

# Sommario

- 6. Tremonti e i falsi Robin Hood *The Advisor*
- 7. Crisi, scene di un anno *The Strategist*
- 10. La posta

## COVER STORY

- 12. Promotori finanziari, è l'ora della scelta *di Francesco D'Arco*
- 14. Sei un vero consulente? Scopri in 54 domande *di Gaetano Megale, Sergio Sogli, Egidio Vacchini*
- 26. News

## Asset

- 31. Banca Sara al giro di boa
- 34. Il pericolo inflazione è molto "emergente" *di Allan Conway e Nicholas Field*
- 37. Più pf per più clienti *di F. D.*
- 38. Puntare a Tic e utility *di M. D.*
- 40. A prova di recessione *di Edoardo Romano*
- 42. Barometro investimenti *di Giovanni Nigretti*
- 44. Numeri & Tabelle
- 50. In vetrina

## PROTAGONISTI

- 55. Evoluzioni da digerire
- 56. La fedeltà non ci basta *di Marcella Persola*
- 58. Fattore passaparola *di M. D.*
- 59. Se la fusione fa male *di Massimiliano D'Amico*
- 60. Strutturati e bloccati *di Giovanni Nigretti*
- 62. Bancassurance, fase 2 *di Marcella Persola*
- 63. I controlli? Servono *di G. N.*

## MANAGEMENT & SERVIZI

- 65. Una stada in salita
- 66. Vantaggi a pacchetto *di Enrico Trevisan*
- 68. La tassa fa discutere *di Luigi Gaffuri*
- 70. Una SIM senza gambe *di Carlo Emilio Esini*
- 71. Sportello lavoro

## DOSSIER AGENTI IMMOBILIARI

- 74. Mercato duro, urge cambiare *di Marcella Persola*
- 76. Con l'obiettivo della Borsa *di M. P.*
- 77. Teniamo i ruoli ma ben distinti *di Massimiliano D'Amico*
- 78. Una fusione rischiosa più specializzazione *di Giovanni Nigretti*
- 80. Canale giusto e indiretto *di Giancarlo Vinacci*
- 82. Directory



Mario Draghi, Bankitalia pag. 7, 44



Gennaro Cicalese, FRIMM pag. 78

Giovanni Grimaldi, Mavrefin pag. 79



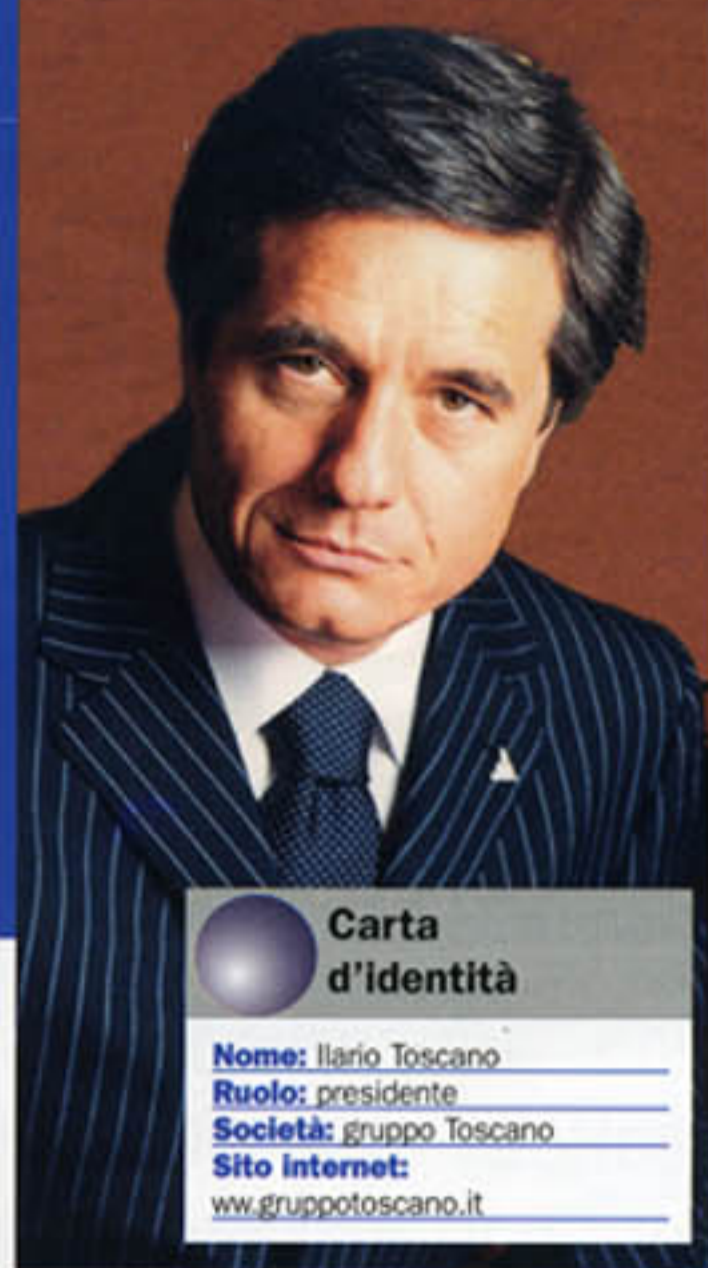
Luigi Sada,



**Carta d'identità**  
Nome: Giovanni Grimaldi  
Ruolo: direttore franchising  
Società: gruppo Mavrefin  
Sito internet: www.mavrefin.it

### GRUPPO MAVREFIN

«Mediazione creditizia e intermediazione immobiliare sono professioni complementari che devono rimanere ben distinte». Risponde così **Giovanni Grimaldi**, direttore franchising del gruppo Mavrefin, all'intenzione da parte di alcuni operatori del settore di integrare le due attività. «Il mediatore creditizio - afferma il manager - deve continuare a garantire trasparenza e soluzioni su misura per ciascun cliente nell'ambito della gestione di una compravendita immobiliare abbinata ad un mutuo». Mavrefin ha recentemente contribuito a fondare Assomea, l'Associazione Mediatori Creditizi degli Agenti in Attività Finanziarie e dei Promotori Finanziari che vuole riunire in un sindacato i quasi 100.000 professionisti dell'intermediazione dei mutui, con lo scopo di qualificare la categoria. «Il nostro scopo - aggiunge Grimaldi - è quello di elevare la figura del mediatore attraverso intensi corsi didattici in aula, per formare figure altamente preparate e slegate da qualsiasi logica della vendita». Distingersi quindi dall'agente immobiliare, anche per permettere ai clienti di riconoscere nel mediatore creditizio, un consulente in grado di proporre mutui per la casa e i prestiti personali, più idonei alle singole esigenze, offrendo soluzioni personalizzate e possibilità di scelta tra i migliori prodotti bancari presenti sul mercato. E per quanto riguarda l'evoluzione della professione nei prossimi mesi Grimaldi ritiene che «bisogna integrare la bozza Pinza, la legge di riordino del credito al consumo, a partire dalla creazione dei requisiti minimi necessari per l'accesso a questa attività».



**Carta d'identità**  
Nome: Ilario Toscano  
Ruolo: presidente  
Società: gruppo Toscano  
Sito internet: www.gruppotoscano.it

### GRUPPO TOSCANO

Di fronte alla decisione di alcuni operatori del settore di integrare l'attività di intermediazione immobiliare con quella di mediazione creditizia, **Ilario Toscano**, presidente del gruppo Toscano, ritiene che ciò «sia una scelta naturale, che viene richiesta dal mercato stesso e le evidenti caratteristiche di sinergia dei due servizi siano la conferma di una necessità crescente manifestata dalla clientela». Il manager, però, sostiene che la possibile fusione delle due figure professionali non possa garantire al cliente finale un servizio adeguato e appropriato. «Credo che la scelta della specializzazione del servizio sia quella vincente - sottolinea Toscano. La nostra mediazione creditizia è nata "da una costola" dell'intermediazione immobiliare, in quanto i consulenti immobiliari in passato si trovavano a offrire prodotti finanziari, pur mantenendo come core business il mercato immobiliare». Negli anni il gruppo ha, infatti, sviluppato un settore distinto, specializzandosi sempre più nella mediazione creditizia, con la società dedicata **Toscano Mutui**, per offrire al cliente un servizio elevato e fortemente qualificato. E per quanto riguarda la strategia che il gruppo attuerà nei prossimi mesi il manager sostiene di voler procedere nella strada finora intrapresa, «mantenendo, cioè, due società, che offrono servizi specializzati e integrati. Per la nostra realtà il settore della mediazione creditizia è più giovane rispetto a quello dell'intermediazione immobiliare, ma la sua crescita è per noi un aspetto molto importante per continuare a fornire soluzioni immediate, certe e vincenti».

## ADVISOR DOSSIER

# UNA FUSIONE RISCHIOSA PIÙ SPECIALIZZAZIONE

Tra mediazione creditizia e intermediazione immobiliare si può tracciare la strada di una integrazione "intelligente". Le "vision" di 4 protagonisti del mercato a confronto.

di Giovanni Nigretti

**M**ediazione creditizia e intermediazione immobiliare sono professioni complementari che possono lavorare assieme ma devono rimanere ben distinte. E' questa la sintesi dell'opinione collettiva che Gennaro Cicalese di FRIMM, Giovanni Grimaldi di Mavrefin, Ilario Toscano del gruppo Toscano e Luigi Sada di Tecnocasa Franchising hanno spiegato ad ADVISOR. Tra i quattro manager c'è chi punta ad elevare lo spessore professionale delle due figure, chi, invece, crede di più nella specializzazione di una rispetto all'altra, chi intravede dall'integrazione delle due, momentanee efficienze nella fornitura del servizio e chi, infine, le considera due realtà che devono proseguire ognuna per la sua strada.

### GRUPPO FRIMM

«Puntiamo all'ampliamento dell'offerta dei servizi per il real estate da parte dei nostri affiliati». E' questo il pensiero di **Gennaro Cicalese**, presidente del franchising immobiliare di FRIMM, una tra le prime reti in franchising che ha puntato sul concetto di collaborazione tra operatori, per poter offrire al cliente un servizio a 360°, che lo soddisfi e che sia sinonimo di innovazione e qualità. «Vogliamo fornire - sottolinea Cicalese - una struttura immobiliare completa. All'interno di una delle nostre agenzie sparse su tutto il territorio nazionale, i nostri mediatori stabiliscono insieme al cliente, prima la sua capacità economica e poi tramite l'agente immobiliare si attiva la ricerca del bene in linea con il profilo finanziario tracciato». Inoltre punto di forza del mediatore FRIMM, è rappresentato dal numero di accordi stipulati con oltre 20 istituti di credito. Questo

consente al cliente di ottenere una "pre-delibera" bancaria, per stabilire il tetto massimo di richiesta del mutuo da parte di quest'ultimo. «Noi crediamo molto nella figura del consulente sia immobiliare sia creditizio - aggiunge il manager. Il nostro punto di forza si basa sulla condivisione da parte di tutti i nostri affiliati degli immobili - tutto il portafoglio o soltanto una parte - che ogni agenzia possiede». In questo modo l'operatore che opera per FRIMM ha a disposizione più di 35.000 immobili, potendo così fornire un vasta offerta di scelte disponibili per ogni tipo di richiesta. «Mentre dal punto di vista creditizio - continua Cicalese - ci stiamo focalizzando, grazie al franchising FRIMMONEY, sulla figura del broker, un professionista in grado di fornire le migliori soluzioni finanziarie, come mutui, prestiti, cessioni, in linea col profilo del cliente». Il presidente, infi-



**Carta d'identità**  
Nome: Gennaro Cicalese  
Ruolo: presidente franchising  
Società: gruppo FRIMM  
Sito internet: www.frimm.com

ne, afferma che il modo migliore per superare la concorrenza agguerrita presente sul mercato, «è focalizzarsi sempre più sulla specializzazione di ogni figura immobiliare, in modo tale che il cliente possa trovare all'interno di ogni agenzia risposte appropriate alle sue reali esigenze».