

ASSOFIN - CRIF DECISION SOLUTIONS – GfK EURISKO

OSSERVATORIO

SULLE CARTE DI CREDITO

Settembre 2009

INDICE

PRESENTAZIONE DELL'OSSERVATORIO.....	pag. 1
EXECUTIVE SUMMARY.....	3
Capitolo 1	
STATO ED EVOLUZIONE DEL MERCATO	7
1.1 Analisi del mercato italiano	7
1.2 Analisi delle infrastrutture	16
Capitolo 2	
LE CARTE REVOLVING	19
2.1 Scenario di riferimento.....	19
2.2 Evoluzione del mercato	21
Capitolo 3	
LE CARTE DI PAGAMENTO NEL CONTESTO INTERNAZIONALE	29
3.1 Considerazioni generali.....	29
3.2 L'Europa occidentale.....	39
3.3 Il nord Europa.....	48
3.4 L'est Europa.....	56
3.5 L'analisi della domanda nel mercato internazionale.....	64
3.6 Il profilo dei titolari di carte di credito negli Stati Uniti e nell'Europa occidentale.....	66
3.7 Considerazioni sull'Europa occidentale	71
3.8 Il profilo dei titolari di carte di credito nell'Europa orientale	71
3.9 Considerazioni sull'Europa orientale.....	79
Capitolo 4	
L'OFFERTA.....	81
4.1 Le carte general purpose.....	82
4.2 Le carte co-branded.....	87
4.3 Le carte prepagate.....	99
4.4 Le carte business	104
4.5 Le carte premium.....	106
4.6 Le contactless	108
Capitolo 5	
LA RISCHIOSITÀ DI MERCATO	111
5.1 Tasso di diffusione territoriale delle carte a saldo	112
5.2 Il tasso di sofferenza dei clienti carta a saldo	113
5.3 Tasso di diffusione territoriale delle carte revolving	115
5.4 Il tasso di sofferenza della carta revolving	116
Capitolo 6	
LA DOMANDA DI CARTE DI CREDITO: TREND E DINAMICHE EVOLUTIVE	119
6.1 L'analisi della domanda: le fonti	119
6.2 I bacini delle plastic cards.....	122
6.3 Carte di debito e carte di credito: evoluzione	124
6.4 Il mercato attuale delle carte di credito: i titolari.....	125
6.5 Il portafoglio carte e i comportamenti d'uso della carta di credito	127

6.6	Le dinamiche interne al mercato: l'abbandono recente della carta (ultimi 2 anni)	133
6.7	Il profilo degli abbandonanti recenti	135
Capitolo 7		
LE DIVERSE TIPOLOGIE DI CARTE DI CREDITO		139
7.1	I diversi tipi di carte nel portafoglio dei decisori finanziari	139
7.2	Carte premium: quota, caratteristiche e profiling dei titolari.....	139
7.3	Carte T&E: quota, caratteristiche e profiling dei titolari	142
7.4	Carte revolving: notorietà e possesso presso il mercato.....	145
7.5	Fidelity card: quota, caratteristiche e profiling dei titolari	149
7.6	Carte prepagate ricaricabili: quota, caratteristiche e profiling dei titolari	152
Capitolo 8		
LE LOGICHE DI APPROCCIO E LA MAPPA DEL MERCATO CARTE DI CREDITO		159
8.1	La mappa del mercato delle carte di credito	159
8.2	I risultati dell'analisi	160
Capitolo 9		
I MARCHI E LA RELAZIONE CON IL MERCATO.....		171
9.1	Le logiche di posizionamento dei brand	171
9.2	Attività di comunicazione e notorietà dei brand: i trend.....	173
9.3	Brand image e customer satisfaction del mercato	176
9.4	Soddisfazione verso la carta: quota e target.....	182
Capitolo 10		
IL MERCATO ATTUALE: OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO.....		185
10.1	Introduzione	185
10.2	“Affinità” alla carta di credito del mercato attuale.....	185
10.3	Mercato attuale: le opportunità.....	188
10.4	Rischiosità del mercato attuale.....	191
10.5	Rischiosità del mercato attuale: analisi per tipologia di carta posseduta ed utilizzo	193
Capitolo 11		
IL MERCATO POTENZIALE DELLE CARTE DI CREDITO		195
11.1	Non titolari di carta di credito: dimensioni e caratteristiche	195
11.2	Non titolari di carta di credito: dimensione e profilo dei possessori esclusivi di carta di debito	196
11.3	Non titolari di carta di credito: resistenze e percezione della carta	198
11.4	Non titolari: i driver per l'accesso al mercato	201
11.5	Non titolari di carta di credito: i target.....	203
11.6	Il bacino potenziale delle carte di credito	205
11.7	Il bacino potenziale delle carte di credito: “affinità” e rischioosità	206
11.8	Carte revolving: il mercato potenziale	207
Capitolo 12		
LE CARTE CREDITO IN TEMPO DI CRISI.....		211
12.1	La crisi delle carte di credito negli Stati Uniti	211
12.2	Il contesto europeo ed italiano	215
12.3	Gli italiani e la carta di credito	217
APPENDICE		
Appendice – Sinottica e la Grande Mappa della società italiana		227
Appendice – Mappa del mercato finanziario e Stili Finanziari familiari		239
Appendice – Le principali tipologie di carte		247
Glossario		249

PRESENTAZIONE DELL'OSSERVATORIO

L'edizione dell'Osservatorio Carte di credito 2009 vede confermata la partnership tra Assofin, Crif Decision Solutions e GfK Eurisko, che anche in questa occasione hanno integrato il rispettivo know how ed il proprio contributo con l'obiettivo di fornire un prodotto distintivo sul mercato italiano e di concreto interesse operativo per tutti i players coinvolti.

L'Osservatorio Carte di credito, giunto alla settima edizione, è una pubblicazione di riferimento per tutti i principali protagonisti operanti nel settore: banche generaliste, istituzioni finanziarie specializzate, emittenti, società di consulenza e organizzazioni istituzionali.

La funzione informativa dell'Osservatorio Carte può essere riassunta nei seguenti punti:

1. analizzare l'andamento del mercato, raccogliendo e sistematizzando con continuità le numerose e frammentarie informazioni su questo mercato;
2. fornire gli scenari di riferimento e l'andamento evolutivo della domanda e dell'offerta delle carte di credito, avvalendosi di informazioni ed analisi ad hoc altrimenti non disponibili sul mercato italiano;
3. monitorare le iniziative di settore, puntando a cogliere con tempestività le principali tendenze ed innovazioni.

L'edizione 2009 contiene, quale elemento di novità, un approfondimento del mercato delle carte di pagamento a livello internazionale, che ha lo scopo di analizzare e confrontare le caratteristiche e le tendenze di questo comparto sia nei paesi in cui i sistemi di pagamento elettronico sono oramai consolidati, sia in quelli che sono in forte evoluzione e che presentano le maggiori opportunità di sviluppo per il prossimo futuro.

Infine, l'edizione di quest'anno non poteva non occuparsi degli impatti dell'attuale crisi economica sul comparto delle carte di credito. Al tema è dedicata la monografia che ha il compito di individuare la modalità con cui il mondo delle carte di credito sta affrontando la crisi, cercando ove possibile di delineare quali potrebbero essere gli scenari futuri, nazionali ed internazionali.

Anche quest'anno, dunque, Assofin, Crif Decision Solutions e GfK Eurisko, con l'Osservatorio Carte di credito, si propongono di fornire uno strumento prezioso per i players finanziari, specializzati e non, ai fini dell'analisi puntuale del mercato, dei target, delle potenzialità o dei rischi presenti nel business e dei più interessanti scenari evolutivi in atto.

ASSOFIN è l'associazione che riunisce e rappresenta i principali operatori finanziari qualificati che operano nei comparti del credito al consumo e del finanziamento immobiliare.

Tra le attività che caratterizzano l'associazione e la qualificano come organizzazione di categoria spicca la produzione di un ricco patrimonio informativo di natura statistica riguardante l'andamento dei comparti di interesse.

CRIF DECISION SOLUTIONS è la società del gruppo CRIF specializzata nel design, nello sviluppo e nella gestione di soluzioni per il controllo del rischio e per il marketing finanziario.

Da anni partner dei principali operatori finanziari, CRIF DECISION SOLUTIONS ha sviluppato un know-how specifico nel campo delle carte di credito, in grado di recepire, raccogliere e trasformare in business i principali segnali, le linee evolutive e gli orientamenti del mercato.

GfK EURISKO, istituto leader in Italia nel campo delle ricerche sociali e di mercato, interpreta la ricerca come servizio da svolgere con una crescente specializzazione e come funzione economica e culturale volta a sostenere lo sviluppo del Paese. La politica aziendale premia il valore aggiunto ai dati di ricerca e il loro inquadramento socioculturale.

L'Istituto dal 2005 è entrato nel Gruppo GfK, 4° network mondiale di ricerca presente in oltre 100 Paesi.

GfK EURISKO FINANCE è, dal 1987, il dipartimento specializzato, nato per soddisfare con know-how specialistico le esigenze crescenti del mercato finanziario.

L'integrazione di tutte le specifiche competenze è garanzia di un'analisi completa, che coniuga la visione quantitativa del mercato con quella più qualitativa della domanda.

La struttura dell'Osservatorio è organizzata in modo da fornire:

- ✓ Nei capitoli 1, 2 e 4 una lettura quantitativa del mercato italiano delle carte di credito.
 - Il capitolo 1 analizza l'evoluzione del mercato delle carte di pagamento, delineandone i trend.
 - Il capitolo 2 dedica un focus specifico alle carte revolving delle quali si analizza l'andamento del mercato.
 - Il capitolo 4 propone un'analisi censuaria delle tipologie di carte presenti sul mercato italiano, arricchita da una puntuale qualificazione delle principali features di prodotto.
- ✓ Il capitolo 3 presenta le caratteristiche e gli andamenti del mercato internazionale delle carte di pagamento;
- ✓ Il capitolo 5 presenta un'analisi della rischiosità del mercato, distintamente articolata tra carte a saldo e carte revolving, unica nello scenario italiano per il mercato delle carte.
- ✓ I capitoli 6, 7, 8, 9, 10 e 11 propongono una focalizzazione sugli aspetti qualitativi e di evoluzione relativi ai possessori italiani delle carte di credito (chi sono, quanto spendono, quali logiche li avvicinano al credito, etc.), integrata da indicazioni sul mercato potenziale. L'analisi consente di tracciare le tendenze evolutive della domanda, ponendo a confronto i risultati del 2009 con quelli del 2008 e del 2007.
- ✓ Il capitolo 12 ha come tema l'analisi delle carte di credito in tempo di crisi. L'analisi punta a fornire una risposta alle preoccupazioni emerse negli ultimi mesi ed evidenziate dalla stampa nazionale e internazionale, nella quale più volte si è ipotizzato il rischio di una "bolla" per le carte revolving, alla stregua di quella dei mutui subprime partita, come noto, dagli Stati Uniti.

EXECUTIVE SUMMARY

In un anno, come il 2008, caratterizzato da una forte crisi economica che ha coinvolto direttamente il sistema finanziario a livello mondiale, l'Italia continua a caratterizzarsi per un utilizzo ancora contenuto degli strumenti di pagamento alternativi al contante, con particolare riferimento alle carte di credito.

Il mercato italiano nel 2008, da quanto emerge dalla Relazione di Banca d'Italia (maggio 2009), è stato caratterizzato dai seguenti principali fenomeni:

- ✓ la crescita del numero di operazioni effettuate con strumenti di pagamento bancari e postali diversi dal contante è stata del +0.4%. E' continuata la diminuzione dell'utilizzo degli assegni bancari (-9.7%), mentre le operazioni tramite bonifici e disposizioni di incasso sono aumentate solo del +0.4%. Sono, invece, significativamente aumentate (+5.8%) le operazioni realizzate su POS tramite carta di debito;
- ✓ il numero delle carte di credito in circolazione è aumentato del 18.2% rispetto all'anno precedente. Anche il numero di carte di debito è incrementato (+12.6%);
- ✓ è invece diminuito il numero di carte di credito attive (-0.7% nel 2008 rispetto ad un +9.4% dell'anno precedente) ed è risultato in calo anche il tasso di attività, che dal 47.0% del 2007 è passato al 39.5% del 2008;
- ✓ l'importo totale delle transazioni effettuate nel 2008 è stato superiore ai 56 miliardi di euro, registrando un aumento del +7.9% rispetto all'anno precedente, con un valore medio per transazione pari a 108 euro, in crescita rispetto ai quasi 104 euro del 2007;
- ✓ di pari passo con la crescita dei volumi, è aumentato anche il numero di transazioni che nel 2008 ha superato per la carta di credito i 522 milioni (+3.7% nel confronto con il 2007).

Per quanto riguarda il mercato delle carte revolving, dopo un 2008 che ha visto il tasso di crescita sostanzialmente allineato al livello dell'anno precedente (+7.2%), nei primi sei mesi del 2009 il comparto ha risentito della crisi finanziaria mostrando un incremento dei flussi finanziati piuttosto contenuto (+2.9%). Si segnala tuttavia che il rallentamento risulta meno drastico rispetto all'andamento medio del credito al consumo (-11.2%).

Si indicano, di seguito, alcuni dei trend più significativi del comparto carte revolving:

- ✓ proseguono le politiche di emissioni più mirate e selettive; le nuove carte emesse si riducono del -5.3% a fine dicembre 2008 e di conseguenza le carte in circolazione aumentano solo del +5.2%;
- ✓ il tasso di attività delle carte in circolazione si riduce ulteriormente dal 33% al 29%;

- ✓ il titolare conferma la preferenza per le carte opzione: il 64% delle transazioni effettuate nel 2008 risulta, infatti, attribuibile alle carte multifunzione, contro il 36% di utilizzi fatti con le carte revolving tradizionali;
- ✓ emerge una considerevole diminuzione del peso delle operazioni di anticipo contante con le carte revolving a favore di una forte crescita dello share dei flussi transati presso i punti vendita (dal 68% nel 2007 al 72% nel 2008), evidenziando una maggiore consapevolezza finanziaria da parte dei titolari.

E' proseguita, anche nel 2008, la grande diffusione delle carte prepagate, ad un ritmo ancora più sostenuto di quello registrato negli anni precedenti: complessivamente sono in circolazione 8.2 milioni di carte prepagate (ricaricabili e usa e getta), in crescita del 41.4% rispetto al 2007.

L'Osservatorio propone un'analisi regionale congiunta del tasso di diffusione e del tasso di rischio connessi alla carta di credito, differenziando tra carta a saldo e carta revolving. Dall'analisi realizzata su un ampio campione, quest'anno di 12 milioni di carte, emerge che:

- ✓ le carte di credito a saldo continuano ad essere maggiormente presenti in Lombardia (23.0%), nel Lazio (11.9%) ed in Veneto (9.4%), anche se quest'ultima regione risente di un leggero calo rispetto allo scorso anno;
- ✓ le carte revolving, in un contesto di generale stabilità, mantengono la maggiore diffusione in Lombardia (14.3%) e nel Lazio (11.0%). Significativa permane la quota per Sicilia (10.8%) e Campania (9.4%).

In riferimento alla dimensione della rischiosità, a maggio 2009, si riscontra per le carte a saldo un tasso di sofferenza del 2.6% di media nazionale, in aumento, dopo anni di stabilità, rispetto al dato dello scorso anno (pari al 2.0%). Il confronto tra 2008 e 2009 evidenzia un incremento del tasso di sofferenza anche della carta revolving, che si colloca al 6.4% per il totale Italia.

L'andamento della rischiosità della carta di credito è approfondito anche nella sezione monografica (Capitolo 12), che quest'anno ha voluto analizzare quanto il comparto sia esposto ai rischi del default in un periodo di crisi come quello in corso. Ne emerge, per l'Italia, un mercato che si muove su un terreno di sostanziale sicurezza nel quale alla capacità del sistema bancario e finanziario italiano di valutare il merito creditizio si associa la capacità del consumatore di autovalutare le proprie risorse economiche, riformulando quando necessario il proprio budget di spesa.

L'andamento del mercato a livello internazionale (tema al quale è dedicato l'intero Capitolo 3) mostra un quadro complessivo molto eterogeneo: con paesi fortemente evoluti nell'utilizzo della carta e paesi ancora arretrati in termini sia di diffusione del prodotto, sia di infrastrutture (POS e ATM), ma con notevoli potenzialità per l'immediato futuro.

I mercati più sviluppati sono quelli degli Stati Uniti, Regno Unito, Canada e Giappone, con livelli di penetrazione dello strumento molto elevati, con più di due carte per abitante e molto evoluti anche in termini di infrastrutture.

Ad essi si affiancano realtà consolidate, soprattutto in Europa Nord Occidentale, ma con livelli di penetrazione della carta più contenuti e con differenti abitudini nell'utilizzo del prodotto. Ad esempio in Germania, la carta risulta un prodotto piuttosto diffuso ma con ancora potenzialità di crescita in termini di utilizzo, mentre i paesi scandinavi spiccano sia in termini di possesso sia di utilizzo.

L'Est Europa mostra una diffusione del prodotto limitata, sebbene in forte sviluppo e con sicure potenzialità di crescita sia del numero di carte in circolazione, sia del loro utilizzo; si distinguono Estonia e Slovenia che hanno caratteristiche paragonabili ai paesi occidentali limitrofi.

Va ricordato la situazione della Turchia, nazione molto giovane ed evoluta in termini di utilizzo della carta, in cui i principali issuers hanno trovato terreno fertile per proporre molte innovazioni in termini di prodotti offerti.

I paesi che, tuttavia, saranno oggetto del maggior interesse nel prossimo futuro sono senza dubbio Cina, India e Brasile, che registrano già da qualche anno tassi di sviluppo a due cifre. Va comunque precisato che tali realtà differiscono notevolmente tra loro in termini di diffusione. Se, infatti, il Brasile ha già più di due carte per abitante, il valore dell'India è tuttora prossimo allo zero, mentre quello della Cina si colloca su una fascia intermedia e non troppo distante dai paesi dell'Europa Occidentale.

L'Osservatorio, come di consueto, include un'ampia sezione dedicata all'analisi della domanda sia attuale che potenziale, in termini di caratteristiche, profilo socio-economico, aspettative, elementi di soddisfazione, percezione dei marchi e relazione con il mercato.

Tale analisi viene sviluppata a partire dai dati provenienti dagli Osservatori proprietari GfK Eurisko. In particolare: Multifinanziaria Retail Market che studia i comportamenti finanziari delle famiglie italiane, Sinottica che fornisce informazioni sugli individui e MultifinTrack (advertising tracking study), che restituisce il panorama della comunicazione finanziaria

Dalla scorsa edizione l'analisi della domanda si è arricchita di un approfondimento relativo al mercato internazionale delle carte di credito, che viene riproposto e aggiornato anche nell'attuale rapporto.

I dati della nuova edizione confermano la sostanziale stabilità del bacino dei titolari di carta di credito, sia presso i capifamiglia decisori finanziari che presso gli individui, restituendo, al contempo, alcuni segnali che, in sintonia con il contesto attuale, segnato dalla recente crisi finanziaria, invertono, in parte, le tendenze più dinamiche osservate nella precedente edizione. Alcuni esempi:

- ✓ la carta, dopo i segnali di apertura a segmenti meno elitari, ritorna a presidiare maggiormente i profili economicamente più solidi e di maggior "valore";
- ✓ i portafogli carte subiscono gli effetti di una semplificazione e razionalizzazione, con una contrazione della quota di pluri-possessori.

L'analisi delle diverse tipologie di carta di credito conferma il segnale di progressivo rafforzamento del bacino di titolari di carte T&E, mentre resta sostanzialmente stabile (almeno in termini percentuali) il bacino di titolari di carte Premium.

Con riferimento alle carte revolving prosegue il trend di consolidamento di notorietà, mentre la consapevolezza relativa al possesso resta ancora estremamente contenuta e permette di intercettare solo una quota minoritaria dei titolari effettivi dello strumento. Quest'anno, tuttavia, il bacino intercettato non solo mostra una maggiore dimestichezza d'uso nei confronti di questa carta, ma sembra anche essere riuscito a mantenere una certa continuità di valutazione delle performance anche in un momento di mercato, come quello attuale, meno favorevole agli strumenti del credito.

Osservando come si posizionano le diverse tipologie di carta sulla mappa del mercato delle carte di credito, l'area di elezione delle carte a valore aggiunto - premium, ma anche T&E base - si conferma quella dei segmenti più elitari del mercato, con una maggiore capacità quest'anno, da parte delle carte T&E, di presidiare i segmenti più intraprendenti e innovativi, quelli con un utilizzo più elevato della carta e, quindi, con maggiori potenzialità in termini di business. Le carte base, le ricaricabili e le revolving, restano, invece, posizionate maggiormente in aree che coniugano una minor disponibilità economica con la ricerca di funzionalità.

Per quanto riguarda l'indicatore di soddisfazione nei confronti delle carte, i dati sul totale titolari, restituiscono un quadro di sostanziale stabilità, confermando anche il tendenziale miglioramento nel percepito d'immagine delle carte. Tuttavia, alla luce anche del permanere di ampi spazi di miglioramento nella valutazione delle prestazioni (la carta ad oggi soddisfa meno della metà dei titolari), restano valide le osservazioni sull'importanza di un'attività di corretta collocazione e valorizzazione del prodotto.

Visti i tassi di diffusione ancora contenuti, le potenzialità di un'espansione del bacino attuale dei titolari di carte di credito continuano a rimanere molto incoraggianti.

Questo mercato potenziale è un mondo eterogeneo che i players potranno approcciare con logiche differenti:

- ✓ in una logica ampia, considerando come bacino di utenza potenziale tutti i non titolari attuali del prodotto: in questo caso le potenzialità in termini numerici sono molto ampie, anche se l'analisi di profilo evidenzia la presenza di un'elevata quota di individui con caratteristiche meno sintoniche al prodotto;
- ✓ in una logica più mirata, tenendo conto non solo del presupposto oggettivo di non titolarità attuale del prodotto, ma anche della presenza dei prerequisiti di base per il possesso della carta: in questa prospettiva il bacino potenziale si presenta più ristretto, seppure con caratteristiche molto interessanti per gli attori del settore.

Per chi scegliesse di lavorare in una logica più mirata, l'Osservatorio, anche in questa edizione, segnala alcune opportunità da cui discendono riflessioni strategiche relative al posizionamento differenziale delle diverse carte presenti in portafoglio.