



L'identikit



L'analisi Trasparenza, semplificazione e riduzione dei costi:

Le tre sfide da vincere per diventare grandi



di **STEFANO CASELLI**
 Professore di Economia degli
 intermediari finanziari in Bocconi

Il credito al consumo divide da tempo gli osservatori in due grandi gruppi: da un lato coloro che hanno sempre visto in questo strumento un elemento di potenziale pericolo, evidenziandone lo spirito maligno della «corsa al debito» e i costi eccessivi, a volte poco trasparenti. Dall'altro lato, coloro che ne hanno esaltato il fondamentale contributo alla crescita e al sostegno dei consumi. Non

vi è dubbio che le fasi di crisi economica vedono sempre prevalere le ragioni di coloro che da sempre hanno messo in luce gli aspetti negativi del credito al consumo.

Il tema va affrontato tuttavia in termini più costruttivi e maturi, in quanto la crisi ha posto l'attenzione sulla natura del settore finanziario e sul contributo che potrà giocare in futuro se riuscirà a qualificarsi come fattore responsabile di sostegno ai consumi e alla crescita. Questa sfida deve essere

quindi giocata su due differenti livelli: quello ampio dei valori e del rapporto con i consumatori; quello più specifico legato alle caratteristiche del prodotto e alla sua continua innovazione.

Nel primo caso il credito al consumo deve affrontare — così come larga parte dei prodotti retail, siano essi carte di credito fondi comuni o conti correnti — la partita del nuovo rapporto e del nuovo «patto» con il consumatore, che passa attraverso la trasparenza sostanziale, la semplificazione e l'impegno all'educazione fi-

