

TUTTO IN UN NEGOZIO

di Marcella Persola



Carta d'identità

Nome: Stefano Leonardi
Ruolo: amministratore delegato
Anni: 44z
Società: We-Unit

Non vogliono diventare la nuova Kiron, rete di mediazione creditizia del gruppo Tecnocasa, il loro esempio è Azimut. O meglio quello che la società guidata da Pietro Giuliani ha rappresentato nel mondo della promozione finanziaria. E' questa **We-Unit**, società nata dall'integrazione tra **Mavrefin** e **Mutuinetwork** che ha un obiettivo preciso: essere un provider di servizi agli affiliati dei due network e raggiungere le 110 unità nei prossimi tre anni con un erogato di 550 milioni.

We-Unit nasce in un momento di mercato non proprio roseo per la mediazione creditizia?

Certo il contesto nel quale ci troviamo ad operare è differente rispetto al passato. Il mercato dei mutui, secondo quanto presentato da NMG, ha segnato un rallentamento del 5-7% sul 2007, che è peggiorato notevolmente da aprile in avanti, e non solo dal punto di vista dei volumi. Credo che sia iniziata una nuova era nel mercato del credito. Si è chiusa l'era delle *commodities*. Ora la vera sfida è focalizzare l'attenzione sulla qualità. We-Unit, si vuole presentare come un polo di aggregazione e un fornitore di servizi per gli affiliati delle reti Mavrefin e Mutuinetwork. In un contesto in cui si assiste a un rallentamento del mercato immobiliare, al declino dei mutui acquistati, e a un comportamento più riflessivo da parte degli istituti bancari, si rende necessario un processo di aggregazione, che possa apportare reali benefici all'affiliato, ma soprattutto al cliente finale.

Quindi, in concreto, che cosa pensate di fare?

Debutta We-Unit, che vuole diventare l'Azimut dei mediatori. Leonardi: nel mirino 110 unità.

L'integrazione tra le due società ha l'obiettivo di porsi nei confronti del mercato con un maggiore potere di acquisto, alla fine di offrire prodotti di elevata qualità. Vogliamo creare valore per gli affiliati, per gli azionisti e per i clienti finali. Riteniamo che si possa costituire un *fit* eccellente tra le due realtà e questo ci porterà a una riduzione dei costi e ad aprirci a nuovi mercati. Pensiamo, ad esempio, che il mercato dei finanziamenti alle famiglie e alle piccole imprese è un business molto attrattivo, per quanto riguarda i mutui, che resteranno il *core business* della società, ipotizziamo una ripresa da giugno del 2009. Però pensiamo che ci siano degli spazi di crescita anche in altri segmenti, come i mutui non tradizionali.

Come sarà strutturata We-Unit?

We-Unit sarà partecipata per il 90% da Fondocasa e per il 10% dal sottoscritto. Nel 2009 abbiamo intenzione di diventare una ex 106 proprio

in linea con l'obiettivo di fornire valore aggiunto e diventare un interlocutore professionale sia per il mercato sia per gli altri operatori. Daremo vita a un modello di business integrato suddiviso in quattro divisioni: mutui, assicurazioni, prestiti personali-cessioni del V° e aziende. Questo modello integrato consentirà che ogni negozio affiliato possa operare in base al concetto di "one stop shopping" in cui il cliente in un solo posto può trovare risposta a tutte le necessità, oltre a quelle del mutuo. L'obiettivo è vendere ad ogni cliente diversi prodotti.

Per fare questo allora attuerete un programma di espansione territoriale molto aggressivo?

Non vogliamo aprire punti di vendita in ogni luogo. Per intenderci non vogliamo diventare una nuova Kiron, ma l'Azimut della mediazione del credito. Per questo abbiamo strutturato una rete di *specialist* che supporteranno gli affiliati nella vendita e nella consulenza al cliente. Attualmente abbiamo 4 sedi operative a Cinisello Balsamo (MI), Verona, Torino e Villanova d'Albenga (SV) a cui si aggiungerà la nuova sede di Roma. Oggi We-Unit conta 50 uffici distribuiti in 9 regioni. L'obiettivo nel prossimo triennio è il raggiungimento di 120 uffici sul territorio nazionale, con una copertura territoriale di 15 regioni, e di 550 milioni di erogato tra mutui, prestiti, cessioni e finanziamenti alle aziende. L'obiettivo è una crescita annua dal 2009 al 2011 pari al 37%. Inoltre vogliamo aumentare la produttività annua del 25%. Oggi la produzione media per punto vendita è di 4 milioni, pensiamo che nel 2011 posso raggiungere i 5 milioni. ■