



Indagine sul credito al consumo

Il vissuto di chi ricorre al credito
e l'atteggiamento di chi non lo ha ancora fatto.
Un confronto con i cittadini stranieri
residenti in Italia.

Il profilo degli italiani che hanno già provato

Sono la metà del campione quelli che hanno fatto un credito, hanno almeno un figlio e sono concentrati più al Sud che al Nord.

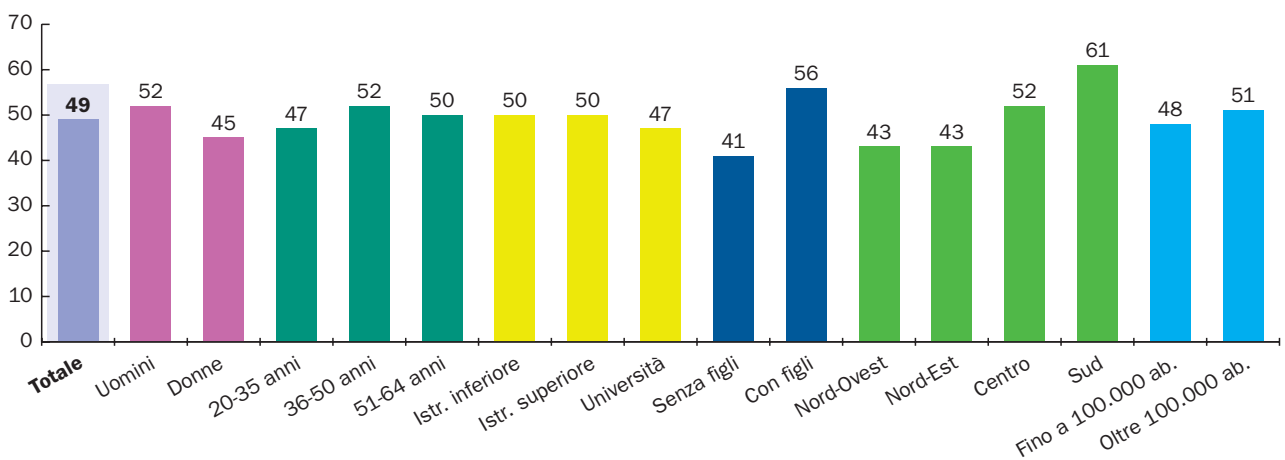


Circa la metà della popolazione italiana intervistata da 20 a 64 anni ha al suo attivo almeno un acquisto con pagamento rateale (escluso il mutuo per la casa). Da queste persone l'Osservatorio Findomestic ha voluto capire i vantaggi e gli svantaggi di questa loro scelta.

L'altra metà non può ancora raccontare questa esperienza. Da essi, tuttavia, si potranno comprendere meglio i timori e le resistenze che hanno finora frenato il ricorso al credito al consumo.

Ma prima di tutto, consideriamo in quali fasce di popolazione si è maggiormente diffuso l'acquisto rateale. Gli uomini ne fanno ricorso in misura leggermente maggiore delle donne, ma sono soprattutto le famiglie con figli a usare di più l'acquisto finanziato (56% contro il 41% di chi non ha figli). Il ricorso è stimato al 47% nella classe dei più giovani (da 20 a 35 anni), sale al 52% nei consumatori da 36 a 50 anni e si assesta su un 50% fra coloro che hanno un'età compresa fra 51 e 64 anni. Non emergono differenze fra chi dispone di una istruzione inferiore o superiore, solo i laureati utilizzano in misura lievemente minore questa opportunità (facendo leva tendenzialmente, anche su un reddito più elevato). È al variare della latitudine che si registrano comunque le differenze più sensibili: si passa dal 43% nelle regioni del Nord, al 52% nel Centro, per raggiungere il 61% al Sud.

Esperienza dei pagamenti a rate: profilo degli utilizzatori (%)



Credito

» Un italiano su due ha fatto almeno un acquisto a rate.



Dove e come hanno vissuto l'esperienza

Chi lo ha fatto, lo ha fatto soprattutto per l'auto.

Velocità, riservatezza e gentilezza sul punto vendita, ma anche la serietà della società finanziaria, sono gli aspetti più importanti per soddisfare chi fa acquisti a rate.

Le esperienze di credito al consumo sono principalmente legate all'acquisto di un'auto (40%), cui fanno seguito elettrodomestici bianchi (23%), mobili (21%) elettrodomestici bruni (16%) e informatica domestica (14%). Decisamente più ridotte le percentuali per altri beni durevoli come telefonia e foto-cine (2%). È ben chiaro da questa classifica, come l'impiego sia principalmente legato al costo del bene da acquistare e alla necessità di distribuire

nel tempo il picco di spesa.

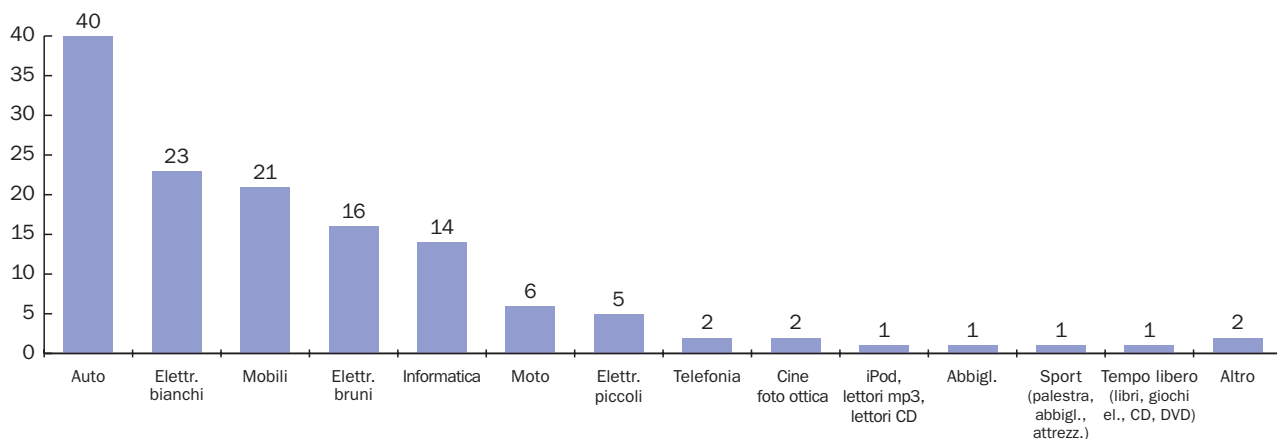
Che cosa è risultato più soddisfacente e che cosa meno in queste esperienze con i finanziamenti sul punto vendita?

Velocità di erogazione, riservatezza nel trattamento, gentilezza del personale e serietà della finanziaria sono risultati essere gli aspetti finora vincenti: l'indice di soddisfazione per queste componenti del servizio, misurato su scala da 1 a 100, è stato

superiore a 80.

Lo stesso indice ruota attorno a 60 per le informazioni disponibili sul punto vendita, le spiegazioni fornite sulle condizioni del finanziamento e l'assistenza nella fase di rimborso. Elementi, tutti questi, che rappresentano quindi una più stimolante area di migliorabilità, poiché innalzare questi indici significherebbe fidelizzare la clientela verso nuovi acquisti e nuove opportunità di finanziamento.

Beni acquistati con pagamento rateale (%)



Soddisfazione verso alcuni aspetti relativi ai finanziamenti sul punto vendita (%)





...solo il 4% dichiara di avere paura dell'indebitamento e l'1% di provare disagio o imbarazzo a chiedere una rateizzazione.

Il punto di vista di chi non lo ha mai provato

Non ne hanno necessità e preferiscono acquistare quando hanno i soldi ma, se lo dovessero fare una prima volta, lo farebbero per l'auto.

Se da una parte le valutazioni riguardanti esperienze avute possono essere utili per incrementare la qualità del servizio reso ai clienti, dall'altra parte non è meno interessante comprendere che cosa ha finora frenato il ricorso al credito al consumo in un'ampia parte della popolazione italiana.

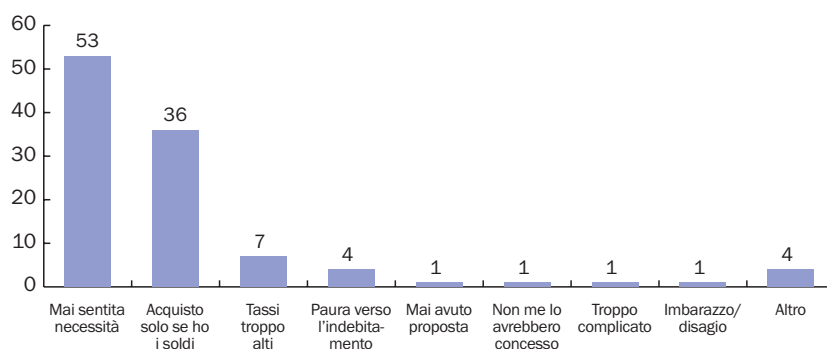
Indagando questo aspetto emerge un quadro fondamentalmente basato su aspetti razionali e di principio: oltre la metà di coloro che non hanno mai affrontato un acquisto finanziato dichiara semplicemente di non averne mai avuto la necessità. Poco più di 1/3 afferma invece di acquistare solo quando ha i soldi per sostenere la spesa. Segue un 7% di consumatori che preferisce tenersi lontano dalle rate, perché giudica i tassi troppo elevati.

Coloro che fanno riferimento ad aspetti emotivi sono un'esigua minoranza: solo il 4% dichiara di avere paura dell'indebitamento e l'1% di provare disagio o imbarazzo a chiedere una rateizzazione.

Tuttavia, quando si esplora cosa è veramente importante nell'ipotesi di dover fare un acquisto finanziato, riemergono aspetti che non possono essere considerati puramente razionali. Al primo posto come indice di rilevanza troviamo, infatti, la serietà della finanziaria che viene proposta dal punto vendita, cui fa seguito la riservatezza e discrezione con cui si verrà trattati. Due elementi, quindi, che esprimono molto chiaramente il bisogno di sentirsi "in mani sicure".

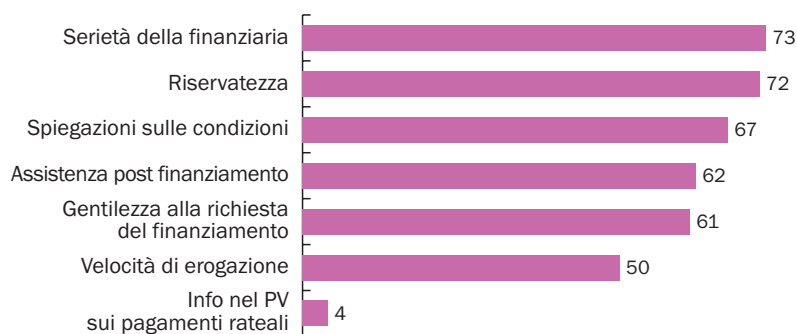
Ma certamente, oltre alla fiducia che va a toccare gli aspetti di sensibilità del cliente, occorre tranquillizzarlo anche sul piano più razionale. Per questo al terzo e quarto

Motivi di resistenza ai finanziamenti per chi non ha mai provato (%)



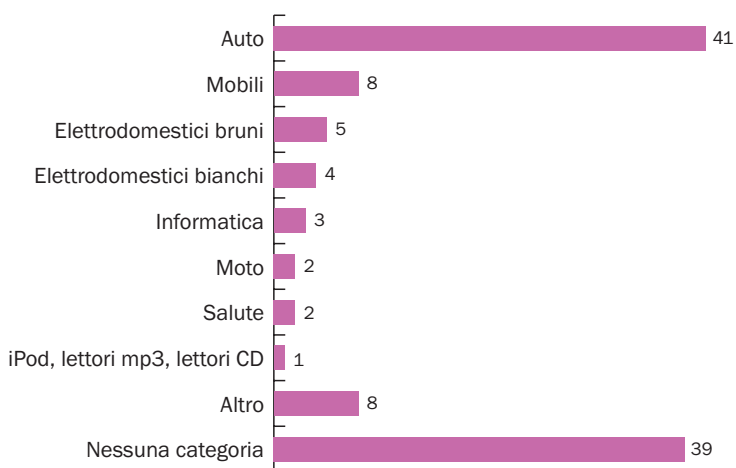
Importanza di alcuni aspetti nell'ipotesi di un acquisto a rate (%)

Base: intervistati che non hanno mai acquistato a rate



Propensione verso una prima esperienza di finanziamento (%)

Base: intervistati che non hanno mai acquistato a rate



posto nella classifica di importanza si situano la capacità di fornire spiegazioni esaurienti sulle condizioni di finanziamento e l'assistenza di cui ci si potrà avvalere durante tutta la fase di rimborso. Un cliente potenziale, dunque, che si rivelerà giustamente esigente prima, durante e dopo il suo primo acquisto finanziato.

Se si esaminano le intenzioni di coloro che finora si sono astenuti dal fare un finanziamento, emerge chiaramente come sarà probabilmente l'acquisto dell'auto a segnare l'ingresso in questo mondo, oppure, ma in misura molto inferiore, l'acquisto di mobili ed elettrodomestici.

Per quali importi si ricorre al credito

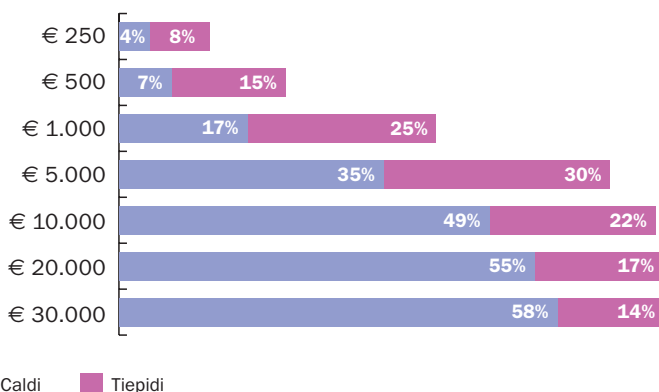
L'interesse a richiedere un finanziamento raddoppia tra i 500 e i 1.000 Euro.

All'aumentare dell'importo per un acquisto, cresce anche la fascia di coloro che diventano più interessati a richiedere un finanziamento.

La percentuale dei consumatori "caldi", ovvero di coloro che sarebbero fortemente interessati a una proposta di rateizzazione, è solo del 4% a fronte di un esborso di 250 Euro. Sale al 17% per 1.000 Euro di spesa e raggiunge il 49% a livello dei 10.000 Euro. Cresce ancora, ma meno rapidamente, fino a un massimo del 58% di consumatori che richiederebbero un finanziamento a fronte di un acquisto da 30.000 Euro.



Interesse al finanziamento in relazione al prezzo d'acquisto



» La concentrazione più alta di stranieri in Italia è nel Nord-Ovest, dove risiede il 36% degli immigrati regolarizzati.



Gli stranieri residenti in Italia

Sono il 5% della popolazione e provengono soprattutto dall'Est Europa.



La popolazione straniera regolarmente censita in Italia si attesta ormai attorno ai tre milioni di unità. Si tratta di una percentuale (circa il 5% della popolazione complessiva) ancora ridotta rispetto a quella di altre nazioni europee, come Germania (9%) e Francia (6% già prima del 2000) e, tuttavia, costituisce già un insieme non più trascurabile né dal punto di vista economico né da quello sociale e culturale. Le statistiche ufficiali dicono che il fenomeno è estremamente composito ed eterogeneo a seconda delle aree: nel Nord-ovest risiede attualmente il 36%, nel Nord-est il 27%, nel Centro il 25% e nel Sud il 12%.

L'Osservatorio Findomestic di quest'anno ha deciso di iniziare a rivolgere un attento sguardo a questo universo composito, esplorando gli stessi temi che sono stati trattati per la popolazione italiana.

Siamo consapevoli che il termine "stranieri", che per semplicità utilizzeremo in queste pagine, sia per molti aspetti impreciso. Il percorso di molte persone giunte in Italia passa attraverso diverse tappe che possono portare a una regolarizzazione, al raggiungimento di uno status di residente e nel tempo anche all'ottenimento di una cittadinanza; è pertanto difficile "fotografare" un mondo che è in costante movimento. Così pure l'altro termine di più frequente utilizzo, "extra-comunitari" sarebbe ormai anacronistico, dato che una parte consistente dei flussi migratori più recenti, proviene da nazioni entrate ormai a far parte della UE.

Si è pertanto optato per includere, sotto il termine "stranieri", tutti coloro che in Italia dispongono di una fonte di reddito da lavoro certificata e che provengono da quattro fondamentali direttrici migratorie: Africa e Medio Oriente (30%), Asia (16%), America Latina (10%), Est Europa (44%).

Stranieri
provenienti
dall'Est Europa

%

44





Il profilo degli stranieri che hanno già provato

Sono un terzo del campione, sono più istruiti, meno giovani e si concentrano maggiormente nel Nord Est d'Italia.

Se circa 1 italiano su 2 ha sperimentato almeno una volta un acquisto finanziato, lo stesso dato riferito agli stranieri residenti nel nostro paese è oggi stimabile in 1 su 3. Il dato cambia molto a seconda che l'individuo si sia o meno ricongiunto con la famiglia: gli stranieri ancora "soli" hanno fatto acquisti finanziati nel 26% dei casi, mentre quelli con familiari in Italia in misura del 40%, un dato che si avvicina a quello degli italiani.

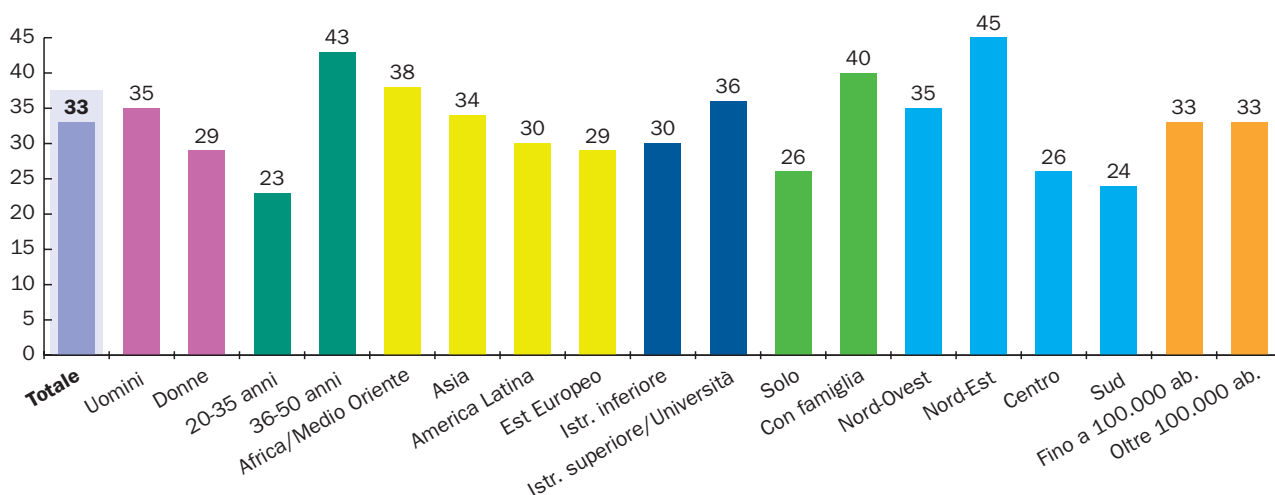
Rispetto alla zona di provenienza, il dato è più alto per Africa e Medio Oriente (38%), cui fa seguito Asia (34%), America Latina (30%) e Est Europa (29%). Ma più che l'aspetto etnico è sicuramente importante il tempo trascorso dall'arrivo in Italia. È naturale, come si è detto, che il processo di regolarizzazione e stabilizzazione occupi un certo lasso di tempo, come pure il fatto che, inizialmente, il reddito sia accantonato o rimesso alle famiglie nel paese d'origine, in

attesa di un ricongiungimento.

Anche la zona di insediamento risulta discriminante: il ricorso al credito al consumo più elevato è riscontrabile al Nord-Est (45%) e al Nord-Ovest (35%), mentre è sensibilmente più basso al Centro (26%) e al Sud (24%), seguendo quindi un andamento opposto rispetto a quello degli italiani, il cui ricorso al rateale cresce da Nord verso Sud. Infine, interessante notare che sono gli stranieri più istruiti quelli che utilizzano di più il rateale (anche questo in controtendenza rispetto alla popolazione italiana). Ancora una volta l'indicatore della scolarizzazione è espressivo di un'altra variabile, cioè il reddito. Così, se per gli italiani i meno istruiti corrispondono tendenzialmente ai meno benestanti e quindi a coloro per cui il ricorso al credito è più frequente, per gli stranieri, presumibilmente, l'istruzione più elevata è sinonimo di un'occupazione meno precaria e quindi di un miglior requisito da offrire per richiedere un finanziamento.



Esperienza di pagamento a rate: profilo degli utilizzatori (%)



Dove e come hanno vissuto l'esperienza gli stranieri

Chi lo ha fatto, lo ha fatto soprattutto per l'arredamento.

Serietà della finanziaria ma anche riservatezza e gentilezza sono gli aspetti più importanti per soddisfare gli stranieri che acquistano a rate.

Il ricorso agli acquisti finanziati per gli stranieri riguarda principalmente l'arredo domestico (34% per i mobili, 29% per gli elettrodomestici bianchi e 23% per i bruni), ma riguarda anche cospicuamente auto (31%) e motoveicoli (18%). Inferiore l'utilizzo per acquisti di informatica domestica (8%), telefonia (10%) e marginali quelli per altri beni (foto-cine, iPod e lettori MP3, piccoli elettrodomestici).

Quali elementi sono risultati più graditi e quali meno nell'esperienza di finanziamento sul punto vendita?

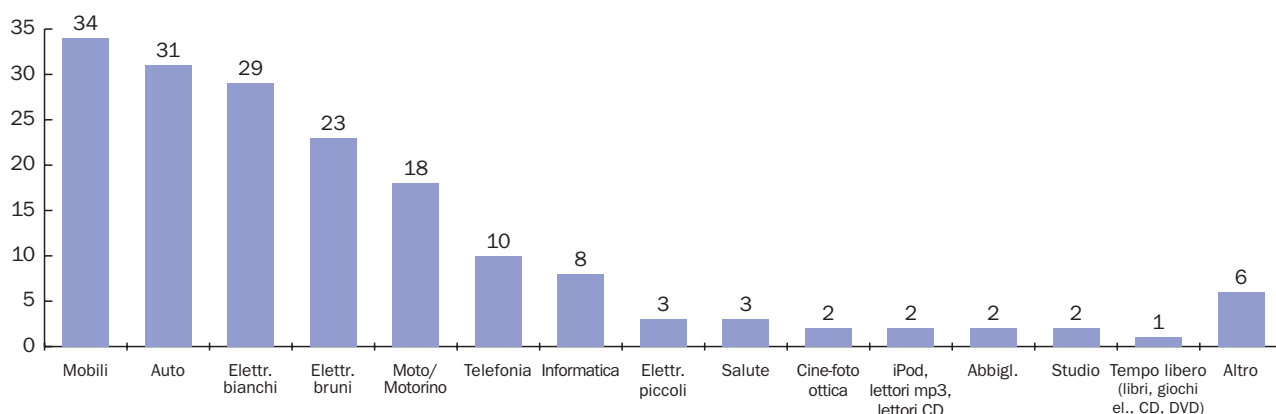
Interessante notare che la velocità di erogazione, che era risultato l'aspetto più soddisfacente per i consumatori italiani (indice da 0 a 100: 87), risulta il meno

soddisfacente per gli stranieri (indice: 56).

Migliori le valutazioni inerenti la serietà della finanziaria proposta, la riservatezza e la gentilezza nel trattamento (indici attorno a 70), cui fanno seguito le informazioni disponibili sul punto vendita, le spiegazioni sugli aspetti contrattuali e l'assistenza ricevuta in fase di rimborso (indici di soddisfazione attorno a 60). Una classifica, quindi, simile per gerarchia da quella espressa dagli italiani, a eccezione della velocità di erogazione, che per questo target appare un elemento non prioritario.

» La velocità di erogazione del credito per gli stranieri non costituisce un aspetto prioritario.

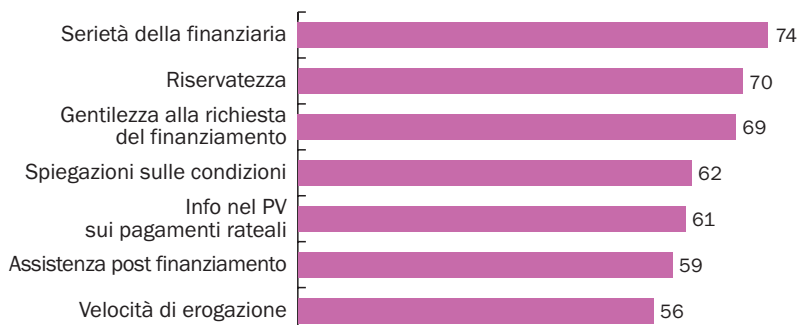
Beni acquistati con pagamento rateale (%)



Credito

Soddisfazione verso alcuni aspetti relativi ai finanziamenti sul punto vendita (%)

Base: intervistati che hanno acquistato a rate



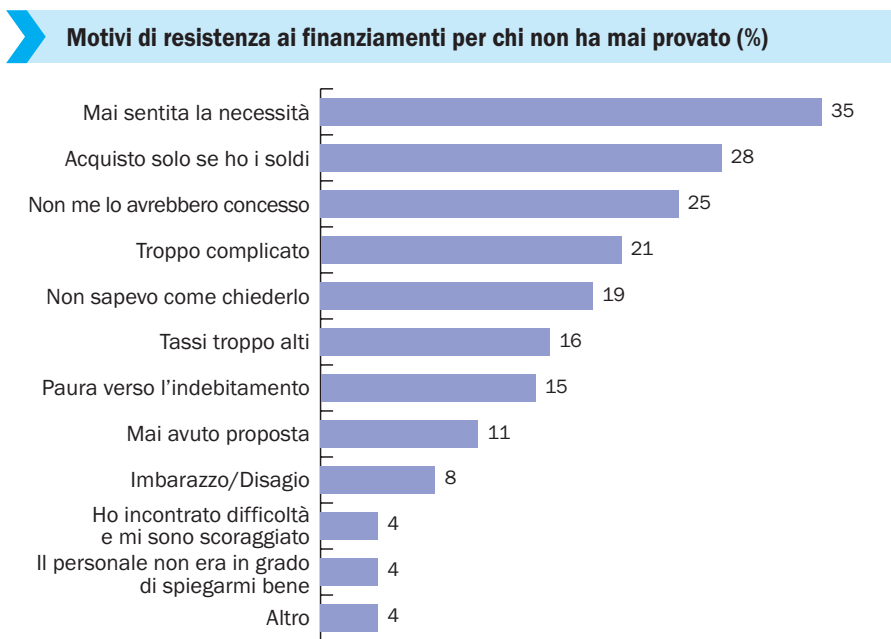
Il punto di vista degli stranieri che **non hanno provato**

Non ne hanno necessità, non lo fanno per principio e, se lo dovessero fare una prima volta, lo farebbero per l'auto.

Se circa due terzi degli stranieri, a tutt'oggi, non ha ancora sperimentato il credito al consumo, può essere interessante comprendere fino a che punto questo dipende da una scelta o da possibili ostacoli.

Si scopre così che il 35% dichiara di non aver mai sentito finora la necessità di ricorrere a rateizzazioni (è il 53% fra gli italiani), mentre il 28% non lo fa per principio, cioè preferisce acquistare solo quando ha i soldi (è il 36% fra gli italiani).

Ma accanto a questi aspetti razionali e legittimi, emergono con una certa frequenza fattori di impedimento, in buona parte psicologico: il 25% pensa che il finanziamento non sarebbe stato loro concesso, il 21% lo ritiene troppo complicato e il 19% non sapeva come chiederlo. A queste motivazioni se ne aggiungono anche altre: i tassi ritenuti troppo alti (16%) e la paura dell'indebitamento (15%), ma anche l'imbarazzo di chiedere (8%) e lo scoraggiamento alle prime difficoltà (4%).



Esiste dunque, su questo target, un potenziale, una domanda non ancora intercettata. Essa sarebbe principalmente rivolta

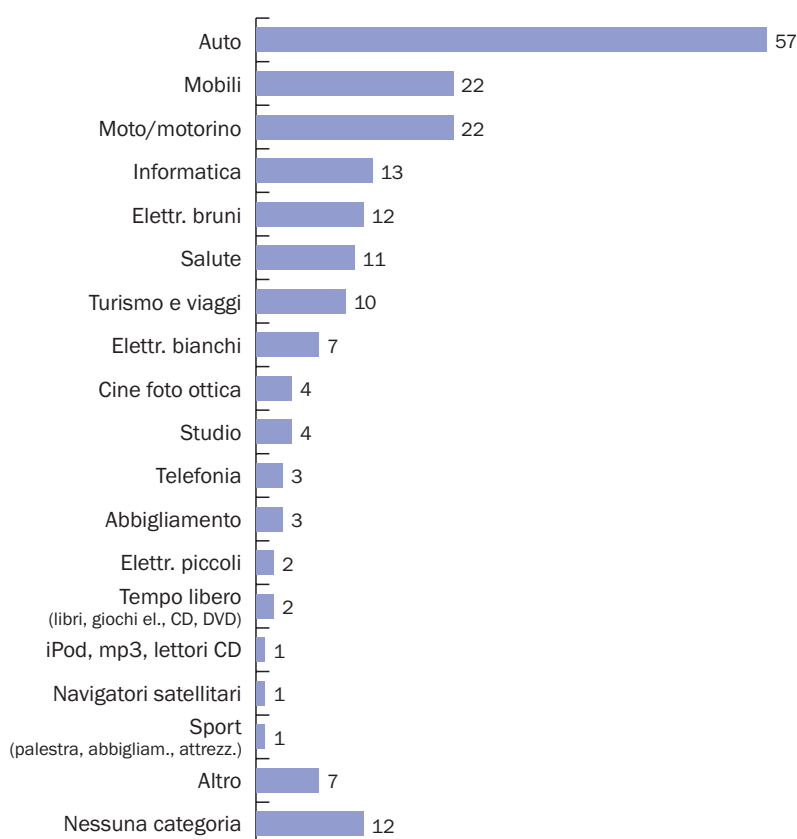
all'acquisto di auto (57%) e moto (22%), ma anche verso mobili (22%) e informatica domestica (13%). Ma esiste anche un 11% che ne intravede un utilizzo per cure mediche (p.es. odontoiatriche), opportunità questa che è ipotizzata solo dal 2% degli italiani.

Che cosa giudicano importante gli stranieri in un acquisto finanziato? La loro classifica non è dissimile da quella degli italiani: al primo posto la serietà della finanziaria proposta nel punto vendita, cui fanno seguito la chiarezza nella spiegazione delle condizioni contrattuali e la riservatezza nel trattamento.

In pratica, si delinea una situazione in cui questo target dimostra un'evoluzione

Propensione verso una prima esperienza di finanziamento (%)

Base: intervistati che non hanno mai acquistato a rate



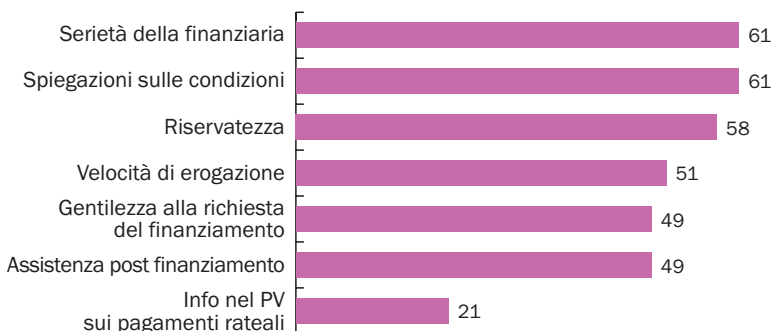
Gli stranieri che farebbero il primo finanziamento per l'auto

57%

delle esigenze e degli interessi molto simile a quella già registrata nella popolazione italiana (però in un arco di tempo più lungo), ovvero il passaggio dal finanziamento per acquistare i beni più basilari, quelli di “cittadinanza”, a un credito al consumo più allargato, verso tutti quei beni, meno indispensabili, che possono tuttavia segnare un miglioramento degli standard di vita. Naturalmente, questo potenziale potrà essere pienamente colto tenendo conto, oltre che di questa similitudine nello sviluppo, di tante significative differenze nelle difficoltà che caratterizzano il punto di partenza culturale e sociale di questi soggetti.

Importanza di alcuni aspetti relativi ai finanziamenti sul punto vendita (%)

Base: intervistati che non hanno mai acquistato a rate



Per quali importi gli stranieri ricorrono al credito

Sono prudenti e considerano il prestito come uno strumento che consente loro di adeguarsi gradualmente a standard di vita più simili a quelli degli italiani.



Analogamente a quanto è stato fatto per la popolazione italiana, si può osservare quale influenza hanno gli aspetti razionali e quelli emotivi, sulla propensione al credito.

Per quanto concerne i primi si è analizzato come varia la percentuale di coloro che si interesserebbero a un finanziamento, di fronte a un acquisto di importo crescente.

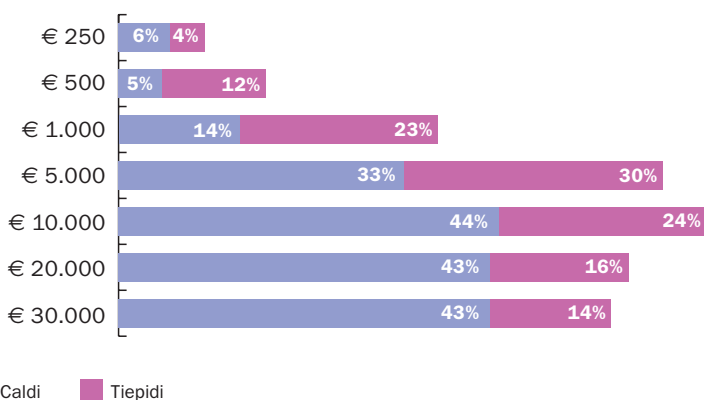
Per 1.000 Euro di spesa solo il 14% degli stranieri (era il 17% fra gli italiani) si dimostra “caldo” verso un’ipotesi di credito al consumo.

Questa percentuale sale al 44% (era il 49% fra gli italiani) se la spesa da affrontare fosse di 10.000 Euro. Giunti a questo livello, tuttavia, la percentuale dei “caldi” si arresta e si riscontra infatti un 43% sia per 20.000 sia per 30.000 Euro. Per i consumatori italiani, invece, la percentuale dei propensi saliva ulteriormente al crescere dell’importo di spesa: 55% a 20.000 Euro e 58% a 30.000.

Questi dati sembrano indicare che, anche per gli stranieri, la necessità di distribuire il picco di spesa è un motore che spinge verso l’acquisto finanziato, ma che oltre un certo livello (10.000 Euro) tale spinta si arresta.

Le ragioni di questo fenomeno sembrano insite in una sorta di meccanismo di autoregolamentazione che, negli stranieri, pare tarato su una maggior prudenza. Lo rivelano anche alcuni loro atteggiamenti.

Interesse al finanziamento in relazione al prezzo d’acquisto



Il 52% degli stranieri è convinto che pagare a rate sia un modo intelligente per diluire le spese; il 22% ritiene che aspettare di avere tutti i soldi per pagare prima di acquistare è considerata un’abitudine superata.

Nell’insieme, pare che il ricorso ai finanziamenti sia visto dagli stranieri residenti in Italia con favore ma anche con prudenza. Dunque, lo straniero tende sì a integrarsi con i consumi più tipici della società italiana, ma pare convinto a procedere con un suo passo, ben consapevole che il credito al consumo possa rappresentare un supporto ma non una scorciatoia verso una migliore qualità della vita.