

Sportelli. In regione oltre il 30% della quota di mercato è per gli istituti minori e per il sistema cooperativo

# I big del credito non sfondano

Gera (**Accenture**): «Ci sono ampi margini per il segmento al consumo»

Monica Lang  
MILANO

Con i suoi 6.347 sportelli - pari a circa un quinto del totale nazionale (il 19,3% dei complessivi 32.820 censiti a livello italiano) - la Lombardia è senza dubbio la regione dove è più alta la concentrazione delle filiali bancarie. E le recenti fusioni non hanno, tuttavia, intaccato il peso degli istituti più legati al territorio.

A dirlo è uno studio effettuato da **Accenture** Research, che mette in evidenza come Ubi Banca e Intesa-Sanpaolo, ad esempio, con 2.233 sportelli operativi, guidano la classifica lombarda e insieme totalizzano circa il 35% del mercato, vale a dire più di uno sportello su tre. Una quota rilevante, soprattutto in un territorio dove la concentrazione - uno sportello ogni 1.500 abitanti - è la più alta d'Italia (la media nazionale è di uno per 1.800 abitanti), mentre in termini di aziende la concentrazione degli operatori è perfettamente in linea con il resto del Paese.

Andando a guardare tra i principali istituti, è da sottolineare che Ubi concentra in Lombardia il 46,8% dei suoi sportelli (948 dei 2.027 com-

plessivi) e che con questi pesa per il 14,9% sul mercato lombardo. Il Banco Popolare, che ha una rete di 553 agenzie (pari al 25,7% delle sue 2.152 dislocate sul territorio nazionale) consegue l'8,7% del settore in regione, mentre Intesa-Sanpaolo, che con il 20,2% detiene il primato di mercato sul territorio, in cifre assolute ha il più alto numero di sportelli (1.285), che tuttavia rappresentano "soltanto" il 21,3% dei suoi 6.023 complessivi. Unicredit, con 610 sportelli terza in numeri assoluti, concentra in Lombardia il 12% delle sue filiali, incidendo con questi per il 9,6% sul distretto. Tra i big presenti in Lombardia anche Bpm, che conta 466 sportelli, equivalenti a una quota di mercato del 7,3 per cento.

Sulla base dei dati raccolti e analizzati da **Accenture** Research, i primi sette istituti bancari presenti sul territorio lombardo (Intesa Sanpaolo, Ubi, Unicredit, Banco Popolare, Bpm, Mps, Bnl), insieme, vantano una quota di mercato in fatto di sportelli pari a quasi il 70% (il 68,5% per la precisione) del totale presente in regione. Ma questo significa anche che le insegne minori e il credito cooperativo conservano co-

munque una presenza significativa sul territorio, che supera abbondantemente il 30 per cento del mercato.

«La Lombardia - spiega Piercarlo Gera, responsabile mondiale Strategy di Accenture - è un mercato chiave a causa dell'alta densità di istituti e possiamo dire che nonostante le aggregazioni del recente passato, le banche legate al territorio conservano un certo peso, così come le casse rurali. Ci sono stati anche nuovi ingressi come il Credito Valtellinese, che ha acquistato sportelli da Intesa, o Credem, che in Lombardia si sta rafforzando».

Quale lo spazio di crescita in una regione a così alta densità bancaria? Lo studio di **Accenture** sottolinea la bassa penetrazione del credito al consumo rispetto alle potenzialità del mercato: solo il 22% del credito alle famiglie

è concentrato in Lombardia, mentre gli indicatori segnalano un tasso di indebitamento in forte crescita.

«Abbiamo constatato - commenta Gera - una limitata incidenza del credito al consumo nella raccolta, una sottopenetrazione, soprattutto nelle fa-

miglie, che promette ampi margini di sviluppo per questo segmento».

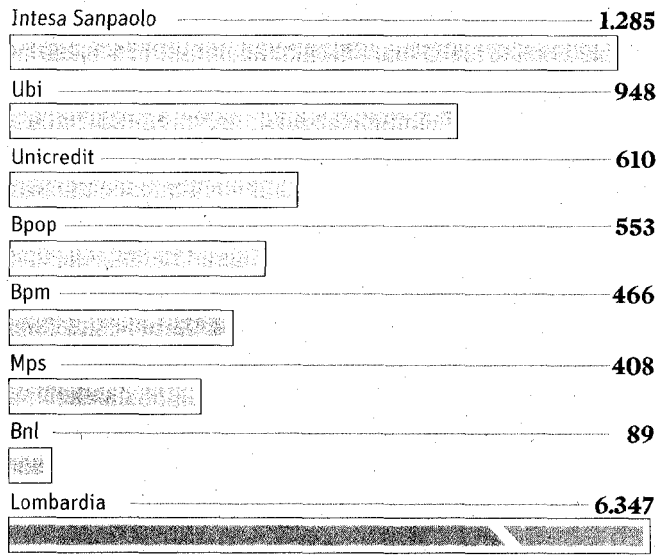
E proprio il sempre maggiore ricorso al credito al consumo promette ottime prospettive anche all'online banking, un mercato che nel 2007 è stato stimato in circa 12,7 milioni di conti corrente tra i privati e

3,9 milioni per le imprese, e che prevede tassi di incremento notevoli sia per il mercato "puro" - le proiezioni del "Tasso annuo di crescita composto" (Cagr, acronimo inglese che sta per Compound annual growth rate) dal 2006 al 2010 prevedono un balzo in avanti del 28,6% -, che per quello "non puro" (+20,4%).

«Fino ad ora si è investito molto poco in tema di online banking - aggiunge Piercarlo Gera - con tassi di sviluppo molto inferiori all'e-commerce. Invece, anche per le banche retail il mercato online è molto interessante, in quanto vi è una diretta correlazione tra fedeltà e multi offerta. Il cliente gradisce avere interazioni frequenti con la sua banca e noi pensiamo che la diffusione del credito al consumo possa essere veicolata più facilmente attraverso il mobile banking».

### Le filiali

La presenza dei principali istituti di credito e il totale regionale



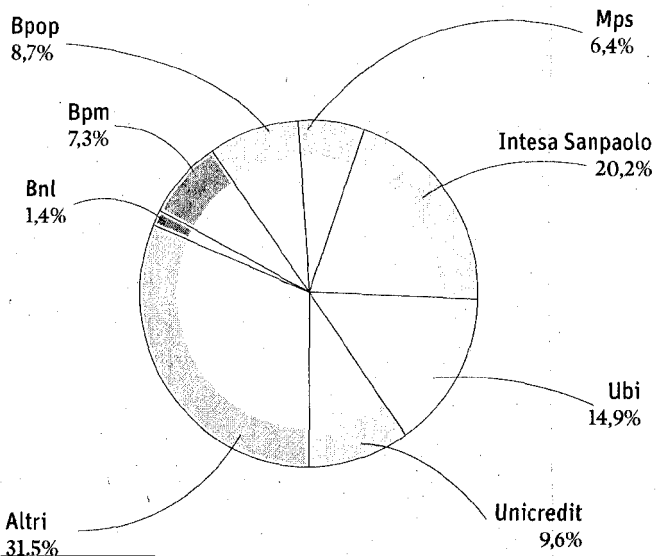
Fonte: Accenture Research

#### LA PRESENZA

Il gruppo Intesa Sanpaolo con 1.285 agenzie censite sull'intero territorio pesa da sola per il 20,2% del totale regionale

### Il peso specifico

Il peso percentuale delle principali banche in Lombardia



Fonte: Accenture Research

#### LE PROSPETTIVE

L'online banking offre margini di crescita elevati ma fino a oggi è stato interessato da investimenti scarsi

