

HeyLight al Netcomm Forum 2026

Il Buy Now Pay Later continua a crescere e trasforma l'esperienza di acquisto: in Italia vale quasi 10 miliardi di euro

HeyLight al Netcomm Forum 2026: l'offerta multicanale, leva strategica per la fidelizzazione della clientela

Milano, 5 maggio 2026 – L'innovazione nei pagamenti sta ridefinendo il commercio, con il **Buy Now Pay Later** (BNPL) che guida la trasformazione dei mercati retail e apre nuove opportunità in ogni settore. Per il BNPL, il 2025 è stato un anno di crescita straordinaria: il mercato ha raggiunto circa **9,9 miliardi di euro**¹ in Italia, con oltre **42 milioni** di transazioni, segnando un incremento significativo rispetto all'anno precedente (6,8 miliardi di euro) e consolidandosi come un pilastro fondamentale in particolare nel **commercio digitale**. Dunque, il Buy Now Pay Later continua ad evolversi, e anche quest'anno **HeyLight**, piattaforma internazionale di BNPL di Compass, sarà presente al **Netcomm Forum 2026** come Gold sponsor con uno stand dedicato, dove presenterà i risultati ottenuti e le strategie future per rispondere alle sfide e alle opportunità di questo mercato in rapida espansione.

Nel 2025, il BNPL ha rappresentato il **5% del totale delle transazioni e-commerce in Italia**², un dato che dimostra la crescente adozione di questo modello anche da parte dei consumatori italiani. In relazione al ticket medio del BNPL si evidenzia una concentrazione sulle fasce di importo più contenute, con oltre il 60% delle transazioni sotto i 1.000 euro e un numero limitato di rate, confermando il ruolo di strumento privilegiato per facilitare gli acquisti di piccolo e medio valore. Allo stesso tempo, la presenza di una quota significativa di **operazioni oltre i 1.000 euro (circa il 40%)**, e in particolare quasi il **25%** oltre i 1.500 euro, segnala un'**evoluzione verso utilizzi più strutturati**, nei quali la rateizzazione diventa una leva per abilitare acquisti più impegnativi³.

Approfondendo l'analisi sugli user di BNPL emerge come ci sia una **forte propensione al riutilizzo** dello strumento confermando che chi ha già usufruito di questa modalità di finanziamento tende a richiederla nuovamente. Un dato particolarmente significativo riguarda il cosiddetto tasso di **'new to credit'**, ovvero la percentuale di individui che non avendo una storia creditizia si avvicinano per la prima volta al mondo del credito proprio attraverso i prodotti BNPL. La quota di nuovi utenti (19%) è più del doppio rispetto a quanto osservato per le soluzioni di credito tradizionali (8%). Il fenomeno evidenzia, inoltre, il ruolo svolto dal BNPL nell'avvicinare nuovi **consumatori**, agli strumenti di pagamento rateale.

L'Italia si colloca tra i paesi più avanzati nell'adozione del BNPL, con il **Sud** che registra l'incremento più consistente (+72,4%). Sul piano generazionale, **Millennial** e **Gen Z** rappresentano il **67%** delle richieste totali, evidenziando un forte interesse per il BNPL tra le nuove generazioni.⁴ Ma qual è il

¹ Fonte: *Osservatorio Innovative Payments (Politecnico di Milano) marzo 2026*

² Fonte: *Global Payments Report aprile 2026*

³ Fonte: *CRIF Market Outlook sul BNPL aprile 2026*

⁴ Fonte: *Experian – Rapporto sul credito marzo 2026*

HeyLight

Shop smart, live bright

settore in cui il BNPL viene utilizzato di più? Il **76%** dei consumatori si concentra principalmente sull'**abbigliamento**, con **28,5 milioni** di transazioni. Questo riflette un forte interesse per i comparti **Fashion & Beauty**, che attirano in particolare una base di consumatori a trazione femminile (56% delle richieste).

In termini di preferenze di acquisto, il BNPL oltre che nei settori legati agli acquisti di elettronica ed informatica, evidenzia una diffusione anche in altri segmenti di mercato, quali i **prodotti per la persona** (31,9%), **abbigliamento e turismo** (16,9%) e i prodotti per la **casa** (15,2%). In generale, il BNPL si caratterizza per una prevalenza femminile, con il **55% delle richieste provenienti da donne**, sottolineando la capacità di questo strumento di intercettare segmenti demografici diversificati rispetto al credito tradizionale.

“Il Buy Now Pay Later è sempre più una leva fondamentale per l’innovazione nei mercati digitali e omnicanale, grazie alla possibilità di consentire pagamenti flessibili, online e in store, essenziali per migliorare l’esperienza d’acquisto e rispondere alle esigenze dei consumatori moderni - commenta Luca Lambertini, Direttore HeyLight di Compass-. Con HeyLight registriamo ticket e durate, sia offline che online, che confermano il nostro posizionamento su prodotti e servizi di valore medio e medio-alto. HeyLight è sinonimo di dinamicità, sia per il merchant che per il cliente finale: grazie alla nostra costante attenzione alla user-experience sia B2B che B2C, supportiamo gli esercenti nel migliorare conversion-rate e scontrino medio attraverso soluzioni di pagamento altamente personalizzate».

Il posizionamento di HeyLight nel mondo di prodotti di BNPL fa leva anche sulle distinte competenze di valutazione del credito sviluppate da Compass in oltre 60 anni di attività nel credito alle famiglie. Questo permette di offrire ai merchant la più ampia gamma di soluzioni per i bisogni dei clienti, con rateazioni di importi fino a €5.000 in 24 mesi tramite addebito su carta di pagamento o conto corrente.

Al Netcomm Forum 2026, nella plenaria pomeridiana del 6 maggio, **Luca Lambertini**, Direttore **HeyLight** di **Compass**, interverrà nella sessione dal titolo *“Come ingaggiare i clienti e vincere nei mercati digitali e omnicanale”*. Durante l’intervento, Lambertini illustrerà le strategie e gli strumenti più efficaci per attrarre, coinvolgere e fidelizzare i clienti tramite gli strumenti innovativi di pagamento, in un contesto digitale sempre più competitivo.

HeyLight

Shop smart, live bright

Compass Banca

HeyLight è un marchio registrato di Compass Banca S.p.A.

HeyLight è oggi disponibile su 3.000 siti di e-commerce e in circa 40.000 punti vendita in Italia, a cui si aggiungono oltre 1.000 accordi commerciali in Svizzera.

Compass Banca S.p.A., tra le prime società di credito al consumo operanti in Italia, ha sede direzionale in Milano, conta oggi oltre 3 milioni di clienti attivi e 16,6 miliardi di euro di crediti in essere ed opera attraverso più di 340 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 66.000 esercizi commerciali.

Per ulteriori informazioni:

Media Relations Mediobanca

media.relations@mediobanca.com

tel. 02 8829 1