

# Il mercato del credito al consumo

*Quali valutazioni sull'andamento del mercato dopo 2 Cigni Neri in 3 anni ?  
Quali prospettive future per il Credito al Consumo ?*

*Intervento a cura di*

*Valentino Ghelli - Presidente Compass Banca*

*Roma, 16 Marzo 2023*

# Andamento del mercato nel 2022

---

*Come ha reagito il mercato del credito al consumo alla pandemia ed alla guerra?  
Raffronto con il 2021 e con il periodo pre-Covid (2019).*

# Andamento annuale del credito al consumo: volumi e stock annui

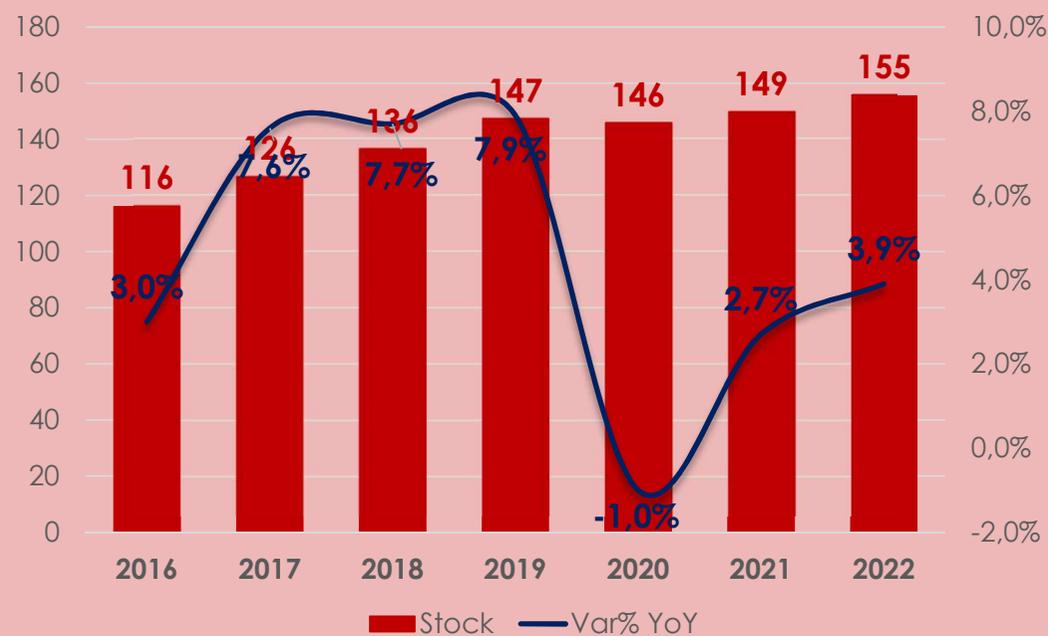
## ANDAMENTO FLUSSI EROGATI

Dati in miliardi di euro e variazione % YoY



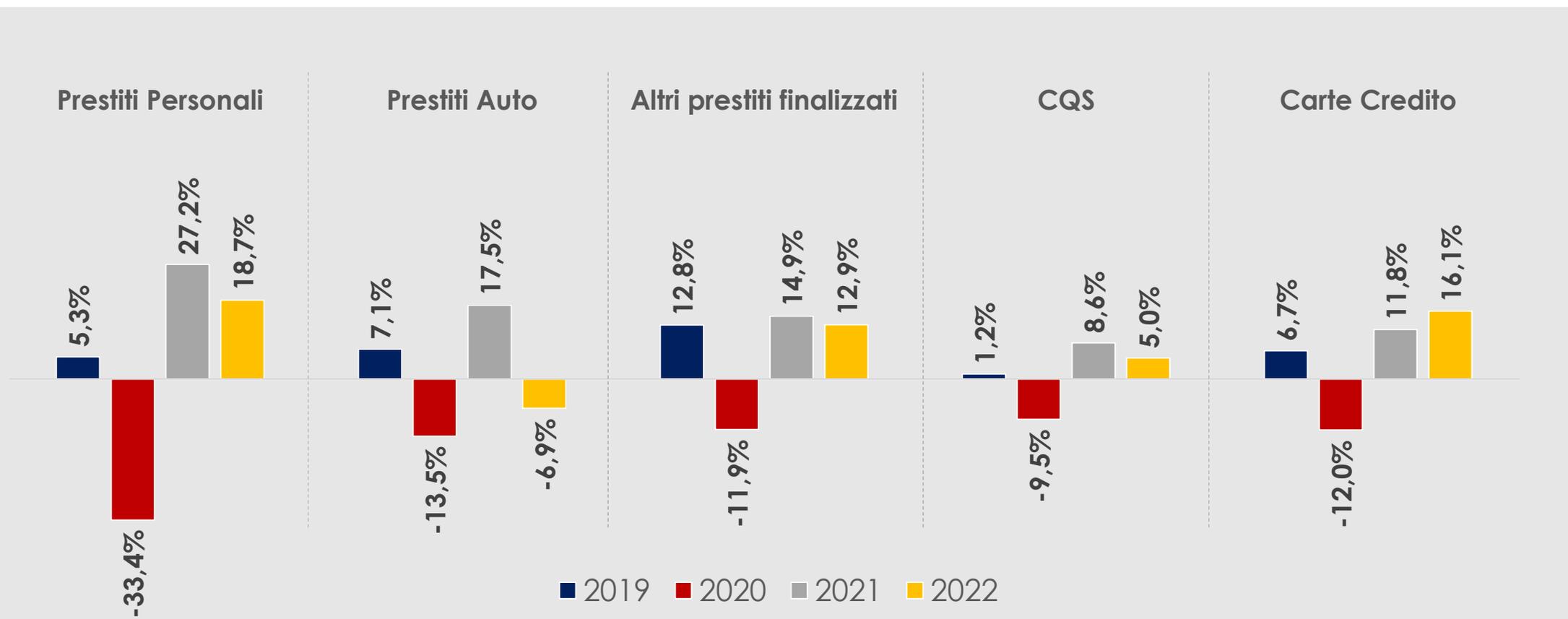
## ANDAMENTO STOCK A FINE ANNO

Dati in miliardi di euro e variazione % YoY



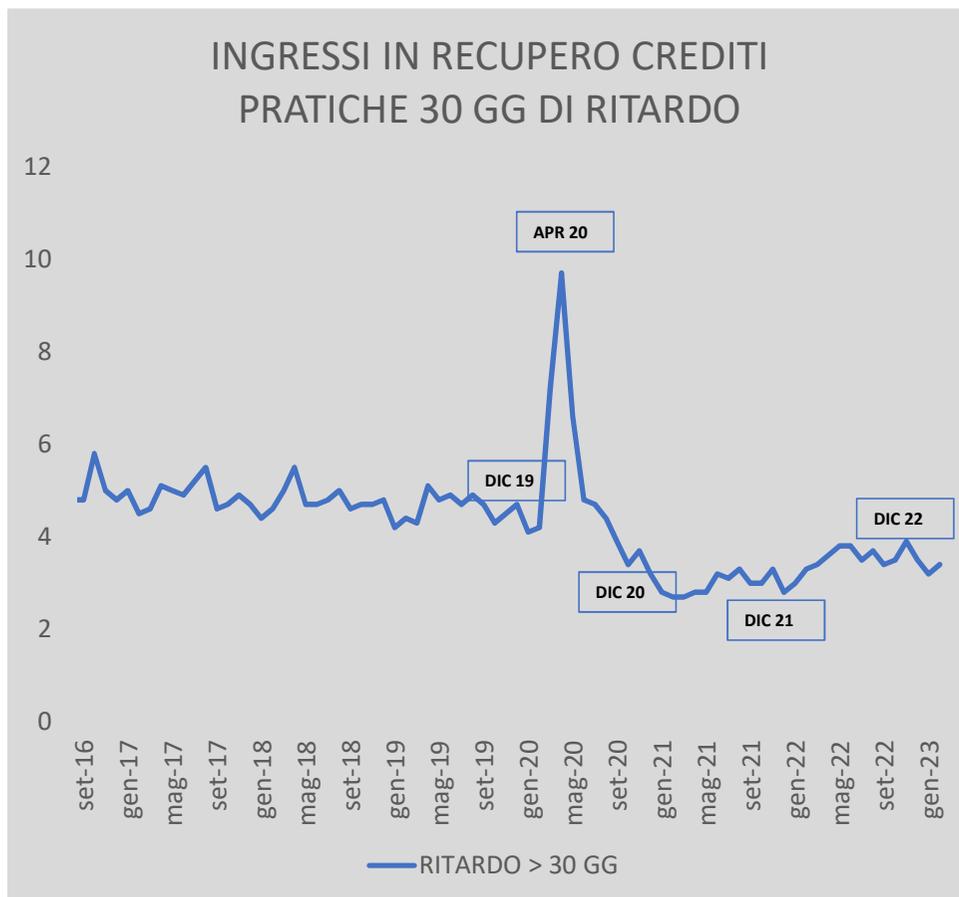
Fonte: Osservatorio Credito al dettaglio, dicembre 2022, elaborazioni su dati Assofin e CRIF, stime sul 4°trimestre 2022 per il comparto PA captive

## Dettaglio per comparti: trend annuale dei flussi erogati



Fonte: elaborazioni interne su dati Assofin e CRIF per il mercato auto/moto

## Andamento del rischio di credito



- Lo scoppio della pandemia ha generato un repentino blocco dei pagamenti della rate
- Il totale dei crediti accodati (moratoria) è arrivato nel 2020 a rappresentare più del 10% degli impieghi
- Il portafoglio incagliato è stato riassorbito a fine 2020
- Nel 2021 il livello di rischio si è posizionato al 30% in meno rispetto ai livelli pre- Covid per poi iniziare dal 2022 una lieve risalita

# La rischiosità del credito

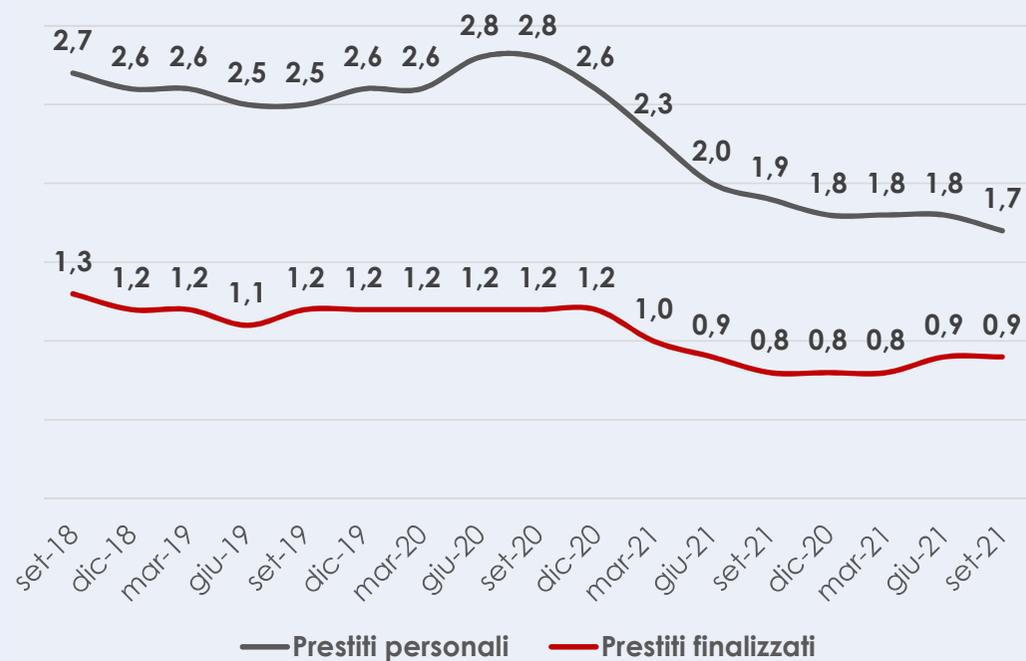
## TASSI DI DEFAULT ANNUALI – 90 PAST DUE

Valori% - contratti



## TASSI DI DEFAULT ANNI – 180 PAST DUE

Valori% - contratti



# I drivers della domanda e dell'offerta

---

*Quali sono gli indicatori che generano la richiesta di credito al consumo e che ne determinano il prezzo di offerta al cliente ?*

# I drivers della domanda nel credito al consumo

---

## ***FATTORI MACRO ECONOMICI***

---

*CONSUMI*

*REDDITO DISPONIBILE*

*PROPENSIONE AL RISPARMIO*

*TASSI D'INTERESSE*

## ***FATTORI SOCIO-DEMOGRAFICI***

---

*MOBILITÀ*

*COMPOSIZIONE DEL NUCLEO FAMILIARE*

## ***FATTORI PSICOLOGICI CULTURALI***

---

*CLIMA DI FIDUCIA*

*ATTITUDINE VERSO IL RICORSO AL CREDITO*

# I drivers dell'offerta nel credito al consumo

---

## ***FATTORI CHE DETERMINANO TAN / TAEG***

---

*COSTO DEL DENARO (IRS + SPREAD)*

*COSTI DI DISTRIBUZIONE (PROVVIGIONI)*

*INCIDENZA COSTI FISSI*

*COSTO DEL RISCHIO*

*REMUNERAZIONE DEL CAPITALE*

## ***COSTO DEL RISCHIO***

---

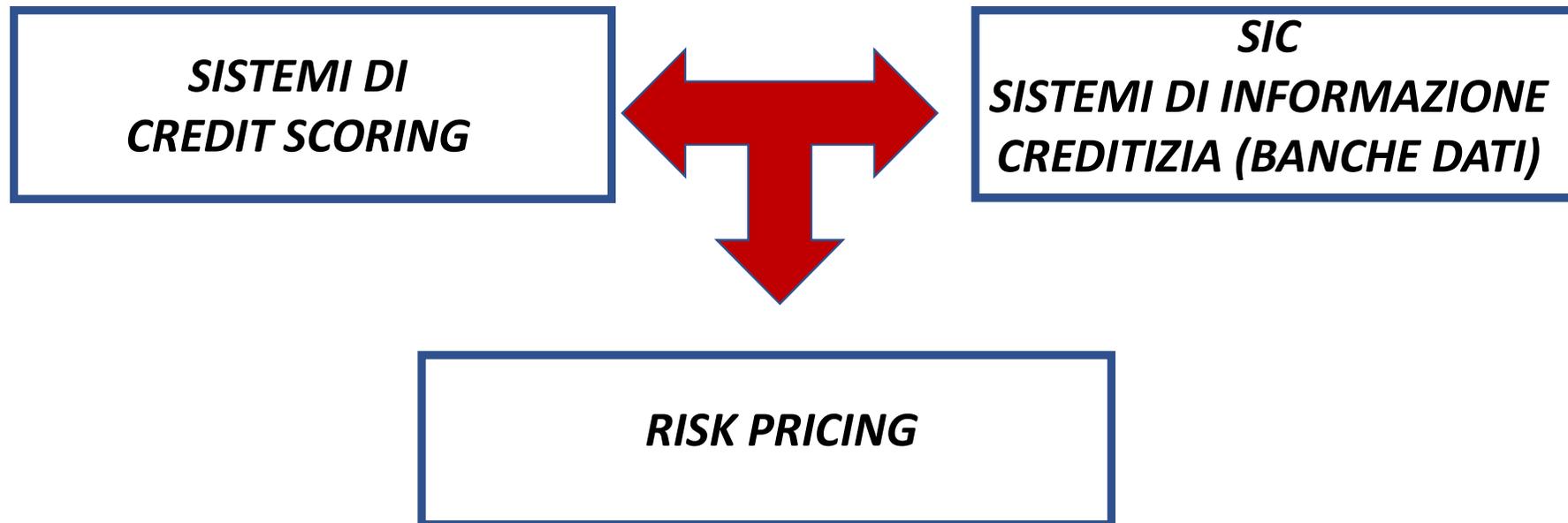
*CLIENTE*

*PRODOTTO CREDITO AL CONSUMO*

*PRODOTTO FINANZIATO*

*CANALE DI DISTRIBUZIONE*

## I drivers dell'offerta nel credito al consumo



# Il contesto di riferimento

---

*Il new normal sono la «POLICRISI» e la «PERMACRISI»???*

## Il contesto attuale in una parola

**SALUTE**

**ECONOMIA  
MONETARIA**

**ENERGETICA**

**AMBIENTALE**

**POLICRISI**

**TRASPORTI  
FORNITURE**

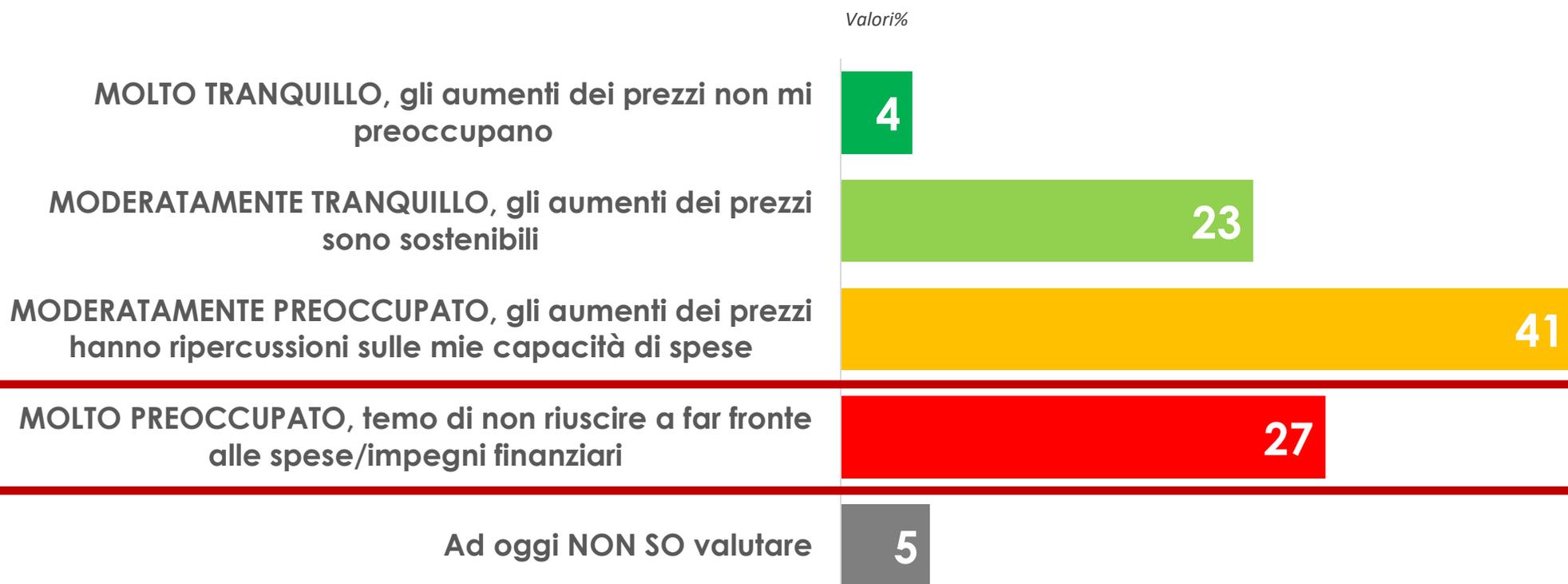
**SOCIALE**

**SICUREZZA  
INTERNAZIONALE**

**ALIMENTARE**

# Il disorientamento degli italiani per le proprie finanze personali

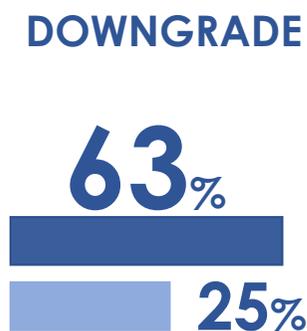
Parliamo della situazione economica generale. Nell'ultimo anno si è assistito ad un incremento generale dei costi che le famiglie devono sostenere. Rispetto all'impatto che questi eventi stanno avendo oggi sulle tue finanze personali, diresti di sentirti:



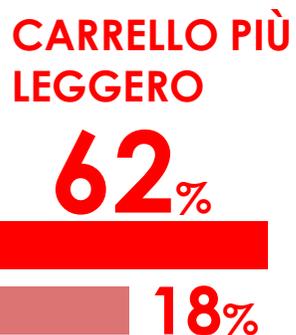
Fonte: Ricerca Clienti (e non) del Credito al Consumo – Novembre 2022 Doxa per Assofin; 1.500 interviste ad un campione rappresentativo della popolazione italiana 18-74 anni per quote di sesso, età e area geografica

# Si mettono in atto strategie di risparmio

Qui di seguito sono riportate alcune affermazioni relative agli effetti che la situazione economica attuale sta avendo sulla capacità di spesa delle famiglie. Quanto sei d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni?



Compro prodotti più convenienti, anche a discapito di marca e qualità



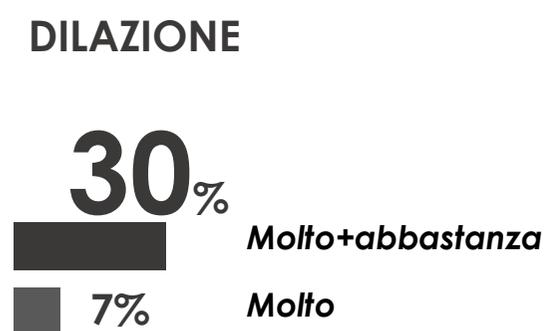
Nella spesa compro meno prodotti



Compro più spesso spesa al discount



Faccio e-commerce per risparmiare

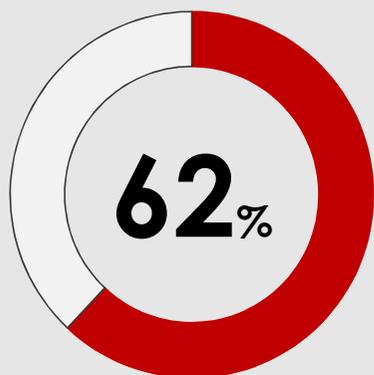


Cerco canali di vendita con pagamenti rateali, anche per piccoli importi

# I rincari (e non) frenano la progettualità di 1 italiano su 2

Parliamo di casa e le sue dotazioni, benessere e tempo libero, progetti per la famiglia o la professione. Pensi che per la situazione economica attuale, sarai costretto a rinviare o annullare dei progetti o acquisti?

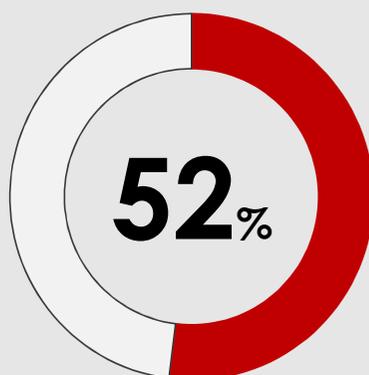
**MOBILITÀ**



**RIMANDERÀ**

*Base: media di quanti hanno almeno un progetto di mobilità*

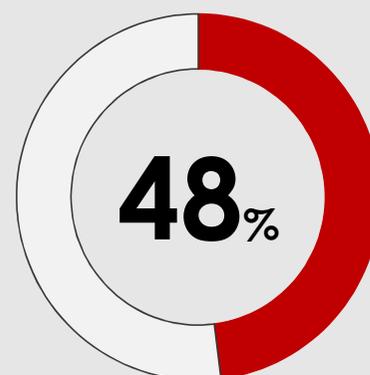
**PROGETTO CASA E DOTAZIONI CASALINGHE**



**RIMANDERÀ**

*Base: media di quanti hanno almeno un progetto casa*

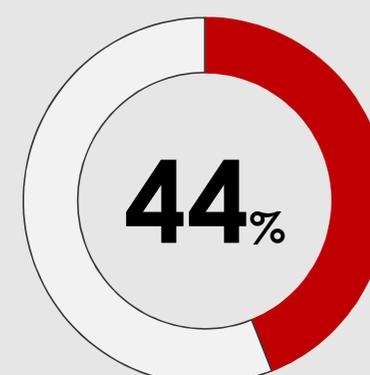
**BENESSERE E TEMPO LIBERO**



**RIMANDERÀ**

*Base: media di quanti hanno almeno un progetto benessere/tempo libero*

**PROGETTI FAMILIARI E PROFESSIONALI**



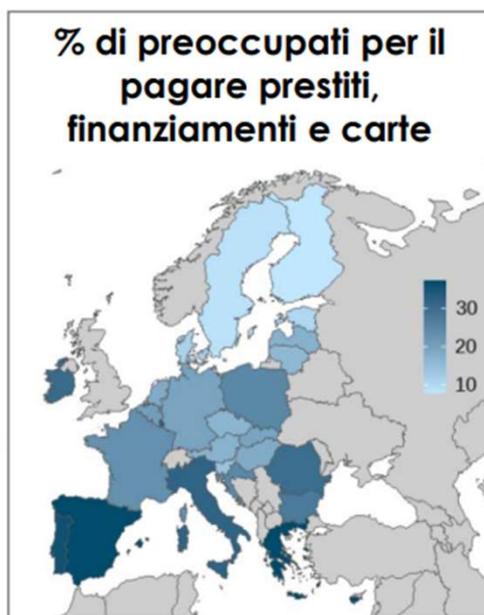
**RIMANDERÀ**

*Base: media di quanti hanno almeno un progetto famiglia/professionale*

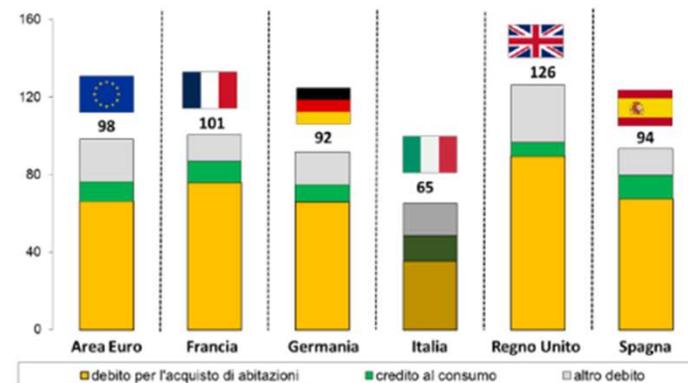
# La preoccupazione degli italiani per il pagamento dei debiti é sopra media, anche se sono i meno indebitati di Eupopa



EU27- % di cittadini che si dichiara preoccupato di non essere in grado di affrontare alcune spese nei prossimi 6 mesi



Indebitamento delle famiglie in Europa (stock finanziamenti su reddito disponibile) ANNO 2021



Fonte: Bancaditalia.it



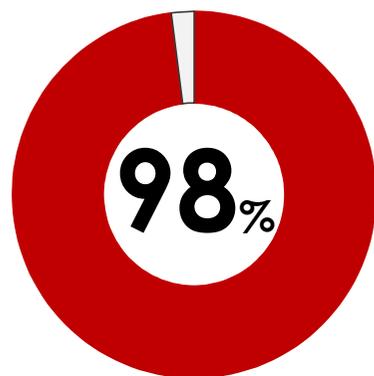
# Il profilo del cliente del credito al consumo

---

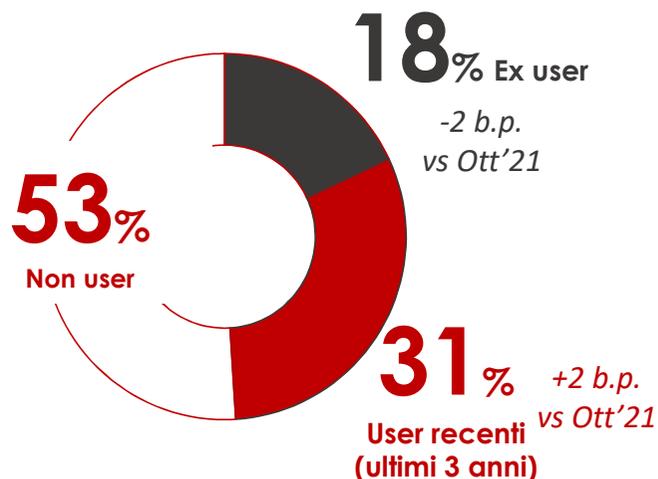
*La pandemia ha dato una forte accelerazione a tendenze già in atto*

# Il bacino degli conoscitori e degli user del credito

CONOSCE ALMENO 1  
FORMA DI FINANZIAMENTO:



GLI USER DEL CREDITO AL  
CONSUMO:



**13,2 milioni di individui 18-74\***  
**pari a**  
**5,7 mln di famiglie**



DETTAGLIO USER PER FORMA  
TECNICA:



*\*la popolazione 18-74 conta 42,63 mio di individui. Le famiglie sono formate da 2,3 componente in media - dati Istat, 2022*

# Le finalità del credito: il sostegno agli acquisti di beni durevoli

Per quale tipo di acquisto è stato utilizzato l'ultimo prestito?

## PRESTITO PERSONALE:

	Valori %
<b>1</b> Arredamento	<b>25</b>
<b>2</b> Elettrodomestici	<b>23</b>
<b>3</b> Auto Nuova	<b>20</b>
<b>4</b> Elettronica	<b>18</b>
<b>5</b> Auto usata	<b>17</b>
<b>6</b> Ristrutturazione	<b>17</b>
<b>7</b> Spese mediche e dentistiche	<b>17</b>
<b>8</b> Consolidamento debito	<b>17</b>
<b>9</b> Efficientamento energetico 	<b>13</b>
<b>10</b> Viaggi	<b>8</b>

## PRESTITO FINALIZZATO:

	Valori %
<b>1</b> Auto Nuova	<b>26</b>
<b>2</b> Elettronica	<b>25</b>
<b>3</b> Elettrodomestici	<b>21</b>
<b>4</b> Arredamento	<b>18</b>
<b>5</b> Auto usata	<b>12</b>
<b>6</b> Spese mediche e dentistiche 	<b>12</b>
<b>7</b> Efficientamento energetico	<b>9</b>
<b>8</b> Premi polizze assicurative	<b>8</b>
<b>9</b> Moto e ciclomotori	<b>6</b>
<b>10</b> Ristrutturazione	<b>5</b>

...ma anche:

- ✓ **Palestre**
- ✓ **Formazione**
- ✓ **Cerimonie**
- ✓ **Attrezzature sportive**
- ✓ **Hobby**

Interessante e coerente con i tempi la crescita del ricorso al prestito personale per finanziare l'efficientamento energetico. Sul finalizzato cresce l'utilizzo per le spese mediche e dentistiche.

 vs ottobre 2021

# Il profilo degli user di credito al consumo: pre e post Covid

	Ottobre 2019	Novembre 2022		Ottobre 2019	Novembre 2022
<b>Genere:</b>			<b>Nucleo familiare:</b>		
Uomo	53%	<b>51%</b>	Single	53%	<b>51%</b>
Donna	47%	<b>49%</b>	2 persone	47%	<b>49%</b>
			3-4 persone	58%	<b>57%</b>
<b>Fasce di età:</b>			Oltre 4 persone	8%	<b>11%</b> 
18-34	22%	<b>27%</b> 	Non indica	1%	1%
35-54	43%	<b>39%</b>	<b>Reddito:</b>		
Over 55	35%	<b>34%</b>	Fino a 1.500€	20%	<b>22%</b>
			1.500-2.000€	22%	<b>24%</b>
			2.000-3.000€	26%	<b>26%</b>
			3.000-4.000€	9%	<b>10%</b>
			Oltre 4.000€	4%	<b>4%</b>
			Non indica	18%	14%

Il profilo dei sottoscrittori di credito al consumo anno su anno è stabile. Guardando al lungo periodo, confrontando i dati 2022 con quelli 2019m emerge un progressivo ingresso in bacino di giovani under 34, che crediamo possa rispecchiare una crescente capacità inclusiva dell'industry.

# Il credito al consumo è un aiuto per non rimandare la progettualità

**SE NON AVESSI FATTO RICORSO AL FINANZIAMENTO, AVRESTI...  
qualsiasi tipologia di forma di finanziamento**

Rinunciato all'acquisto **24%**

**Rimandato l'acquisto 38%**

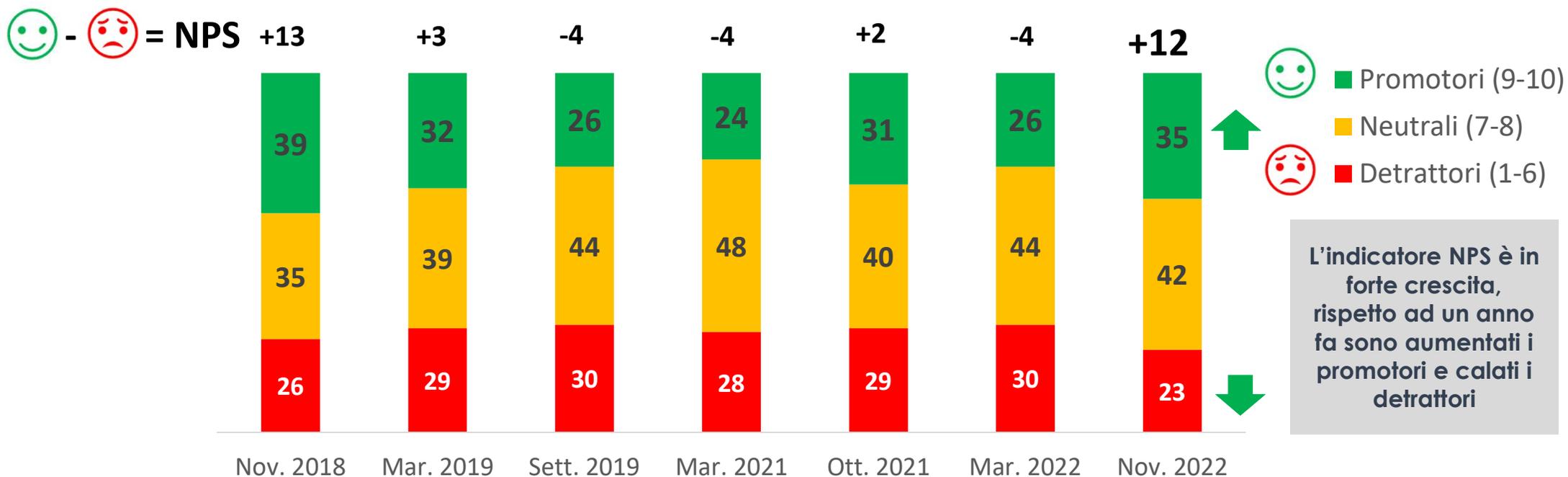
**Acquistato rinunciando  
ad altro/usando risparmi 31%**

Acquistato chiedendo  
soldi a parenti/amici **7%**

Due terzi dei sottoscrittori di credito, in assenza di finanziamenti avrebbero dovuto rinunciare o rimandare l'acquisto.

# L'indicatore di brand ambassadorship NPS

CONSIGLIERESTI A FAMILIARI/AMICI/CONOSCENTI, PER SOTTOSCRIVERE UN FINANZIAMENTO, DI RIVOLGERSI ALLA SOCIETA' CON CUI HAI SOTTOSCRITTO TU IL FINANZIAMENTO?



Fonte: Ricerca Clienti (e non) del Credito al Consumo – Novembre 2022 Doxa per Assofin; 1.500 interviste ad un campione rappresentativo della popolazione italiana 18-74 anni per quote di sesso, età e area geografica

# La pandemia ha modificato i valori e le aspettative verso il futuro

## CAMBIAMENTI NEI **COMPORAMENTI** E ATTITUDINI

Boom e-commerce  
e consegna  
a domicilio

Aumento  
dell'e-learning,  
intrattenimento  
online

Rapporto più  
intenso con  
l'ambiente  
domestico

Nuovi  
orizzonti  
per la  
mobilità

## ALCUNI **TREND** EMERGENTI

Ascesa del  
digitale come  
canale di  
vendita

Nuove forme di  
aggiornamento  
e  
comunicazione

Ridefinizione  
degli spazi e  
della  
funzionalità  
domestica

La riscoperta  
dell'auto  
(anche non  
di proprietà)  
ma green

# La transizione nel mercato italiano del credito al consumo

---

Come influiranno nel medio / lungo periodo nel mercato alcuni Mega Trends?  
La transizione demografica. La transizione digitale. La transizione ecologica.

# La transizione nel mercato del credito al consumo

---

## **LA TRANSIZIONE DEMOGRAFICA**

---

- *Invecchiamento della popolazione italiana*
- *I fenomeni migratori in atto*

## **LA TRANSIZIONE DIGITALE**

---

- *Digital Lending*
- *Buy Now - Pay Later*

## **LA TRANSIZIONE ECOLOGICA**

---

- *Green financing*
- *Share economy*

# La transizione demografica

## IL CONFLITTO GENERAZIONALE IN ITALIA

Un rapporto della C.E.I. parlava di «suicidio demografico» per l'Italia

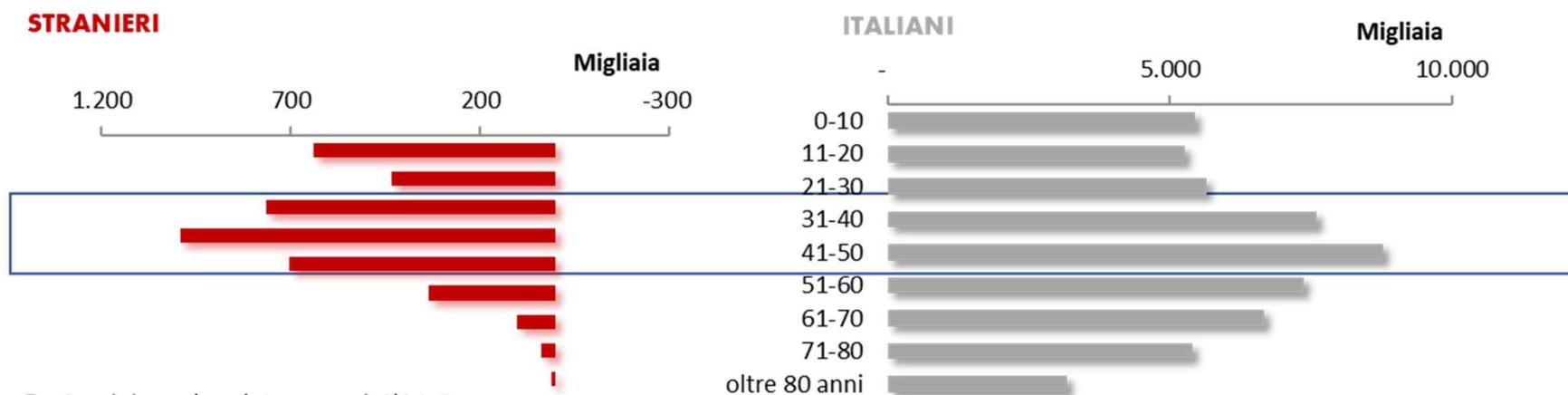
EuroStat: in 25 anni la quota della popolazione con almeno 65 anni raggiungerà in Italia il 33%;

Nel nostro paese la popolazione tra i 20 e i 64 anni diminuirà di 6 milioni, nonostante l'ipotesi di un flusso netto dall'estero di 4 milioni di persone in questa classe di età.

Cresceranno di conseguenza le pressioni finanziarie sui sistemi pensionistici e di assistenza.

L'invecchiamento della popolazione italiana rappresenta una minaccia anche per il mercato del credito al consumo

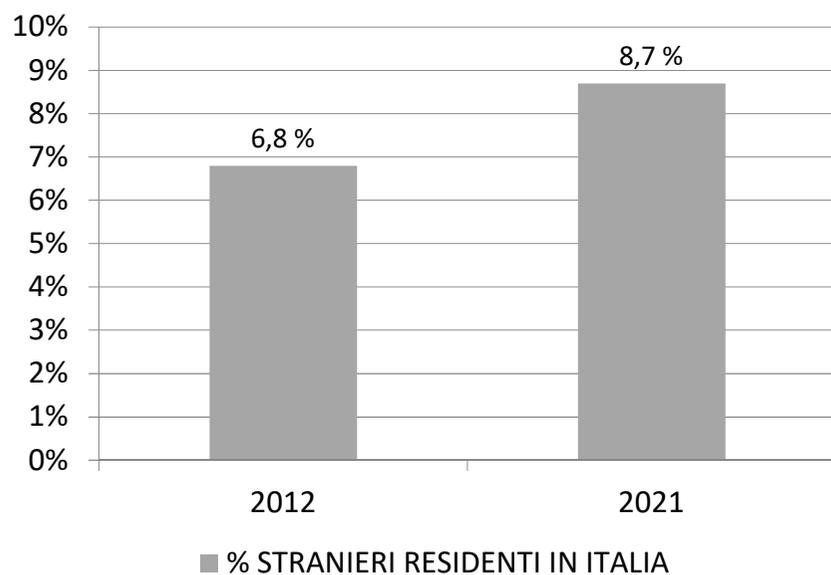
### DISTRIBUZIONE PER ETÀ'



Fonte: elaborazione interna su dati Istat

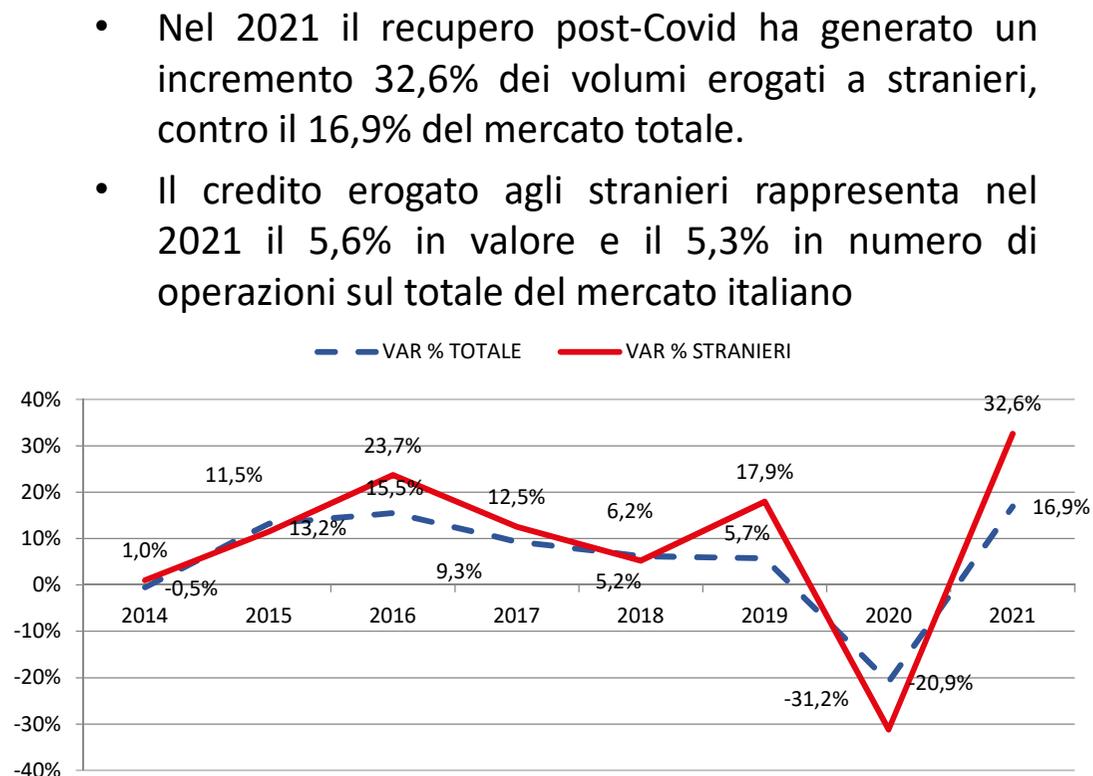
# La transizione demografica: opportunita' di mercato

## STRANIERI RESIDENTI IN ITALIA



- Gli stranieri residenti in Italia a Gennaio 21 sono 5.171.000 pari al 8,7% della popolazione italiana (ISTAT).

## EVOLUZIONE FLUSSI FINANZIATI



- Nel 2021 il recupero post-Covid ha generato un incremento 32,6% dei volumi erogati a stranieri, contro il 16,9% del mercato totale.
- Il credito erogato agli stranieri rappresenta nel 2021 il 5,6% in valore e il 5,3% in numero di operazioni sul totale del mercato italiano

# La transizione demografica: il credito al consumo come strumento di inclusione finanziaria

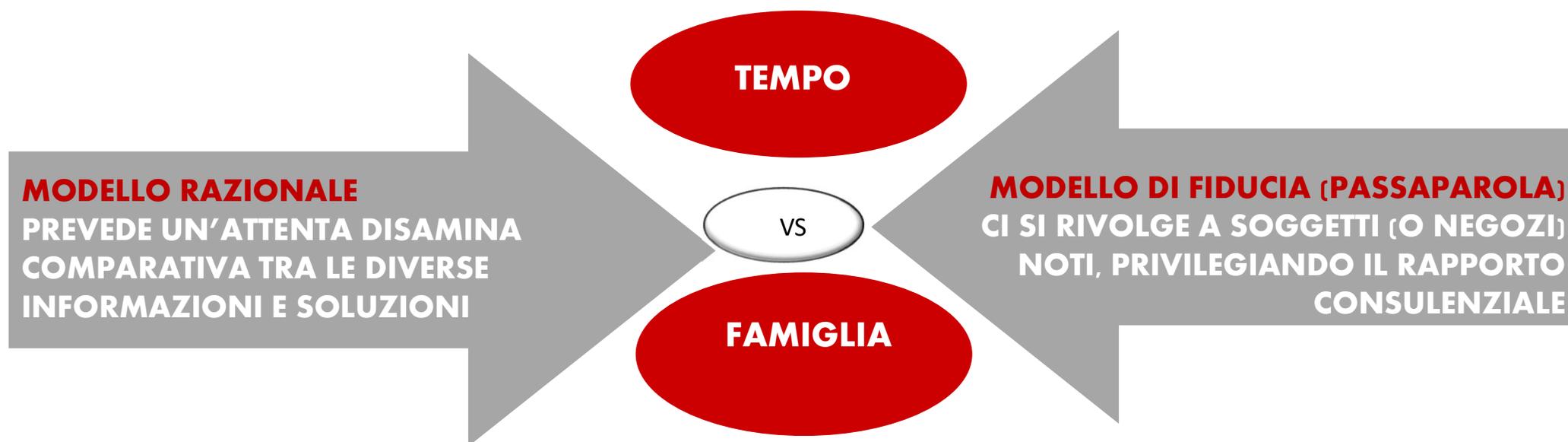
## CREDITO AGLI STRANIERI

*L'accesso al credito al consumo costituisce un fattore decisivo per l'integrazione e l'inclusione sociale  
ESG (Environmental Social Governance) o business ?*

*Si privilegiano forme di prodotto che consentono un rapporto diretto con l'istituto erogante (prestiti personali)*

*"Use their language, their people, their habits, their needs"*

*Sono indispensabili competenze specialistiche di Risk Management (per paese di provenienza)*



# La transizione nel mercato del credito al consumo

---

## *LA TRANSIZIONE DEMOGRAFICA*

---

- *Invecchiamento della popolazione italiana*
- *I fenomeni migratori in atto*

## **LA TRANSIZIONE DIGITALE**

---

- **Digital Lending**
- **Buy Now - Pay Later**

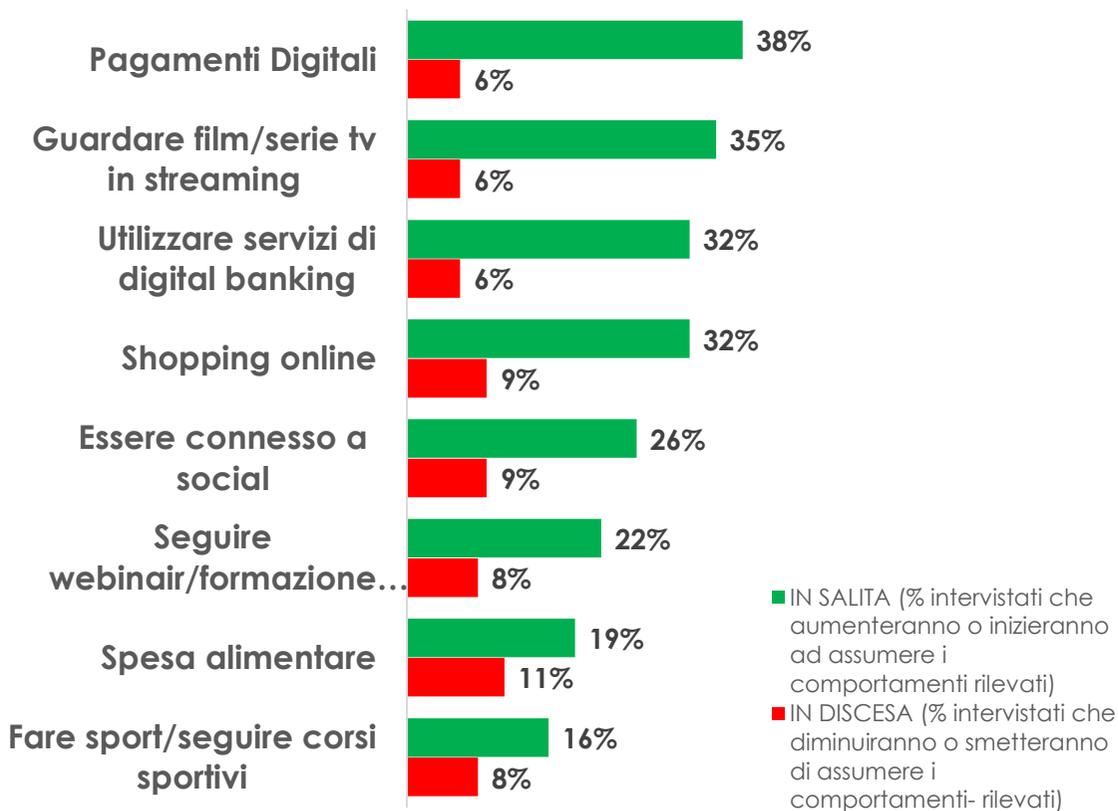
## *LA TRANSIZIONE ECOLOGICA*

---

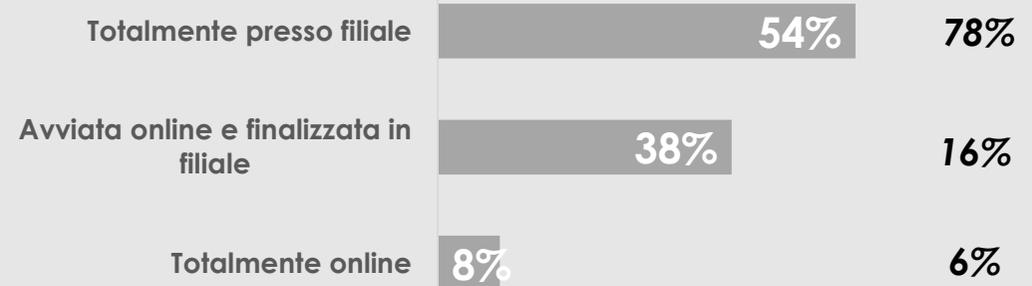
- *Green financing*
- *Share economy*

# Il Digital Jump passa anche dal processo di acquisto del prestito

Nel 2022, rispetto al 2019, come cambierà la frequenza con cui lei assumerà i seguenti comportamenti:



## MODALITA' DI SOTTOSCRIZIONE DEL PRESTITO PERSONALE – novembre 2021:



## MODALITA' DI SOTTOSCRIZIONE DEL PRESTITO FINALIZZATO – novembre 2021:



Fonte: Ufficio Studi Coop – Nomisma «2022 Coming Soon», Consumer Survey – Dicembre 2021

Fonte: Ricerca Clienti (e non) del credito al consumo, Novembre 2021, ricerca qualitativa Doxa per Assofin

# La transizione digitale: canali distributivi nel credito al consumo



## Digital lending:

- **prestiti personali:** 13% delle erogazioni originate online
- **eCommerce credit:** 10% dei flussi erogati per acquisti di importo contenuto (elettronica/eldom).

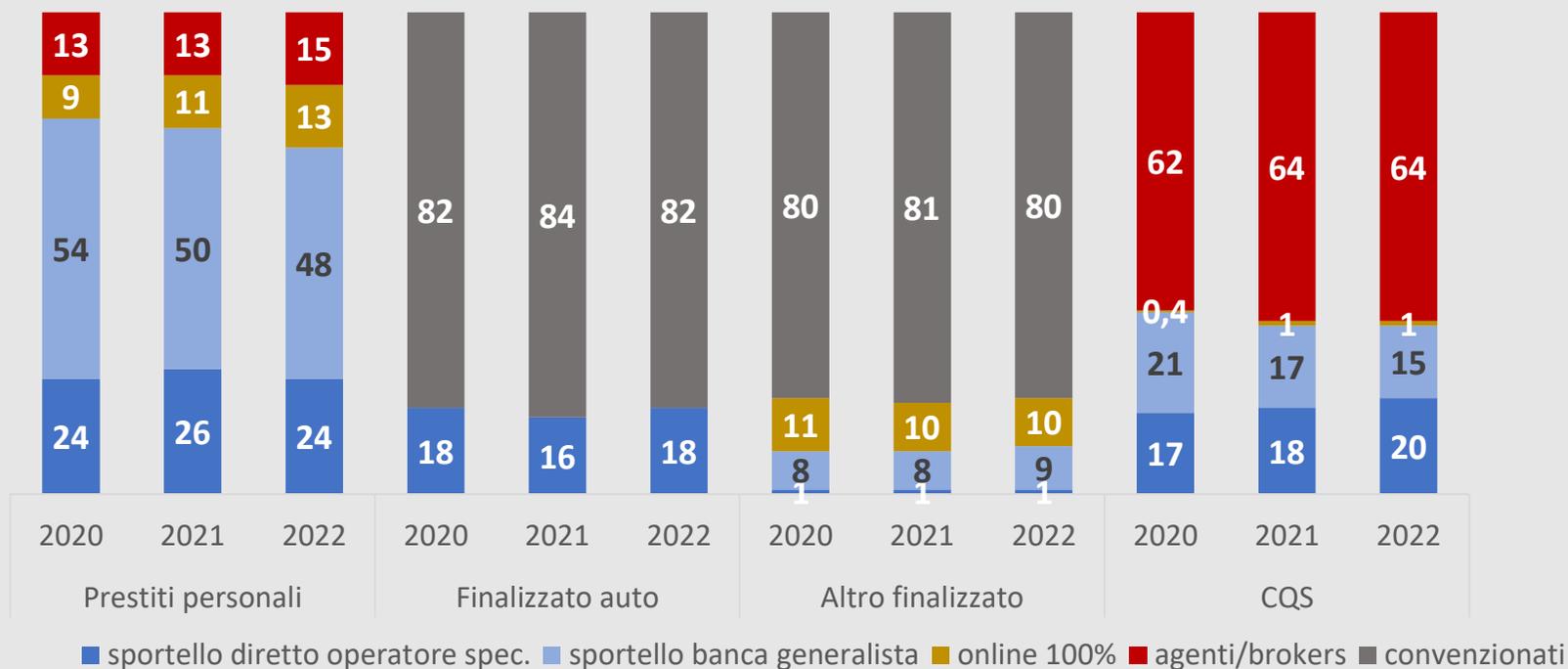


## Canali fisici:

- la quota di erogazioni collocata da **agenti e mediatori** supera un quarto dei volumi totali.
- I **canali fisici tradizionali** continuano a rappresentare i canali distributivi più importanti

## CANALI DISTRIBUTIVI PER TIPOLOGIA PRODOTTO

Rip% sui flussi



# La transizione digitale: Buy Now Pay Later

- La transizione digitale nel credito al consumo è stata trainata in questi anni da un **prodotto che non è credito al consumo**:
  - **il Buy Now Pay Later (BNPL)**
- BNPL è un pagamento in **3 rate, senza interessi** e senza oneri per il cliente, per l'acquisto di beni su siti di e-commerce o presso punti vendita tradizionali; il BNPL è finanziato da una commissione applicata al retailer
- La Consumer Credit Directive del 2010 ancora in vigore escludeva l'applicazione delle norme sul credito al consumo - SECCI (trasparenza), responsible lending (sovraindebitamento) - ai finanziamenti rimborsabili in 3 rate mensili senza interessi.
- Il successo del BNPL è riconducibile all'assenza di costi, all'esito immediato, **all'assenza di burocrazia** (documenti paga, reddito)
- Gli operatori leader di mercato hanno registrato delle crescite esponenziali in fatturato ed in valore, salvo poi subire delle svalutazioni altrettanto repentine:
  - Scalapay – start-up Italiana – valore top raggiunto 1 miliardo \$
  - Klarna – società svedese – valore top raggiunto 50 miliardi \$

# La transizione nel mercato del credito al consumo

---

## *LA TRANSIZIONE DEMOGRAFICA*

---

- *Invecchiamento della popolazione italiana*
- *I fenomeni migratori in atto*

## *LA TRANSIZIONE DIGITALE*

---

- *Digital Lending*
- *Buy Now - Pay Later*

## *LA TRANSIZIONE ECOLOGICA*

---

- *Green financing*
- *Share economy*

## La transizione ecologica: green lending

- Le tematiche **ESG (Environmental Social Governance)** rappresentano oggi un asse portante della strategia e della comunicazione di tutti i gruppi bancari e industriali.
- Nel credito al consumo il traino è rappresentato dai cambiamenti di acquisto di beni a basso consumo energetico e basso impatto ambientale: il traino è rappresentato dalla green mobility finanziata seguita dall'acquisto dei prodotti green per la casa.
- Forte crescita del numero di operatori che offrono **condizioni agevolate** per stimolare il green financing: tassi di interessi e commissioni ridotte, maggiore flessibilità, sistema premiante).

## Sharing economy: dal lending al renting ?

- La sharing economy ha spostato l'enfasi dal concetto di proprietà del bene a quello di disponibilità d'uso (car-sharing, bike-sharing, ...)
- La transizione ecologica e la green mobility generano incertezza sulla scelta della motorizzazione e quindi sull'acquisto di un'automobile
- Why buy? In molti paesi europei il credito al consumo auto ha perso domanda e quote di mercato rispetto al noleggio a lungo termine con opzione di acquisto

Dir. Resp.: Luciano Fontana  
Tiratura: 326768 - Diffusione: 308275 - Lettori: 2136000: da enti certificatori o autocertificati

# Millennial addio all'auto

Una ricerca lancia l'allarme  
Patenti crollate del 30%  
Colpa dei costi di gestione  
Ma anche di...  
Il desiderio...  
resiste lontana  
Le difficoltà

**WHY BUY**

**PERCHÉ COMPRARLA?**  
SCOPRI WHY-BUY: IL PIACERE DI GUIDARE UNA BMW SERIE 2 ACTIVE TOURER, ANCHE SENZA ACQUISTARLA.

**ACQUISTO O NOLEGGIO?**

**NUOVA MINI COUNTRY NON COMPRARLA.**

# Il futuro del credito al consumo nel nuovo scenario regolamentare

*In attesa della nuova EUROPEAN CONSUMER CREDIT DIRECTIVE*



**Grazie a voi per l'attenzione**

---

**... e grazie a Gino, Francesca e Annalisa per le slides.**

*Valentino Ghelli*

*Presidente Compass Banca*