

HeyLight Focus On - Formazione

Formazione continua, 8 italiani su 10 la considerano utile per sostenere la carriera professionale

Investire in corsi di formazione costa in media circa 1.350 euro. Il 25% ha già pagato un po' per volta il corso di formazione, il 48% lo avrebbe fatto se ne avesse avuta la possibilità

Milano, 25 marzo 2026 – Aggiornare le proprie competenze professionali non è più un'opzione: per **8 italiani su 10 investire nella formazione anche in età adulta migliora concretamente la propria condizione lavorativa**, sia sul piano economico sia su quello della soddisfazione personale. Un impegno che mediamente **costa 1.350 euro**. E quando la spesa diventa rilevante, il Buy Now Pay Later può fare la differenza: quasi 7 italiani su 10 lo considerano uno strumento utile per sostenere le spese formative, e 1 su 4 lo ha già usato per sostenere i costi di formazione. È quanto emerge da **HeyLight Focus On – Formazione**, osservatorio a cura della piattaforma di Buy Now Pay Later di Compass Banca sul valore della formazione continua, le modalità di accesso ai percorsi e il ruolo crescente degli strumenti di pagamento flessibili, che sarà presentato in occasione di **Innovation Training Summit**, in programma a Roma giovedì 26 e venerdì 27 marzo.

La formazione continua nelle scelte delle famiglie italiane

La formazione continua non riguarda più soltanto chi studia o chi si affaccia per la prima volta al mondo del lavoro: accompagna sempre più spesso anche l'età adulta. **Il 76% degli italiani ritiene che la scuola dell'obbligo e l'università non preparino adeguatamente i giovani**, mentre **il 70% attribuisce alla formazione individuale un valore di crescita e riscatto personale**. Un tema ormai trasversale: **in 2 famiglie su 3** è presente almeno una persona che sta seguendo un corso, vorrebbe iniziarne uno o sostiene economicamente la formazione di un figlio o un familiare. E le scelte degli italiani lo confermano: **il 22% degli intervistati (soprattutto millennials e lavoratori autonomi) ha seguito negli ultimi 12 mesi o sta seguendo un corso a pagamento**, mentre **1 italiano su 3, prevalentemente Gen X e lavoratori dipendenti, si dichiara propenso a farlo nei prossimi 12 mesi**. Oltre alla formazione personale occorre considerare che quasi il 40% ha già investito nella formazione di un figlio o di un familiare, segno che la formazione viene percepita come un bene condiviso.

Ma cosa cercano concretamente gli italiani in un percorso formativo? **Flessibilità** e spendibilità, prima di tutto: **le caratteristiche più richieste sono la possibilità di seguire il corso da remoto (39%), l'ottenimento di una certificazione finale (37%) e la spendibilità delle competenze sul mercato del lavoro (37%)**. Le modalità online e ibride risultano le più apprezzate, con una preferenza per durate contenute (**il 66% predilige corsi entro i tre mesi**) anche se **oltre un terzo ha investito, o è disposto a seguire percorsi strutturati di almeno sei mesi**. Quanto ai contenuti, guidano la classifica **le lingue straniere e l'area informatica, programmazione e AI**, seguite da marketing e comunicazione, materie umanistiche e business administration.

Il budget medio e il Buy Now Pay Later per avere più accesso e più opportunità

La spesa media per un corso scelto personalmente si attesta a **1.356 euro**, che salgono a **1.530 euro** quando l'investimento riguarda figli o familiari, target principale dei viaggi studio all'estero. Il pagamento in un'unica soluzione resta la modalità prevalente, ma la dilazione è già un'opzione diffusa: **viene scelta nel 25% dei casi per la formazione personale** e nel 33% quando la spesa è sostenuta per un familiare. Un segnale che anticipa il ruolo crescente del Buy Now Pay Later nel settore: **quasi 7 italiani su 10 lo considerano utile per sostenere i costi della formazione**, una quota che sale al **77% tra chi vorrebbe iniziare un corso** e al **79% tra chi ha già investito nella formazione di figli o familiari**.

Ma il BNPL non si limita ad abbassare la soglia di accesso: **incide anche sull'entità dell'investimento**. Tra chi è già coinvolto in percorsi formativi o sta valutando di intraprenderne uno, **circa la metà dichiara che utilizzerebbe il BNPL per sostenere il costo**, mentre **4 su 10 affermano che, potendo contare su questa modalità, aumenterebbero il budget destinato alla formazione** - con punte del 43% tra chi ha già seguito un corso, del 42% tra chi ha investito per un familiare e del 35% tra chi vorrebbe iniziare uno. La flessibilità nei pagamenti, insomma, oltre a facilitare l'accesso amplia le opportunità e la qualità delle scelte formative.

"I dati ci restituiscono una fotografia dinamica delle famiglie italiane, che in due casi su tre investono nella formazione di almeno un membro della famiglia con un ricorso a forme di pagamento rateali che raggiunge il 25% – commenta Luca Lambertini, Direttore HeyLight, Compass Banca. L'evidenza che una persona su due avrebbe voluto pagare a rate, se ne avesse avuto la possibilità, consente agli operatori del mercato l'acquisizione di nuovi clienti e supporta la fidelizzazione. HeyLight offre dunque, a tutti gli enti e le scuole di formazione che lo adottano, un notevole vantaggio competitivo in termini di abilitatore della scelta nel momento in cui le famiglie decidono di iscriversi ad un corso."

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