centro del mercato dei mutui residenziali. Cresce la loro "quota di mercato" e i finanziamenti gestiti si muovono in controtendenza rispetto al trend generale.

«Sul totale dei mutui per le famiglie, circa 50 miliardi l'anno, ormai la quota veicolata dalle filiali bancarie è scesa dall'80% al 75%, mentre agenti e mediatori creditizi sfiorano il 25%, con la quota di internet che resta invece una piccola nicchia», spiega Ansano Cecchini, coordinatore della Consulta dei mediatori all'interno dell'associazione di categoria **Fimaa**. E questo è l'equilibrio complessivo, perché ad esempio per una banca online come **CheBancal**, che per sua natura dispone di pochissime filiali sul territorio, la quota di intermediato è all'80 per cento. Non stupisce, allora, che uno dei big del settore come **Auxilia Finance** (proprietà della **Fiaip**) stia correndo a fronte di un mercato dei mutui che perde terreno (-4,4% di istruttorie a giugno su base annua secondo **Crif**). «Registriamo una crescita intorno all'8% nella prima metà dell'anno» dice l'amministratore delegato **Samuele Lupidii**. E va a gonfie vele anche **Kiron**, la costola creditizia del gruppo **Tecnocasa**, che nel primo trimestre del 2018 ha messo a segno +18% di intermediato (pari a 400 milioni).

A che cosa si deve il successo dell'intermediazione? Una motivazione è tecnica. Queste società si concentrano in prevalenza sui mutui per l'acquisto, non sulle surroghe, proprio il tassello che dopo essere esploso negli anni scorsi ora sta tirando il fiato. Ma a cambiare è soprattutto l'attitudine del cliente. «La rete ha cambiato tutto, perché permette al volo di confrontare più preventivi e di conoscere i tassi più favorevoli. Allo stesso tempo, su internet è difficile approfondire. Quindi i consumatori vogliono una guida personale per l'acquisto più importante della vita, la casa, smarrendosi allo stesso tempo dall'unica

offerta che riceverebbero nella filiale bancaria tradizionale», aggiunge **Cecchini di Fimaa**. Ecco perché negli ultimi tempi tanti attori del real estate hanno messo gli occhi sulle reti di mediazione creditizia, dando vita ad accordi commerciali o veri e propri investimenti di capitale.

Il franchising **Re/Max** ha siglato una partnership con **24Finance**, grazie al quale l'agente immobiliare segnalerà questo accordo ai clienti che manifestano il bisogno del finanziamento. Ma che in futuro potrà prevedere, almeno nelle agenzie immobiliari più grandi, la presenza fisica di un mediatore creditizio nello staff. Il portale **Casa.it** si è alleato con **Credipass**, mentre **MutuperlaCasa.com** (gruppo **DigiTouch**) ha scelto **Auxilia Finance**. A livello societario, **Facile.it** ha acquisito il controllo di **Nexus 360**, mentre **Immobiliare.it** ha deciso di investire nel 25% di **Euroansa**, che già figurava come partner commerciale.

Sono tutti movimenti che creano anche nuove opportunità lavorative, dal momento che molte reti di intermediazione, da **Kiron** a **Creacasa** (gruppo **Credem**) fino a **Monety** (gruppo **Gabetti**) hanno annunciato di recente di voler procedere per tutto l'anno all'allargamento della squadra dei collaboratori. Anche sul fronte del prodotto arrivano novità di continuo. Tra le più interessanti c'è **Home timer** di **Auxilia Finance**, rivolto agli agenti immobiliari convenzionati. Contattando la rete di intermediazione da pc o app, promette di mettere a disposizione un consulente al telefono nel giro di 5 minuti, per verificare la fattibilità del finanziamento di un immobiliare. Uno strumento da usare in tempo reale, eventualmente proprio mentre si accompagna il potenziale cliente a visitare la casa, pensato evidentemente per dotare l'agente di uno strumento che ricalchi il più possibile l'immediatezza delle comparazioni sul web. Infatti, ormai, la competizione a livello di finanziamenti non si gioca tanto sullo spuntare qualche decimale in più o in meno di tasso di interesse, quanto su livello del servizio e tempi di risposta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA