
Osservatorio Compass – Le aspettative per il 2022

Un 2022 di ottimismo per l'economia reale. Gli italiani puntano sull'anno nuovo per riprendere a fare progetti e viaggiare. Il credito al consumo sostiene i consumi delle famiglie: l'80% dei convenzionati prevede un trend di crescita degli acquisti finanziati

Il Buy Now Pay Later, nuova soluzione di credito in rapida crescita: il 18% dei dealer ha già attivato la modalità di pagamento nel proprio punto vendita o sul sito di e-commerce.

Milano, 20 gennaio 2022 – Come sarà il 2022? Nonostante gli alti e bassi, circa 1 italiano su 2 si dice più fiducioso rispetto allo scorso anno, specialmente per l'economia del Paese. Certo, la pandemia ha portato enormi cambiamenti, anche nelle abitudini di acquisto, sempre più influenzate da offerte e sconti, ma finalmente rinasce la voglia di fare progetti (quasi 9 su 10 ne hanno in cantiere alcuni), su tutti quello di riprendere a viaggiare. Non è un caso, quindi, che il vero desiderio che accumuna circa 7 italiani su 10 sia la fine della pandemia. A supportare i desideri e le possibilità di spesa degli italiani c'è sempre il credito al consumo, uno strumento ormai determinante per l'economia reale del Paese. Dal 2015 il volume di prestiti erogati non era mai stato così alto (€12 miliardi nel I sem. 2021). Si tratta di numeri importanti, confermati anche dalle previsioni sul giro d'affari, in aumento per oltre la metà dei convenzionati, che nel 2021 tra digitalizzazione e rinnovo dell'offerta in chiave "green" hanno mosso i primi passi verso la sostenibilità ambientale. È quanto emerge dall'ultima edizione dell'**Osservatorio Compass**, la ricerca dedicata alle aspettative di consumatori ed esercenti per il 2022, condotta dalla **società del credito al consumo del Gruppo Mediobanca**, con un focus proprio sul mercato dei prestiti.

Le aspettative per il 2022 secondo consumatori ed esercenti

Secondo circa metà degli italiani (45%) il 2022 segnerà un miglioramento per **l'economia del Paese**. La **fiducia** cresce e riguarda anche la **sfera personale**, con circa un terzo del campione (30%) convinto che la situazione economica della propria famiglia migliorerà. Per molti il nuovo anno sarà l'occasione per mettersi alle spalle un 2021 dai due volti. Se è vero che la campagna vaccinale e l'aumento del Pil hanno dato fiducia ad alcuni sia nei confronti dell'economia italiana (migliorata nel 2021 per il 29% degli intervistati) che per quella familiare (14%), sono ancora in tanti a contare i danni dell'anno passato (per il 30% c'è stato un peggioramento) e a doversi aggrappare al 2022 per un vero riscatto.

Per questo non sorprende che il **68% desideri solo che finisca la pandemia**. Di sicuro agli italiani non manca la consapevolezza sui problemi più gravi della nostra epoca: infatti, completano il podio dei desideri per il 2022 il voler **vivere in un mondo più rispettoso dell'ambiente e della natura** (43%) e il **contenimento della crisi economica** (42%). Quello che sembra mancare è soprattutto un forte senso di libertà di movimento, non a caso il 51% ha in programma di fare un **viaggio/vacanza** e il 23% di acquistare un'**auto/moto**. Che sia viaggiare, comprare casa o un veicolo, ristrutturare casa, rifare l'arredamento o, più semplicemente, sposarsi, non importa: la notizia migliore è che **quasi tutti gli italiani (88%) hanno ripreso a fare progetti**.

Passiamo agli **esercenti**. Com'è stato il loro 2021? I segnali di ripresa ci sono stati eccome. **Per il 34% sono aumentate le vendite** rispetto al secondo semestre del 2020, ma è forte il campanello d'allarme sui prezzi, con oltre 7 su 10 che lamentano i rincari applicati dai fornitori. Per il primo semestre 2022 gli esercenti intervistati appaiono ottimisti: **oltre la metà (51%) stima una congiuntura economica favorevole** e una decisa **ripresa nei volumi di vendita** rispetto alla prima metà del 2021 per la propria attività commerciale (52%). I settori più fiduciosi? L'arredamento (per il 59% le vendite aumenteranno), l'elettronica (55%) e l'automotive (40%).

L'impatto della pandemia sul business degli esercenti

Dalle opinioni espresse dai convenzionati Compass emerge subito un dato interessante: **secondo la metà (47%), con la pandemia è cambiato il comportamento dei clienti**. Ora sono più attenti alle **promozioni e alle offerte**, specialmente quando si tratta di auto/moto ed elettronica, hanno **più fretta** ed entrano in negozio **solo per gli acquisti di "necessità"**. C'è anche chi percepisce da parte loro maggiore nervosismo e preoccupazione, ma anche molta più concretezza. In altre parole, se entrano in negozio è molto probabile che acquisteranno. Il che, **in un 2021 in cui per il 55% degli esercenti l'affluenza è tornata ai livelli pre-Covid**, non è poco.

Alle trasformazioni nel comportamento della clientela corrisponde un diverso approccio da parte degli imprenditori. Nel 2021 il 55% degli esercenti ha sviluppato soluzioni che potessero dare un concreto supporto alle vendite. Tra le principali soluzioni adottate emergono l'apertura di canali social, la creazione di siti web e la raccolta di ordinativi via messaggistica istantanea. In generale, oltre il 30% dei convenzionati prevede nel prossimo biennio di realizzare alcuni progetti di sviluppo della propria attività imprenditoriale, come, ad esempio, la ristrutturazione dell'attuale spazio di vendita e l'ampliamento della gamma di prodotti offerti.

Capitolo **sostenibilità ambientale**: nel corso del 2021 il 21% dei convenzionati ha effettuato almeno un intervento per essere più "green": il 39% di questi ha digitalizzato la documentazione, il 29% ha effettuato una ristrutturazione del punto vendita per efficientamento energetico, e sempre il 29% ha ampliato la gamma prodotti con versioni più ecosostenibili.

Una nuova forma di credito: Il Buy Now Pay Later

Negli ultimi anni si sta progressivamente affermando il servizio di dilazione di pagamento **Buy Now Pay Later**, sia nel punto vendita che sui siti di e-commerce. Allo stato attuale, 6 convenzionati su 10 (60%) lo conoscono, con il 18% che offre già questa possibilità o ha intenzione di farlo nei prossimi mesi. Agli intervistati piace soprattutto la velocità (23%) e la semplicità (11%) della dilazione di pagamento rispetto al finanziamento tradizionale oltre alla possibilità di incontrare in modo innovativo le esigenze della propria clientela (18%). I costi da sostenere per il servizio sono invece i contro più gettonati.

Il mercato del credito al consumo

Nel primo semestre 2021 i **volumi dei finanziamenti erogati hanno segnato il record per il livello più alto mai raggiunto dal 2015**. Sono oltre **12 i miliardi di euro erogati**, in crescita del **+47,1% rispetto al primo semestre 2020** e dell'1,5% rispetto al 2019. Se riduciamo il lasso di tempo considerato, a brillare è soprattutto il secondo trimestre (+69,7% sul 2020 e +6,2% sul 2019), grazie soprattutto alla crescita del settore auto/moto (+73,3% sul 2020 e +6,9% sul 2019), che determina da solo l'80% dei prestiti, e al dinamismo dell'elettronica (+28,7% sul 2020 e +18,4% sul 2019). Cresce lungo tutto il primo semestre 2021 il **finanziato medio**: nel comparto automotive tocca quota **13.649€** (+1,9% rispetto allo stesso periodo del 2020). Bene anche l'arredamento, con 2.651€ (+5,3%), mentre cala seppur di poco il finanziamento medio nell'elettronica (884€, -0,6%). E nel 2022 il credito al consumo potrebbe avere un ruolo ancora più rilevante: **l'80% prevede un trend di crescita degli acquisti finanziati**.

*"Per consumatori ed esercenti il 2021 sembra essere stato un anno di mezzo, sicuramente migliore rispetto al 2020 ma, ci auguriamo tutti, non quanto il 2022, caratterizzato da attese molto elevate – ha commentato **Luigi Pace, Direttore Centrale Marketing & Innovation di Compass**. Lo dimostrano i dati, secondo cui quasi tutti gli italiani sono finalmente ritornati a fare progetti e ad acquistare. Per farlo, in molti si sono rivolti a al credito al consumo, comparto che ha segnato numeri molto incoraggianti, forte anche dell'introduzione di nuove soluzioni di pagamento con il Buy Now Pay Later. Oggi Compass è tra i pochi operatori in Italia ad offrire attraverso Pagolight questo servizio, semplice e fruibile, e in cui crediamo fortemente a sostegno dei consumi futuri.*

PROFILO Compass Banca

Compass Banca S.p.A. è la società di credito al consumo del Gruppo Mediobanca. Tra le prime società di credito al consumo operanti in Italia, conta oggi 2,5 milioni di clienti attivi e 13,3 miliardi di crediti in essere ed opera attualmente attraverso oltre 44.000 esercizi commerciali affiliati e oltre 4.400 sportelli bancari, coordinati da un network di circa 280 punti vendita presenti su tutto il territorio nazionale; ha sede direzionale in Milano ed ha stretto nel tempo oltre 370 accordi di partnership nel settore bancario, assicurativo, della distribuzione e con reti agenziali.

Per ulteriori informazioni:

Media Relations Gruppo Mediobanca

Simona Rendo – Paola Bianco

Tel +39-02-8829914/766

simona.rendo@mediobanca.com / paola.bianco@mediobanca.com
