

Il presente volume è stato pubblicato con il contributo della



Università degli Studi di Parma
Dipartimento di Economia

ISBN 10: 88-7847-133-X
ISBN 13: 978-88-7847-133-7

© 2006 Monte Università Parma Editore

Mup Editore è una impresa strumentale della Fondazione Monte di Parma

Presidente: Francesco Manfredi

Vice-presidente: Gianni Cugini

Consiglio di Amministrazione: Enrico Cabassi, Vittorio Gozzi, Giancarlo Menta

Direttore editoriale: Guido Conti

Comitato editoriale: Ferruccio Andolfi, Roberto Delsignore, Emanuele Dradi, Ernesto Ferrero, Pier Paolo Lottici, Giuseppe Papagno e Anna Maria Tammaro

web-site: www.mupeditore.it; e-mail: info@mupeditore.it

ATTUALITÀ E PROSPETTIVE NEGLI STUDI DI ECONOMIA DEI MERCATI E DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI

Atti del Convegno Nazionale di Economia degli Intermediari Finanziari

Parma - 4 novembre 2005

A cura di

Luciano Munari



*Il ricorso al credito delle famiglie italiane:
sovraindebitamento o cambiamento culturale*

di Stefano Cosma

1. Introduzione

Il ricorso al credito esterno da parte delle famiglie italiane nel corso degli ultimi anni è stato progressivamente crescente. Il cambiamento di comportamento delle famiglie e la loro maggiore propensione all'indebitamento richiedono una spiegazione organica e un'analisi strutturale ed unitaria sia del mercato del credito al consumo ed immobiliare che delle caratteristiche socio-economiche delle famiglie.

Numerosi sono i fattori che hanno contribuito a questo andamento sia dal lato della domanda che dal lato dell'offerta, favoriti ed amplificati nei loro effetti dal quadro congiunturale e dal lento diffondersi di nuovi modelli comportamentali sia di consumo e spesa che di indebitamento. Infatti, le famiglie italiane stanno modificando sensibilmente il proprio approccio verso i servizi di finanziamento relativi ai propri acquisti e agli investimenti immobiliari. Il significato negativo tradizionalmente associato al ricorso all'indebitamento sta lentamente sfumando verso una concezione più moderna del credito al consumo quale modalità di gestione dei pagamenti degli acquisti più o meno rilevanti. In particolare, si rileva una sempre maggiore consapevolezza finanziaria delle famiglie e una migliore e più razionale gestione dei propri flussi di cassa.

L'incremento del ricorso all'indebitamento da parte delle famiglie italiane ha dato spunto a molteplici riflessioni di natura sociale e politica sulla natura e sul significato del fenomeno.

Da un lato, esiste una preoccupata visione di un aumento dell'indebitamento delle famiglie quale sintomo di un graduale e progressivo impoverimento delle famiglie. Occorre riflettere se l'aumentata domanda di credito debba essere considerata come segnale di deterioramento della situazione economico-finanziaria delle famiglie, soprattutto se associato a periodi di congiuntura negativa, di stagnazione dei consumi, di spinte inflazionistiche e di riduzione del potere d'acquisto del reddito disponibile. In questo senso, si configurerebbe la necessità di valutare l'entità di questo squilibrio finanziario e verificare se possa essere interpretato come una tendenza embrionale verso situazioni di sovra-indebitamento delle famiglie italiane.

Un'interpretazione antagonista, sostanzialmente opposta alla precedente, vede il maggiore indebitamento come la conseguenza del progressivo diffondersi di un nuovo e più moderno modello di comportamento finanziario, in grado di aumentare il benessere delle famiglie attraverso un migliore adattamento delle necessità finanziarie al reddito disponibile e al ciclo di vita. Le famiglie ampliano le proprie

valutazioni di consumo e/o investimento immobiliare e ragionano su un orizzonte temporale molto più ampio, calibrato sul reddito complessivo atteso. Ciò significa che esse fondano le proprie decisioni di acquisto non più sul reddito accumulato (risparmio) ma sul proprio reddito futuro, componendo i propri flussi di reddito fra consumi, risparmio, investimenti e consumi in modo completamente differente rispetto al passato.

Questo lavoro si propone di analizzare la natura assunta dal maggiore indebitamento delle famiglie e, più in generale, la sensibile crescita registrata nel mercato del credito al consumo. Il perseguimento di questo obiettivo ha richiesto un'approfondita analisi delle caratteristiche della clientela famiglie e della domanda di finanziamenti da loro espressa, insieme ad un'attenta valutazione dell'evoluzione registrata dal lato dell'offerta, non solo sotto un profilo strutturale, ma anche dell'accezione che il credito al consumo ha assunto per il sistema economico italiano e per il mercato dei beni durevoli e dei servizi.

2. Il finanziamento delle famiglie

L'analisi delle caratteristiche dell'indebitamento delle famiglie italiane riguarda le modalità con cui esse coprono il proprio fabbisogno finanziario, derivante dall'anticipo delle proprie esigenze di consumo e investimento, rivolgendosi al sistema finanziario. In questa sede, le esigenze di spesa assumono una connotazione più ampia, includendo sia i consumi correnti che l'acquisto di beni durevoli, di abitazioni o di altre immobilizzazioni. Importante, in questa fase definitiva diviene la specificazione del cliente famiglia, della formazione delle proprie decisioni di investimento e, contestualmente delle decisioni di finanziamento. Infatti, la famiglia rappresenta, sotto questi profili, un'entità con modalità di comportamento differenti dalle imprese perché, al contrario di queste ultime, si pone come obiettivo il soddisfacimento dei propri bisogni di consumo, invertendo il ciclo di acquisto-produzione e vendita.

Una famiglia presenta un ciclo caratteristico determinato da produzione, vendita (con percepimento dei redditi da lavoro) e acquisizione dei beni, durevoli e non, necessari per il soddisfacimento dei bisogni primari e voluttuari dei propri componenti. L'eccedenza delle necessità di spesa, corrente e non, rispetto al reddito e all'eventuale risparmio accumulato (decurato di un cuscinetto finanziario detenuto per scopi precauzionali) genera il fabbisogno finanziario, secondo un criterio di cassa. In questa direzione, risulta condivisibile l'idea che in un'economia domestica le differenti fonti finanziarie concorrano in modo unitario a soddisfare i fabbisogni finanziari e, sempre in questa logica, appare rilevante assumere che l'equilibrio finanziario di una famiglia sia generato dalla capacità di armonizzare e allineare i flussi finanziari positivi e negativi lungo l'intero ciclo di vita.

Le teorie del ciclo vitale e del reddito permanente spiegano, in termini aggregati, la razionalità delle decisioni di consumo, di risparmio e di ricorso al credito, evidenziando, l'unitarietà delle decisioni di spesa e di finanziamento del cliente famiglia. Secondo questa impostazione, il ricorso al mutuo rappresenta una modalità in grado di rendere

sostenibili, in relazione al reddito complessivo, le modalità di restituzione del credito attraverso la definizione di una rata periodica coerente alla capacità di rimborso. In questa stessa direzione deve essere interpretato il credito al consumo che, a più breve termine, permette di anticipare esigenze di consumo senza attendere la corrispondente accumulazione della somma.

In entrambi i casi, la capacità di credito dipende dai redditi futuri e, sebbene sotto un profilo economico-aziendale non esista una diretta relazione fra acquisti effettuati e redditi futuri, non si deve dimenticare che si sta analizzando l'equilibrio finanziario di una famiglia. Per le imprese, la solvibilità dipende dagli effetti positivi prodotti dalle risorse finanziarie ottenute sulla capacità produttivo-redittuale e sulla conseguente capacità di rimborso. Per le famiglie, esiste sia un effetto "motivazionale" positivo sulla capacità lavorativa e reddituale per i componenti della famiglia ma esiste anche un impatto legato al benessere e alla soddisfazione di bisogni di natura sociale.

2.1 La domanda di finanziamenti immobiliari

Il finanziamento alle famiglie viene tradizionalmente suddiviso fra finanziamenti immobiliari e credito al consumo: Questa distinzione amplifica la rilevanza della finalità di acquisto rispetto l'orizzonte temporale, dato che molteplici forme di credito al consumo superano il breve termine. Proprio in relazione alle finalità di acquisto e alla differente dinamica del reddito disponibile si identifica una pluralità di forme tecniche. Tuttavia, se per quanto riguarda il finanziamento immobiliare si rilevano numerose varianti dello stesso prodotto, il mutuo, nel credito al consumo si individuano numerosi prodotti, con caratteristiche tecniche differenti e offerti da operatori finanziari più specializzati. L'offerta, quindi, si compone di differenti tipologie di intermediari, a fronte di altrettanti prodotti-servizi differenziati riferiti ad un'unica tipologia di cliente: le famiglie. L'esistenza di un'offerta variegata a fronte di un unico segmento di clientela suggerisce di approfondire i bisogni finanziari e le caratteristiche economiche e comportamentali di questa tipologia di cliente. In particolare, la domanda di finanziamenti a medio-lungo termine delle famiglie richiede alcune specificazioni relative a:

- la natura del cliente e il tipo di ciclo economico-finanziario che lo caratterizza;
- le finalità di spesa che determinano il fabbisogno finanziario;
- la rilevanza dell'investimento-finanziamento sul bilancio familiare.

La separazione del credito alle famiglie effettuata riflette la destinazione del finanziamento al soddisfacimento di bisogni o, meglio, di fabbisogni finanziari originati da differenti tipologie di consumo e/o di investimento. Infatti, nel credito al consumo ricadono anche finanziamenti che oltrepassano il breve termine, con lo scopo di finanziare acquisti di beni durevoli di importi elevati (autoveicoli, arredamento, ecc.) oppure spese di importo complessivo elevato, originate da particolari eventi familiari (spese nozze, spese mediche, ecc.). Il comparto dei mutui vede, come finalità prioritaria, il finanziamento dell'acquisto dell'abitazione e le connesse spese di ristrutturazione o di "avviamento" da parte delle famiglie. La destinazione dei mutui contratti dalle famiglie potrebbe avere finalità anche diverse dall'investimento immobiliare¹, ma questa ipotesi risulta poco frequente. Infatti, pensare ad una relazione diretta fra cre-

dito e investimenti finanziari significherebbe assumere una finalità di utilizzo della leva finanziaria nelle proprie decisioni di investimento. La situazione non è inverosimile ma non può essere estesa alla ordinaria economia di una famiglia, mediamente avversa al rischio, in cui il ricorso al credito è originato da un bisogno reale, di importo ingente e di lungo periodo. Le finalità più frequenti del ricorso al mutuo sono di natura abitativa ma esistono altre finalità che richiedono un servizio di finanziamento con le medesime caratteristiche:

- *domanda di finanziamento a scopi residenziali di necessità* (acquisto, costruzione o ristrutturazione della prima abitazione); questo segmento, che determina la maggior parte della domanda di mutui, comprende sia le famiglie che non hanno la proprietà di una casa, ma include anche tutta la domanda di abitazioni con scopi di miglioramento della propria situazione abitativa o di adeguamento alla dimensione del nucleo familiare. Questa domanda di abitazioni proviene, principalmente, da famiglie che, al di là del reddito, vivono in locazione, dalle giovani coppie e da famiglie più o meno mature che esprimono un'esigenza di sostituzione, miglioramento e/o ampliamento.

- *domanda di finanziamento a scopi residenziali non necessari* (acquisto, costruzione o ristrutturazione della seconda abitazione o dell'abitazione dei figli); i componenti della domanda di immobili per scopi residenziali non necessari sono orientati l'acquisto di una seconda casa, destinata ai periodi di vacanza o quale futura residenza dei figli. In questa seconda fattispecie, spesso si individuano anche obiettivi temporanei di investimento in relazione all'età dei figli oppure al lasso temporale esistente prima del loro matrimonio. Questo segmento è eterogeneo poiché trovano collocazione, le famiglie con redditi elevati di qualunque età, le famiglie di una certa età con redditi medio-alti, le coppie giovani che hanno già la proprietà di una casa e decidono di acquistare una casa per i periodi di vacanza, nonostante non abbiano un reddito elevato;

- *domanda di finanziamento a scopi non abitativi* (finanziamento della propria professione, della professione dei figli; di spese di natura eccezionale non rinviabili, di fabbisogni composti da differenti esigenze di spesa contingenti ma contestuali); questo segmento comprende famiglie di vario tipo che devono sostenere un fabbisogno finanziario eccezionale e di elevato valore legato a situazioni professionali o a situazioni di crisi familiare che impongono orizzonti temporali lunghi per rendere sostenibile il piano di ammortamento del debito.

L'analisi delle finalità sottolinea due aspetti: l'eccezionalità del ricorso al mutuo nella vita di una famiglia e la rilevanza dell'importo in relazione al livello di reddito disponibile corrente. Questi aspetti, già accennati nei precedenti paragrafi, giustificano l'elevata incertezza della famiglia nel processo di acquisto e accentuano la sensibilità delle famiglie al prezzo. Quest'ultima variabile, insieme all'orizzonte temporale, è in grado di alterare la sostenibilità della rata e costituisce un elemento, visibile nelle valutazioni di convenienza e sostanziale nella possibilità di accesso al servizio.

2.2 La domanda di credito al consumo

La domanda di credito al consumo delle famiglie può essere vista come la risultante di almeno tre variabili: il reddito disponibile, la propensione al consumo e la propensione all'indebitamento². In particolare, è la propensione al consumo che, in presenza di

un reddito disponibile dato e di una particolare propensione all'indebitamento incide sul volume di credito richiesto. La teoria ha indagato da tempo le relazioni esistenti tra tali variabili e l'atteggiamento verso i consumi delle famiglie, individuando, quali determinanti della propensione al consumo, numerosi fattori di tipo economico, demografico, socio-culturale, psicologico (Di Antonio (1999)).

La domanda di finanziamenti da parte delle famiglie italiane è stata approfondita in alcuni recenti studi (Filotto, 1999, Magri, 2002). La maggior parte dell'indebitamento posseduto dalle famiglie italiane è strettamente collegata al finanziamento degli immobili residenziali piuttosto che al credito al consumo. Nell'ambito dei fattori che esercitano un effetto positivo o negativo sulla propensione al consumo e, indirettamente, sulla domanda di credito al dettaglio occorre ricordare:

- *le determinanti economiche* fra cui devono essere annoverati: i redditi familiari attesi; il livello del reddito disponibile attuale; la natura del reddito percepito (da lavoro dipendente, autonomo, atipico, ecc.);

- *le determinanti istituzionali* che riguardano: i sistemi sanitari, le tutele assicurative e sociali, la sicurezza e l'ampiezza dei sistemi di previdenza e assistenza sociale;

- *le determinanti socio-culturali* che riguardano le principali caratteristiche demografiche e comportamentali delle famiglie: l'età della popolazione, l'età media della capofamiglia; l'epoca di pensionamento e la lunghezza della vita media prevista, il grado di istruzione, la professione, la zona di residenza e i differenti modelli culturali, la tipologia e le dimensioni del comune di residenza, l'esistenza di legami e forme di solidarietà familiari, la gerarchia dei propri bisogni di consumo;

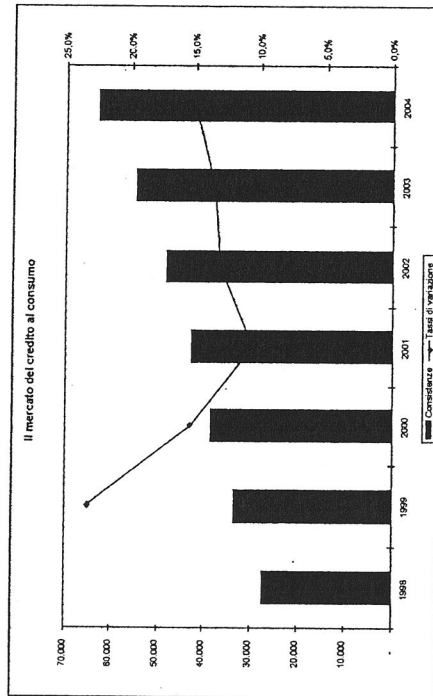
- *le determinanti strutturali* che comprendono le principali caratteristiche del sistema finanziario, degli intermediari finanziari, degli strumenti di finanziamento e del mercato del credito al consumo: la disponibilità di credito; la pluralità dei servizi di finanziamento, la loro flessibilità; il rendimento opportunità degli investimenti finanziari e reali; l'efficienza dei canali distributivi, l'efficacia della comunicazione e promozione, dei produttori/rivenditori.

Come si vede, le determinanti del ricorso al credito sono numerose e molte si riferiscono ad aspetti socio-culturali e istituzionali che non possono modificarsi rapidamente. La propensione al consumo, al risparmio e all'indebitamento, l'elasticità al prezzo e ai tassi della domanda di credito al consumo, l'interpretazione dello stesso credito o le modalità di interazione della clientela con i canali di erogazione del credito possono essere influenzati attraverso la capacità di comunicare e promuovere significati e giudizi che rendano meno sporadico e finanziario il ricorso al credito al consumo. Negli ultimi anni, questo è stato evidente. Filotto (2002) sostiene come, per le famiglie, la principale differenza fra credito finalizzato e non finalizzato consiste in un'interpretazione del primo come un servizio di pagamento e del secondo come un servizio di finanziamento. Il processo d'acquisto dei due prodotti si sviluppa, quindi, lungo due direttrici differenti, dato che la qualità percepita e le considerazioni che sono molto più legate al "comodità e rapidità di accesso al servizio e alla sostenibilità della rata rispetto ad altre valutazioni di convenienza finanziaria, più complesse e più legate alla convenienza economica.

Lo sviluppo del mercato italiano si è manifestato attraverso un crescente ricorso delle famiglie al finanziamento degli acquisti, in particolare, di automobili, di arredamento, di elettrodomestici e di articoli hi-fi, insieme al finanziamento di opere straordinarie relative alla propria abitazione. Esiste una componente rilevante del credito al consumo, legata alle carte di credito e ai prestiti personali non finalizzati, che concorre in maniera importante anche se non meglio specificabile a coprire il fabbisogno finanziario delle famiglie.

L'andamento del credito al consumo in Italia negli ultimi anni ha presentato una dinamica positiva sensibile, sia per quanto riguarda le banche generaliste che le società finanziarie e le banche specializzate. I tassi di crescita delle consistenze complessive (Grafico 1) di credito al consumo sono sempre positivi (con un tasso medio annuo pari al 15,1%) e alla fine del 2004 si registra uno stock di credito al consumo superiore a 63.000 milioni di euro. Il picco che si evidenzia nel 1999 nell'evoluzione del mercato del credito al consumo deve essere imputato principalmente al verificarsi di iniziative legislative e all'esistenza di incentivi fiscali riguardanti il settore auto, nuovo e usato.

GRAFICO 1: IL MERCATO DEL CREDITO AL CONSUMO



Fonte: Dati Assofin e Prometeia

Per anni, le famiglie italiane hanno posseduto una scarsa propensione al consumo, differenziandosi nettamente dalle famiglie delle altre principali economie europee. Tuttavia, nell'ultimo decennio la situazione appare sostanzialmente cambiata e l'Italia, pur presentando una minore propensione al consumo, risulta molto più allineata agli altri paesi europei. Il cambiamento dei comportamenti delle famiglie italiane è stato netto e ha presentato un'intensità molto elevata se si pensa che nel 1990 la propensione al consumo era pari a 0,75, mentre attualmente si attesta intorno a circa lo 0,90. Questa contenuta propensione al consumo si traduce in una sensibile propensione al risparmio che, ovviamente, attribuisce dimensioni rilevanti e significative al fenomeno del trasferimento della ricchezza sia intergenerazionale che all'interno dei gruppi familiari

più o meno allargati, con un effetto negativo sulla necessità di credito e sul ricorso al finanziamento esterno. Nel tempo, questo fenomeno si è attenuato a causa della maggiore mobilità sul territorio italiano e al declino del modello di famiglia patriarcale che ha prodotto una progressiva riduzione dell'ampiezza dei nuclei familiari e una minore rilevanza finanziaria dei gruppi parentelari.

L'Italia presenta un livello di indebitamento sensibilmente inferiore alla media europea e alla situazione delle famiglie residenti nelle principali economie europee (Francia, Regno Unito, Germania e Spagna). Il rapporto fra passività finanziarie e reddito disponibile è pari a circa il 36% nel 2003 a cui si associa un tasso di crescita medio annuo intorno all'8%, inferiore solo a Regno Unito e Spagna a conferma di una costante tendenza delle famiglie a ricorrere in misura moderata ma crescente al debito quale modalità di finanziamento di acquisti e investimenti. Infatti, in Italia la crescita della propensione all'indebitamento e delle passività finanziarie trova spiegazione in alcuni cambiamenti più strutturali che congiunturali nella relazione intermediaria-famiglie e nel rapporto famiglia-credito. Il finanziamento sta divenendo una modalità di soddisfacimento dei bisogni correnti e residenziali, di natura più o meno necessaria. Come è stato osservato in più occasioni, sia in analisi economico-finanziarie che sociologiche, si è ridotto l'atteggiamento negativo nei confronti del debito, soprattutto nel finanziamento degli acquisti. In ciò, deve essere riconosciuto un merito agli intermediari finanziari che sono riusciti ad associare alle tradizionali variabili utilizzate nel marketing (prezzo, prodotto, comunicazione e distribuzione) anche le modalità di pagamento e la qualità del servizio e del sistema di erogazione dei finanziamenti. Il cliente famiglia è divenuto via via più rilevante nelle politiche e strategie di sviluppo degli intermediari finanziari rispetto alla clientela imprese e questo ha sicuramente contribuito ad una maggiore disponibilità di credito per il finanziamento degli acquisti delle famiglie.

Occorre menzionare, una tendenza diffusa in tutti i principali paesi europei, compresa l'Italia, relativa ad una sempre minore associazione del credito al consumo all'acquisto di beni durevoli e di importo rilevante. Nel sistema italiano, questo dato assume un significato più importante perché conferma il cambiamento strutturale in atto nei modelli di comportamento delle famiglie tese ad estendere l'indebitamento per il finanziamento di beni non durevoli e servizi. Inoltre, la diffusione di finanziamenti di tipo *revolving* associati a strumenti di pagamento e l'impulso dato dalla distribuzione commerciale che ha ampliato la recettività delle carte di credito hanno permesso un ulteriore ampliamento del finanziamento verso acquisti sempre più abituali e le spese domestiche relative a beni di largo consumo.

In questo senso, la biunivocità della relazione bisogni della domanda-servizi offerti è indiscutibile. Se è vero che la domanda contribuisce a stimolare l'offerta e l'innovazione finanziaria, anche la disponibilità di servizi in grado di rispondere meglio ai bisogni finanziari e di canali distributivi efficaci stimola la domanda e sviluppa nuovi comportamenti finanziari. La capacità di creare strumenti in grado di canalizzare il credito indistintamente verso qualsiasi forma di consumo (si pensi alle carte di credito *revolving* o alla tradizionale apertura di credito movimentata attraverso le carte di debito) a condizioni accettabili, permette di ampliare le possibilità di utilizzo ma soprattutto permette di slegare il ricorso al credito da un canale fisicamente individuabile (lo

sportello bancario, il rivenditore, l'istituzione finanziaria specializzata), spostando la produzione-erogazione del servizio quasi completamente verso il cliente.

Le differenze esistenti rispetto a molti altri paesi europei possono essere interpretate come potenzialità di crescita del mercato del credito al consumo. Non è possibile prevedere se l'Italia raggiungerà i livelli di indebitamento del Regno Unito ma forse questo non è sinonimo di arretratezza ma segnale di un miglior equilibrio economico-finanziario delle famiglie italiane. Sicuramente è in atto un processo di cambiamento delle abitudini di indebitamento, che non si configura come un processo automatico ed indipendente da sollecitazioni esterne, ma evolve grazie all'attività degli intermediari finanziari, della distribuzione commerciale, dei nuovi modelli socio-culturali proposti alle famiglie e, anche all'evoluzione dei sistemi di valutazione, che hanno permesso un ampliamento della disponibilità di credito anche a soggetti che prima risultavano esclusi o razionati dal sistema finanziario.

3. La struttura dell'offerta nel mercato del credito alle famiglie

L'analisi del credito alle famiglie è strettamente legato ai comportamenti delle famiglie ma anche gli orientamenti strategici esistenti sul lato dell'offerta risultano determinanti ai fini dell'evoluzione del mercato nel suo complesso. Negli anni, il ruolo delle famiglie nei portafogli prestiti degli intermediari finanziari ha assunto una rilevanza crescente. In prima definizione, ciò è imputabile:

Ø da un lato alla crescita positiva della redditività complessiva posseduta dalla clientela famiglie, considerando insieme l'area di attività dei servizi di finanziamento ed investimento, che hanno indotto strategie di *customer relationship management* volte a sviluppare le relazioni sin dalle prime fasi del ciclo di vita in cui sono diffusi fabbisogni finanziari da finanziare;

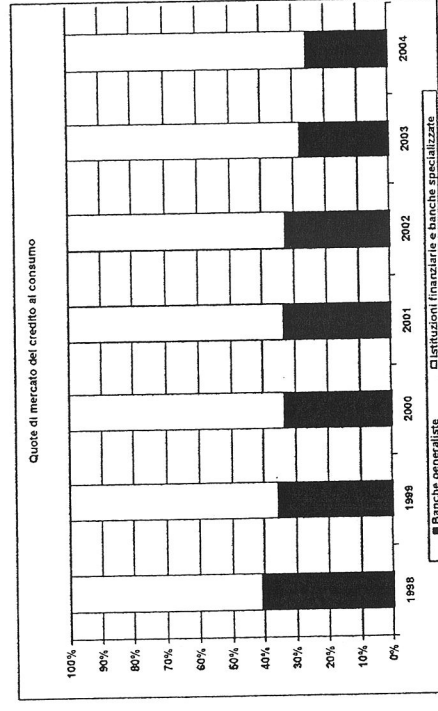
Ø dall'altro, un notevole impulso è stato fornito dall'andamento dei margini di interesse ed operativi ottenuti nel segmento corporate, che hanno registrato una progressiva contrazione della redditività dovuta alla riduzione reale dei tassi di interesse e alla maggiore concorrenza in tali segmenti che presentano una maggiore elasticità della domanda al prezzo del credito.

In quasi tutti i paesi europei, si individua una struttura dell'offerta caratterizzata da una maggiore presenza degli intermediari creditizi rispetto alle società finanziarie specializzate. Il ruolo predominante delle banche è dovuto, oltre che a ragioni normative, anche alla storica natura multiprodotto e alla maggiore diversificazione delle stesse sia in termini di aree di attività che di clientela.

In Italia, nonostante esistano molteplici legami societari e commerciali che avvicinano molto più di quanto sembrerebbe il sistema bancario alle società finanziarie specializzate, emerge una tradizionale segmentazione che vede le banche molto presenti nel credito immobiliare e le società finanziarie specializzate focalizzate verso il credito al consumo, soprattutto di tipo finalizzato. Le banche hanno concentrato la loro attenzione sul credito alle famiglie e, in particolare, sul credito al consumo solo in un secondo momento. Tradizionalmente, esse hanno finanziato gli investimenti immobiliari delle

famiglie attraverso i mutui e le esigenze di liquidità più correnti attraverso strumenti di credito non finalizzato. Le aperture di credito in conto corrente e i prestiti personali non finalizzati costituiscono la quota maggioritaria dell'intervento delle banche generaliste. Le società finanziarie e le banche specializzate hanno storicamente orientato la propria attenzione verso strumenti di finanziamento di tipo finalizzato, erogati direttamente attraverso gli intermediari commerciali e, solo in un secondo momento, hanno cominciato a sviluppare un'offerta di credito non finalizzato e di tipo immobiliare.

GRAFICO 2. LE QUOTE DI MERCATO NEL CREDITO AL CONSUMO



Fonte: Dati Prometeia e Assofin

L'analisi della distribuzione delle quote di mercato del credito al consumo evidenzia come ad una numerosità inferiore delle istituzioni finanziarie specializzate e ad un'incidenza ridotta nei volumi complessivi di finanziamento alle famiglie (a causa dei volumi di finanziamento immobiliare) si contrapponga una vivace attività nel mercato del credito al consumo. L'Italia possiede un sistema finanziario fortemente segmentato in cui le banche sono dominanti nel finanziamento immobiliare e le società finanziarie e le banche specializzate nel credito al consumo. Queste ultime, nel 2004, giungono a detenere una quota di mercato pari a circa il 75% delle consistenze di credito al consumo.

La struttura dell'offerta del sistema finanziario italiano non sembra un fattore di debolezza o frenante per lo sviluppo del mercato del credito alle famiglie consumo. La segmentazione del mercato costituisce soprattutto una modalità operativa e organizzativa con cui erogare tali servizi di finanziamento. Alcune istituzioni finanziarie specializzate hanno scelto di trasformarsi in banca (specializzata) per ragioni legate alle maggiori possibilità di *funding* e ai minori vincoli normativi nella ricerca di fonti finanziarie. Molte società finanziarie specializzate sono caratterizzate da intensi legami partecipativi con le banche, che spesso ne detengono il controllo, al fine di assicurare un maggiore presidio e una migliore efficacia del processo produttivo-distributivo del credito al consumo.

La maggiore attenzione rivolta alle famiglie insieme all'attività esercitata da quest'area di business hanno determinato un'intensa crescita del credito al consumo e del finanziamento immobiliare. Come in ogni comparto caratterizzato da tassi di sviluppo elevati, ciò ha determinato un incremento dell'intensità competitiva che si è manifestata in alcuni fenomeni:

- l'ingresso di nuovi operatori e l'attuazione di strategie più aggressive da parte di operatori già presenti ma poco attivi nei confronti del segmento famiglie; in questo senso, possiamo rilevare da parte delle banche generaliste, un crescente dinamismo nei confronti della clientela retail volto ad ampliare le quote di credito erogate;
- la ricerca di nuove opportunità di business e una maggiore attenzione verso segmenti di clientela non primaria (*subprime lending*) in grado di assicurare margini di reddito soddisfacenti associati a livelli di rischio accettabili. Questi segmenti di clientela costituiscono un'appetibile area di sviluppo; essi cessano di essere interpretati come una quota fisiologica dell'attività creditizia destinata essenzialmente alla clientela primaria per divenire un nuovo comparto di attività, consapevolmente ricercato, verso cui orientare processi produttivi specializzati in grado di gestire un maggiore grado di rischio (Cosma S. Filotto U., 2003).

L'expertise maturata e le migliori competenze acquisite nella gestione della clientela famiglie insieme allo sviluppo di strumenti e tecniche di valutazione del rischio permettono una sempre migliore gestione del processo di affidamento. Anche le banche dati esterne e i servizi forniti dai *credit bureau* hanno contribuito al miglioramento del processo di erogazione del credito alle famiglie, in particolare del credito realizzato secondo modalità meno relazionali. Essi sono in grado di alimentare efficacemente i sistemi di *credit rating* che costituiscono il presupposto delle fasi di valutazione del merito creditizio e permettono una migliore allocazione del credito alle differenti tipologie di famiglia.

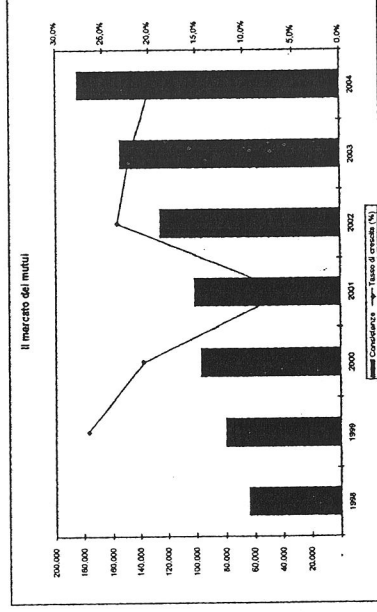
In Italia, si sta assistendo ad un ampliamento dei target di clientela famiglie. L'osservazione di altre realtà europee e americane evidenzia come in Italia il credito al consumo sia fortemente concentrato verso le fasce di clientela con un maggiore standing creditizio. Molto spesso, i segmenti di clientela con un merito creditizio inferiore ancorché accettabile sono esclusi *tout court* dall'accesso al credito al consumo oppure vengono gestiti attraverso l'applicazione di condizioni che risultano poco allineate all'effettivo rischio di credito e finanziario posseduti. La capacità di porre in essere processi produttivi adeguati alle caratteristiche del *subprime lending*, in grado di produrre uno rating efficace, segmentare la clientela e svolgere un risk costing e un pricing coerenti ai profili delle operazioni e dei clienti possono e stanno cominciando a dare un ulteriore impulso al mercato. Inoltre, in questo senso si risolvono in misura più efficace molteplici problemi di razionamento o discriminazione della clientela, attribuendo spessore alla funzione sociale del credito al consumo, fondamentale nella gestione delle crisi e dei momenti di difficoltà domestica delle famiglie più bisognose.

Una recente ricerca condotta da Assofin, Crif, Prometeia⁷ ha sottolineato come la domanda/offerta di credito agli stranieri residenti in Italia, negli ultimi anni sia divenuta rilevante giungendo a rappresentare il 5,4% dei flussi di credito complessivamente erogati alle famiglie nel 2004. Essa presenta caratteristiche di rischiosità e di qualità

creditizia sostanzialmente allineate alla domanda della clientela residente e, negli ultimi anni, ha evidenziato segnali di miglioramento nell'efficiente allocazione del credito da parte degli intermediari.

La maggiore attenzione degli intermediari verso la clientela famiglie è testimoniata, inoltre, dallo sviluppo registrato dal credito immobiliare negli ultimi anni.

GRAFICO 3: IL MERCATO DEI MUTUI



Fonte: Dati Assofin, Prometeia

La crescita di questo comparto non è unicamente da imputare alla riduzione dei tassi di interesse e alla crescita del mercato immobiliare. Sicuramente questi due fattori costituiscono driver importantissimi della dinamica eccezionalmente positiva registrata dai mutui ma la spiegazione deve essere completata dal mutamento comportamentale evidenziato da numerosi intermediari finanziari nelle politiche di marketing in termini di prezzo, prodotto, comunicazione e promozione.

Il mutuo, pur essendo un prodotto maturo e alquanto standardizzato, ha assunto un ruolo importante all'interno dell'azione competitiva rivolta dalle banche verso il segmento famiglie. I fattori prima citati e l'aumento delle pressioni competitive sul mercato dei servizi finanziari alle famiglie hanno fatto sì che il mutuo evolvesse da semplice prodotto di finanziamento offerto in maniera standardizzata al ruolo di prodotto immagine della strategia delle banche nei confronti di specifici segmenti di clienti famiglie. Se si parte dall'importanza assunta da un mutuo all'interno della vita di una famiglia e del suo bilancio familiare, si comprende come le banche hanno utilizzato il complesso processo d'acquisto per le famiglie; gli elevati costi di ricerca e di transazione trovano e l'intensa incertezza della decisione per acquisire e sviluppare nuove relazioni e nuovi clienti. Inoltre, da un punto di vista commerciale, questo prodotto possiede un elevato potere fidelizzante e all'elevato potenziale di *cross selling* che si sviluppa grazie alla protratta scadenza del finanziamento che rende possibili una graduale conoscenza del cliente e il progressivo consolidamento della relazione di clientela. Molte banche hanno puntato decisamente sulla situazione favorevole originata dal miglioramento della situazione congiunturale: esse hanno adeguato e differenziato il vecchio prodotto

mutuo, rendendolo capace di adattarsi a situazioni familiari sempre meno standardizzate. L'ampliamento della varietà delle condizioni di rimborso, la flessibilità dei piani di ammortamento, l'aumento degli orizzonti temporali, la facilità di erogazione, la quota dell'immobile finanziata e hanno contribuito ad avvicinare il cliente mediante una strategia *pull*. Infine, il ricorso a politiche promozionali e di comunicazione attraverso canali di massa in grado di raggiungere un elevato potenziale di clienti famiglie, hanno facilitato la crescita registrata da questa area di attività creditizia.

La crescita del ricorso all'indebitamento delle famiglie italiane vede un ulteriore e importante fattore di crescita nelle scelte di marketing operate dalla distribuzione commerciale. La rilevanza promozionale e commerciale del credito al consumo:

- da un lato, deriva dalla considerazione di come l'offerta di una rateizzazione degli acquisti permetta di spostare l'attenzione del consumatore dal prezzo di vendita alla sostenibilità della rata; questo, soprattutto nell'acquisto di beni durevoli, permette ai consumatori di soddisfare bisogni più sofisticati e di ampliare delle possibilità di acquisto, in termini di qualità e valore del bene;

- dall'altro, deriva dall'efficacia di questa leva di marketing che permette di promuovere determinati prodotti senza modificarne il prezzo di vendita; sotto un profilo commerciale, queste modalità risultano molto efficaci poiché una volta terminata la promozione non producono alcun effetto sulla percezione dei clienti nei confronti del prezzo del prodotto.

Se da un lato questo sta contribuendo a rendere familiare e *routinaria* la dilazione dei consumi, contribuendo ad aumentare la dimestichezza delle famiglie con il credito al consumo e con gli operatori che lo erogano, dall'altro vi è un aspetto meno positivo legato al contenuto promozionale associato al credito al consumo che, oltre ad impattare sensibilmente sulla redditività del business, contribuisce ad aumentare la percezione dei consumatori della differenza esistente fra i tassi di mercato e i tassi promozionali.

La *partnership* con le imprese distributrici è sicuramente un *driver* potenziale molto importante per la canalizzazione del credito al consumo verso gli acquisti generici oltre che di beni durevoli. In particolare, la Grande Distribuzione Organizzata (GDO) costituisce un rilevante canale commerciale per l'erogazione del credito al consumo. L'evoluzione dei modelli di acquisto delle famiglie italiane e la loro maggiore preferenza accordata alle grandi superfici di vendita hanno determinato un'importante accelerazione del ricorso al credito. Infatti, sia la GDO specializzata che despecializzata sono divenute un canale preferenziale di erogazione del credito e, allo stesso tempo, di contatto-acquisizione privilegiato di clientela da sviluppare e fidelizzare successivamente⁴.

4. L'indebitamento delle famiglie: quale interpretazione

Si è visto come numerosi fattori hanno contribuito all'aumento del ricorso al credito da parte delle famiglie. Il mercato del credito al consumo e dei mutui è stato ed è interessato da importanti fenomeni che stanno agendo sia verso un ampliamento del ruolo attribuito al credito dalle famiglie nell'economia domestica, sia verso una maggiore

rilevanza creditizia attribuita dagli intermediari finanziari al segmento famiglie.

L'indebitamento delle famiglie ha evidenziato una crescita sostenuta negli ultimi anni, tanto da rendere necessaria una riflessione sulla natura del fenomeno ma, soprattutto, sulla sostenibilità dei bilanci delle famiglie e sulle possibili conseguenze socio-economiche di questo nuovo assetto ed equilibrio finanziario.

Sono state avanzate numerose interpretazioni che hanno attribuito al dibattito una caratterizzazione dicotomica:

- da un lato una visione pessimistica che spiega l'indebitamento delle famiglie come conseguenza della loro maggiore povertà e dell'incapacità di sostenere le proprie necessità economiche associate al mantenimento del livello di spesa e benessere posseduto;
- dall'altro, una visione più moderna che spiega il ricorso delle famiglie al credito come conseguenza di un mutato modello socio-comportamentale, più propenso all'utilizzo del credito al consumo e immobiliare quale modalità di composizione delle proprie esigenze di spesa e della propria capacità di reddito complessiva.

La prima interpretazione sottolinea il rischio di un modello di comportamento delle famiglie in grado di minare la propria stabilità finanziaria attraverso il continuato ricorso all'indebitamento finalizzato a mantenere livelli di spesa non sostenibili dalla propria capacità di reddito. In questo senso, si segnala la possibilità che il ricorso al credito al consumo sia indotto dall'incapacità del reddito di fare fronte alle necessità familiari e se questa incapacità dovesse rivelarsi strutturale, si giungerebbe a individuare un sostanziale e progressivo impoverimento delle famiglie. A fronte di un livello reale del reddito in diminuzione e di un livello dell'indebitamento in aumento, in una situazione congiunturale non favorevole, si pone il problema del rischio di sovraindebitamento⁵ per alcune fasce della popolazione e per le famiglie che presentano una maggiore precarietà/instabilità sotto un profilo reddituale.

La seconda interpretazione del comportamento delle famiglie parte dal presupposto che, nonostante esista un incremento del ricorso all'indebitamento delle famiglie italiane, questo sia dovuto, soprattutto, a nuove modalità di comportamento delle famiglie italiane piuttosto che a ragioni di necessità domestica. La maggior parte dell'indebitamento delle famiglie italiane è costituito da mutui immobiliari che devono, comunque, essere valutati in termini di scelta abitativa (canone di locazione vs oneri finanziari) e scelta di investimento (risparmio vs quota capitale) e che hanno un effetto sul reddito disponibile sensibilmente inferiore rispetto quanto rappresentato dal rapporto tra servizio del debito e reddito disponibile⁶.

Le famiglie italiane hanno a loro disposizione una maggiore gamma di possibilità per comporre il proprio bilancio finanziario e il ricorso al credito si rivela una scelta di finanziamento/pagamento piuttosto che per un segnale di disagio e di povertà. I vincoli di liquidità degli anni ottanta si sono allentati e, attualmente, esiste una soddisfacente disponibilità di credito nel sistema. Inoltre, la rateizzazione degli acquisti è divenuta a tutti gli effetti la "quinta" variabile del marketing mix. L'elevata incidenza del tasso agevolato nell'ambito dei finanziamenti degli acquisti delle famiglie italiane sottolinea come, molto spesso le famiglie italiane possano trovarsi davanti alla scelta di pagare in contanti, smobilizzando parte del proprio risparmio, oppure dilazionare a costi convenienti (o nulli) il pagamento dei propri acquisti. Inoltre, laddove esistono

flussi predefiniti di risparmio (piani di accumulo, polizze assicurative, ecc.) o stock di ricchezza finanziaria, la disponibilità di credito al consumo rappresenta una modalità per migliorare le proprie scelte fra risparmio e consumo.

Una concreta distorsione deriva dall'indicatore del grado di indebitamento, calcolato come rapporto fra passività finanziarie e reddito disponibile. Se si utilizzasse al denominatore, come avviene per le imprese, la ricchezza complessiva (ricchezza reale e ricchezza finanziaria) in luogo del reddito disponibile si avrebbe una misura più efficace dell'effettivo debito che grava sulle famiglie. Questo indicatore sarebbe più efficace nell'isolare gli effetti delle scelte finanziarie di ricorso al credito per investimenti immobiliari non legati alla prima casa oppure che le decisioni di non smobilizzo della propria ricchezza finanziaria.

L'aumento dell'indebitamento delle famiglie produce due tipologie di rischio:

- la prima, relativa alla sostenibilità economica degli impegni finanziari periodici;
- la seconda, relativa ad una variazione imprevista della propria capacità reddituale.

La sostenibilità economica del servizio del debito deriva dall'equilibrio fra reddito disponibile e oneri finanziari, anche se esiste un'ulteriore componente legata al rischio di tasso d'interesse assunto dalla famiglia. In questo senso, i problemi maggiori si concentrano nell'ambito dei mutui immobiliari poiché hanno un orizzonte temporale di riferimento molto ampio e sono spesso negoziati a tasso variabile. Sicuramente la razionalità finanziaria imperfetta delle famiglie e il livello contenuto dei tassi di interesse e dell'inflazione possono condurre ad un innalzamento del rischio assunto che però non dipende dal livello assoluto di indebitamento ma dalle forme tecniche e dalle condizioni economiche scelte.

Il rischio di insolvenza deriva da cambiamenti del reddito disponibile o dei bisogni di spesa necessari. Questo rischio è strettamente legato alle caratteristiche socio-economiche delle famiglie (tipologie di reddito, diversificazione delle fonti di reddito, stabilità del reddito, esistenza di ricchezza finanziaria) e, in secondo luogo, all'andamento dell'economia⁷.

Gli effetti dei rischi legati da un aumento dell'indebitamento devono essere valutati anche alla luce delle caratteristiche degli intermediari coinvolti. Sotto questo profilo, la maggiore capacità di valutazione del merito creditizio ottenuta grazie ai sistemi automatizzati di valutazione e monitoraggio e i recuperi di efficienza allocativa hanno potenziato le capacità di individuare per tempo situazioni di difficoltà e le capacità di gestire tali circostanze prima che si trasformino in crisi.

Un ulteriore spunto di riflessione deriva dalla capacità degli intermediari finanziari di utilizzare l'ampia gamma di strumenti di finanziamento per agevolare la restituzione del debito secondo modalità coerenti alla mutata situazione economico-finanziaria delle famiglie. La presenza di un'etica comportamentale e l'assenza di fenomeni di *predatory lending* in Italia non rende, al momento preoccupante, il verificarsi di situazioni di questo tipo⁸. Il paragrafo successivo è dedicato ad un'analisi più approfondita del ricorso al credito delle famiglie italiane al fine di contribuire al dibattito circa l'interpretazione della natura del loro indebitamento.

5. Un'analisi dell'indebitamento delle famiglie italiane

La valutazione delle caratteristiche del ricorso all'indebitamento da parte delle famiglie italiane è svolta sulla base dell'analisi relativa alle caratteristiche socio-economiche di un campione di famiglie che hanno presentato domanda di finanziamento ad un gruppo chiuso di 27 banche nel periodo 1998-2003⁹. Il riferimento alle domande di finanziamento presentate (circa 1.800.000 in sei anni) rispetto ai finanziamenti effettivamente erogati, permette di studiare meglio il comportamento delle famiglie poiché isola eventuali fenomeni imputabili alle politiche creditizie dell'offerta piuttosto che alle caratteristiche e ai comportamenti delle famiglie. Inoltre, l'utilizzo di un campione chiuso permette uno studio più significativo delle dinamiche e delle principali tendenze socio-economiche e comportamentali delle famiglie.

La domanda di finanziamenti proveniente dalle famiglie nel periodo 1998-2003 presenta una caratteristica importante: un aumento sensibile delle richieste di finanziamento provenienti dalle famiglie con redditi più elevati.

TABELLA 1: Distribuzione delle famiglie per classe di reddito mensile

A <=800	15,1%	8,6%	-6,5%
B 800<-1000	14,4%	12,1%	-2,2%
C 1000<-1200	18,0%	12,4%	-5,6%
D 1200<-1500	15,6%	16,9%	1,3%
Redditi 0-1500	63,1%	50,1%	-13,0%
E 1500<-2000	16,5%	17,6%	1,0%
F 2000<-3000	12,5%	17,0%	4,5%
G >3000	7,9%	15,3%	7,4%
Redditi - (>1500)	36,9%	49,9%	13,0%

Fonte: Assofin, CRIF, Prometeia, Osservatorio sul credito al dettaglio n. 16, 2004

Nel 1998 le famiglie con redditi superiori a 2000 euro rappresentavano circa il 20% delle famiglie che avevano fatto ricorso al credito. Nel 2003, esse superano il 32% e l'incremento più rilevante si proprio nella domanda proveniente dalle famiglie che hanno un reddito superiore a 3000 euro mensili. In generale, le famiglie con un reddito mensile inferiore a 1500 che fanno ricorso ad un finanziamento rappresentano un circa il 50% mentre nel 1998 esse esprimevano oltre il 63% delle domande di finanziamento. L'analisi effettuata su classi di reddito nominale espone i risultati agli effetti dell'inflazione che hanno certamente contribuito a modificare la distribuzione della popolazione per classe di reddito. Si deve, comunque, evidenziare come il livello tenuto registrato dall'inflazione negli ultimi anni abbia determinato verosimilmente un incremento solo marginale dei redditi per famiglia, fenomeno che è stato complessi-

vamente considerato attraverso l'inclusione della classe di reddito (1.200-1.500 euro) corrispondente alle famiglie monoreddito di natura dipendente¹⁰.

Per verificare la natura dell'indebitamento delle famiglie è stata studiata la relazione esistente fra numerosità del nucleo familiare e ricorso al credito (Tabella 2). Essa è risultata positiva a conferma che nelle famiglie numerose aumentano sia le occasioni di acquisto che, in alcuni casi, il grado di necessità dell'indebitamento per coprire fabbisogni non rinviabili nel tempo.

TABELLA 2: Distribuzione delle osservazioni per numerosità del nucleo familiare

Numerosità nucleo familiare	1998	2003
Single (un componente)	16,2%	17,5%
Coppie	22,7%	24,4%
Famiglie con tre componenti	27,2%	26,8%
Famiglie con più di tre componenti	33,9%	31,4%
Totale	100,0%	100,0%

Fonte: Assofin, CRIF, Prometeia, Osservatorio sul credito al dettaglio n. 16, 2004

Dall'analisi del comportamento delle famiglie in relazione alla loro numerosità emergono due interessanti osservazioni, da un lato, l'aumento dell'incidenza dei *singole* (cioè dei nuclei composti da un unico componente) e delle coppie, dall'altro, la diminuzione del ricorso al credito delle famiglie con figli. Nonostante incidano il *trend* demografico, l'aumento progressivo dell'età media matrimoniale, la diminuzione del numero medio di figli per famiglia, sicuramente questo risultato induce verso una interpretazione dell'indebitamento quale risultato di scelte di tipo comportamentale piuttosto che dettate dal soddisfacimento di necessità economica. Inoltre, un ulteriore risultato, riportato dall'Osservatorio sul credito al dettaglio¹¹ riguarda la riduzione generalizzata del ricorso al credito delle famiglie più numerose ad eccezione delle classi di reddito più elevate, che conforta l'ipotesi appena effettuata.

Le famiglie italiane aumentano nel tempo la frequenza di ricorso all'indebitamento. Nel 2003, oltre il 30% delle famiglie possedeva almeno un prestito in essere nel momento in cui ne richiedevano un altro. Esse erano il doppio rispetto alla situazione del 1998. Tuttavia, sono sempre le famiglie con redditi più elevati a presentare un più frequente ricorso al debito. Non si può escludere completamente che esistano famiglie in cui il ricorso al credito sia indotto da situazioni di povertà o necessità ma sicuramente la relazione positiva fra numero dei prestiti in essere e reddito conduce più verso un'interpretazione che lega l'indebitamento alle maggiori occasioni di consumo possedute.

La tabella 3 riporta la distribuzione delle famiglie del campione sulla base del numero dei componenti e dell'incidenza media degli impegni finanziari sul reddito disponibile. Si evidenzia un lieve peggioramento della situazione poiché nel 1998 le famiglie

con un rapporto impegni finanziari/reddito superiore al 30% rappresentavano, complessivamente, il 2,4% del totale richieste di finanziamento. L'incidenza maggiore si ha per le famiglie con più di tre componenti. Nel 2003, invece il 7% circa delle richieste di finanziamento sono state avanzate da famiglie con impegni finanziari/reddito superiori al 30%. Il *trend evolutivo* emergente dall'analisi risulta omogeneo per tutte le classi di numerosità dei nuclei familiari senza particolari segnali per alcune tipologie di famiglie.

TABELLA 3: Distribuzione famiglie secondo il rapporto impegni finanziari/reddito e numerosità nucleo

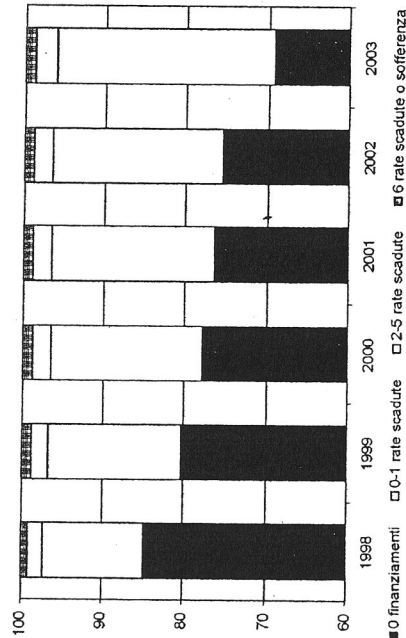
	1998				2003			
Oltre 50%	0.2	0.2	0.2	0.3	0.6	0.8	0.9	1.0
Tra 30% e 50%	0.3	0.3	0.3	0.5	0.7	0.9	1.0	1.3
Tra 10% e 30%	1.2	1.7	1.7	2.7	2.5	3.6	4.3	5.4
Inferiore a 10%	14.6	20.5	24.4	30.4	13.8	19.1	20.6	23.7

Fonte: Assofin, CRIF, Prometeia, Osservatorio sul credito al dettaglio n.16, 2004

La maggiore diffusione di famiglie con una più elevata incidenza degli impegni finanziari sul reddito non sembrerebbe essere causa di un deterioramento della qualità creditizia. Infatti, si rileva un generalizzato aumento del livello di delinquency e delle insolvenze ma questa tendenza è sostanzialmente omogenea per tutte le tipologie di famiglie e non appare direttamente collegata alla distribuzione delle famiglie con rapporto impegni finanziari/reddito maggiore. Nonostante il maggior numero di prestiti e la maggiore incidenza degli impegni finanziari sul reddito, emerge una normale sostenibilità finanziaria del maggior volume di debiti assunti e non emergono particolari difficoltà di restituzione dei prestiti, anche se si individuano maggiori problemi di puntualità nei pagamenti. Più in generale, il grafico 4 a pagina seguente riporta l'andamento della qualità dei comportamenti creditizi delle famiglie.

Le famiglie italiane con un numero di rate scadute compreso tra 2 e 5 passano dall'1,8% nel 1998 al 2,6% nel 2003; ma questo peggioramento non si traduce in un proporzionale aumento delle insolvenze. Infatti, la quota di famiglie caratterizzate da grave *delinquency* o con prestiti in sofferenza rimane sostanzialmente invariata, passando dallo 0,9% del 1998 al 1,2% nel 1999, per poi rimanere costante intorno a tale valore in tutto il periodo esaminato. Questo costituisce un dato importante ancorché

GRAFICO 4: DISTRIBUZIONE DELLE FAMIGLIE SULLA BASE DELLA DELINQUENCY



Fonte: Assofin, CRIF, Prometeia, Osservatorio sul credito al dettaglio n. 16, 2004

riguardante una quota marginale di famiglie. Tuttavia, l'aumento della presenza di famiglie che ricorrono all'indebitamento in presenza di una storia creditizia non positiva, caratterizzata da passati ritardi nei pagamenti è omogeneo per tutte le classi di reddito. La richiesta di nuovi finanziamenti potrebbe essere spiegata dal verificarsi di situazioni di crisi finanziaria della famiglia che hanno indotto il ricorso ad ulteriore credito. La tendenza generalizzata per tutte le classi di reddito non porta ad una conclusione univoca. E' possibile affermare che tali situazioni siano provocate da situazioni di sovra-indebitamento così come è possibile affermare che i mutamenti intervenuti nell'offerta hanno ampliato la disponibilità di credito anche a coloro caratterizzati da delinquency pregressa, migliorando la finanziabilità delle famiglie.

Il maggiore ricorso all'indebitamento della popolazione si riflette in un aumento generalizzato degli impegni finanziari mensili. Non si rilevano grosse incongruenze e si può desumere una corretta determinazione della capacità di rimborso degli intermediari. Infatti, le famiglie richiedenti credito presentano una sostanziale coerenza fra volumi di indebitamento, ammontare degli impegni finanziari mensili e reddito disponibile (cioè capacità di rimborso).

6. Conclusioni

Le famiglie italiane hanno modificato il loro tradizionale approccio all'indebitamento. Il significato assegnato al ricorso al credito si sta lentamente affrancando da una connotazione negativa e, anzi, sta divenendo sempre più una modalità routinaria con cui provvedere al soddisfacimento dei fabbisogni finanziari della famiglia. A questa graduale evoluzione, hanno contribuito molteplici fattori, legati sia alla domanda che

all'offerta che hanno accelerato un cambiamento comportamentale rilevante sia per il benessere delle famiglie che per gli effetti sui consumi e, quindi, sullo sviluppo economico.

Il numero di famiglie che ricorre al credito, in alcuni casi ancor prima di aver estinto un prestito precedente, è in aumento ma, contestualmente, aumenta il numero di prodotti finanziabili e, soprattutto, aumenta il numero di iniziative promozionali che permette di rateizzare, a costo zero o irrisorio, acquisti più o meno necessari (auto nuova, auto usata, arredamento, elettrodomestici, elettronica di consumo, motocicli, ciclomotori, servizi, ecc.).

L'interpretazione del maggiore indebitamento delle famiglie come conseguenza di un cambiamento comportamentale e di un differente approccio alla gestione delle scelte familiari di consumo-risparmio-reddito familiare piuttosto che come conseguenza di una maggiore povertà delle famiglie italiane e di una più ampia diffusione di situazioni di necessità economica non ha trovato una risposta univoca.

L'osservazione che

- le famiglia possiedono uno o più prestiti non rimborsati al momento in cui richiedono un nuovo prestito;
 - il livello di impegni finanziari che grava sul reddito disponibile delle famiglie sia in aumento;
 - che molte famiglie ricorrono al credito nonostante abbiano una storia creditizia non più o meno negativa (con obbligazioni passate adempite con qualche ritardo);
- contribuiscono ad alimentare la preoccupazione che esistano rischi di sovraindebitamento e che le famiglie italiane stiano ricorrendo al credito per ragioni di necessità economica.

Tuttavia, l'analisi delle caratteristiche economico-finanziarie ha contribuito a qualificare meglio il fenomeno in questione e ha fatto propendere verso un'interpretazione molto più positiva del ricorso al credito delle famiglie.

Infatti, occorre osservare che:

- sono le famiglie con redditi più elevati a ricorrere maggiormente all'indebitamento;
- sono le famiglie meno numerose (single e coppie senza figli) ad aumentare il ricorso al finanziamento esterno rispetto alle famiglie più numerose;
- esiste un sostanziale equilibrio fra impegni finanziari e reddito corrente e una soddisfacente sostenibilità degli oneri finanziari;
- esiste anche un aumento, sebbene non elevato, dell'incidenza dell'indebitamento immobiliare e del suo indotto a determinare l'aumento del credito al consumo;
- ma soprattutto, la qualità creditizia e la rischiosità delle famiglie indebitate non segnalano segnali di deterioramento rilevanti;

Alla luce di queste evidenze empiriche, la crescita dell'indebitamento delle famiglie italiane sembra più l'effetto di un mutamento delle modalità di comportamento finanziario e di gestione del budget familiare. Nonostante questa debba essere l'interpretazione prevalente, è probabile che nell'aumento sensibile del credito disponibile ed erogato, possano presentarsi casi di famiglie con situazioni di difficoltà finanziaria. Esse sono più numerose rispetto a qualche anno fa ma occorre anche ricordare che, in

passato, esse sarebbero state discriminate o escluse dall'accesso al credito e non sarebbero state menzionate all'interno dei dati creditizi. L'analisi evidenzia anche l'esistenza di un numero di famiglie maggiore rispetto al passato che presentano difficoltà finanziarie o una maggiore incidenza degli oneri finanziari, ma tale fenomeno va forse letto più come una conseguenza fisiologica di una più ampia e intensa offerta creditizia che come sintomo del deterioramento della capacità delle famiglie di onorare i debiti contratti. Tra l'altro non si deve dimenticare come la maggiore accessibilità del credito, se adeguatamente sfruttata e offerta, contribuisca a migliorare la gestione delle difficoltà economiche delle famiglie e ad aumentarne il benessere.

Note

¹ Dalle analisi effettuate sui bilanci delle famiglie emerge che le attività reali possedute dalle famiglie diverse dagli immobili civili siano inferiori a circa il quindici per cento, marginali rispetto all'investimento immobiliare che caratterizza l'attivo delle famiglie italiane. Banca d'Italia, Supplementi al Bollettino statistico, 18 aprile 2000, "I bilanci delle famiglie nell'anno 1998".

² Si veda Dell'Amore G., *Credito al consumo*, Giuffrè, Milano, 1964.

³ Cosma Stefano, "Il credito alle famiglie di stranieri", Osservatorio sul credito al dettaglio, n. 18, 2005, Assofin, Crif, Prometeia.

⁴ Cosma S., 2005, "Il ruolo della GDO despecializzata nel mercato del credito al consumo", Atti del convegno "Consumer credit", ABI, Roma 21 marzo.

⁵ In questa direzione pesano i recenti sviluppi di altre economie come la Svizzera o la Francia, in cui si è reso necessario l'intervento governativo per risolvere alcune situazioni di "bancarotta domestica" che hanno colpito alcune tipologie di famiglie.

⁶ Dynan K., Johnson K., Pence K., 2003, « Recent change to a measure of U.S. household debt service » Federal Reserve Bulletin, October.

⁷ Guy Debelles, 2004, "Indebitamento delle famiglie e macroeconomia", Rassegna trimestrale BRI, marzo.

⁸ In Italia non esiste, al momento, il timore di pratiche di *loan flipping* in cui la concessione di prestiti avviene con condizioni tali da dover essere ripetutamente rinegoziate al fine di permettere l'applicazione di ulteriori oneri e commissioni e l'incremento del tasso d'interesse applicato.

⁹ I dati a cui si fa riferimento sono stati gentilmente resi disponibili, in chiave aggregata, da CRIF e CRIF Decision e Solution. Essi sono anche stati utilizzati in Cosma S., "L'indebitamento delle famiglie italiane" Osservatorio sul Credito al Dettaglio, n. 16, 2004, Assofin, Crif, Prometeia.

¹⁰ Il maggiore ricorso all'indebitamento delle fasce medio-alte di reddito rispetto è coerente con i risultati dell'ultima indagine sui bilanci delle famiglie italiane effettuata da Banca d'Italia. Detto fenomeno caratterizza le famiglie a prescindere dalla tipologia di professione, anche se con diversa intensità.

¹¹ Assofin, CRIF, Prometeia, Osservatorio sul credito al dettaglio n. 16, 2004.

Bibliografia

- ABI - Findomestic, I consumi delle famiglie e credito al consumo: le prospettive in Italia e le esperienze degli Stati Uniti e in Europa. Banca editrice, Roma, 1995.
 ASSBB, *Il credito al consumo*. Osservatorio Monetario 2004.
 Banca d'Italia, Supplementi al Bollettino statistico, I bilanci delle famiglie nell'anno 1998, 1998.
 Banca d'Italia, Supplementi al Bollettino statistico *Indagine sui bilanci delle famiglie italiane*, 2002.

- Beretta E., Il finanziamento delle famiglie italiane in Rivista Bancaria, n.3, 1999.
 Bianchi T., *Banche/famiglie: una relazione di clientela da riconsiderare. Un contributo all'analisi*, ASSBB, intervento tenuto nell'ambito del Seminario su Banche e mercati italiani nella prospettiva internazionale, S.Marco-Perugia, Marzo 2004.
 Brogi R., *Bilancio e indebitamento delle famiglie italiane*, AGE, 2004.
 Cosma S., *L'indebitamento delle famiglie italiane*, Osservatorio sul Credito al Dettaglio, n. 16, Assofin, Crif, Prometeia, 2004.
 Cosma S., *Il credito alle famiglie di stranieri*, Osservatorio sul credito al dettaglio n. 18, Assofin, Crif, Prometeia, 2005.
 Cosma S., *Il ruolo della GDO despecializzata nel mercato del credito al consumo*, Atti del convegno Consumer credit, ABI, Roma 21 marzo, 2005.
 Cosma S., Filotto U., *La formica e la cicala: Famiglie, credito e crisi*, in IIX rapporto Fondazione Rosselli, Banca, 2004.
 Cusimano G., Vassallo, *Credito al consumo: l'esperienza italiana nell'ultimo decennio*, Rivista Bancaria, 2002.
 Debelles G., *Macroeconomic implications of rising household debt* BIS Working Papers, n.153, giugno 2004.
 Dell'Amore G., *Credito al consumo*, Giuffrè, Milano, 1964.
 Desario V., *Indagine conoscitiva sui recenti incrementi dei tassi d'interesse sui mutui fondiari* Lavori della VI commissione dei deputati (Finanze), 1999.
 Di Antonio M., *La domanda di credito al consumo*, *Manuale del credito al consumo*, a cura di Filotto U., EGEA, 1999.
 Dynan K., Johnson K., Pence K., *Recent change to a measure of U.S. household debt service*, Federal Reserve Bulletin, October 2003.
 Filotto U., (a cura di), *Manuale del credito al consumo*, Egea, 1999.
 Filotto U., *Mito e realtà del credito al consumo (e qualche ipotesi per il domani)*, Banca, n.9, 2002.
 Granata E., *Impatto della regolamentazione europea e nazionale sul mercato del credito al consumo*, intervento al Convegno ABI Consumer Credit 2005.
 SMR Research Corp., *The Subprime Lending Industry and Allegations of Predatory Practices*, Aprile 2000.