

Osservatorio Compass – Speciale: matrimoni

**La spesa media per celebrare il “Grande Giorno” è di circa €20.000.
L’11,4% del budget è dedicato agli abiti degli sposi**

**Il matrimonio e la dilazione delle spese: in ascesa il Buy Now Pay Later,
conosciuto da oltre la metà delle coppie.**

**Il 39% lo prende in considerazione per affrontare i principali costi, tra cui
ristorante, viaggio di nozze e abiti**

Milano, 12 aprile 2023 – Il matrimonio rappresenta ancora oggi per molti il “Grande Giorno”, una questione di sentimento e tutele legali, in egual misura. Secondo l’ultimo **Osservatorio Compass**, pubblicato in occasione di **Si Sposaitalia Collezioni** che si terrà a Milano dal 14 al 17 aprile 2023, l’82% degli italiani considera il matrimonio come il coronamento di una promessa d’amore, di fatto a pari merito con chi lo vede principalmente come una tutela legale che conferisce diritti e garanzie agli sposi (81%). Per la metà degli italiani rimane comunque un passaggio fondamentale, propedeutico a successivi progetti familiari quali ad esempio la nascita di un figlio (55%), mentre per la Gen Z è una occasione per fare festa con amici e famiglia.

Budget per il “Giorno più bello” tra preventivi e Buy Now Pay Later

Intraprendere il grande passo significa anche prepararsi ad affrontare spese importanti, tanto che tra i più giovani è diffusa la convinzione che convolare a nozze sia sinonimo non solo di determinazione, ma anche di un certo agio economico (20%).

Il costo medio per un matrimonio negli ultimi tre anni è stato di circa €20.000 con un’incidenza media per l’acquisto degli abiti per gli sposi dell’11,4% (€2.253).

Una cifra importante tanto che diventa fondamentale il ruolo del **credito al consumo**: senza la possibilità di dilazionare i pagamenti molti dovrebbero rimandare o rinunciare al giorno più atteso della propria vita.

Tra le formule innovative di rateizzazione si sta facendo strada anche per questo comparto il servizio di dilazione non onerosa dei pagamenti per il cliente, che Compass offre attraverso **PagoLight** (i.e. Buy Now Pay Later). Questo strumento consente, sia all’interno dei negozi fisici che on-line, di acquistare beni e servizi dilazionando in massimo 12 mesi i pagamenti fino a €3.000, senza nessun costo aggiuntivo. L’obiettivo è quello di sostenere i futuri sposi nel loro progetto di unione, attraverso soluzioni semplici e funzionali.

Oltre la metà delle coppie (52%) conosce il Buy Now Pay Later e tra questi il 39% sarebbe interessato ad utilizzarlo per gestire al meglio il budget dedicato al coronamento del loro progetto di vita, un’ottima occasione per affrontare con maggiore serenità le principali voci di spesa legate al matrimonio come gli abiti, la location per il pranzo o la cena, il viaggio di nozze o per concedersi qualche piccolo extra.

*“Nell’ultimo anno, dopo il forzato rallentamento delle cerimonie dovuto alla pandemia, stiamo osservando una ripresa del numero dei matrimoni, un comparto quello degli eventi, al quale il credito al consumo ha sempre dato un importante contributo a supporto della realizzazione dei progetti delle coppie – commenta **Luigi Pace, Direttore Centrale Marketing & Innovation di Compass**. Oggi siamo in grado di offrire nuove formule di pagamento come il Buy Now Pay Later, una soluzione che consente di dilazionare in modo semplice e flessibile spese fino a €3.000 rimborsabili in massimo*

12 mesi e senza costi aggiuntivi. Una formula che favorirà la cura di ogni dettaglio in occasione del proprio matrimonio, fornendo un valido supporto all'intero settore."

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, ha sede direzionale in Milano, conta oggi 2,7 milioni di clienti attivi e oltre 14 miliardi di crediti in essere ed opera attraverso oltre 300 punti vendita a marchio proprietario presenti su tutto il territorio nazionale. La società può anche contare su oltre 500 accordi distributivi con banche, assicurazioni, reti agenziali, aziende di telecomunicazioni e della grande distribuzione specializzata; in più ha rapporti di affiliazione con oltre 48.000 esercizi commerciali.

Per ulteriori informazioni:

Media Relations Gruppo Mediobanca

Simona Rendo – Paola Bianco – Carlotta Mattioni

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