

Monitor  
**Deloitte.**

**experian.**

98% **ETIF**



# Osservatorio Digital Lending 2025

La nuova frontiera del credito:  
evoluzioni e prospettive future

Marzo 2025



54%

79%

65%

75%

89

67

04

## Osservatorio Digital Lending – Premessa

Il mercato del credito sta attraversando una trasformazione profonda, trainata dall'**evoluzione** delle **abitudini** dei **consumatori** e dall'**innovazione tecnologica**, con strumenti come l'intelligenza artificiale e l'embedded finance che stanno ridisegnando il modo in cui i servizi finanziari vengono erogati e fruiti.

In questo scenario, il **Digital Lending** emerge come un **pilastro strategico** per il futuro dei **servizi finanziari**, caratterizzato da **sfide complesse** ma anche da **opportunità significative**.

Questo studio – così come l'Osservatorio nel suo complesso – si propone di offrire un'**analisi approfondita** delle **dinamiche** che stanno plasmando il Digital Lending, con un focus specifico sull'**evoluzione** della **domanda** e dell'**offerta**, sulle **prospettive** di crescita dei **diversi segmenti** del **credito** (focus segmento privati) e sulle **caratteristiche** della **clientela**. A tal fine, è stato adottato un **approccio interdisciplinare** che combina **analisi di mercato** guidate da Monitor Deloitte, **competenze accademiche** messe a disposizione dal **Cetif** e **dati** provenienti da fonti dati **SIC** (Sistema Informazioni Creditizie) ed **Experian**.

Questa iniziativa aspira a diventare un **punto di riferimento** per **istituzioni finanziarie** e **operatori di mercato**, fornendo **strumenti** e **conoscenze** per affrontare le **sfide** del **settore** e promuovere uno **sviluppo sostenibile** ed **equilibrato** del **credito digitale**. Le **edizioni future** continueranno ad **approfondire** queste **tematiche**, offrendo **aggiornamenti costanti** per rispondere all'**evoluzione** del **contesto economico** e **tecnologico**.

---

### I partner dell'Osservatorio Digital Lending

Monitor  
**Deloitte**.

 **experian**.

**CETIF**

 **UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore**

# Agenda

## **Contesto bancario italiano – Digital Banking**

**3 - 10**

Evoluzione del Digital Lending in Italia

11 - 16

Digital Lending – Caratteristiche dei consumatori

17 - 23

Considerazioni finali

24 - 25

Osservatorio Digital Lending – Contatti

26 - 28

# Domanda clienti bancarizzati – Canali | I clienti bancarizzati cercano sempre più soluzioni digitali, aumentando l'uso del mobile/ internet banking e riducendo le interazioni con il canale fisico



## MOBILE BANKING



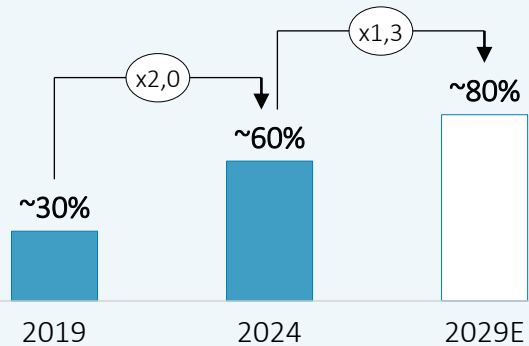
## INTERNET BANKING



## CANALE FISICO

Il Mobile Banking negli ultimi anni sta crescendo...

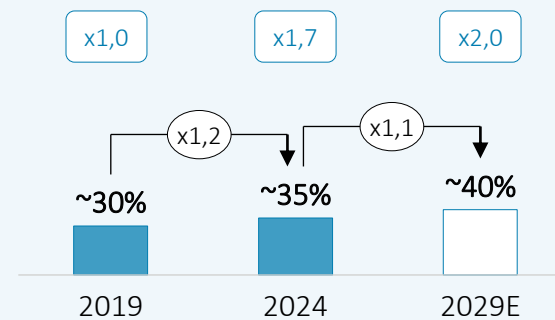
Clients active<sup>1</sup> on MB (%)



...over-performing also Internet Banking...

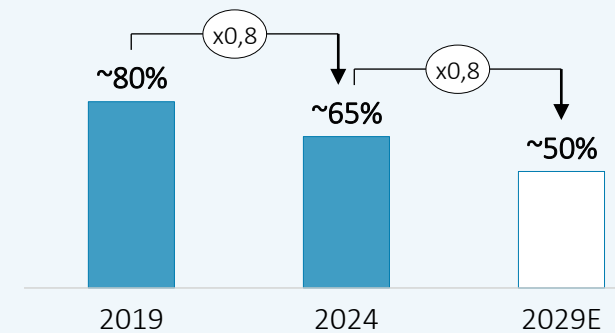
Clients active on IB (%)

# clients MB vs clients IB



...and making evolve the concept of proximity typical of the branch

Clients using the branch (%)



The trend of use towards digital channels is supported by generational replacement (e.g. ~75% Gen Y vs. ~50% BB digital users)<sup>2</sup> and by a growing preference of clients for fast, simple and transparent solutions, even more accelerated by the pandemic context (e.g. +6 p.p. penetration IB/MB '20-'21)

1) Si intende il numero di clienti che ha effettuato almeno un'operazione sul canale digitale; 2) Generazione Y: 1981 – 1995; Baby Boomer (BB): 1946 – 1965;

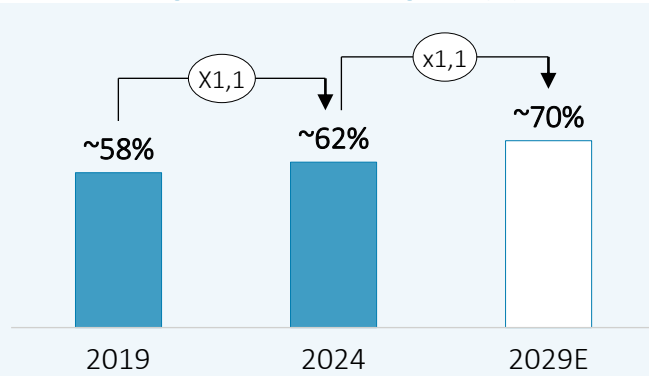
# Offerta bancaria – Canali | In risposta a questi cambiamenti nei comportamenti della clientela, gli istituti finanziari stanno rinforzando l'offerta digitale (e.g. funzionalità), ottimizzando il presidio fisico



## OFFERTA DIGITALE

L'offerta delle banche è sempre più digitale...

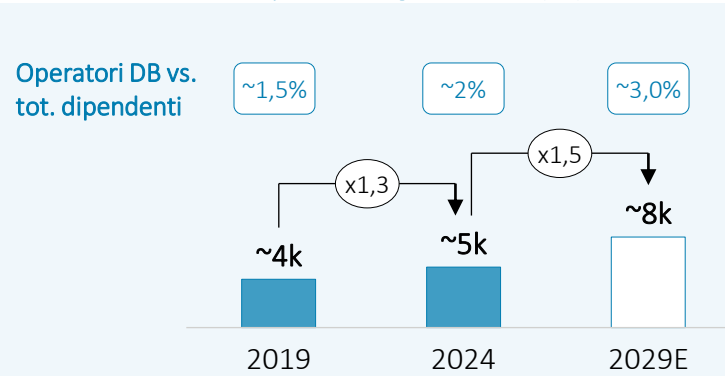
Digital score offerta digitale<sup>1</sup> (%)



## DIGITAL BRANCH

...con le Digital Branch come centro di relazione...

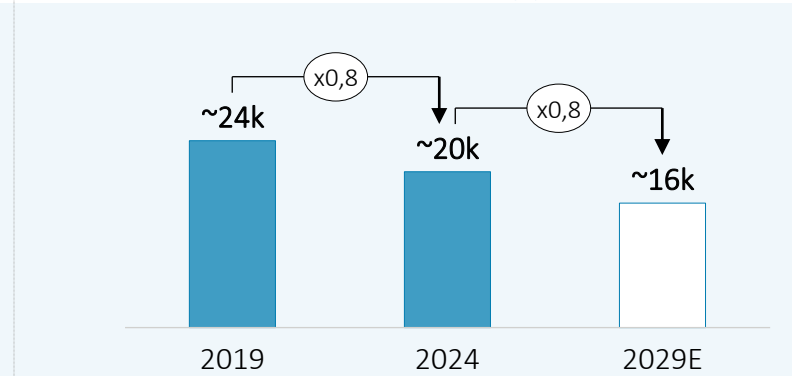
Operatori Digital Branch (k#)



## NETWORK FISICO

...e network di filiali con un presidio sul territorio contenuto

Filiali in Italia (#)



I formati di filiale stanno evolvendo verso modelli "cash-less" (~20%<sup>3</sup> sul totale filiali al 2024)

La transizione dell'offerta digitale è accelerata da un contesto regolamentare favorevole (e.g. Payment Services Directive<sup>2</sup>) e dallo sviluppo di nuove realtà Fintech, che stanno ridefinendo modelli di servizio, sicurezza e accessibilità nel settore finanziario

# Domanda clienti bancarizzati – Prodotti | Sul fronte prodotti, il daily banking digitale è ormai uno standard, ma anche la richiesta di soluzioni digitali "complesse" sta diventando un'esigenza concreta

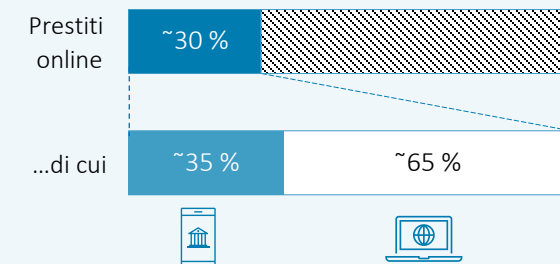
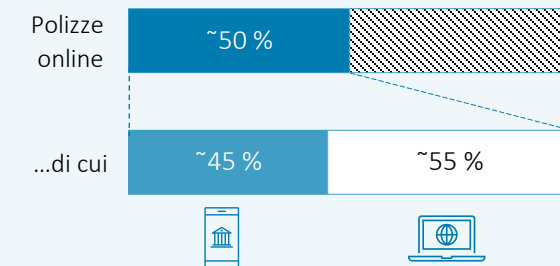
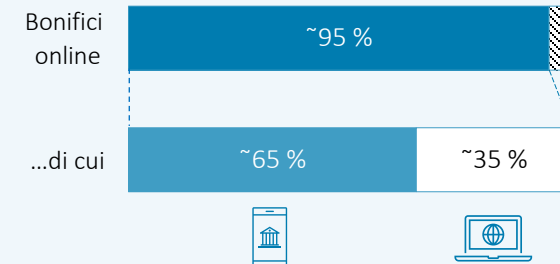
## Tipologie prodotti bancari



## Principali evidenze

% clienti utilizzatori del servizio

Canale tradizionale (hatched pattern)  
Canale online (solid blue)

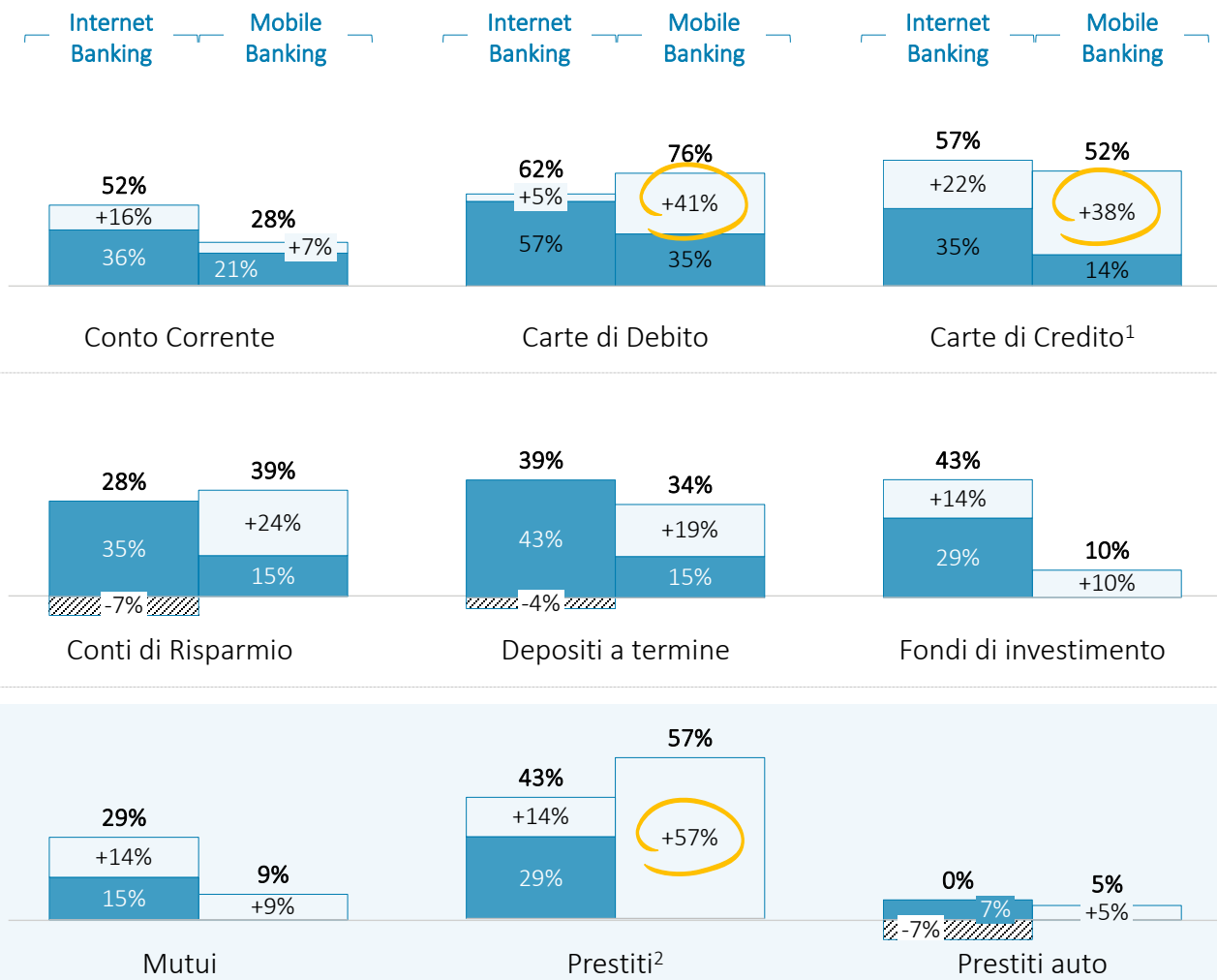
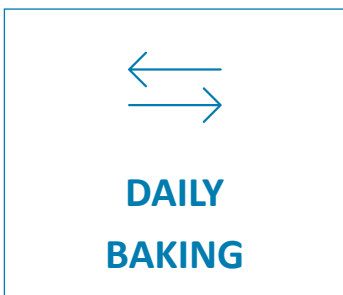


# Offerta bancaria – Prodotti | Il numero di banche con offerta di prodotti in digitale sta crescendo fortemente negli ultimi anni, con un focus sul Mobile Banking

## Banche italiane con offerta di prodotti sui canali digitali

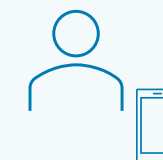
% di banche con offerta sui canali digitali (IB/ MB), 2024

■ 2020    + ▨ Δ 2020-2024



## Processi abilitanti per prestiti

### A DIGITAL ONBOARDING



Acquisizione di nuovi clienti tramite raccolta delle informazioni, verifica dell'identità e firma dei contratti senza interazione fisica



### B DIGITAL LENDING – PRESTITI



Erogazione di prestiti tramite raccolta delle domande, valutazione del rischio e approvazione del credito senza interazione fisica

# A Focus Digital Onboarding | L'evoluzione tecnologica consente oggi di progettare esperienze full-digital, grazie a innovazioni come l'Intelligenza Artificiale e il Machine Learning

## Raccolta anagrafica



### RACCOLTA DATI ANAGRAFICI

- Acquisizione **guidata** delle immagini
- Estrazione dati **ottica/NFC**
- Verifiche **anticontraffazione** supportate da AI

### IDENTIFICAZIONE A DISTANZA

- **Match biometrico** (fotografia)
- **SPID / CieID**

57%<sup>1</sup> delle richieste di prestiti personali digitali utilizzano SPID

### ANALISI DATI DI CONTO CORRENTE / REDDITUALI

- Verifica corrispondenza **IBAN – Titolare**
- Calcolo automatico KPI di rischio via **Open Banking**
- **Acquisizione e verifica** della busta paga o altri documenti reddituali

### VERIFICA DIGITAL FOOTPRINTS

- Verifiche su **dispositivo e connessione**
- **Tracciamento** attività "device fingerprint"
- Reputazione **email e telefono**
- Biometria **comportamentale**

### DATA ENRICHMENT E CONTROLLI AUTOMATICI

- Arricchimento con dati **tradizionali ed alternativi**
- Controlli credito e frodi via **Advanced Analytics** e **Machine Learning**
- **Adeguate verifica e AML**

### DECISIONE E FINALIZZAZIONE

- Scoring ed **instant decisioning**
- **Firma elettronica** del contratto

Principali abilitatori



### FULLY DIGITAL

Assenza di passaggi in filiale e informazioni da specificare per la pratica ridotte al minimo



### RISPOSTA VELOCE

Decisione e apertura rapida in ~10 minuti



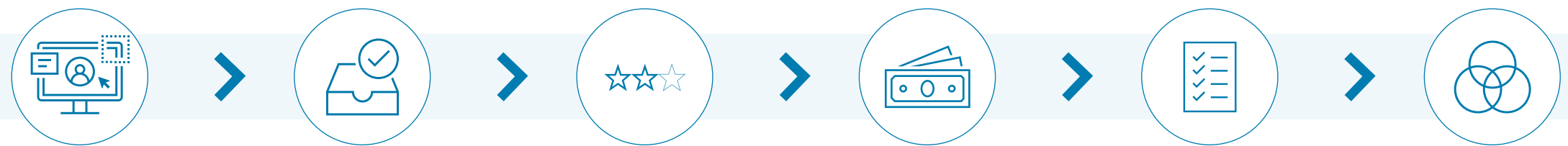
### COMPLETAMENTE AUTOMATICO

Nessun back-office o intervento manuale a supporto del processo

RAPPRESENTAZIONE ILLUSTRATIVA

# B Focus Digital Lending – Prestiti | Il Digital Lending non è più solo un'opportunità ma una necessità, guidata dall'evoluzione di processi digitali che semplificano l'accesso a soluzioni complesse

Invio richiesta — Valutazione credito e firma — Erogazione prestito e monitoraggio



## RICHIESTA FINANZIAMENTO DIGITALE E RACCOLTA DATI

- Interfaccia **utente intuitiva**
- **Pre-compilazione** automatica dei **form**
- Assistenza al **cliente** con **generative AI** (e.g. chatbot) per offerte personalizzate
- Verifica **documenti** con **OCR** e tecnologie **AI**

## PRE-AFFIDAMENTO DEL PRESTITO

- Valutazione preliminare tramite analisi **socio-demografica** e transazioni del **conto corrente**
- Accesso a **fonti esterne** (e.g. SIC) per verifica dello **storico** delle **richieste** di credito e segnalazioni negative

## VALUTAZIONE DEL MERITO CREDITIZIO

- Verifica approfondita della **solvibilità** e dell'**indice di indebitamento (DTI)**
- Controlli su **credito** e **rating** basati su **ML**

## FIRMA ELETTRONICA E GESTIONE DOCUMENTI

- **Firma elettronica** e gestione della **documentazione** (e.g. contratto di prestito, documentazione reddito)

## EROGAZIONE DEL PRESTITO

- Integrazione con i **sistemi di pagamento** (e.g. SEPA instant) per trasferimento immediato sui **conti**
- **Comunicazione** erogazione **multicanale** (e.g. email, notifiche push)

## MONITORAGGIO POST EROGAZIONE

- Portali **self-service** per monitorare i **prestiti**
- **Alerting automatizzato** (e.g. sistemi che analizzano transazioni e comportamenti clienti)
- **Predictive analysis** su potenziali **difficoltà di pagamento**

Principali abilitatori



### MODELLI IBRIDI

Alcuni player avviano il processo in modalità digitale, ma lo concludono sul canale fisico



### TIME-TO-YES

Apertura di un prestito personale in 12 min. (tempo minimo se eseguito fully-digital), 3 min. se pre approvato



### TIME-TO-CASH

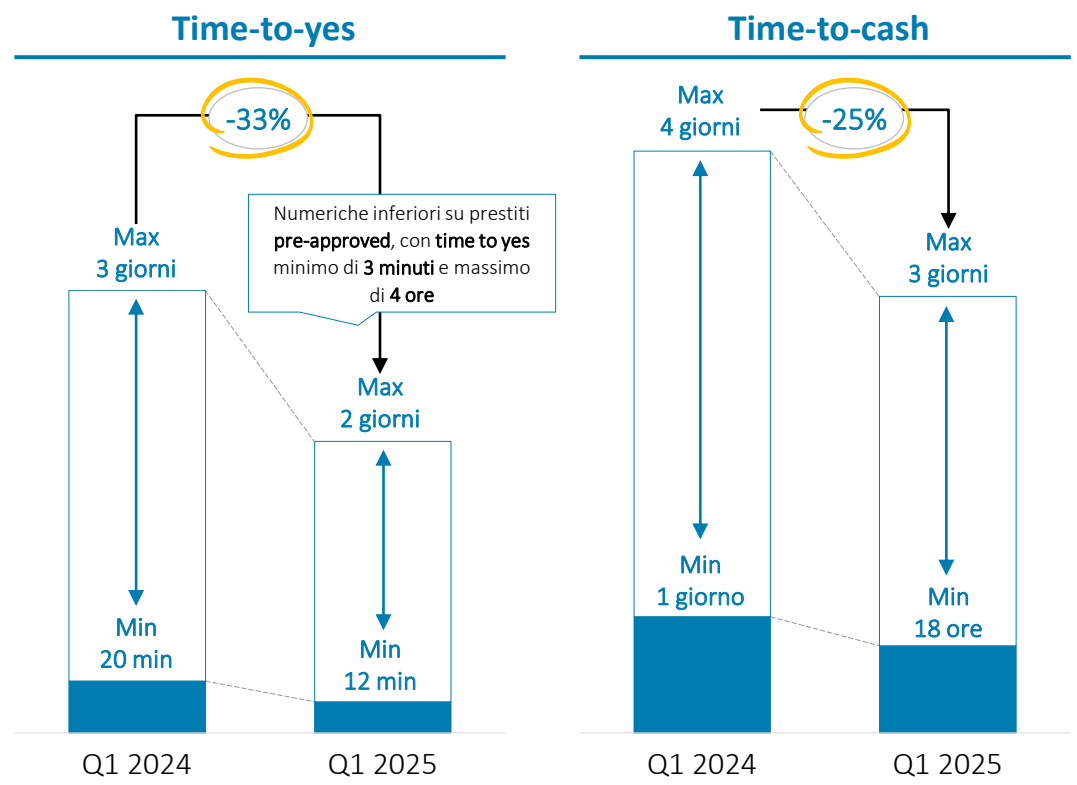
Ottenimento importo del prestito in 18 ore (tempo minimo se eseguito fully-digital)

RAPPRESENTAZIONE ILLUSTRATIVA

# B Focus Digital Lending – Prestiti | Nell'ultimo anno time-to-yes e il time-to-cash si sono ridotti, anche grazie all'importante utilizzo delle fonti dati (che si differenziano tra clienti actual e prospect)

## Time-to-yes e time-to-cash del prestito personale full digital

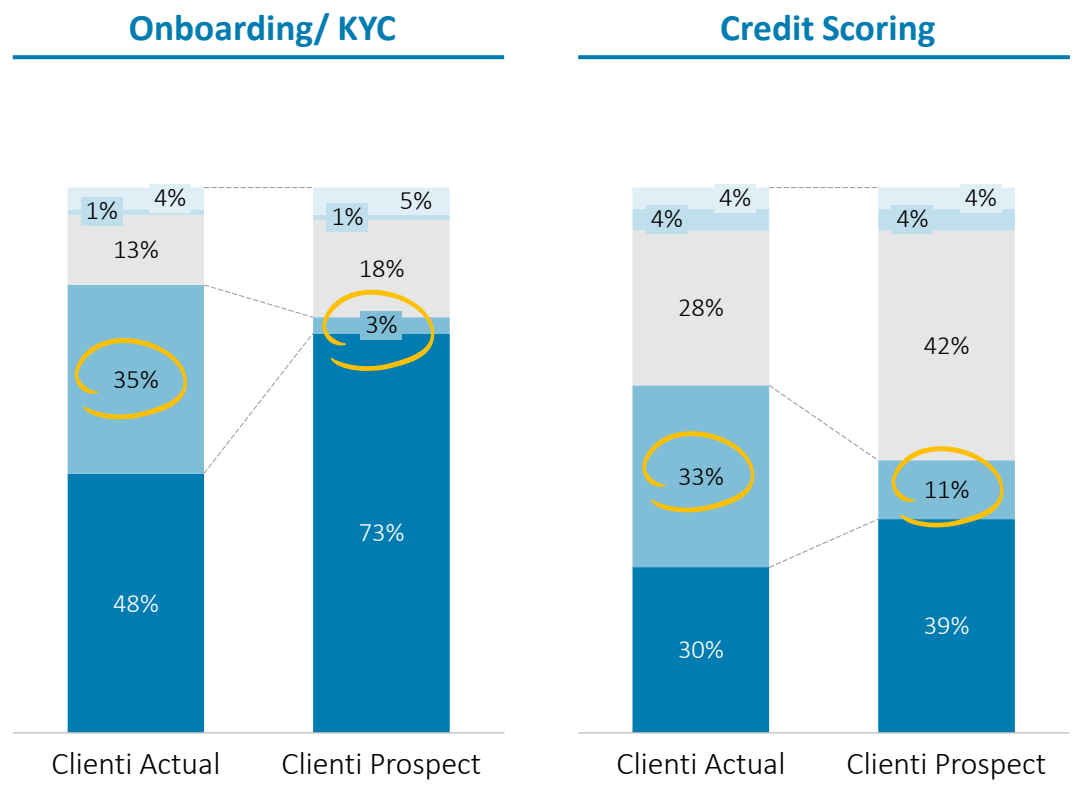
Time to yes/cash, Q1 2024-Q1 2025     $\Delta$  p.p. Q1 2024 – Q1 2025



Time-to-yes e time-to-cash stanno registrando riduzioni significative (-33% per il primo e -25% per il secondo), con importanti ottimizzazioni nella fase di approvazione, dove l'automazione offre performance elevate senza compromettere la sicurezza

## Patrimonio informativo on-boarding e credit scoring

% su totale dati utilizzati    Dati sintetici e open data    Data provider    Dati immessi dal cliente  
Open banking/ Open finance    Dati interni



La rilevanza delle fonti dati sono invertite tra clienti "actual" e "prospect" in fase di onboarding e di credit scoring, riflettendo il maggiore affidamento a fonti esterne per i nuovi clienti (e.g., data provider, dati immessi dai clienti), mentre l'open banking mantiene un ruolo marginale

# Agenda

Contesto bancario italiano – Digital Banking

3 - 10

**Evoluzione del Digital Lending in Italia**

**11 - 16**

Digital Lending – Caratteristiche dei consumatori

17 - 23

Considerazioni finali

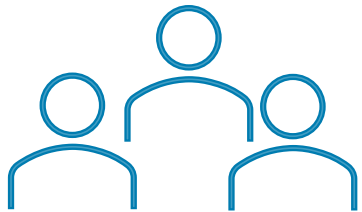
24 - 25

Osservatorio Digital Lending – Contatti

26 - 28

# Perimetro Osservatorio | L'Osservatorio si focalizza sul Digital Lending alla clientela privata, analizzando specifiche categorie di prodotti ed escludendo la finanza alternativa

## Perimetro clientela



### Focus clienti privati

Persone fisiche che hanno  
richiesto un finanziamento



## Categorie di prodotti Digital Lending in perimetro dell'Osservatorio



### PRESTITI PERSONALI

Finanziamenti **non vincolati** a uno scopo  
specifico, utilizzabili liberamente dal richiedente



### PRESTITI FINALIZZATI

Finanziamenti **destinati** esclusivamente all'**acquisto**  
di un **bene** o **servizio specifico** (e.g. elettronica)



### BUY NOW PAY LATER<sup>1</sup>

Soluzioni di **pagamento rateale** offerte direttamente  
al momento dell'**acquisto**, **senza interessi** per il  
consumatore



### MUTUI

Finanziamenti a **lungo termine** destinati  
all'**acquisto**, **ristrutturazione** o **costruzione** di  
**immobili**, garantiti da **ipoteca**

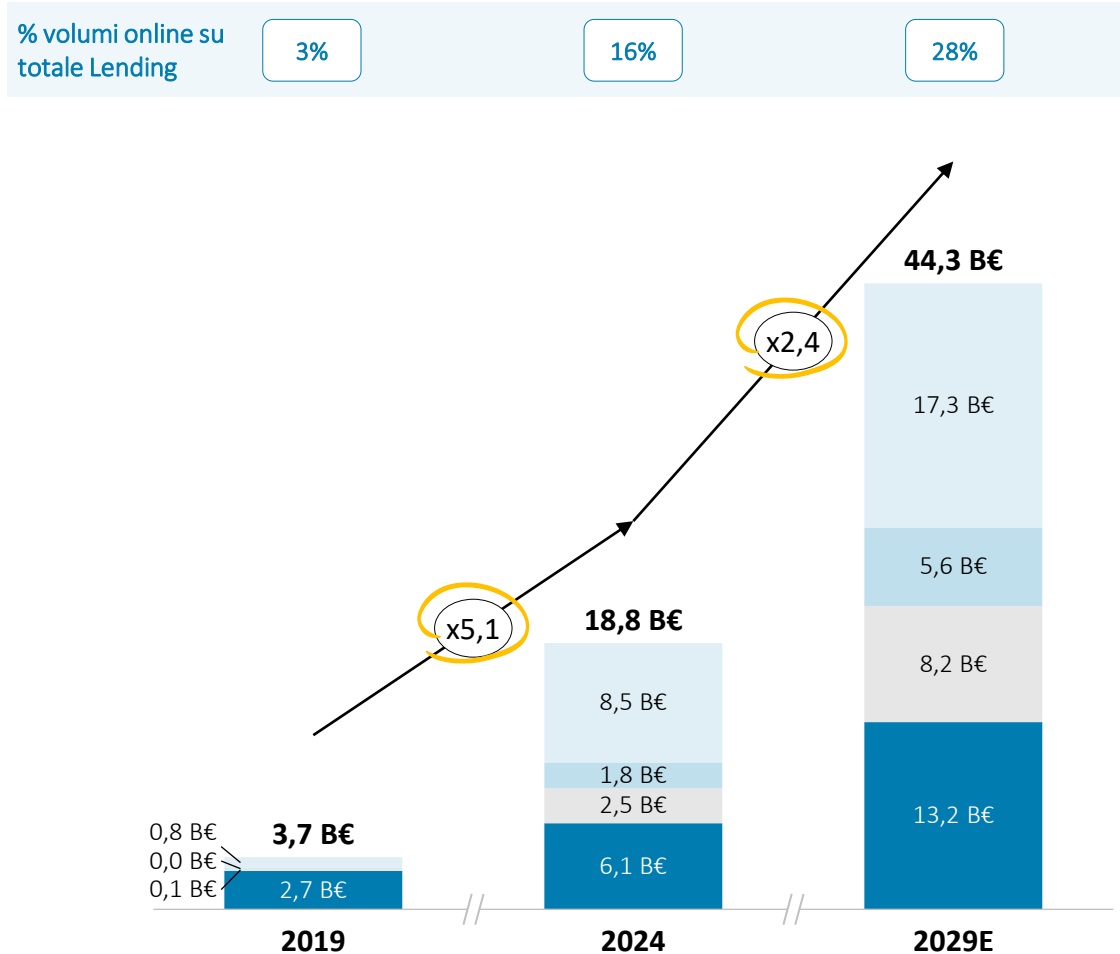


**Esclusione della finanza alternativa** (e.g. crowdfunding, prestiti P2P) dal **perimetro considerato**

# Overview Digital Lending | I volumi del Digital Lending sono attesi in crescita in tutti i comparti del credito, con attese nell'intorno del ~30% sul totale del lending al 2029

## Evoluzione flussi erogati online

B€ volumi collocati online, 2019 – 2029E



	CAGR 19-24	CAGR 24-29
Prestiti personali	+60%	+15%
Prestiti finalizzati	+107%	+17%
BNPL	+80%	+27%
Mutui	+18%	+17%

## Key insight

- Importante crescita del Digital Lending sui comparti di prodotto più "semplici"**<sup>3</sup>
  - Il Digital Lending è cresciuto notevolmente negli ultimi anni (i.e. CAGR<sub>19-24</sub> prestiti finalizzati >100%), spinto dai nuovi comportamenti dei consumatori e dal contesto (e.g. sviluppo e-commerce<sup>4</sup>, pandemia)
- Sviluppo del BNPL come soluzione di pagamento rateale** – Il BNPL cresce in Italia conquistando quote di mercato sempre maggiori anche grazie all'introduzione in categorie prodotto presidiate dai prestiti finalizzati (e.g. elettrodomestici e telefonia)
- Crescita modesta del Digital Lending anche su prodotti più complessi** – Il Digital Lending avanza anche nei mutui grazie all'introduzione di nuove tecnologie (e.g. AI, valutazioni da remoto)

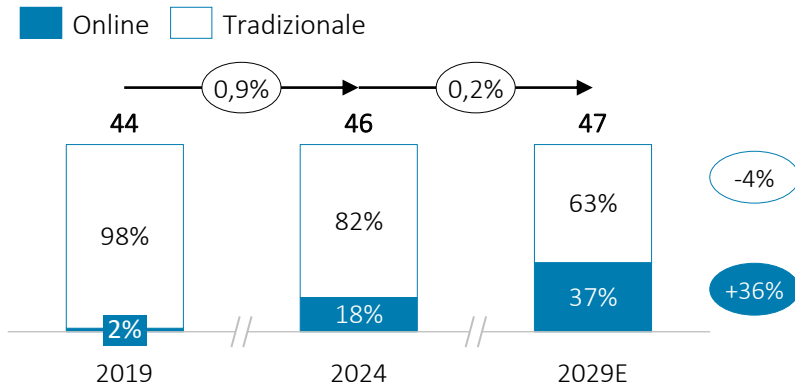
# Digital Lending – Volumi | Cresce l'incidenza del canale online su prestiti e mutui, con una quota importante sui prodotti del credito più semplici (i.e. prestiti personali/ finalizzati vs. mutui)

## Evoluzione flussi erogati per canale

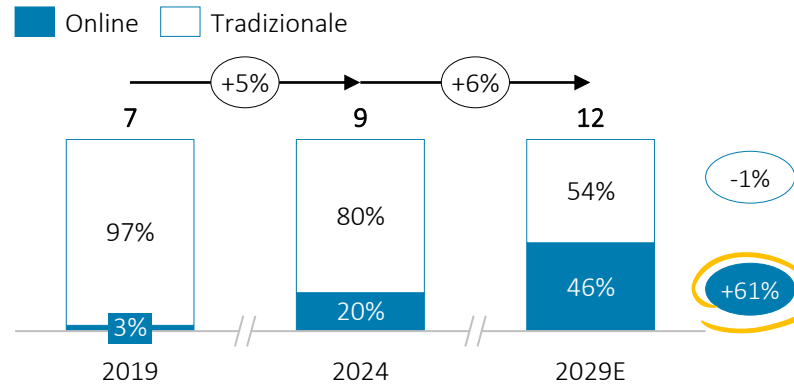
B€ volumi, 2019 – 2029E

CAGR Volumi 2019 – 2029

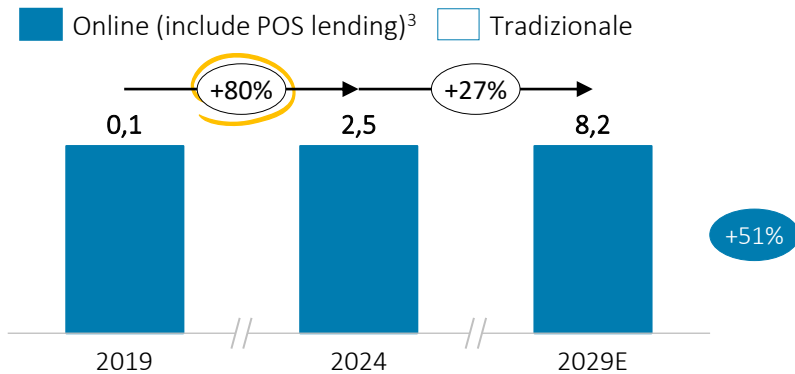
### PRESTITI PERSONALI<sup>1</sup>



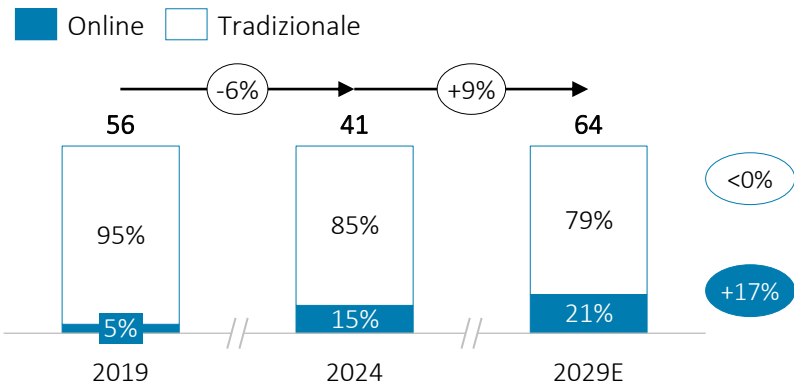
### PRESTITI FINALIZZATI<sup>2</sup>



### BUY NOW PAY LATER



### MUTUI



## Key insight

- Crescita dei prestiti finalizzati online** – La quota di prestiti finalizzati online è aumentata notevolmente (20% '24 vs. 3% '19), grazie alla facilità delle procedure digitali e all'integrazione con retailer e marketplace
- Espansione del BNPL** – Il BNPL presenta una crescita esponenziale, (+80% CAGR<sub>19-24</sub>), sostenuta dalla sempre maggior adozione nell'e-commerce (peso BNPL atteso oltre il 10% dei volumi e-commerce al 2029 - in Svezia il BNPL già rappresenta il 25% del totale transato e-commerce)
- Mutui online in crescita, ma ancora limitati** – I mutui sono il prodotto con la minore penetrazione digitale (i.e. 15%), rallentati dalla complessità burocratica e dalla preferenza per il supporto consulenziale nelle decisioni di finanziamento

1) Inclusa CQS; 2) I prestiti finalizzati online non includono i prestiti per l'acquisto auto; 3) Valori BNPL al POS indicati come online, dato l'impiego dell'App al momento del pagamento;

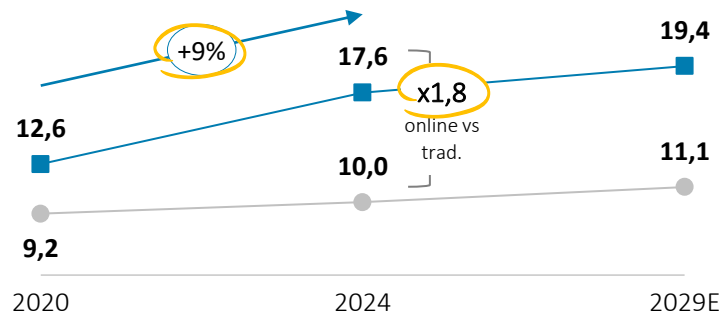
# Digital Lending – Ticket medi | Tutti i comparti del credito presentano ticket medi più alti online rispetto ai canali fisici tradizionali e in crescita rispetto ai valori storici

## Evoluzione ticket medi per canale

k€ ticket medio, 2020 – 2029E - CAGR canale online 2020 – 2024

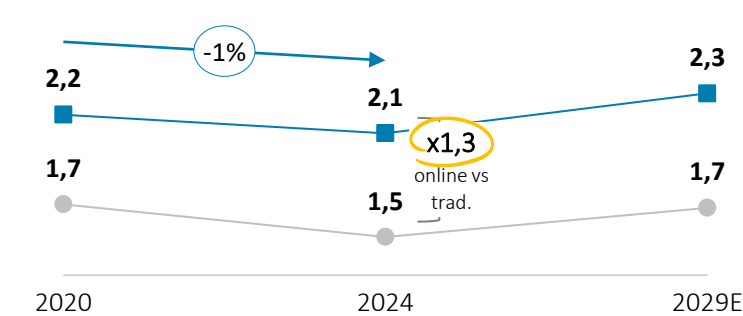
### PRESTITI PERSONALI<sup>1</sup>

■ Online ● Tradizionale



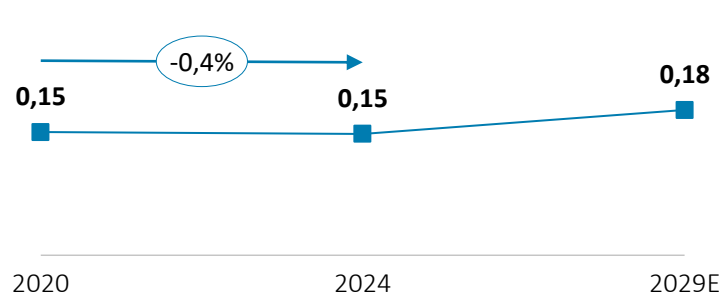
### PRESTITI FINALIZZATI<sup>2</sup>

■ Online ● Tradizionale



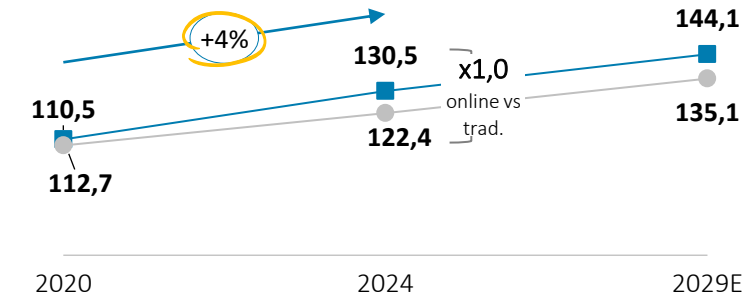
### BUY NOW PAY LATER

■ Online ● Tradizionale



### MUTUI

■ Online ● Tradizionale



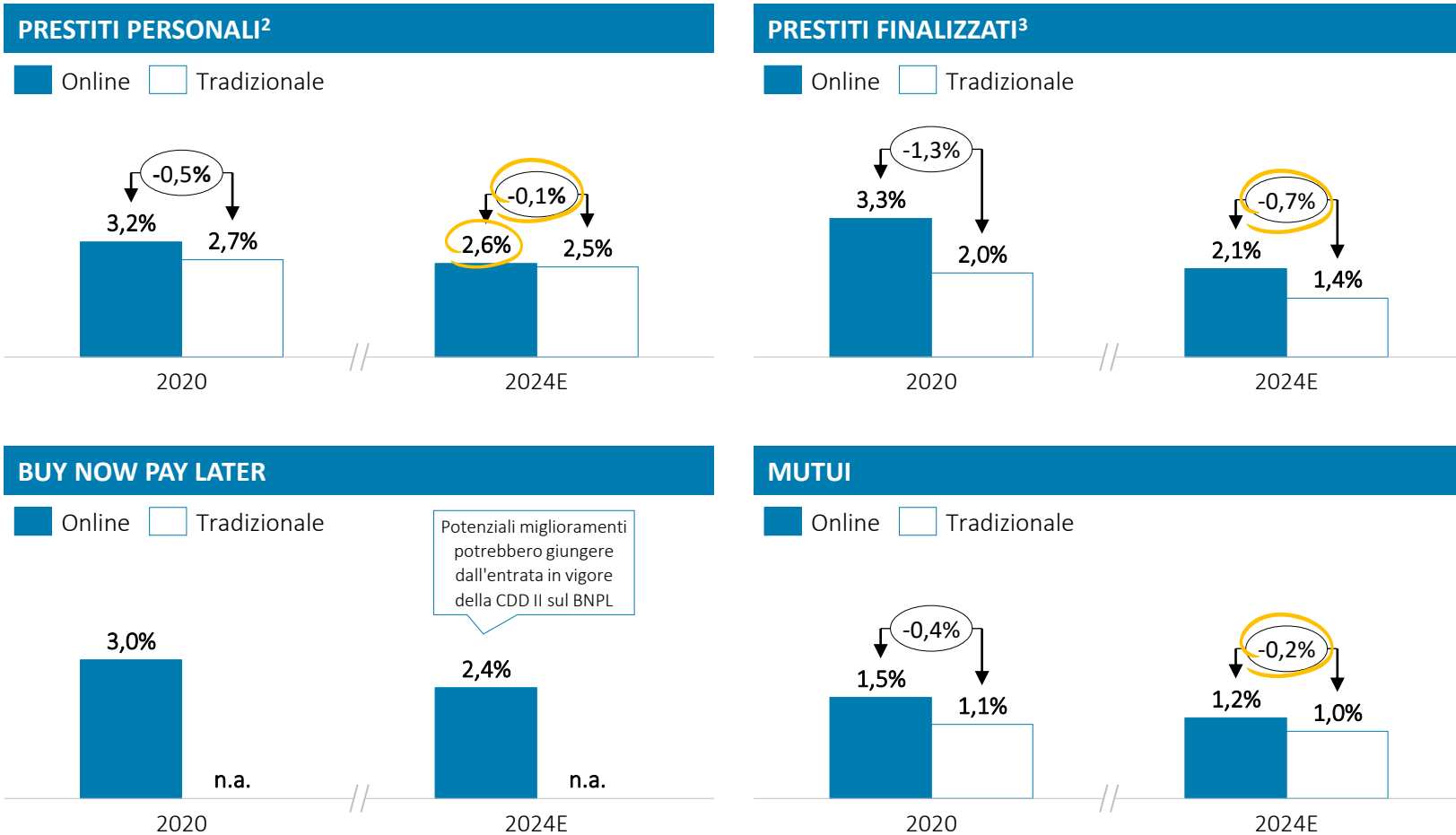
## Key insight

- Ticket medio online più elevato rispetto a canali tradizionali** – Il ticket medio online è generalmente più elevato vs. tradizionale (e.g. x1,8 per i PP), dovuto alla maggiore incidenza dei clienti a elevata digitalizzazione e fasce di reddito medio-alte<sup>3</sup> (🔍 focus sezione successiva)
- Crescita del ticket medio online varia a seconda dei prodotti** – Il ticket medio è cresciuto nei PP e mutui, è rimasto costante per i PF e crescerà per il BNPL, grazie all'ingresso di nuove categorie merceologiche e all'ampliamento della base clienti
- Mutui sostanzialmente allineati tra canali fisico e digitale** – I mutui riflettono il valore dell'immobile e non differiscono sostanzialmente tra canali utilizzati (130 k€ vs 122 k€)

# Digital Lending – Tasso di default | La clientela del canale digitale presenta un profilo di rischio maggiore, ma con un tasso di default in diminuzione e sempre più allineato al canale tradizionale

## Evoluzione tassi di default<sup>1</sup> per canale

% default, 2020 – 2024



## Key insight

- Tassi di default trasversalmente in decrescita nonostante la clientela online presenti un profilo di rischio maggiore – Il digitale presenta un livello di rischio superiore, in diminuzione anche grazie all'introduzione di nuove soluzioni per la valutazione del rischio (e.g. ML<sup>4</sup>, AI)
- Tassi di default maggiori sui prestiti personali – Il tasso di default dei PP è il più alto, riflettendo il maggiore rischio della clientela a cui sono richieste minori garanzie a differenza dei PF dove la garanzia è rappresentata dal bene stesso
- Contrazione dei tassi di default per il BNPL – Nonostante le preoccupazioni legate al rischio di sovraindebitamento, il BNPL registra una diminuzione dei tassi di default, indicando una gestione più consapevole da parte dei clienti e operatori del settore

# Agenda

Contesto bancario italiano – Digital Banking

3 - 10

Evoluzione del Digital Lending in Italia

11 - 16

**Digital Lending – Caratteristiche dei consumatori**

**17 - 23**

Considerazioni finali

24 - 25

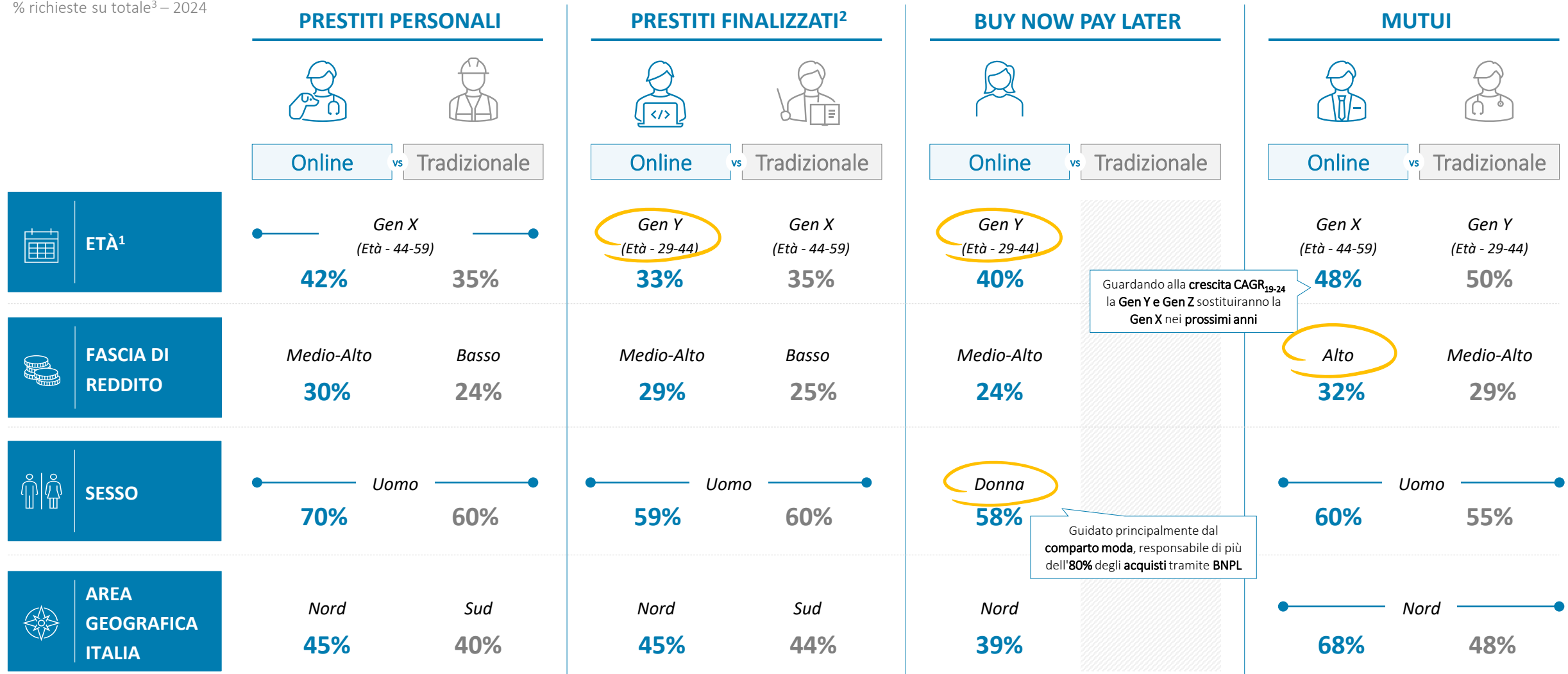
Osservatorio Digital Lending – Contatti

26 - 28

# Overview clientela | Il credito digitale è preferito dalle generazioni più giovani, tipicamente uomini benestanti residenti nel Nord Italia, ad eccezione del BNPL preferito dal sesso femminile

## Overview personas per categoria di prodotto e canale di erogazione

% richieste su totale<sup>3</sup> – 2024

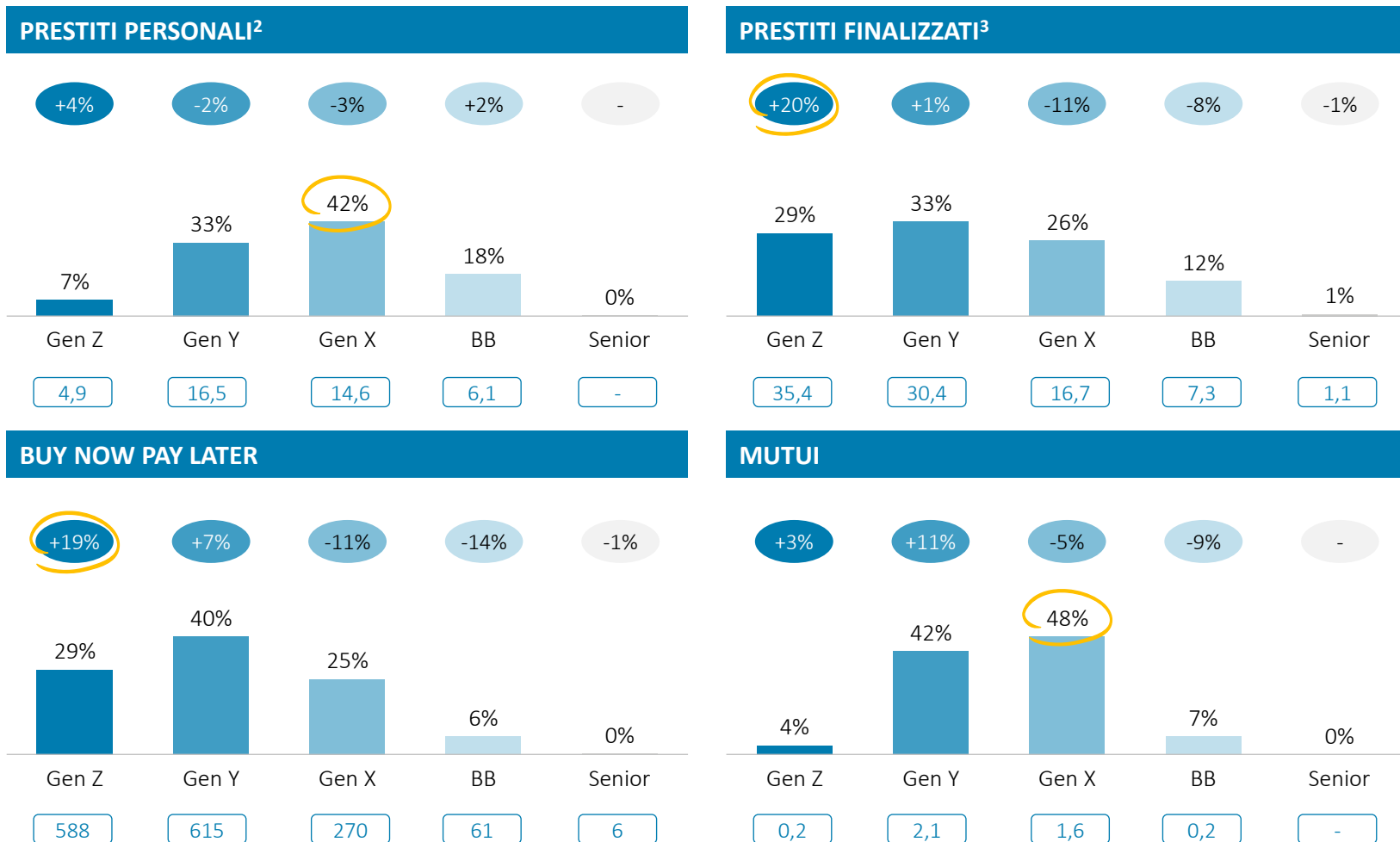


1) Generazione Z: Nati dopo il 1995; Generazione Y: 1981 – 1995; Generazione X: 1966 - 1980; Baby Boomer (BB): 1946 – 1965; Senior: Nati prima del 1946; 2) I prestiti finalizzati online non includono i prestiti per l'acquisto auto; 3) Dati calcolati su totale richieste; Fonte: Experian

# Distribuzione per età | Il credito digitale è in crescita nelle popolazioni più giovani, con prestiti finalizzati e BNPL più diffusi tra Gen. Y e Z, mentre prestiti personali e mutui tra le Gen. X

## Evoluzione richieste Digital Lending per generazione<sup>1</sup>

% richieste per generazione, 2024 - Δ p.p. 2024 vs. 2020 - # medio di richieste ogni 1000 abitanti<sup>4</sup>



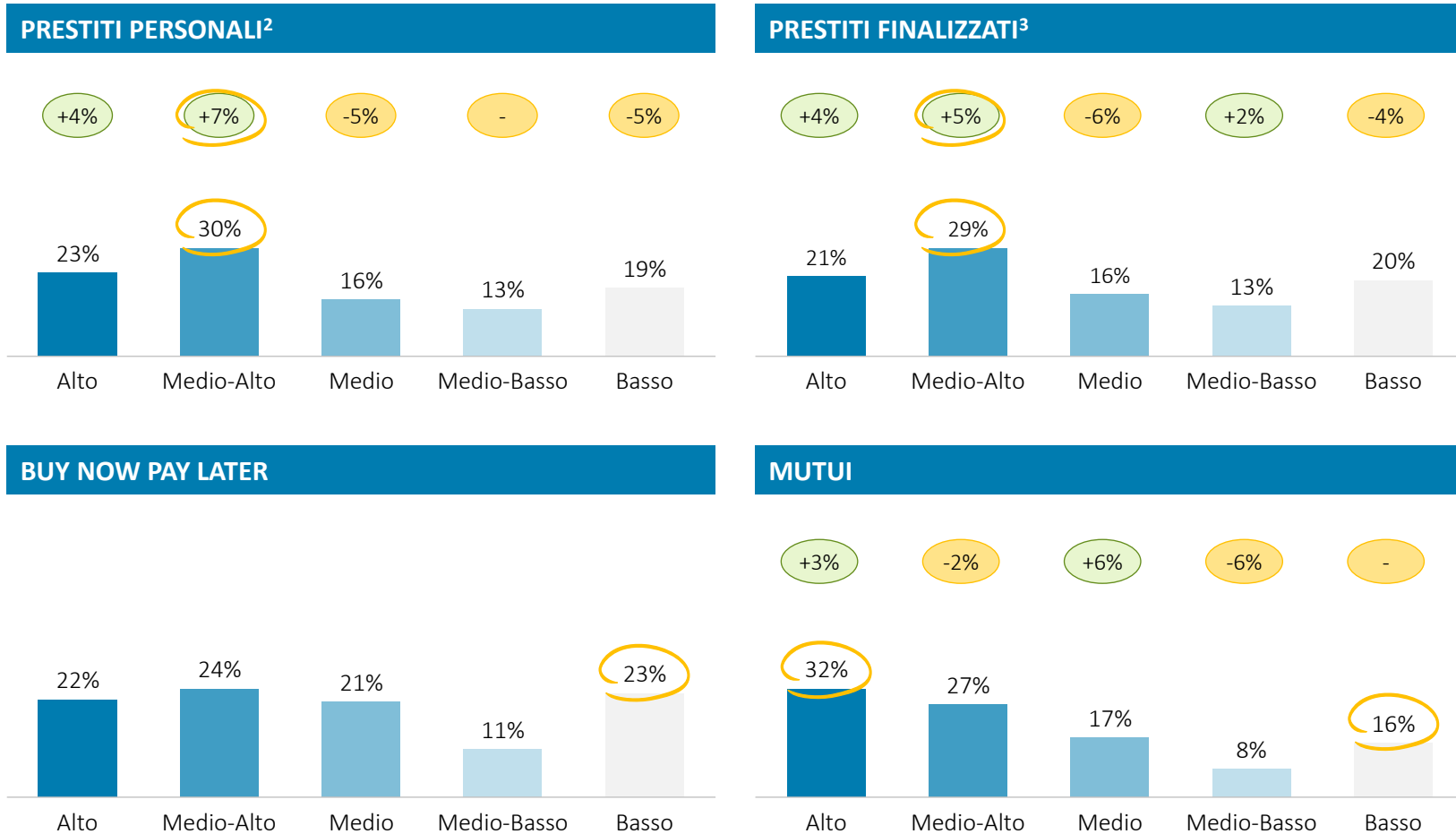
## Key insight

- Prestiti personali e mutui per Gen. X** – La generazione X, caratterizzata da bisogni complessi, predomina il comparto dei prestiti personali (e.g. viaggi) e del mutuo (e.g. acquisto prima casa), nonostante la lieve decrescita degli ultimi anni dovuta al contesto dei tassi di interesse elevati
- Prestiti finalizzati e BNPL per Gen. Z e Y** – I prestiti finalizzati e BNPL a ticket limitati sono più diffusi tra i giovani (e.g. rispettivamente +20 e +19 p.p. nelle richieste digitali dal 2020) con bisogni di prodotti specifici (e.g. elettronica e abbigliamento)
- Adesione ancora limitata ai prodotti digitali da parte delle generazioni più senior** – Le generazioni BB e senior, che corrispondono ad 1/3 della popolazione italiana, continuano a mostrare interesse contenuto per i prodotti finanziari digitali

# Distribuzione per fascia di reddito | Le richieste di credito digitale sono dominate dalle fasce di reddito più elevate in tutti i comparti di prodotto (anche se in maniera meno marcata nel BNPL)

## Evoluzione richieste Digital Lending per fascia di reddito (classificazione Experian – Mosaic<sup>1</sup>)

% richieste per classe di reddito, 2024 - Δ p.p. vs. richieste canale tradizionale



## Key insight

- La propensione all'utilizzo dei canali digitali aumenta con il reddito** – La maggior parte della popolazione che richiede finanziamenti online appartiene alle fasce di reddito alta e medio-alta, con un'incidenza superiore rispetto al canale tradizionale (+7% PP e +5% PF)
- La fascia di reddito medio-alta è la principale richiedente di credito, fatta eccezione per i mutui** – La fascia di reddito medio-alta risulta essere quella con il maggior numero di richieste per prestiti personali, finalizzati e BNPL, ma viene superata dalla fascia di reddito alto nei mutui (i.e. 32% vs. 27%)
- La fascia di reddito bassa è maggiormente presente in prodotti a ticket bassi** – La fascia di reddito bassa è maggiormente presente nel BNPL (i.e. 23%) e poco presente nei mutui (i.e. 16%)

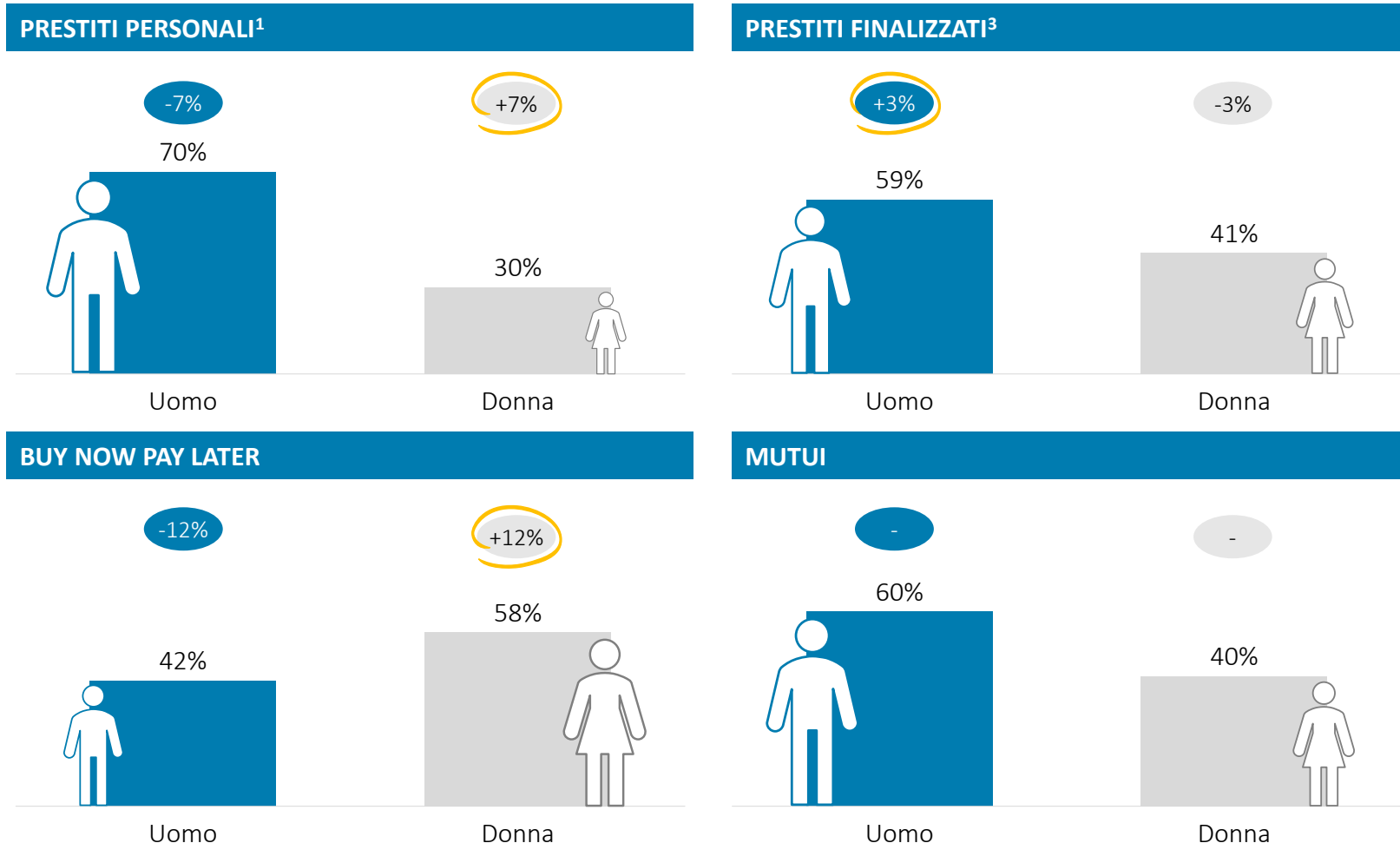
1) Reddito Alto: A (Elite Urbane), B (Benestanti di Provincia), C (Giovani Urbani Emergenti); Medio-Alto D (Ceto Medio di Provincia), H (Pendolari di Periferia), L (Classe Rurale Agiata e Moderna); Reddito Medio: I (Mediterranei Attivi); Medio-Basso: G (Anziani di Provincia), K (Ceto Medio Operaio); Reddito Basso: E (Giovani Urbani Svantaggiati), F (Pensionati Urbani in Affitto), J (Famiglie Rurali Svantaggiate), M (Rurali Tradizionali); 2) Inclusa cessione del quinto stipendio; 3) I prestiti finalizzati online non includono i prestiti per l'acquisto auto; Fonte: Experian

# Distribuzione per sesso | Cambia la distribuzione delle richieste di credito con le donne in forte aumento nei prestiti personali e BNPL, ma la richiesta di prestiti da parte di uomini rimane prevalente

## Evoluzione richieste Digital Lending per sesso

% richieste per sesso, 2024

Δ p.p. 2024 vs. 2020



## Key insight

- Incidenza sui prestiti personali digitali in crescita verso le donne mentre i prestiti finalizzati digitali sono sempre più richiesti dagli uomini – Nei prestiti personali, le donne crescono al 30% (i.e. +7 p.p. vs. 2020), un trend inverso rispetto ai prestiti finalizzati, dove la quota maschile cresce leggermente (i.e. +3 p.p. vs. 2020)
- Cambiamento delle abitudini di pagamento nel BNPL – La quota femminile aumenta (i.e. +12 p.p.), rendendo il BNPL l'unico prodotto con preponderanza femminile, che ricorre al BNPL nell'81%<sup>2</sup> dei casi per acquistare abbigliamento (🔍 focus slide successiva)
- Mutui digitali stabili e senza variazioni di genere – A differenza delle altre forme di credito, i mutui mantengono un equilibrio nel tempo tra i due generi



# Focus distribuzione per sesso – BNPL | L'abbigliamento è la principale porta di accesso al credito per molti consumatori che utilizzano il BNPL

## Overview principali categorie prodotto per finanziamenti tramite BNPL

#M richieste per motivo di finanziamento, 2024

■ New to Credit<sup>1</sup> □ Returning Users



## Key insight

- **Fashion & Beauty al vertice del BNPL** – Il comparto "Fashion & Beauty"<sup>2</sup> domina il mercato BNPL con una quota dell'81%, rimarcando la propria centralità nel mondo dei finanziamenti a ticket ridotto
- **Il BNPL si diffonde attraverso il settore moda, particolarmente spinto dal pubblico femminile** – L'acquisto di prodotti di abbigliamento rappresenta il primo contatto con il BNPL per 4,9 M dei nuovi utenti (~35% del totale), con una significativa incidenza del pubblico femminile (~60% dei "new to credit")
- **Ampliamento accessibilità al credito tramite nuove categorie merceologiche** – Il BNPL si sta rapidamente diffondendo in altre categorie di prodotti (e.g. elettrodomestici e telefoni cellulari) avvicinandosi sempre di più al segmento dei prestiti finalizzati

1) Individui che non hanno mai chiesto un finanziamento prima del BNPL; 2) Comparto costituito dalle categorie di prodotti per la cura della persona, quali "Clothing", "Jewelry" e "Body Care"; Fonte: Experian

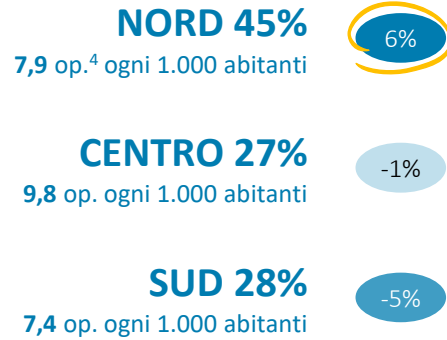
# Distribuzione per area geografica | La domanda per prestiti personali e mutui digitali si è spostata principalmente verso il Nord Italia mentre il BNPL diventa sempre più rilevante al Sud

## Evoluzione richieste Digital Lending per aree Geografiche<sup>1</sup>

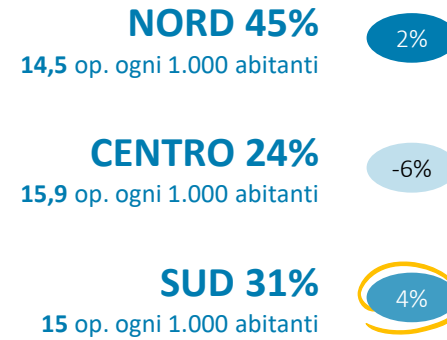
% richieste per area geografica, 2024

Δ p.p. 2024 vs. 2020

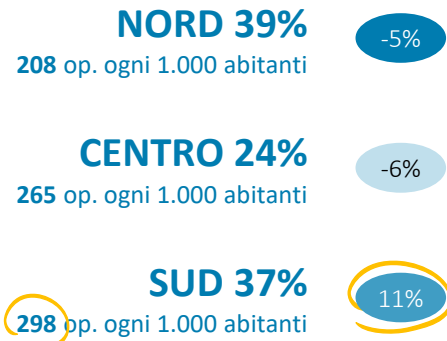
### PRESTITI PERSONALI<sup>2</sup>



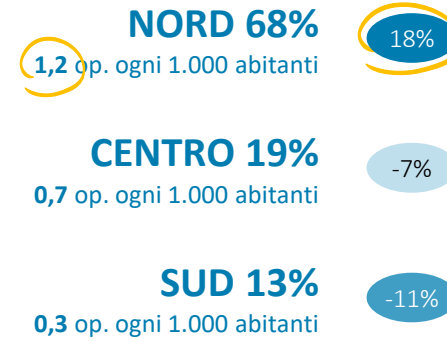
### PRESTITI FINALIZZATI<sup>3</sup>



### BUY NOW PAY LATER



### MUTUI



## Key insight

### Reddito medio per area



- Maggiore incidenza dei finanziamenti a ticket ridotto nelle regioni del Sud** - Il Sud registra una crescita significativa delle richieste di PF (i.e. +4 p.p.) e BNPL (i.e. +11 p.p.), con il BNPL che si attesta come prodotto più apprezzato (i.e. 298 operazioni medie per 1k abitanti)
- Crescita della domanda di prestiti personali e mutui digitali al Nord** - Mentre il Sud e il Centro calano nei PP (i.e. -5 e -1 p.p.) e mutui (i.e. -11 e -7 p.p.), il Nord cresce su entrambi i fronti (i.e. +6 e +18 p.p.) e si attesta come leader per numero medio di operazioni per k abitanti (i.e. 1,2) nei mutui

# Agenda

Contesto bancario italiano – Digital Banking

3 - 10

Evoluzione del Digital Lending in Italia

11 - 16

Digital Lending – Caratteristiche dei consumatori

17 - 23

**Considerazioni finali**

**24 - 25**

Osservatorio Digital Lending – Contatti

26 - 28

# Nonostante il complesso contesto di riferimento caratterizzato da tassi di interessi elevati, il comparto del Digital Lending sta crescendo con l'evoluzione del comportamento dei clienti



**Complessità del contesto macro-economico** – Negli ultimi anni, **eventi dirompenti** come la **pandemia**, i **conflitti** e l'**aumento dell'inflazione**, hanno profondamente **influenzato l'economia**, segnando il passaggio da una fase di costo del credito nullo (QE), ad un **mercato rialzo dei tassi** da parte della BCE accompagnato da una **contrazione** delle richieste di **credito**. Tuttavia, nel 2024, grazie alla **stabilizzazione dei tassi**, la situazione si sta **normalizzando**



**Transizione verso il Digital Lending** – In questo contesto, i servizi di **finanziamento** hanno mostrato **segnali di ripresa**, registrando volumi vicini ai **livelli pre-pandemia**. La crescita è stata trainata anche dal **canale digitale**, grazie alla sua **rapidità, flessibilità e inclusività**, nonché dall'adozione di **presidi antifrode** e **valutazioni basate su dati digitali**, che hanno **ridotto i tassi di default del canale online** allineandoli al canale tradizionale



**Accelerazione small-ticket** – La **digitalizzazione avanza rapidamente** nei prodotti più **semplici a basso ticket** come **BNPL** e i **prestiti finalizzati**, particolarmente richiesti da **giovani con redditi elevati**. Tuttavia, per i prodotti più **complessi** come i **mutui**, la **transizione digitale** procede **più lentamente**, con una prevalenza di **consumatori più senior** che mantiene una **preferenza per i canali tradizionali**

# Agenda

Contesto bancario italiano – Digital Banking

3 - 10

Evoluzione del Digital Lending in Italia

11 - 16

Digital Lending – Caratteristiche dei consumatori

17 - 23

Considerazioni finali

24 - 25

**Osservatorio Digital Lending – Contatti**

**26 - 28**

# Chi ha elaborato il report?

Lo studio è stato realizzato grazie al contributo di Monitor Deloitte, Experian e Cetif

## L'Osservatorio Digital Lending

L'Osservatorio Digital Lending nasce per rispondere alla **crescente necessità** di analizzare un **settore in rapida evoluzione** come il **credito digitale**. Con l'adozione di **tecnologie avanzate**, **nuove abitudini** dei consumatori e **normative in trasformazione**, il Digital Lending richiede un **approccio interdisciplinare** e basato su **dati** per comprenderne le **dinamiche** e guidarne lo **sviluppo**. L'iniziativa combina **competenze specialistiche** e **strumenti di analisi** per offrire una **visione completa** delle **principali tendenze**, delle **sfide** e delle **opportunità del settore**. L'osservatorio fornisce **approfondimenti** utili a **operatori del settore** per **supportare l'innovazione** e la **sostenibilità del mercato** del credito digitale.

**Prossime edizioni** – Nelle **prossime edizioni** dell'Osservatorio l'obiettivo sarà quello **ampliare ulteriormente lo scope delle analisi** con confronti sui **mercati internazionali**, maggiori dettagli sulla **distribuzione socio-demografica** della clientela digitale e focalizzare le attenzioni sul **risk management**.

## I partner

Monitor  
**Deloitte.**

**Monitor Deloitte** è la divisione di Deloitte specializzata in **consulenza strategica**, per **supportare C-suite** nello sviluppo e nella gestione di **progetti** volti ad **accelerare la crescita**, **mitigare i rischi** delle **scelte strategiche** e **guidare trasformazioni** aziendali complesse. Fa parte del network **Deloitte**, una delle **principali società di servizi professionali** al mondo, presente in **oltre 160 paesi** e con una rete di oltre **460.000 professionisti**.

 **experian.**

**Experian** è **leader globale** nella **gestione dei dati** e nelle **soluzioni di analisi** per il **settore finanziario**. Presente in **oltre 32 paesi**, Experian supporta istituzioni finanziarie, aziende e consumatori nell'**accesso al credito**, nella **prevenzione delle frodi** e nell'**ottimizzazione delle decisioni finanziarie**.

**CETIF** 

Il **Cetif** (Centro di Ricerca su Tecnologie, Innovazione e Servizi Finanziari) è un **centro di ricerca dell'Università Cattolica del Sacro Cuore**, dedicato allo studio delle **trasformazioni nei settori bancario, assicurativo e finanziario**. Da **oltre 30 anni**, il Cetif **analizza l'evoluzione del mercato**, offrendo **insight strategici, formazione e supporto metodologico** per istituzioni. Annualmente Cetif svolge ricerche sul **tema del Digital lending HUB** al quale partecipano gli operatori del **mercato del lending**.

# Vuoi saperne di più sullo studio?

Contatta direttamente gli autori per ottenere maggiori informazioni sullo studio e sui suoi risultati

## Autori

---

### **Manuel Pincetti**

Managing Partner | Monitor Deloitte  
Email: mpincetti@deloitte.it

### **Marco Latif**

Director | Monitor Deloitte  
Email: mlatifmesak@deloitte.it

### **Alessandro Brusasco**

Executive | Monitor Deloitte  
Email: abrusasco@deloitte.it

### **Armando Capone**

CEO | Experian  
Email: armando.capone@experian.com

### **Giulio Mariani**

Director Data & AI solution | Experian  
Email: giulio.mariani@experian.com

### **Laura Ippolito**

Head of Marketing | Experian  
Email: laura.ippolito@experian.com

### **Anna Anselmi**

Data Consultant | Experian  
Email: anna.anselmi@experian.com

### **Chiara Frigerio**

Segretario | Cetif  
Email: chiara.frigerio@unicatt.it

### **Paolo Gatelli**

Senior Research Manager | Cetif  
Email: paolo.gatelli@unicatt.it

### **Martina Gaia Faletti**

Research Analyst | Cetif  
Email: martinagaia.faletti@unicatt.it

## Ringraziamenti

---

Desideriamo esprimere la nostra sincera gratitudine alla collega Micol Tovaglieri, partner Deloitte in Regulatory & Financial Risk, e al collega di Monitor Deloitte Matteo Godio per il loro prezioso supporto nell'analisi e nella stesura di questo report.

Monitor  
**Deloitte.**



CETIF



This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms or their related entities (collectively, the "Deloitte organization") is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser. No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities. © 2025 Deloitte Financial Advisory S.B. S.r.l. All rights reserved

Experian non rilascia alcuna dichiarazione o garanzia, espressa o implicita, riguardo all'accuratezza o completezza delle informazioni contenute nel presente documento. Qualsiasi affidamento sulle informazioni fornite è a rischio esclusivo del destinatario. Experian non sarà responsabile per eventuali perdite o danni derivanti dall'uso di queste informazioni. ©2025 Experian Italia S.p.A.. Tutti i diritti riservati.

Cetif assicura che il presente documento è stato realizzato con la massima cura e con tutta la professionalità acquisita nel corso della sua lunga attività. Tuttavia, stante la pluralità delle fonti d'informazione e nonostante il meticoloso impegno da parte di Cetif affinché le informazioni contenute siano esatte al momento della pubblicazione, né Cetif né i suoi collaboratori possono promettere o garantire (anche nei confronti di terzi) esplicitamente o implicitamente l'esattezza, l'affidabilità o la completezza di tali informazioni. Cetif, pertanto, declina qualsiasi responsabilità per eventuali danni, di qualsiasi tipo, che possano derivare dall'uso delle informazioni contenute nel presente rapporto. Si evidenzia, inoltre, che il presente rapporto potrebbe contenere proiezioni future o altre dichiarazioni in chiave prospettica, circostanza che comporta rischi e incertezze. Si avvisano pertanto i lettori che tali affermazioni sono solamente previsioni e potrebbero quindi discostarsi in modo considerevole dagli effettivi riscontri ed eventi futuri. Cetif declina fin d'ora qualsiasi responsabilità e garanzia in relazione a tali proiezioni.