



L'impatto economico del credito al consumo in Italia

Sintesi della Ricerca

Novembre 2003

ABSTRACT

La ricerca si pone l'obiettivo di indagare la relazione esistente tra sistema economico nazionale e credito al consumo e misurare gli impatti legati ai possibili scenari evolutivi del comparto.

Quanto vale il credito al consumo nel nostro Paese? Nell'anno 2002:

- il flusso di consumi a prezzi correnti è stato pari a **760** miliardi di euro;
- i principali beni finanziati dal credito al consumo (Auto e Moto, Elettrodomestici ed Elettronica, Arredo) hanno trainato consumi oltre **64** miliardi di euro, incidendo per oltre **l'8%** del totale dei consumi nazionali;
- il flusso di credito al consumo erogato a supporto della vendita di tali beni è stato pari a circa **23** miliardi di euro, incidendo per il **3,07%** sui consumi totali delle famiglie italiane.

L'analisi del trend evolutivo del credito al consumo, in un'ipotesi evolutiva prudentiale, evidenzia che:

- il flusso di credito al consumo tende a crescere, su base annua, del **10,49%** a prezzi costanti;
- l'impatto incrementale atteso sul Prodotto Interno Lordo è pari a **+0,3%**.

Questo effetto positivo sullo sviluppo dei consumi può essere modificato, in negativo o in positivo, da fattori incentivanti o disincentivanti per il credito al consumo.

A questo riguardo, sono stati ipotizzati 3 scenari legati a fattori di disincentivazione (2) e di incentivazione:

- disincentivazione attraverso la riduzione delle informazioni di "referenza creditizia" (rese disponibili dalle "centrali rischi positive") utilizzate a supporto dell'erogazione del credito al consumo per valutare la capacità di rimborso del consumatore, di cui beneficia il consumatore stesso per agevolare il proprio accesso al credito;
- incentivazione attraverso misure di politica economica tese a sostenere lo sviluppo del credito al consumo.

I risultati sono i seguenti.

1. Disincentivazione debole: attraverso la sottrazione al patrimonio informativo esistente presso le "centrali rischi positive" di tutte le informazioni relative al comportamento dei clienti i cui contratti sono cessati (estinti): l'impatto incrementale atteso sul Prodotto Interno Lordo dato dal credito al consumo scenderebbe **da +0,3% a -0,73%**.

2. Disincentivazione totale: attraverso la sottrazione al patrimonio informativo esistente presso le “centrali rischi positive” relative al comportamento virtuoso dei clienti (quindi con il mantenimento delle sole informazioni relative alle posizioni “negative”, cioè i mancati pagamenti): l’impatto incrementale atteso sul Prodotto Interno Lordo dato dal credito al consumo sarebbe di **-1,59%**.
3. Incentivazione: attraverso misure di politica economica tesa a sostenere lo sviluppo del comparto (es. incentivi fiscali, campagne promozionali) l’impatto incrementale atteso sul Prodotto Interno Lordo sarebbe positivo per un **+2,02%**. (Naturalmente, tale intervento di sostegno comporterebbe degli oneri a carico del bilancio dello Stato).

In conclusione:

- si può affermare che il credito al consumo è una leva di intervento economico con importanti potenzialità per le politiche di intervento tese allo sviluppo attraverso il sostegno della domanda, anche di breve e medio termine;
- si nota come ogni eventuale incentivazione dei consumi attraverso misure di politica economica in favore del credito al consumo (quindi onerosa per il bilancio dello Stato) sarebbe vanificata se - contemporaneamente - fosse consentita la riduzione delle informazioni di “referenza creditizia” (rese disponibili dalle “centrali rischi positive”) utilizzate a supporto dell’erogazione del credito al consumo per valutare la capacità di rimborso del consumatore.

PREMESSA

La ricerca si pone l'obiettivo di indagare la relazione esistente tra sistema economico nazionale e credito al consumo.

Il credito al consumo è una forma di credito destinata esclusivamente ai consumatori, cioè alle famiglie e alle persone fisiche che richiedono un finanziamento per fini indipendenti dalla propria attività professionale o imprenditoriale. Non viene, dunque, concesso a imprese o a soggetti che intendano utilizzare il credito a favore della propria attività lavorativa o professionale.

Dal punto di vista economico, "il credito al consumo è un canale di finanziamento attraverso cui la domanda di beni può essere soddisfatta oltre il limite del reddito del richiedente mediante un differimento temporale dei pagamenti"¹. I beni tipicamente acquistati mediante il credito al consumo sono i beni durevoli, quali: i mezzi di trasporto, gli apparecchi dell'elettronica e gli elettrodomestici in genere, nonché gli articoli di arredamento².

Lo strumento giuridico originariamente volto a regolare questo tipo di rapporti è la vendita a rate. Successivamente, lo sviluppo dello strumento ha consentito una diversificazione delle forme tecniche di erogazione del credito al consumo. Oltre la vendita a rate, espressione dei finanziamenti finalizzati, si sono aggiunti i finanziamenti non finalizzati (prestiti personali), i prestiti contro cessione del quinto dello stipendio e le carte di credito revolving³.

Tornando agli obiettivi della ricerca, l'analisi si focalizza prima di tutto sulla **definizione degli aspetti strutturali, dei trend e delle relazioni economiche dirette ed indirette esistenti tra il credito al consumo e i consumi/i settori produttivi.**

La ricerca si concentra poi sull'**identificazione dei fattori – economici ed informativi - che possono incidere, nel breve/medio termine, sull'evoluzione di tali forme di credito e sulla valutazione degli impatti economici che sono associati a tali scenari evolutivi.** In conclusione, **i risultati dello studio permettono di affrontare, basandosi su un quadro conoscitivo completo, le valutazioni in merito alle politiche nazionali che possono avere effetti diretti sull'evoluzione del credito al consumo e quindi non disincentivanti sull'economia in generale.**

¹ CARRIERO C., *Il credito al consumo*, in Banca d'Italia, Quaderni di ricerca giuridica, Roma, ottobre 1998, p.12.

² Assimilabile ad esso, per i suoi destinatari e per la tipologia di esigenza da esso coperta, è il credito concesso per l'acquisto della casa. Tuttavia, per la diversa dimensione degli importi tipici dei mutui casa, essi non sono compresi nella definizione di credito al consumo utilizzata dalla presente ricerca.

³ Alcune forme di dilazione dei pagamenti sono oggi da considerarsi forme atipiche di credito al consumo (ad esempio il pagamento dei canoni di telefonia o legati all'erogazione di servizi quali l'energia elettrica, etc.). Tuttavia, per semplicità di analisi, non sono comprese nella definizione di credito al consumo utilizzata dalla presente ricerca, benché possano a tutti gli effetti esservi assimilate.

ALCUNE INDICAZIONI STRUTTURALI

Nel 2002 il credito al consumo⁴ ha inciso per il 3,07% sui consumi totali delle famiglie in Italia. Si tratta di 23 miliardi di euro di flussi (cioè di nuovo credito erogato nell'anno) che si rapportano a 760 miliardi di consumi a prezzi correnti nel 2002.

Considerando gli aspetti settoriali, se si valuta la composizione del credito al consumo si rileva che in Italia questo tipo di strumento va a finanziare prevalentemente beni di consumo durevole o semidurevole. L'acquisto di automobili incide per circa due terzi sul totale del credito al consumo erogato, mentre arredamento ed elettrodomestici, i due settori più rilevanti dopo l'auto, hanno un'incidenza del 6-7%.

INCIDENZA DEL CREDITO AL CONSUMO SUI CONSUMI (2002) - FLUSSI

<i>Miliardi di euro correnti</i>	Consumi delle famiglie	Credito al consumo	Incidenza %
Totale	760,22	23,31	3,07%
<i>Auto e moto</i>	27,41	15,52	56,62%
<i>Elettrodomestici ed elettronica</i>	9,10	1,39	15,27%
<i>Arredo</i>	28,01	1,59	5,68%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat e Assofin.

Per avere una migliore comprensione del fenomeno diviene rilevante condurre un confronto a livello internazionale con altri paesi economicamente avanzati. A tal fine, in relazione alle fonti statistiche disponibili, il confronto deve essere riferito alle consistenze piuttosto che ai flussi di credito, e l'indicatore di sviluppo è in questo caso ottenuto dal rapporto del credito al consumo sul PIL (anno 2000). Dal confronto emerge che il tasso di incidenza italiano del 3,2% si confronta con l'8% rilevato in Francia, l'11% rilevato per la Germania e il 16% rilevato per gli Stati Uniti.

Senza prendere a paragone le percentuali di diffusione del credito al consumo registrate per gli Stati Uniti, si nota che il tasso di penetrazione di questo strumento per l'Italia è appena il 40% di quello francese e poco meno del 30% di quello tedesco. Questo ritardo si lega alla più recente introduzione dello strumento in Italia rispetto agli altri paesi dell'Europa continentale, ma trova motivazioni anche in aspetti strutturali del sistema commerciale-distributivo e in aspetti culturali del consumatore italiano.

Tuttavia, occorre sottolineare che – seppur con dimensioni assolute diverse – anche in Italia il credito al consumo sta da anni seguendo un importante trend di sviluppo e diffusione.

⁴ Si vedano le definizioni in premessa.

**TAB. 2 - TASSO DI CRESCITA MEDIO ANNUO DEI FLUSSI
DI CREDITO AL CONSUMO**

Percentuale annua, valori correnti

	2002/1995	2002/2000	2002
Totale	16,52	6,22	4,89
Totale crediti finalizzati	15,22	3,99	2,50
di cui:			
<i>Auto e moto</i>	15,27	4,21	2,80
<i>Elettronica ed elettrodomestici</i>	12,46	0,58	-8,70
<i>Arredo</i>	19,91	5,62	5,51
<i>Altri beni</i>	13,28	4,80	9,43
Prestiti non finalizzati	27,98	23,85	20,65

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Assofin

**TAB. 3 - TASSO DI CRESCITA MEDIO ANNUO DELL'INCIDENZA
DEL CREDITO AL CONSUMO SUI CONSUMI**

Percentuale annua, valori correnti

	2002/1995	2002/2000	2002
Totale	11,89	3,98	1,94
di cui:			
<i>Auto e moto</i>	8,79	4,77	4,21
<i>Elettronica ed elettrodomestici</i>	8,06	0,11	-8,23
<i>Arredo</i>	16,44	6,15	8,10

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati ISTAT, Assofin

Nel corso degli ultimi anni si è assistito ad un trend positivo di diffusione del credito al consumo in Italia: a valori correnti, si è passati da poco meno di 7 miliardi di euro del 1995 ai 23 miliardi attuali. Il tasso medio annuo di crescita è del 16,5%, che rappresenta un incremento medio annuo dell'incidenza sui consumi totali di circa il 12%. Il trend complessivo, tuttavia, tende ad essere cedente nell'ultimo triennio. Infatti, la media della crescita dell'incidenza del credito al consumo nell'ultimo triennio ammonta a poco meno del 4% sul totale dei consumi, e se si considera solo l'ultimo anno il tasso di crescita dell'incidenza è stimabile nell'1,94%.

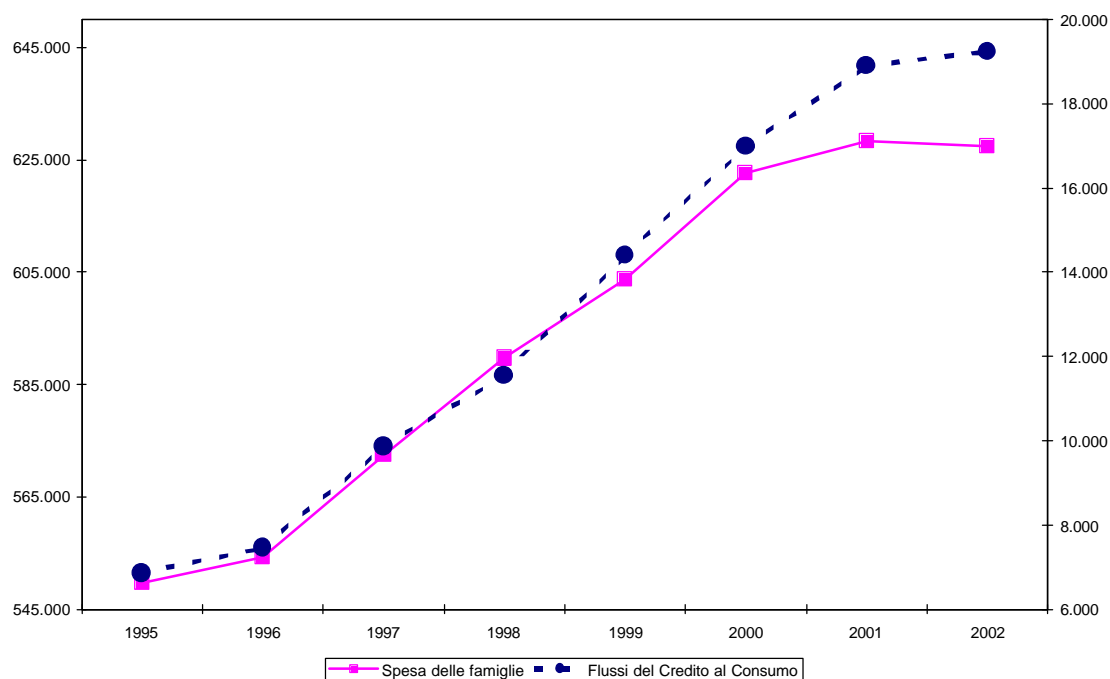
Il trend di diffusione, contestualmente alla perdurante fase di difficoltà economica generale del Paese, sta quindi rallentando in controtendenza rispetto all'evoluzione dell'offerta di prodotti finalizzati al credito al consumo e rispetto alle esigenze di finanziamento dei consumi per il rilancio dell'economia nel nostro paese.

LA FUNZIONE ANTICICLICA DEL CREDITO AL CONSUMO

I dati relativi alle tendenze di diffusione del credito al consumo nell'economia italiana propongono una visione non netta della funzione che il credito al consumo svolge nel sistema economico nazionale. Infatti, come mostrato dal grafico seguente, sembra tendere allo sviluppo in fasi cicliche positive e al rallentamento nelle fasi cicliche negative. Una lettura storica di questo fenomeno è pertanto utile per comprenderne la natura.

FIG. 1 – CREDITO AL CONSUMO E SPESA DELLE FAMIGLIE – TREND 1995-2002

Valori a prezzi costanti 1995



Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati ISTAT, Assofin

Dal punto di vista dei settori coinvolti, nel corso del tempo si rileva una costante contrazione del peso del settore automobilistico a favore della crescita dei prestiti non finalizzati. Quest'ultima categoria incide attualmente per il 15% del credito al consumo totale, e le sue dimensioni sono quasi raddoppiate di valore negli ultimi due anni.

**TAB. 4 - COMPOSIZIONE PERCENTUALE DEI FLUSSI
DI CREDITO AL CONSUMO**

Tipo di finanziamento	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Totale crediti finalizzati	92,86	91,85	91,88	91,54	88,76	90,46	86,86	84,89
di cui:								
Auto e moto	72,63	70,59	74,01	73,68	71,86	70,53	67,96	66,61
Elettronica ed elettrodomestic	7,95	7,08	6,62	6,17	6,05	7,05	6,88	5,98
Arredo	5,42	5,93	5,29	5,59	6,52	6,93	6,78	6,82
Altri beni	6,87	8,25	5,96	6,10	5,98	5,70	5,25	5,48
Prestiti non finalizzati	7,14	8,15	8,12	8,46	11,24	9,54	13,14	15,11

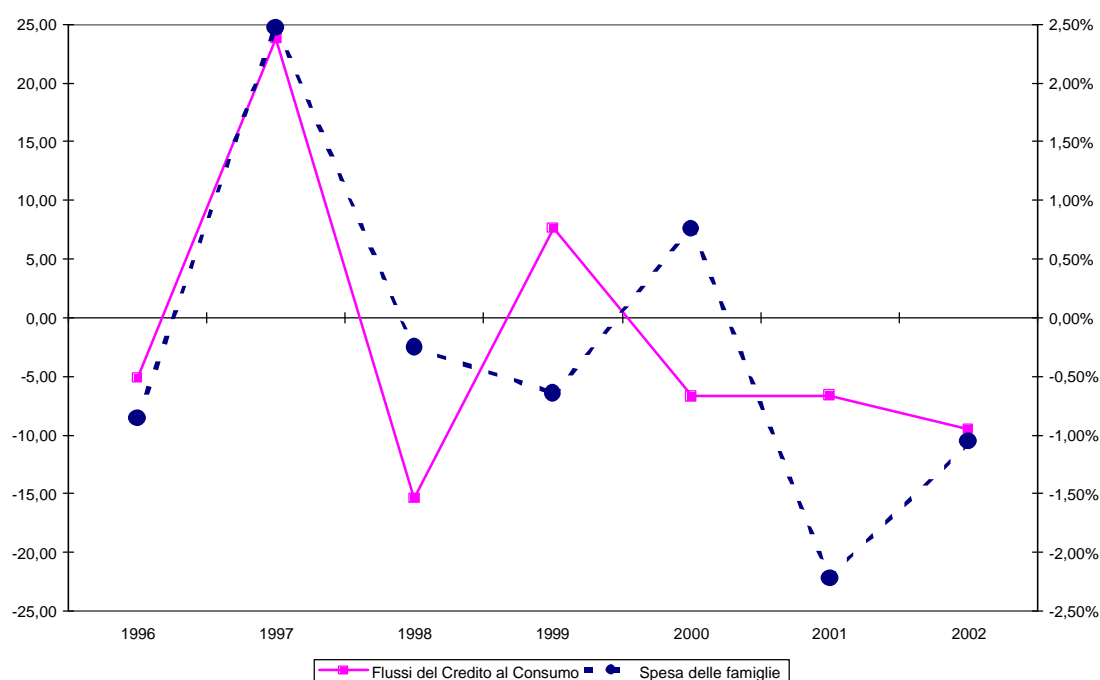
Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Assofin

La struttura del credito al consumo italiano, pur manifestando una tendenza alla modernizzazione, mantiene comunque un profilo piuttosto tradizionale, con alcune potenzialità non ancora sviluppate. Ad esempio l'incidenza del credito al consumo sui consumi di beni di arredo è ancora molto bassa, al di sotto delle aspettative, viceversa la crescita degli strumenti innovativi, come le carte di credito revolving, contribuisce alla contrazione del credito al consumo dei beni semidurevoli e favorisce lo sviluppo dell'acquisto a credito anche sui beni di consumo non durevoli.

Nel complesso si evidenzia che l'andamento del credito al consumo manifesta un profilo di carattere anticiclico, sia perché si sviluppa maggiormente nelle prime fasi di inversione del ciclo, sia perché continua a crescere anche in fasi di ciclo negativo.

FIG. 2 - CREDITO AL CONSUMO E SPESA DELLE FAMIGLIE - 1996-2002

Andamento depurato dal trend di base – Prezzi costanti 1995



L'incidenza del credito al consumo sui consumi indica che la propensione al consumo tramite credito al consumo cresce negli ultimi anni nonostante i consumi tendano a contrarsi. Si può ipotizzare che se non aumentasse la propensione all'uso del credito al consumo, i consumi di quei beni sarebbero diminuiti molto di più.

Questa differenza può essere ritenuta come il contributo del credito al consumo allo sviluppo dei consumi in Italia. In particolare, il contributo marginale del credito al consumo rispetto alla propensione media al consumo è stimabile nello +0,16%, cioè per ogni incremento dell'1% del flusso di credito al consumo la propensione media al consumo cresce dello 0,16%.

Partendo da tali considerazioni, si può affermare che l'importanza del credito al consumo nell'economia italiana e soprattutto il suo potenziale di impatto sono funzione di due elementi fondamentali.

Il primo riguarda la **contrazione della propensione al risparmio** che limita l'anomalia storica italiana rispetto agli altri paesi industrializzati. Da questo punto di vista l'analisi diretta svolta presso i punti vendita delle principali catene di distribuzione operanti sul territorio nazionale nei settori dei beni di consumo durevole e semidurevole (campione costituito dai 30 principali operatori), testimonia come sia costantemente in crescita l'interesse della clientela verso l'utilizzo di strumenti di credito al consumo e come sia spesso sollecitato dalla clientela, piuttosto che proposto dal venditore. Inoltre, il peso delle vendite imputabile al credito al consumo si amplia fino a raggiungere una quota misurabile nel 20,92% nel 2002 (la quota era del 8,42% nel 1998). Inoltre, più del 13% delle vendite verrebbe a mancare, in media, se non fosse disponibile il credito al consumo presso il punto vendita.

Il secondo elemento è **l'informazione a disposizione dell'erogatore di credito al consumo**. Attualmente, l'erogazione o il rifiuto all'erogazione di credito per il consumo è legato a due categorie di informazioni. La prima è di tipo socio-demografico e si basa sul possesso di informazioni legate alla tipologia del cliente (età, sesso, stato civile, area di provenienza, settore di attività, tipologia di rapporto di lavoro e forma contrattuale ecc.); la seconda riguarda il merito del rapporto di credito e il comportamento del cliente nei confronti del sistema finanziario (ad es. tipologia dei contratti di finanziamento in corso o estinti con il sistema finanziario, puntualità nei pagamenti, numero e rilevanza di incidenti nel flusso di pagamento riscontrati nei contratti in corso o sui contratti estinti), cioè le informazioni fornite dai c.d. "sistemi di referenza creditizia" o "centrali rischi positive"⁵.

⁵ In un sistema di referenza creditizia (sistema c.d. "di centrale rischi positiva"), la rilevazione dei dati effettuata non riguarda esclusivamente i comportamenti negativi (cioè relativi a cattivi pagatori: questo è il caso dei c.d. sistemi "negativi" o "black list") ma riguarda anche:

- informazioni su operazioni perfezionate o non perfezionate;

Il primo tipo di informazione è un tentativo di oggettivazione di informazioni soggettive, il secondo tipo di informazione è più oggettiva e catalogabile. Per questo motivo le informazioni del secondo tipo risultano prevalenti nei procedimenti di istruttoria sulle richieste di finanziamento, anche perché sono rese disponibili in banche dati (le c.d. centrali rischi) presenti nei diversi paesi, che permettono una più agevole analisi e comparazione anche in contesti economico-sociali distinti⁶.

-
- informazioni su operazioni di finanziamento indipendentemente dal comportamento del debitore nel rimborsare il credito ottenuto;
 - eventi che si verificano durante la vita del finanziamento.

L'insieme di questi dati di referenza creditizia, grazie alla rilevazione, appunto, di comportamenti positivi e talvolta negativi, permette:

- all'ente finanziatore di avere una visione completa del comportamento creditizio del consumatore, di graduare la propria valutazione e di contenere la parte di rischio compresa nel tasso di interesse, favorendo così la diffusione del *risk-based-pricing*;
- al consumatore di presentare una "credenziale" di sicura utilità che agevola l'accesso al credito.

Le informazioni di referenza creditizia sono direttamente contribute alla "centrale rischi positiva" dagli stessi enti finanziatori utenti del servizio.

⁶ Il modello di "referenza creditizia" è ampiamente diffuso in Europa: ad esempio in Inghilterra e in Germania, oltre che in Italia. A gestirlo in questi Paesi sono società private che, a fronte della forte specializzazione richiesta, sono chiamate a effettuare ingenti investimenti in tecnologia ed innovazione e ad operare attraverso uno spiccato approccio imprenditoriale al servizio da esse offerto al sistema finanziario e ai consumatori.

ANALISI DI IMPATTO E SCENARI ATTESI

Le condizioni di base

Assumendo costanti i tassi di sviluppo del credito al consumo nell'ultima fase congiunturale si possono ipotizzare condizioni di base di evoluzione del mercato, all'interno di due estremi:

- “Condizione di base – prudente” (Ipo1) indica che il credito al consumo inciderà per il 3,34% sui consumi del 2003 e per il 3,63% sui consumi del 2004.
- “Condizione di base – ottimistica” (Ipo2) indica una crescita dell'incidenza fino al 3,50% nel 2003 e al 3,98% nel 2004.

L'impatto maggiore è nel settore automobilistico, dove si prevede che il 61% o il 69% delle automobili vendute possa essere interessata dalla presenza di credito al consumo.

Il tasso di sviluppo maggiore è previsto per il settore dell'arredo dove l'incidenza sui consumi dovrebbe crescere di circa il 50% nei prossimi due anni.

Questi trend rappresentano il punto di riferimento per ogni simulazione successiva. Va rilevato che le modificazioni calcolate nello studio sono sempre riferite a questi due scenari di riferimento.⁷

TAB. 5 - L'IMPATTO ECONOMICO DELLE CONDIZIONI DI BASE

	Credito al consumo	Var % credito al consumo	Consumo	Var % consumo	IMPATTO ATTESO SUL PIL	
					Var % attesa del PIL totale	Var % del PIL indotta dal Credito al Consumo
Anno 2002	19.240		627.465			
Previsione 2003						
Prudente	21.258	10,49%	638.461	1,75%	1,80%	0,30%
Ottimistica	22.260	15,70%	643.805	2,60%	2,61%	1,11%

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati ISTAT, Assofin

⁷ Per determinare l'impatto diretto del credito al consumo sull'economia italiana si è fatto riferimento alle “Tavole intersettoriali dell'economia italiana” recentemente aggiornate dall'ISTAT.

Condizione di base – Prudente (Ipo 1)

Si ipotizza una crescita del flusso di credito al consumo coerente con le previsioni sui consumi (dicembre 2002) e con una stima prudente del tasso di variazione dell'incidenza del credito al consumo sui consumi. **In questa ipotesi il flusso di credito al consumo cresce annualmente del 10,49% a prezzi costanti.**

Dall'applicazione del modello di regressione lineare che mette in relazione il flusso di credito al consumo e la propensione media al consumo, risulta che la variazione del 10,49% dei flussi di credito al consumo **determina una variazione positiva della propensione media al consumo pari a 0,25%**. L'impatto atteso sul Prodotto Interno Lordo nazionale è di una crescita dell'1,8%; **all'interno di tale ammontare la parte da imputare direttamente all'espansione del credito al consumo è lo 0,3%.**

Condizione di base – Ottimistica (Ipo 2)

Si ipotizza una crescita del flusso di credito al consumo coerente con le previsioni sui consumi (dicembre 2002) e con una stima del tasso di variazione annuo dell'incidenza del credito al consumo sui consumi più elevata rispetto all'Ipo1. **In questa ipotesi il flusso di credito al consumo cresce annualmente del 15,70% a prezzi costanti.**

Dall'applicazione del modello di regressione lineare che mette in relazione il flusso di credito al consumo e la propensione media al consumo, risulta che la variazione del 15,70% dei flussi di credito al consumo **determina una variazione positiva della propensione media al consumo complessiva di 1,09%**. L'impatto atteso sul Prodotto Interno Lordo è di una crescita del 2,61%; **all'interno di tale ammontare la parte da imputare direttamente all'espansione del credito al consumo è l'1,11%.**

Gli scenari e gli impatti attesi

Partendo dalla considerazione delle condizioni legate al trend di base del mercato, la ricerca ha permesso di identificare 3 scenari alternativi di evoluzione del credito al consumo in Italia. Per ognuno di tali scenari, la ricerca ha poi valutato gli impatti che ne conseguirebbero sull'economia nazionale.

Tali scenari sono basati su alcune ipotesi di incentivazione e disincentivazione attraverso le quali sarà possibile misurare il range delle opportunità di utilizzo del credito al consumo come strumento di una politica di incentivo ai consumi interni.

Le simulazioni che vengono riportate di seguito, sono state condotte assumendo come riferimento analitico per la “condizione di base”, quella “prudente” (Ipo 1).

In particolare sono state valutati:

- due scenari alternativi di restrizione delle informazioni di “referenza creditizia” attualmente disponibili per gli erogatori di servizi finanziari, mantenendo inalterate

le condizioni di prezzo e onerosità dei tassi di interesse applicati agli strumenti di credito al consumo attualmente disponibili sul mercato;

- uno scenario di azione incentivante una tantum a disposizione delle autorità nell'ambito di una politica di incentivazione dei consumi e del reddito, orientata a favorire una diffusione dello strumento del credito al consumo in Italia tale da dimezzare il gap di incidenza rispetto a quello francese.

Scenario “Restrizione media” (Scenario 1 - Ipo 1)

Si ipotizza una crescita del flusso di credito al consumo secondo l'Ipo1, cioè pari a 10,49%.

In questo scenario si tiene conto, inoltre, dell'effetto di una riduzione delle informazioni di “referenza creditizia” disponibili sulla rischiosità specifica della clientela. In particolare vengono sottratte al patrimonio informativo esistente tutte le informazioni relative al comportamento dei clienti i cui contratti sono cessati (estinti), mantenendo a disposizione dei finanziatori le sole informazioni relative al comportamento dei clienti che hanno contratti attivi.

Ciò determinerebbe un aumento del tasso di rifiuto a concedere credito quantificabile in una riduzione potenziale del 6% del flusso di credito al consumo rispetto alla situazione attuale. Questo incremento nel tasso di rifiuto inciderà sull'effettivo tasso di crescita del flusso di credito al consumo, portandolo a 3,86%.

Tale variazione **determina una variazione negativa della propensione media al consumo pari a -0,82%. Tale evoluzione del credito al consumo eserciterebbe, da sola, un impatto negativo sul Prodotto Interno Lordo, pari ad un -0,73%.**

Scenario “Restrizione totale” (Scenario 2 - Ipo 1)

Si ipotizza una crescita del flusso di credito al consumo secondo l'Ipo1, cioè pari a 10,49%.

In questo scenario si tiene conto, inoltre, dell'effetto di una riduzione delle informazioni di “referenza creditizia” disponibili sulla rischiosità specifica della clientela. In particolare vengono sottratte al patrimonio informativo esistente tutte le informazioni relative al comportamento virtuoso dei clienti, mantenendo a disposizione dei finanziatori le sole informazioni relative alle posizioni “negative”, cioè i mancati pagamenti.

Ciò determinerebbe una riduzione del 11% del flusso di credito al consumo che inciderà sull'effettivo tasso di crescita del flusso di credito al consumo, portandolo a -1,66%. Tale variazione **determina una variazione negativa della propensione media al consumo pari a -1,71%. Tale evoluzione del credito al consumo eserciterebbe, da sola, un impatto negativo sul Prodotto Interno Lordo, pari ad un -1,59%.** In altre parole la contrazione del flusso di credito al consumo che si produrrebbe togliendo informazione positiva sul comportamento degli utilizzatori condurrebbe ad un forte rallentamento dell'economia nazionale.

Scenario "Politica di sviluppo" (Scenario 3 - Ipo 1)

Si ipotizza una crescita del flusso di credito al consumo secondo l'Ipo1, cioè pari a 10,49%.

In questo scenario si tiene conto, inoltre, dell'effetto di una politica di incentivazione del credito al consumo, capace di anticipare il riavvicinamento delle percentuali di diffusione del credito al consumo a quelle medie dei paesi comunitari.

Ciò potrebbe determinare un incremento aggiuntivo del 10% del flusso di credito al consumo, che inciderà sull'effettivo tasso di crescita del flusso di credito al consumo, portandolo a 21,54%.

La variazione del 21,54% dei flussi di credito al consumo determina una variazione positiva della propensione media al consumo pari a 2,03%. **Tale evoluzione del credito al consumo eserciterebbe, da sola, un impatto positivo sul Prodotto Interno Lordo, pari ad un +2,02%**. In altre parole è possibile imprimere un forte impulso alla crescita del PIL con una politica incentivante che porti ad un raddoppio del tasso di crescita del credito al consumo attualmente previsto a livello nazionale.

TAB. 6 - L'IMPATTO ECONOMICO DEGLI SCENARI

	Credito al consumo	Var % credito al consumo	Consumo	Var % consumo	IMPATTO ATTESO SUL PIL	
					Var % attesa del PIL totale	Var % del PIL indotta dal Credito al Consumo
Anno 2002	19.240		627.465			
Condizione base "Prudente"	21.259	10,49%	638.462	1,75%	1,80%	0,30%
<i>SCENARI</i>						
Restrizione media	19.983	3,86%	631.654	0,67%	0,77%	-0,73%
Restrizione totale	18.920	-1,66%	625.982	0,24%	-0,09%	-1,59%
Politica sviluppo	23.384	21,54%	649.805	3,56%	3,52%	2,02%

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati ISTAT, Assofin

LE PROSPETTIVE: PRIMA EVITARE I DISINCENTIVI, POI PUNTARE AD UNA POLITICA DI SVILUPPO DEL CREDITO AL CONSUMO

I dati ottenuti evidenziano come i trend del credito al consumo e dei suoi effetti indotti sull'economia nazionale possano essere modificati sia in relazione al mutare del contesto economico, sia con l'intervento di specifiche politiche.

Il contesto economico può incidere sulla propensione delle società finanziarie e delle banche a concedere strumenti e finanziamenti per il credito al consumo. Una forma di maggiore razionamento può verificarsi con il progredire della fase di stagnazione. Questo fenomeno deve essere contrastato per non togliere allo strumento del credito al consumo la sua funzione di stabilizzatore ciclico (assegnandogli peraltro un pernicioso effetto prociclico).

Un intervento di politica attiva, soprattutto in queste fasi, diviene quindi auspicabile.

Fra gli strumenti possibili si possono annoverare iniziative tese a ridurre il costo del finanziamento, ad incrementare l'innovazione dei prodotti e degli strumenti finanziari offerti ai punti vendita per un più affidabile credito al consumo, fino ad ipotizzare modalità di defiscalizzazione parziale dei crediti al consumo ottenuti, orientati sul concetto del risk-based pricing.

Non vi è dubbio che il risk-based pricing si possa realizzare facendo aggio su un patrimonio di informazione affidabile e raffinato sul comportamento del cliente.

Va da sé che la strada per l'abbassamento del costo del credito al consumo e lo stimolo all'innovazione di prodotto nel settore passa anche attraverso una gestione attenta dell'informazione di "referenza creditizia" su ogni singolo utilizzatore, informazione che non sia invasiva (che non si fondi cioè esclusivamente su indicazioni di carattere socio-economico), e che allo stesso tempo sia concreta, cioè specifica alla qualità del cliente nella sua capacità puntuale di relazionarsi come soggetto pagatore.

In questa ottica, la disponibilità corrente di informazioni di "referenza creditizia" appare adeguata a garantire il sostegno allo sviluppo del credito al consumo e ai consumi:

1. la riduzione delle informazioni gestite dalle c.d. "centrali rischi positive" (disponibili oggi senza costi per il sistema paese) comporterebbe effetti restrittivi sull'economia;
2. ogni eventuale incentivazione dei consumi attraverso misure di politica economica (a carico del bilancio dello Stato) in favore del credito al consumo sarebbe vanificata se - contemporaneamente - fosse consentita la riduzione delle informazioni di "referenza creditizia".

La "referenza creditizia", così come è oggi erogata in Italia, è di per sé un rilevante volano economico ed un facilitatore dei consumi, peraltro a "costo zero" per il sistema paese.