

Cresce la domanda anche in campo immobiliare

Tecnocasa: 'Le famiglie italiane fanno uso del credito in modo consapevole'

Negli ultimi anni il mercato del credito ha registrato una notevole crescita, dovuta principalmente alle dinamiche di sviluppo che hanno investito sia il settore immobiliare che quello del credito al consumo. È possibile affermare che è in atto una rivoluzione sociale, di costume ed economica; infatti, fino a molti non molti anni fa le famiglie italiane compravano pagando in contanti, e se avevano necessità di un prestito preferivano ricorrere ad amici o parenti, piuttosto che al mercato. Questo comportamento è mutato nel tempo facendo sviluppare in Italia da oltre un decennio il fenomeno della crescita del credito. Sotto il profilo economico, il ricorso al credito è stato spinto da un livello dei tassi contenuto, che ha reso più sostenibile l'utilizzo del debito, concorrendo ad abbattere le resistenze psicologiche che si manifestano quando è particolarmente ampio il divario tra il valore del bene da acquistare e il montante del finanziamento. Inoltre, gli esperti sostengono che la crescita della domanda di credito al consumo e immobiliare, contrariamente a quanto spesso viene detto, è il frutto di un'evoluzione e di un'involuzione.

Infatti le famiglie fanno uso del credito in modo consapevole e moderno e lo utilizzano sempre di più per pianificare il proprio budget familiare e gestire il proprio risparmio. Il ricorso al credito è quindi il frutto di una rivoluzione nei costumi che tende progressivamente a omologare le famiglie italiane a quelle degli altri Paesi europei. Ancora oggi in Italia, nonostante la forte diffusione del fenomeno, il valore del credito rispetto al prodotto interno lor-

do è inferiore a quello espresso, ad esempio, in paesi come la Gran Bretagna. Il settore del credito al consumo, nonostante l'attuale situazione economica, diventerà un'area di business interessante per gli operatori e il mediatore creditizio, soprattutto nel comparto che riguarda i prestiti non finalizzati, la cessione del quinto dello stipendio e la carta revolving. Lo sviluppo del mercato del credito sarà agevolato dall'aumento della competitività tra gli operatori che miglioreranno l'offerta; l'aumento della concorrenza e la situazione finanziaria spingeranno a con-

dotti sempre più "strutturati", abbinati ad altri prodotti come quelli assicurativi.

Di fatto le famiglie italiane non rinunceranno più al soddisfacimento dei propri desideri e bisogni; se non li pagheranno subito, lo faranno attraverso un prestito o un mutuo. Il compito del consulente del credito sarà quello di indirizzare il consumatore verso un corretto e consapevole livello di indebitamento. La domanda di credito delle imprese, in flessione nel primo semestre del 2009, è tornata a crescere nel secondo; l'aumento è risultato superiore al Centro e nel Mezzogiorno rispetto alle restan-

ti aree. Dal lato dell'offerta, il sensibile irrigidimento rilevato nell'ultimo trimestre del 2008 si è progressivamente attenuato nel 2009.

Nel secondo semestre dell'anno, l'indicatore segnalava una situazione di maggiore cautela delle banche nell'erogazione del credito al Centro e nel Nord Ovest rispetto al Mezzogiorno e al Nord Est. Nel novembre 2009 le sedi regionali della Banca d'Italia hanno condotto un'indagine su un campione di circa 400 intermediari bancari, per trarre indicazioni sull'evoluzione territoriale della domanda di finanziamenti.

