

C'è chi dice che oggi siete tra le realtà che stanno lavorando meglio sul mercato. Quali sono stati i risultati del 2010?

I risultati del 2010 sono stati soddisfacenti, soprattutto tenuto conto del periodo difficile e di transizione del mercato del credito. Siamo cresciuti in tutti i comparti, sia in termini di erogato che di fatturato. Tutto questo grazie all'ampliamento della rete e al rafforzamento delle convenzioni con gli Istituti di Credito. Un grosso margine l'abbiamo ricavato dal settore Corporate (in particolar modo dai leasing), e dalle Cessioni del Quinto, prodotti dei quali abbiamo saputo cogliere le potenzialità e cavalcare l'onda. **Siamo cresciuti**, nonostante il periodo sfavorevole per il mercato creditizio, perché abbiamo puntato sulle potenzialità individuali dei nostri collaboratori. Abbiamo fatto leva sulle attitudini dei singoli, per essere più produttivi, soprattutto in termini di qualità; dopotutto **l'eccellenza è l'unica strada da seguire** alla luce del rinnovamento del settore imposto dalla Riforma. Al centro mettiamo gli uomini e i rapporti: ogni persona che lavora con noi è un soggetto unico, con i suoi punti di forza da mettere in campo nel proprio lavoro. Non a caso il nostro slogan è: **Abbiamo bisogno di persone uniche che sappiano rendere grande un progetto**. Abbiamo lavorato per tutto il 2010 per rendere proficua questa ricerca, puntando su eventi di qualità per il recruitment, come i Convegni, le Convention e le Fiere Specializzate e organizzando noi stessi incontri formativi con professionisti del settore. Desideriamo che chi lavora con noi si distingua per serietà e professionalità, per sdoganare il tabù secondo cui la categoria dei mediatori sarebbe costituita da "elementi superficiali e poco preparati".

Quali prevedete per il prossimo anno?

Per l'anno in corso prevediamo una crescita esponenziale, in quanto la maggior parte dei nuovi uffici li abbiamo affiliati tra la fine del 2010 e l'inizio del 2011 e da loro stiamo avendo già riscontri ottimi. Il processo di espansione della rete sta continuando a ritmi serrati, per cui siamo certi che in questo primo semestre del 2011, il numero di uffici cresca almeno del 30%. Questo si tramuta per noi in: **maggiore erogato**, e più erogato vuol dire aumento della forza contrattuale con le banche e quindi maggiore competitività su un mercato che diventerà sempre più selettivo. Con nostra grande soddisfazione stiamo ampliando la rete in regioni nelle quali eravamo ancora poco presenti, come la Calabria, la Puglia, la Sicilia, il Lazio, la Lombardia e, con piacevole sorpresa, stiamo scoprendo che il **marchio Creditfamily** ha molto appeal anche in queste regioni, nelle quali è conosciuto e molto apprezzato.

Quali saranno invece gli obiettivi strategici nei prossimi mesi?

Gli obiettivi strategici per i prossimi mesi sono: il consolidamento dei nuovi accordi che abbiamo concluso con le banche; la stipula di nuovi accordi con importanti finanziarie sia per i prestiti personali che per i mutui; l'ampliamento della rete; la formazione continua e l'affiancamento per i nuovi affiliati; l'acquisto di una **piattaforma gestionale** che verrà messa a disposizione di tutta la rete volta allo snellimento e alla semplificazione del lavoro di caricamento e gestione delle pratiche, nonché all'implementazione di campagne di marketing; infine un investimento di 30.000 euro in pubblicità che ci renderà presenti su tutti i motori di ricerca web.

Come vede il mercato mutui per il 2011?

Noi lo guardiamo con concretezza e lucidità. Sappiamo come dobbiamo approcciarci, con professionalità e puntando alla qualità. Possiamo contare sui grandi accordi con le banche, ormai consolidati negli anni e sui nuovi accordi che abbiamo concluso negli ultimi mesi. Un accordo importantissimo lo abbiamo siglato con due grosse società di costruzione per la gestione in esclusiva delle pratiche di finanziamento derivanti dalla **vendita di 1.000 alloggi in Puglia**, destinati ad iscritti ad Ente Convenzionato. Questo progetto ci vedrà impegnati per i prossimi 2 anni.

E quello dei prestiti personali?

Anche il mercato dei prestiti lo guardiamo in maniera positiva. Continueremo a lavorare a stretto regime con **Consumi.it**, con cui proseguiamo questa collaborazione spalla a spalla, alla luce dei risultati ottenuti. Come spiegava Vittorio Trapanese, responsabile commerciale di Consum.it nel suo intervento alla Convention Creditfamily, ci siamo distinti per la qualità delle pratiche, per la percentuale elevata di approvato e per il bassissimo livello di insoluti.

La parola d'ordine è fare margine, ma dove?

Da commerciale e da responsabile di un'azienda, rispondo che i margini devono venir fuori da tutti i comparti. E' vero che oggi ci sono ancora dei prodotti che consentono dei margini più elevati, ma questo aspetto tenderà sempre più a livellarsi, per cui bisognerà continuare a **diversificare** ed essere forti su tutto.

Come avete reagito all'arrivo del decreto che ha istituito la nuova normativa per la mediazione del credito?

Noi siamo pronti già da tempo, in quanto ci siamo adattati alla Riforma già prima dell'entrata in vigore, adeguando il capitale sociale a quanto richiesto da Banca d' Italia. Con sincerità posso dire che siamo anche favorevoli alla Riforma riguardo a molti aspetti. Siamo consapevoli che il settore andava regolamentato e, chi lavora bene, ne trarrà non pochi vantaggi.

Come rispondete a questa rivoluzione? E come vi distinguate dagli altri?

A differenza di altri, noi della **CREDITFAMILY** abbiamo dato immediatamente corso a quanto previsto dalla Legge perché certi e sicuri di continuare il nostro operato in un ambiente pulito e trasparente, proponendoci, inoltre, come valido supporto per tutti coloro che vogliono responsabilmente continuare tale attività d'intermediazione con l'affidabilità e la competenza che da sempre ci contraddistingue, secondo un criterio di cooperativismo tra tutti gli affiliati; difatti lo slogan della CREDITFAMILY è: *// nostro brand in cambio di "Free (libertà) e Management fee"* lo penso che quello che davvero ci distingue dagli altri è la forma mentis di questa azienda. Mi piace la concretezza, non amo i giri di parole. Quando mi approccio a qualcuno che è interessato ad affidarsi a noi, lo invito a venire a trovarci in ufficio. Visitare il nostro back office vuol dire conoscere persone specializzate e professionali, che affrontano con impegno quotidiano il lavoro, dedicate per prodotto e per Istituto, che anche solo attraverso una telefonata sono pronte a fornire tutte le informazioni. E' per questo che tengo molto alla formazione degli uffici presso il nostro back office: in media prevediamo un affiancamento di circa 7 giorni, che prevede delle fasi teoriche, ma soprattutto pratiche, per trasmettere con efficacia gli elementi essenziali per essere operativi da subito e acquisire autonomia.