

Danielli (MedioFimaa): spiace non essere coinvolti nel Fondo Garanzia per la casa

Noi mediatori dimenticati siamo d'aiuto alle famiglie



Mauro Danielli

di **Andrea Barzaghi**

È quasi tutto pronto per far partire il nuovo "Fondo Garanzia per la casa", uno strumento ideato per dare spinta allo sviluppo del mercato dei mutui favorendo l'accesso al credito a nuclei in difficoltà e giovani coppie. Secondo Abi e Ministero dell'Economia, il Fondo potrebbe garantire finanziamenti per 12-15 miliardi di euro tra il 2014 e il 2016 e si sta lavorando al protocollo d'intesa per disciplinare l'accesso delle banche alle garanzie e avviare rapidamente le erogazioni dei mutui. Un'iniziativa che però ha tralasciato in toto il canale distributivo indiretto, quello dei mediatori creditizi. Ne abbiamo parlato con **Mauro Danielli**, presidente di **MedioFimaa**, società di mediazione creditizia, per capire il punto di vista degli operatori interessati.

I mediatori creditizi non sono stati coinvolti nel processo che ha portato alla creazione del Fondo e nemmeno al protocollo d'intesa. Come valutate questa esclusione?

Con rammarico, perché crediamo che il canale dei mediatori creditizi sarebbe quello più idoneo per dare effettiva applicazione al Fondo. Da quando è entrato in vigore il D.Lgs. 141/2010, (il decreto che ha riformato il mondo del credito ristrutturando radicalmente il canale distributivo dei mediatori creditizi, ndr), queste figure sono quelle più vicine al cliente, quelle che lo possono informare e consigliare al meglio. Nell'ottica di dare sostegno e aiuto alle famiglie, sarebbe utile e opportuno avvalersi di questo canale indiretto, che oggi più che mai colma un gap informativo e consulenziale in materia

finanziaria. Un cliente che si reca in qualsiasi sportello viene consigliato sui prodotti di quella banca, cosa più che ovvia, ma non è detto siano i migliori sul mercato. I mediatori, invece, confrontano le offerte di vari istituti bancari per scegliere il mutuo che meglio risponde alle esigenze e al profilo del cliente. Di fatto, se c'è qualcuno imparziale che può

incentivare e promuovere lo strumento del Fondo presso i consumatori, quel qualcuno è il mediatore creditizio.

Com'è il mediatore creditizio "moderno"?

Completamente diverso da quello che forse ancora vive nell'immaginario comune. L'intento del legislatore, quando ha trasformato la categoria dei mediatori, era quello di garantire al cliente maggior trasparenza, innalzando il livello professionale degli operatori, controllando il loro operato e rendendoli sanzionabili. Un intento molto

società srl o spa, una peculiarità che non trova eguali in altri settori, e sempre per tutelare al massimo il cliente sono soggetti a controlli e a sanzioni che assicurano al cliente una condotta proba. Ma tutto questo il consumatore non lo sa.

Asimmetria informativa, quindi?

Direi di sì. In questi quattro anni abbiamo intrapreso un percorso faticoso e improntato alla trasparenza e all'efficienza, elementi che nel mercato attuale sono grandi pregi. Tanto è stato fatto per tutelare il cliente, tranne il fatto di informarlo sull'opportunità di rivolgersi ad un professionista plasmato proprio sulle sue esigenze che lo consigli in modo imparziale. L'onere informativo è stato scaricato sui mediatori stessi, come se l'interesse fosse solo unilaterale".

Pensa che il Fondo sia uno strumento utile per dare nuovo impulso al settore dei mutui?

Anche altri paesi cercano soluzioni per rendere più facile l'accesso ai mutui, come in Gran Bretagna, dove il governo ha varato il programma "Help to buy scheme", un piano da 12 miliardi di sterline di garanzie statali. In Italia abbiamo più volte auspicato un intervento dello stato che agisse come contro-garanzia, e indubbiamente il Fondo agisce in questa direzione, aiutando in particolare nuclei in difficoltà e giovani coppie per le quali l'accesso al credito è più complicato, quindi ha una valenza sociale molto importante. Anche per questo noi mediatori creditizi ci rammarichiamo di non poter esserne veicolo d'applicazione. Crediamo che il Fondo sia un'opportunità valida per il mercato, ma che il successo dell'iniziativa sia collegato anche alla capacità di impiegare tutti i canali distributivi per raggiungere il consumatore.



Il nostro canale sarebbe quello più giusto per dare effettiva applicazione al Fondo

nobile, che ha portato ad uno sfolgimento drastico degli addetti ai lavori, da oltre 100mila agli attuali 200 circa, che oggi sono altamente qualificati, formati e aggiornati, forniscono consulenza professionale al cliente, gestiscono le pratiche e i rapporti con le banche. I mediatori creditizi "moderni" sono società con un capitale sociale ben superiore a quello di qualsiasi