

Sinergie e controllo per la CQS

Si è specializzata nel mercato della Cessione del Quinto. Creando sinergie con il mondo bancario e del credito al consumo. Così oggi Pitagora chiude un bilancio 2010 in sensibile crescita pur in un mercato che rallenta del 14%. Le strategie dell'azienda nelle parole di Massimo Sanson, Amministratore Delegato

Massimo Sanson, amministratore delegato di Pitagora non ha dubbi: "Lo tsunami nel mondo della Cessione del Quinto dello Stipendio non è ancora finito; nei prossimi mesi, quasi certamente, assisteremo ad una ulteriore contrazione del settore. Solo chi avrà mezzi, patrimonio, esperienza e serietà alle spalle, riuscirà a consolidare la propria posizione".

Sanson conosce bene il tema di cui sta parlando visto che la sua società nata nel 1995 è specializzata (97% del volume di attività) in questa particolare area del credito e anzi con il suo fatturato di 265 milioni di euro rappresenta sicuramente uno dei leader del mercato. "Negli anni passati", spiega San-

son, "le politiche spregiudicate di acquisizione e la scarsa professionalità di mediatori improvvisati, hanno dato vita ad un mercato inizialmente brillante ma che, negli anni, ha mostrato i suoi lati più deboli. Oggi, anche per gli effetti della forte contrazione economica e dell'intervento normativo da parte di Banca d'Italia, si assiste a una progressiva selezione dei player di riferimento di questo settore".

Mercato in calo, profitti in crescita

Eppure per Pitagora il 2010 si è chiuso con ottimi risultati: in un mercato che complessivamente è calato del 14%, la società è invece cresciuta del 7%, facendo crescere anche il margine. "Nella prossima assemblea di metà aprile, rivela Sanson, decideremo anzi un aumento gratuito di capitale da 8 a 16 milioni di euro attingendo ad una riserva patrimoniale di oltre 30 milioni di euro".

Rete proprietaria e partnership

Buona gestione, capacità imprenditoriale, prudenza piemontese (nel DNA della società e dei suoi fondatori, tutti torinesi di nascita o d'adozione), quali sono i segreti del successo? Pitagora, rispetto ad altri operatori del mercato, attua una politica distributiva particolare: utilizza esclusivamente una rete di 49 agenzie dirette distribuite in tutta Italia a supporto di un network di 24 banche che aggiungono altri 2.400 sportelli; insieme alle società di credito al consumo, con cui pure esistono accordi, generano un volume d'affari che, nel 2010, ha rappresentato il 56% dell'attività.

La catena del valore

"E' una politica vincente, spiega Sanson, perchè offre elementi di valore a tutti i soggetti coinvolti. Il cliente che per un qualunque motivo non riesce a trovare soddisfa-

120 mesi vincente

Nella produzione del 2010 la parte del leone l'hanno fatta i finanziamenti a 120 mesi che hanno totalizzato 6.241 contratti per un finanziato di 167 milioni di euro e che rappresentano il 63% della attività. Largamente distanziato è il finanziamento per un periodo esattamente dimezzato, 60 mesi, che nel 2010 ha totalizzato poco meno del 10% dei contratti e che rappresenta però il secondo gruppo più importante. Decisamente scarsi invece i finanziamenti nel breve periodo: quelli inferiori ai 24 mesi non raggiungono lo 0,5% del totale, mentre quelli a 36 mesi superano appena il 3 per cento.

Massimo Sanson, Amministratore Delegato di Pitagora



Manager, fondi e banche nella proprietà

Nella proprietà di Pitagora entrano sia soggetti privati, come i due fondatori, Massimo Sanson e Filiberto Maida, e i manager, sia soci industriali come il Gruppo Banca Popolare di Milano, presente anche con un suo fondo di Private Equity, che la Cassa di Risparmio di Asti. E' un cocktail di soggetti che garantisce alla società stabilità nelle politiche industriali, motivazione nella promozione dei servizi e dinamicità nell'adeguamento alle condizioni di mercato. Ed è una politica che Sanson intende proseguire anche nei prossimi anni con un progetto di allargamento della compagine societaria ad altri soggetti.

zione alla sua richiesta di prestito personale presso la banca, viene indirizzato da noi dove invece, sulla base delle garanzie classiche di questo tipo di finanziamento, ha la possibilità di accedere ad un credito che gli sarebbe altrimenti negato. Così il cliente viene finanziato, la banca soddisfa una richiesta del cliente e ne ricava un margine, e noi facciamo business. E' un circuito virtuoso che premia tutti".

15.000 clienti nel 2010

Secondo i dati Assofin, la società ha uno share del 6% del mercato della cqs retail e la sua quota continua a crescere pur nell'accertata contrazione del mercato. Fra le migliaia di clienti in portafoglio, 15.000 risultano attivi nel solo

2010; sono distribuiti per il 60% al Nord e per il rimanente 40% al Centro Sud e anche questo dato è in controtendenza perché rispetto ad una politica del mercato che punta a disertare le regioni del centro sud, la quota di questa area è per Pitagora in lenta, continua crescita: era il 31,1% nel 2008. In media l'erogazione ha una durata di 85 mesi, anche se la durata reale si riduce sensibilmente ad una media di 48 mesi.

Partnership e funding

"La politica delle partnership con il mondo bancario, ma anche con quello del credito al consumo e delle società assicuratrici, spiega Sanson, proseguirà anche nel 2011 perché riteniamo che questo tipo

La politica delle partnership con il mondo bancario, ma anche con quello del credito al consumo e delle società assicuratrici, proseguirà anche nel 2011 perchè riteniamo che questo tipo di relazione sia premiante per tutti e portatore di un servizio di qualità

di relazione sia premiante per tutti e garante di un servizio di qualità. Anche nella politica di funding, oggi concentrata sul gruppo Banca Popolare di Milano, su Cassa di Risparmio di Asti, su Banca 24.7, su Barclays Bank, su MPS Consum.it e su BBVA, riteniamo opportuno ampliare la rete dei rapporti per consolidare sempre più la nostra crescita".

Pensionati: un nuovo mercato

Eccellente nel corso del 2010 la crescita di Pitagora nel canale pensionati (+55,67%)," una crescita, spiega Sanson, che deriva dall'ampliamento dell'accordo sinergico con le banche e con le società di credito al consumo che hanno ritenuto indirizzare la propria clientela verso la nostra società in virtù del servizio offerto grazie alla capillarità della rete di vendita e alla politica di prezzo orientata a favore di questo bacino di utenti".

Mario Salvatori

Volume d'affari 2006-2010

suddivisione in Pitagora SpA e Vespucci 1996 SpA - in migliaia di euro

