



**UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA**  
**DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI**  
**"M.FANNO"**

**CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA TrEC**

**PROVA FINALE**

**SVILUPPO E CARATTERISTICHE DEL CREDITO AL CONSUMO IN**  
**ITALIA**

**RELATORE:**

**CH.MO PROF.SSA BALDAN CINZIA**

**LAUREANDO/A: STELLA ANDREA**

**MATRICOLA N. 1136087**

**ANNO ACCADEMICO 2019 – 2020**

## INDICE

<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>4</b>
<b>1. INQUADRAMENTO DELLA TEMATICA .....</b>	<b>5</b>
<i>1.1 DEFINIZIONE INTRODUTTIVA DI CREDITO AL CONSUMO .....</i>	<i>5</i>
<i>1.2 GLI STRUMENTI DEL CREDITO AL CONSUMO.....</i>	<i>6</i>
<i>1.3 NORMATIVA DEL CREDITO AL CONSUMO.....</i>	<i>11</i>
<b>2. DIFFUSIONE DEL CREDITO AL CONSUMO IN ITALIA .....</b>	<b>16</b>
<i>2.1 EVOLUZIONE NEGLI ANNI E IMPATTO DELLA CRISI DEL 2008 .....</i>	<i>16</i>
<i>2.2 IL CREDITO AL CONSUMO IN ITALIA DOPO LA CRISI.....</i>	<i>20</i>
<b>3. L'ACCESSO AL CREDITO AL CONSUMO .....</b>	<b>22</b>
<i>3.1 FATTORI DI DOMANDA E DI OFFERTA NELLA RICHIESTA DI CREDITO AL CONSUMO.....</i>	<i>22</i>
<i>3.2 RAPPORTO CON GLI ALTRI STRUMENTI DI FINANZIAMENTO.....</i>	<i>26</i>
<i>3.3 COSTI DEL CREDITO AL CONSUMO.....</i>	<i>29</i>
<b>4. CREDITO AL CONSUMO E TRASPARENZA INFORMATIVA .....</b>	<b>31</b>
<i>4.1 IL RUOLO DELL'EDUCAZIONE FINANZIARIA NELLE SCELTE DEI CONSUMATORI .....</i>	<i>31</i>
<i>4.2 RISCHI E TUTELA DEI CONSUMATORI .....</i>	<i>33</i>
<b>CONCLUSIONI.....</b>	<b>36</b>
<b>RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI .....</b>	<b>38</b>



## **INTRODUZIONE**

Il presente lavoro intende trattare la tematica del Credito al consumo in Italia. L'obiettivo è quello di analizzare le determinanti che spingono i consumatori a ricorrere a questo strumento, evidenziando la disciplina che lo regola, l'andamento negli anni e la tutela riconosciuta alla clientela.

Il lavoro è diviso in quattro capitoli. Nel primo viene data una definizione di credito al consumo, si evidenziano gli strumenti finanziari a disposizione dei consumatori e viene analizzata la disciplina che lo regola. Nel secondo capitolo è trattata la parte storica dello sviluppo del credito al consumo, prima e dopo la crisi finanziaria del 2008 fino ad arrivare ai giorni nostri. Nel terzo capitolo si analizzano i fattori di domanda e offerta che spingono le persone a ricorrere a questo strumento e i costi legati ad esso. Il quarto ed ultimo capitolo è dedicato alla trasparenza dei contratti e alla tutela dei consumatori, considerati la parte debole delle contrattazioni.

## **1. INQUADRAMENTO DELLA TEMATICA**

### **1.1 DEFINIZIONE INTRODUTTIVA DI CREDITO AL CONSUMO**

Per credito al consumo, recita l'art. 121, co.1 del TUB., si intende l'attività di "concessione, nell'esercizio di un'attività commerciale o professionale, di credito sotto forma di dilazione di pagamento, finanziamento o di un'altra analoga facilitazione finanziaria, a favore di una persona fisica che opera per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta". Gli elementi che distinguono un'operazione di credito al consumo sono le caratteristiche soggettive delle parti, e non quelle tecniche o giuridiche. All'art. 121.1 co. 1-b del Testo Unico Bancario (TUB) viene infatti definito il "consumatore" come "una persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta". I soggetti autorizzati ad esercitare questa operazione sono le banche e gli intermediari finanziari (iscritti in un apposito albo tenuto dalla Banca d'Italia), mentre ai rivenditori di beni e servizi è concesso di concludere contratti di credito nella sola forma della dilazione del prezzo con esclusione del pagamento degli interessi e di altri oneri (art. 122.5 del TUB). Per cui la concessione di credito al consumo sotto forma di dilazione di pagamento può essere effettuata da qualunque impresa, mentre la concessione di credito al consumo come forma di finanziamento può essere operata solo dalle banche o dagli intermediari finanziari.

La caratteristica fondamentale del credito al consumo è che viene concesso per dilazionare i pagamenti e sostenere i consumi, e non per attività di investimento. Si tratta quindi di uno strumento che da un lato consente ai consumatori di soddisfare il proprio fabbisogno di determinati beni e servizi, ovviando ad eventuali carenze di liquidità, e dall'altro aiuta le imprese che offrono tali beni e servizi a continuare ad operare. La concessione può essere utilizzata sia per l'acquisto di uno specifico bene o servizio, sia per generiche esigenze di liquidità.

## 1.2 GLI STRUMENTI DEL CREDITO AL CONSUMO

L'erogazione del credito al consumo da parte delle banche e degli intermediari finanziari avviene attraverso i seguenti strumenti finanziari:

- Carte di credito
- Prestiti personali
- Prestiti finalizzati
- Cessione del quinto dello stipendio

### LE CARTE DI CREDITO

Le carte di credito sono documenti elettronici, rilasciati da banche o finanziarie nella forma di *plastic card*, che consentono al titolare, nell'ambito del massimale mensile concordato, sia di effettuare pagamenti attraverso i terminali POS installati negli esercizi commerciali convenzionati sia di ottenere anticipi di contante presso gli sportelli ATM, senza che queste operazioni diano luogo all'addebito contestuale sul conto corrente della spesa o degli anticipi. Nelle carte di credito, a differenza delle carte di debito, gli importi spesi non sono pagati ex-ante, ma in un momento successivo all'utilizzo fissato contrattualmente. Il rimborso può avvenire in un'unica soluzione o in forma rateale (carte di credito revolving).

I circuiti di pagamento, ovvero gli esercizi commerciali convenzionati, possono essere nazionali (Moneta) o internazionali (Visa e Mastercard). La distinzione risiede nell'onerosità dei sistemi di tariffazione e nelle modalità di compensazione e di regolamento.

Le carte di credito svolgono, contemporaneamente, una funzione di pagamento e una funzione creditizia.

Tutte le carte di credito hanno un tetto massimo di spesa mensile, chiamato *plafond*, che solitamente non supera i 5000€. In presenza di particolari esigenze, è possibile effettuare una richiesta di aumento del *plafond* alla propria banca. La richiesta non comporta un aumento automatico del *plafond*: le banche tendono ad accomodare la richiesta nei casi in cui il cliente abbia dimostrato di essere solvente e di avere redditi adeguati a gestire *plafond* maggiori.

Ogniqualevolta il titolare utilizza la carta di credito, egli sta fruendo di un fido messo a disposizione dalla banca o dall'intermediario finanziario con cui ha sottoscritto il contratto. Questo fido viene utilizzato a discrezione del consumatore e, una volta avvenuto il rimborso con il contestuale pagamento degli interessi, viene ricostituito in tutto o in parte e può essere

riutilizzato. Gli interessi sono calcolati sulla base del tasso nominale annuo e riguardano unicamente gli importi effettivamente utilizzati dal titolare.

Il principale vantaggio delle carte di credito è che possono essere utilizzate pur non possedendo, al momento dell'utilizzo, i fondi necessari sul proprio conto corrente, l'importante è che questi sussistano al momento del computo dei saldi a debito. In caso scoperti in conto corrente la banca provvederà immediatamente al blocco delle carte di pagamento e verranno applicati oneri aggiuntivi oltre a degli interessi passivi sullo scoperto, con tassi elevati.

Esistono tre principali tipologie di carte di credito:

- a. La carta di credito "a saldo": in generale viene emessa come servizio aggiuntivo all'apertura di un conto corrente. La caratteristica fondamentale è che consente al titolare di dilazionare il pagamento per un breve periodo (normalmente per un massimo di 45 giorni) ed effettuare il rimborso in un'unica soluzione senza oneri finanziari aggiuntivi.
- b. La carta di credito rotativo o revolving: questo tipo di carta consente al titolare di rateizzare il pagamento dell'importo speso. Questo metodo comporta un costo aggiuntivo dato dall'applicazione di un tasso di interesse sul finanziamento. Proprio questo tasso di interesse costituisce il maggiore svantaggio in quanto solitamente è molto elevato (tra il 20% e il 25%) poiché serve per coprire il rischio di insolvenza del debitore. Oltre a ciò sono previsti ulteriori costi come le commissioni sui prelievi di contante, una quota associativa annuale, le spese di invio dell'estratto conto, l'imposta di bollo ed eventuali coperture assicurative aggiuntive.
- c. La carta di credito "co-branded": Si tratta di una tipologia di carta di credito, emesso da banche o istituti finanziari, in collaborazione con soggetti terzi. Viene utilizzata da questi ultimi per fidelizzare il consumatore e facilitare la distribuzione dello strumento presso la propria clientela. Possono essere carte sia carte di credito "a saldo" che revolving e il titolare, di norma, gode di servizi aggiunti, quali sconti, tassi inferiori e sovvenzioni presso il partner commerciale.

## PRESTITI PERSONALI

Il prestito personale è un finanziamento non finalizzato, ovvero non vincolato all'acquisto di un bene o di un servizio specifico. Il finanziamento viene erogato per far fronte ad un fabbisogno generico, per cui non richiede l'esistenza di una convenzione con il venditore del bene o del servizio e, di conseguenza, il rispetto delle condizioni dell'intermediario finanziario. Il prestito personale è un contratto di finanziamento che prevede l'erogazione di

una determinata somma a un cliente che si obbliga a rimborsarlo secondo un piano di ammortamento predefinito al momento della stipula del contratto (Manuale del credito al consumo 2011, p. 189). Il contratto si conclude con la consegna del denaro da parte della banca e il cliente si impegna a restituire l'importo maggiorato degli interessi entro una certa data.

Il piano di ammortamento del rimborso è solitamente alla francese, con pagamento della rata direttamente dal conto corrente di appoggio o, più raramente, tramite bollettino postale. La durata del finanziamento, di norma, non supera i 10 anni. In alcuni casi è possibile usufruire di un diverso piano di rimborso al fine di gestire l'incertezza della clientela riguardo ai redditi e ai tassi di interesse futuri.

I prestiti personali non necessitano di una garanzia sul bene immobile acquistato dal debitore che possa coprire un'eventuale insolvenza. Tuttavia, gli istituti concedenti possono richiedere un coobbligato o un fideiussore in base alle caratteristiche economico-finanziarie del richiedente. Questi, in caso di inadempimento, si assumeranno la responsabilità di rimborsare il fido.

Le banche o le finanziarie potrebbero richiedere la sottoscrizione di una polizza assicurativa che copra il rischio morte o il rischio di perdita di impiego: nel primo caso la compagnia assicurativa salda il debito residuo garantendo l'estinzione del prestito; nel secondo caso la compagnia provvede al versamento delle rate fino a quando il finanziato non avrà trovato un nuovo impiego. Ovviamente queste assicurazioni hanno un costo non indifferente e comportano un incremento della rata di rimborso.

## PRESTITI FINALIZZATI

Il prestito finalizzato è una forma di finanziamento, concessa da banche o istituti di credito, direttamente collegata all'acquisto di un determinato bene o servizio. Il consumatore, invece di pagare l'intero importo al venditore al momento dell'acquisto, si può avvalere di un finanziamento che gli consenta di rimborsare il prezzo progressivamente attraverso un piano di ammortamento a rate costanti. Il denaro prestato, di conseguenza, non viene erogato al consumatore, ma direttamente alla società che vende il bene o servizio. Il consumatore stipula così due contratti, uno di acquisto con il rivenditore e uno di finanziamento con la banca o l'istituto di credito.

Il prestito finalizzato si differenzia dalle altre forme di credito al consumo per la sua semplicità e rapidità. Molto spesso possono essere erogati dal punto vendita del bene in



questione in virtù di convenzioni con le finanziarie del settore e richiedono una documentazione minima per la concessione.

All'acquirente non vengono richieste particolari garanzie, ma prima della concessione del credito viene effettuato un controllo dettagliato dei credit bureau (database che contengono informazioni sui comportamenti di pagamento dei clienti) e vengono valutati lo stato di indebitamento e la situazione creditizia. Al momento dell'acquisto basterà presentare un documento d'identità, il codice fiscale e una copia della dichiarazione dei redditi o dell'ultima busta paga.

Le finanziarie siglano delle convenzioni con gli esercenti che potrebbero aver bisogno di finanziamenti per la vendita di determinati beni o servizi e li rifornisce di informazioni, documentazione e terminali appositi attraverso cui essi possono presentare le opportunità di finanziamento al cliente, calcolare le rate e altri costi a seconda di ogni situazione e infine caricare le richieste che quasi sempre vengono processate e danno un esito nell'immediato.

Gli istituti finanziari cercano di convenzionare il maggior numero di rivenditori siglando degli accordi di esclusiva con essi e impegnandoli ad offrire prodotti finanziari di quegli unici istituti. L'obiettivo è di fidelizzare gli esercenti che sono in grado di assicurare elevati volumi di attività e qualità del credito.

I negozianti, d'altronde, cercano di convenzionarsi con più istituti di credito, soprattutto con quelli che concedono più facilmente il credito e offrono loro commissioni più alte. La mancata concessione del credito provocherebbe la perdita del margine sulla vendita e delle relative commissioni.

Il rimborso del fido da parte del cliente avviene in forma rateale, di solito mensilmente, addebitando gli importi sul conto corrente del titolare previa autorizzazione. Il numero, l'ammontare e la scadenza delle rate sono stabiliti da contratto e dipendono dal prezzo del bene, che non può superare i 30.987,41 €. È previsto il pagamento di un tasso di interesse (dato da TAN e TAEG) generalmente inferiore a quello applicato ai prestiti personali, in quanto i soggetti convenzionati devono attirare i clienti verso l'acquisto dei propri prodotti. Può essere erogato anche a tasso zero, ma in questo caso il prestito non prevede alcuno sconto sul prezzo di vendita e i tempi richiesti per il rimborso sono più brevi, con la conseguenza che l'importo delle rate è più elevato.

## CESSIONE DEL QUINTO DELLO STIPENDIO

La cessione del quinto dello stipendio è una forma di finanziamento a tasso fisso con rimborso a rate costanti direttamente collegata alla percezione dello stipendio da parte del

soggetto richiedente. Il soggetto paga le rate del finanziamento tramite la cessione volontaria di una parte dello stipendio netto trattenuta direttamente dalla busta paga. Si parla di cessione del quinto in quanto l'importo della rata non può eccedere la quinta parte dello stipendio netto mensile (cioè il 20%).

Inizialmente era prevista solamente per i dipendenti statali (D.P.R. 5 gennaio 1950, n.80) e solo dopo la L. 14 maggio 2005, n. 80 è stata estesa anche a pensionati, pubblici e privati, e lavoratori parasubordinati. Nel caso di lavoratori dipendenti il contratto di lavoro non deve essere inferiore a 12 mesi e la scadenza del finanziamento deve essere almeno pari a quella del contratto di lavoro. Inoltre, anche l'azienda presso cui il richiedente lavora deve soddisfare dei criteri di ammissibilità. Per i pensionati la quota retrocessa non deve intaccare il minimo pensionistico e il prestito non deve eccedere i 10 anni. Chiunque intenda contrarre un prestito contro cessione del quinto deve presentare all'ente mutuante una dichiarazione che attesti l'ammontare mensile dello stipendio, del salario o della pensione percepita, oltre che un certificato di sana costituzione fisica. L'operazione è assistita obbligatoriamente da assicurazione contro i rischi di decesso del mutuatario, di cessazione del servizio, di riduzione dello stipendio o del salario che comprometta la ritenuta dell'intera quota ceduta. Proprio a causa di questi parametri specifici e rigidi l'utilizzo di questo tipo di finanziamento ha subito un forte calo.

L'amministrazione, che ha l'obbligo di versare direttamente al finanziatore le rate, è responsabile, in solido con il mutuatario, per eventuali ritardi o mancati pagamenti. Il beneficiario della garanzia è l'ente erogatore, che incassa l'importo residuo del credito in caso si verifichi uno degli eventi sopraccitati. Al mutuatario è concesso di estinguere in via anticipata la cessione, dietro pagamento dell'intero debito residuo oltre all'anticipo degli interessi non ancora liquidati, applicando lo stesso tasso del finanziamento. È vietato contrarre una nuova cessione prima che sia stata estinta la precedente.

### 1.3 NORMATIVA DEL CREDITO AL CONSUMO

Fino agli inizi degli anni Novanta il credito al consumo non era soggetto ad alcuna specifica disciplina: i rapporti giuridici venivano regolati sulla base delle norme generali del codice civile, in particolare con riferimento all'istituto del mutuo e alle norme generali in tema di risoluzione del contratto, di inadempimento, di decadenza dal beneficio del termine e di redazione dei contratti. (Manuale del credito al consumo 2011, p. 127).

A seguito dello sviluppo di questo strumento in Europa, il 22 dicembre 1986 è stata emanata la Direttiva del Consiglio 87/102/CEE con lo scopo di riavvicinare le disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri della CEE (divenuta poi UE nel 1992 con il Trattato di Maastricht) in materia di credito al consumo. L'Italia ha adottato questa normativa attraverso l'emanazione della L. 29 febbraio 1992, n. 142.

Successivamente la Direttiva del Consiglio 87/102/CEE è stata sostituita dalla Direttiva del Consiglio 90/88/CEE, recepita in Italia con il Dlgs. 1° settembre 1993, n. 385 che ha introdotto il TUB (Testo Unico Bancario), che contiene tutte le norme relative al settore del credito.

La Direttiva del Consiglio 87/102/CEE è stata abrogata definitivamente dal Parlamento Europeo il 23 aprile 2008 con la Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 2008/48 (recepita in Italia con il Dlgs. 13 agosto 2010, n.141), che ha introdotto cambiamenti significativi nella disciplina del credito al consumo. La presente direttiva ha per obiettivo l'armonizzazione di taluni aspetti delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di contratti di credito ai consumatori. In particolare, l'art. 22 vieta agli Stati membri di mantenere o introdurre nel proprio ordinamento disposizioni diverse da quelle stabilite dalla direttiva.

Con il Dlgs. 6 settembre 2006, n. 206 è stato pubblicato il Codice del consumo, con lo scopo di sistemare le disposizioni vigenti in materia di tutela dei consumatori. Il Codice è composto di 170 articoli (146 in origine), divisi in 6 parti, ed è frutto del lavoro di una commissione istituita apposta dal Ministero dello Sviluppo economico, con la delega contenuta nell'articolo 7 della L. 29 luglio 2003, n.229. Gli articoli che interessano il credito al consumo sono quelli del Capo II, Sezione I, anche se gli artt. 40, 41 e 42 sono stati abrogati dall'articolo 3, comma 1, del Dlgs. 13 agosto 2010, n. 141. L'approvazione del Codice è particolarmente importante perché riordina una disciplina frammentata costituita per lo più da direttive comunitarie recepite non sempre in maniera oculata.

Il Testo Unico Bancario raggruppa tutte le disposizioni in materia al Capo II – Credito ai consumatori, dall'art. 121 all'art. 126.

L'art. 121 fornisce alcune delle definizioni più importanti in materia:

- b) “Consumatore” indica una persona fisica che agisce per scopi estranei all’attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta;
- c) “Contratto di credito” indica il contratto con cui un finanziatore concede o si impegna a concedere a un consumatore un credito sotto forma di dilazione di pagamento, di prestito o di altra facilitazione finanziaria;
- d) “Contratto di credito collegato” indica un contratto di credito finalizzato esclusivamente a finanziare la fornitura di un bene o la prestazione di un servizio specifici se ricorre almeno una delle seguenti condizioni:
  - 1) Il finanziatore si avvale del fornitore del bene o del prestatore del servizio per promuovere o concludere il contratto di credito;
  - 2) Il bene o il servizio specifici sono esplicitamente individuati nel contratto di credito;
- e) “Costo totale del credito” indica gli interessi e tutti gli altri costi, incluse le commissioni, le imposte e le altre spese, a eccezione di quelle notarili, che il consumatore deve pagare in relazione al contratto di credito e di cui il finanziatore è a conoscenza;
- f) “Finanziatore” indica un soggetto che, essendo abilitato a erogare finanziamenti a titolo professionale nel territorio della Repubblica, offre o stipula contratti di credito;
- h) “Intermediario del credito” indica gli agenti in attività finanziaria, i mediatori creditizi o qualsiasi altro soggetto, diverso dal finanziatore, che nell’esercizio della propria attività commerciale o professionale svolge, a fronte di un compenso in denaro o di altro vantaggio economico oggetto di pattuizione e nel rispetto delle riserve di attività previste dal Titolo VI-bis, almeno una delle seguenti attività:
  - 1) Presentazione o proposta di contratti di credito ovvero altre attività preparatorie in vista della conclusione di tali contratti;
  - 2) Conclusione di contratti di credito per conto del finanziatore;
- m) “Tasso annuo effettivo globale” o “TAEG” indica il costo totale del credito per il consumatore espresso in percentuale annua dell’importo totale del credito.

Inoltre, sempre all’art. 121 co. 2, viene precisato che “nel costo totale del credito sono inclusi anche i costi relativi a servizi accessori connessi con il contratto di credito, compresi i premi assicurativi, se la conclusione di un contratto avente ad oggetto tali servizi è un requisito per ottenere il credito, o per ottenerlo alle condizioni offerte”.

L'art. 122 contiene i contratti di credito a cui non si applicano le disposizioni del Capo II. Le più rilevanti sono:

- a) Finanziamenti di importo inferiore a 200 euro o superiore a 75.000 euro;
- b) Contratti di somministrazione previsti dagli articoli 1559 e seguenti del codice civile e contratti di appalto di cui all'articolo 1677 del codice civile;
- c) Finanziamenti nei quali è escluso il pagamento di interessi o di altri oneri;
- d) Finanziamenti a fronte dei quali il consumatore è tenuto a corrispondere esclusivamente commissioni per un importo non significativo, qualora il rimborso del credito debba avvenire entro tre mesi dall'utilizzo delle somme;
- e) Finanziamenti destinati all'acquisto o alla conservazione di un diritto di proprietà su un terreno o su un immobile edificato o progettato;
- f) Finanziamenti garantiti da ipoteca su beni immobili;

L'art. 123 tratta di pubblicità, stabilendo che le seguenti informazioni di base devono essere indicate "in forma chiara, concisa e graficamente evidenziata con l'impiego di un esempio rappresentativo":

- a) Il tasso d'interesse, specificando se fisso o variabile, e le spese comprese nel costo totale del credito;
- b) L'importo totale del credito;
- c) Il TAEG;
- d) L'esistenza di eventuali servizi accessori necessari per ottenere il credito o per ottenerlo alle condizioni pubblicizzate, qualora i costi relativi a tali servizi non siano inclusi nel TAEG in quanto non determinabili in anticipo;
- e) La durata del contratto, se determinata;
- f) Se determinabile in anticipo, l'importo totale dovuto dal consumatore, nonché l'ammontare delle singole rate.

All'art. 124 vengono specificate le condizioni precontrattuali che il finanziatore, o l'intermediario del credito, devono fornire al consumatore prima che egli concluda il contratto. Tra queste sono fondamentali le informazioni che consentano il confronto di diverse offerte al fine di prendere una decisione edotta e consapevole. Queste informazioni devono essere trasmesse su supporto cartaceo o su un altro supporto durevole attraverso il modulo "Informazioni europee di base sul credito ai consumatori" e il finanziatore, o l'intermediario del credito" devono fornire, se richiesti, eventuali chiarimenti al consumatore.

La valutazione del merito creditizio è stabilita dall'art. 124-bis, il quale indica inoltre che, in caso di modifica dell'importo del credito, il finanziatore provvede ad effettuare una nuova

valutazione del merito creditizio prima di procedere ad un aumento dell'importo. Questa valutazione si basa su delle informazioni fornite dal consumatore stesso o reperibili all'interno delle banche dati (disciplinate all'art. 125). L'obiettivo è quello di concedere il credito in maniera responsabile, evitando di assoggettare il consumatore ad un rischio eccessivo per le sue possibilità economiche.

L'art. 125-bis disciplina i contratti di credito al consumo. I contratti devono contenere in modo chiaro e conciso le condizioni stabilite dalla Banca d'Italia, in conformità alle deliberazioni del CICR (Comitato Interministeriale per il Credito e il Risparmio). Non possono essere addebitate al consumatore somme non previste dal contratto e sono nulle le clausole relative a costi non inclusi nel calcolo del TAEG pubblicizzato. Il contratto è nullo se non contiene le informazioni essenziali riguardo a tipologia del contratto, parti del contratto e importo del finanziamento. In caso di nullità del contratto, il consumatore non può essere tenuto a restituire più delle somme utilizzate e ha facoltà di pagare quanto dovuto a rate, con la stessa periodicità prevista nel contratto o, in mancanza, in 36 rate mensili.

Il recesso, come previsto dall'art. 125-ter, può avvenire entro quattordici giorni dalla conclusione del contratto o, se successivo, dal momento in cui il consumatore riceve tutte le condizioni e le informazioni previste ai sensi dell'articolo 125-bis, comma 1.

L'art. 125-quater stabilisce che, in caso di contratto di credito a tempo indeterminato, il consumatore può recedere in qualsiasi momento senza penalità e senza spese con un preavviso non superiore a un mese.

All'art. 125-quinquies si parla di contratti di credito collegati. Nell'eventualità di un inadempimento da parte del fornitore dei beni o dei servizi il consumatore ha diritto alla risoluzione del contratto. Il consumatore non è obbligato a rimborsare al finanziatore l'importo già versato al fornitore, al contrario il finanziatore ha il dovere di rimborsare al consumatore le rate e gli oneri già versati.

Secondo l'art. 125-sexies il consumatore può rimborsare anticipatamente in qualsiasi momento, in tutto o in parte, l'importo dovuto al finanziatore. Inoltre, in alcuni casi, dovrà versare al finanziatore un indennizzo equo per eventuali costi direttamente collegati al rimborso anticipato.

Per quanto riguarda il Codice del consumo l'argomento è trattato dall'art.40 all'art. 43. Questi articoli non aggiungono ulteriori elementi alle norme già presenti nel Testo Unico Bancario, ma si ricollegano ad esse. Gli art. 40 e 41 provvedono ad adeguare la normativa nazionale in materia di TAEG alle disposizioni europee. L'art. 42 stabilisce che in caso di inadempimento del fornitore, il consumatore ha diritto di agire contro il finanziatore nei limiti del credito concesso. Questa azione è subordinata a due condizioni: la prima è che il consumatore deve

aver già cercato di far rispettare gli accordi al fornitore, senza esserci riuscito; la seconda è la presenza di un accordo di esclusiva tra finanziatore e clienti del fornitore. Come già citato, questi tre articoli sono stati abrogati dal Dlgs. 13 agosto 2010, n. 141. Infine, l'art. 43 rinvia ai capi II e III del Testo Unico Bancario le questioni inerenti al credito al consumo.

## 2. DIFFUSIONE DEL CREDITO AL CONSUMO IN ITALIA

### 2.1 EVOLUZIONE NEGLI ANNI E IMPATTO DELLA CRISI DEL 2008

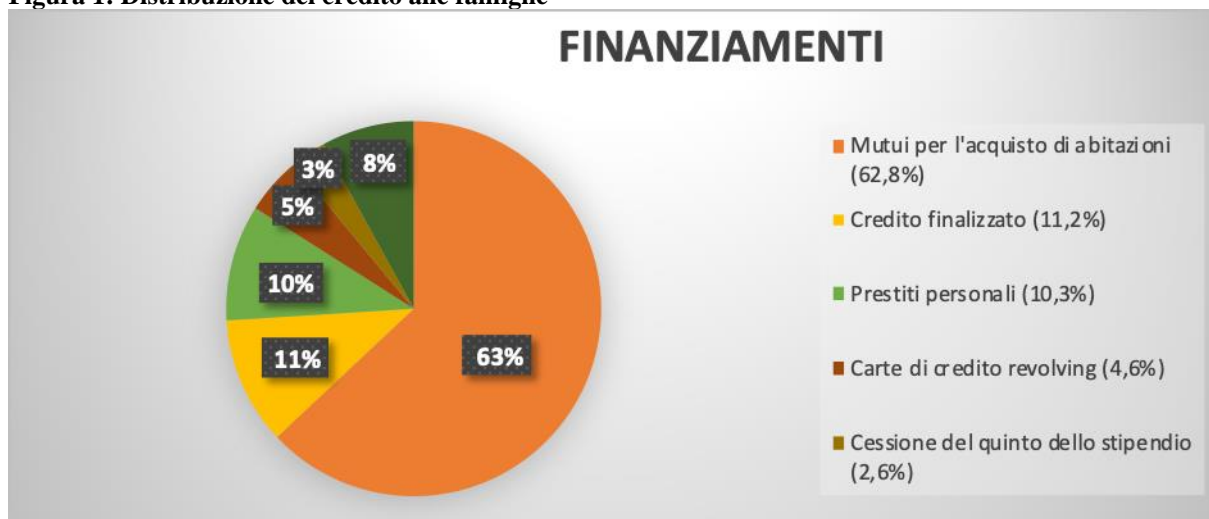
La domanda di credito al consumo in Italia si è sviluppata a partire dalla metà degli anni Novanta. Nonostante l'incremento medio annuo di questo tipo di finanziamenti sia stato oltre il triplo di quello dell'area Euro tra il 1997 e il 2005 (17% contro il 5% dell'area Euro), il mercato del credito al consumo rimane poco sviluppato nel confronto internazionale. A fine 2005 il totale dei debiti bancari delle famiglie per l'acquisto di beni di consumo in rapporto al Pil era meno della metà di quello medio dell'area dell'euro e molto al di sotto del livello di indebitamento delle famiglie inglesi e americane (Casolaro 2007, p.3). Tra le cause del basso tasso di indebitamento delle famiglie italiane si evidenziano:

- I. Una percezione negativa del debito e una propensione al risparmio;
- II. L'utilizzo di prestiti da amici e familiari come principale fonte di finanziamento;
- III. Gli alti tassi di interesse del mercato italiano prima dell'entrata in vigore dell'Euro;
- IV. La bassa diffusione della grande distribuzione;
- V. La debole infrastruttura dei sistemi di Welfare.

Le famiglie italiane hanno aumentato la loro propensione all'indebitamento nei primi anni 2000 soprattutto in conseguenza della riduzione del costo reale unitario dei prestiti. L'andamento positivo del mercato del credito al consumo è dipeso da un contesto di ripresa economica generalizzata che, insieme ad aspettative di una politica fiscale meno restrittiva, ha contribuito ad aumentare il clima di fiducia delle famiglie. Il credito al consumo ha evidenziato una grossa crescita in questi anni: le consistenze di questo tipo di finanziamento sono passate dai 46 miliardi di euro di fine 2002 agli oltre 109 miliardi del 2009, con un tasso di crescita del 137%, arrivando a rappresentare il 28,7% degli impieghi delle famiglie consumatrici (ABI, 2009, p.7). Dai dati raccolti nell'Osservatorio Credito al Dettaglio Assofin-Crif Prometeia del giugno 2009 i finanziamenti alle famiglie risultavano suddivisi come nel grafico sottostante (Figura 1).



**Figura 1: Distribuzione del credito alle famiglie**

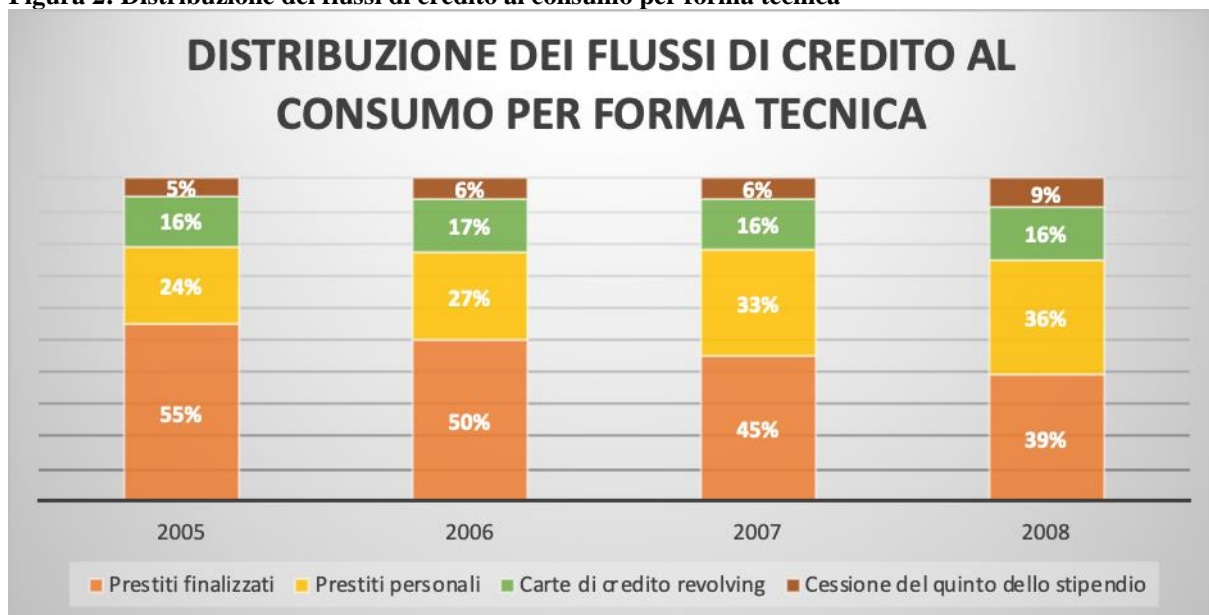


Fonte: Osservatorio Credito al Dettaglio, Assofin-Crif Prometeia, giugno 2009

Dalla Figura 1 si nota che i 109 miliardi di euro di consistenze del credito al consumo sono divise così: 39,4 miliardi di prestiti finalizzati, 42,7 miliardi di prestiti personali, 17,5 miliardi di carte di credito revolving e 9,8 miliardi di cessione del quinto dello stipendio.

Per quanto riguarda l'utilizzo delle diverse forme tecniche del credito al consumo, si può notare come tra il 2005 e il 2008 ci sia stato un aumento dell'erogazione di prestiti personali e di cessione del quinto dello stipendio a fronte di un calo dei prestiti finalizzati (Figura 2).

**Figura 2: Distribuzione dei flussi di credito al consumo per forma tecnica**



Fonte: Osservatorio Credito al dettaglio Assofin-Crif-Prometeia, giugno 2009.

La continua crescita di questi anni ha avuto una battuta d'arresto nel periodo della Grande Recessione: la velocità di crescita dei prestiti alle famiglie si è ridotta, pur restando lievemente positiva, dal 14% al 3% su base annua. La crisi bancaria si è manifestata attraverso

un fortissimo crollo di fiducia che ha causato un aumento dei tassi di interesse, una riduzione del loan to value ratio<sup>1</sup> e la richiesta di maggiori garanzie. Le famiglie italiane si sono mantenute razionali e prudenti nel ricorrere al credito, anche per effetto dell'incertezza sull'evoluzione del reddito disponibile. Dal lato dell'offerta la crisi finanziaria ha determinato condizioni di credito più stringenti e un ampio ricorso a operazioni di cartolarizzazione da parte degli operatori al fine di stabilizzare le condizioni di finanziamento e aumentare il reperimento di fondi sul mercato.

Nonostante ciò tra il 2008 e il 2010 la percentuale di famiglie che ha fatto ricorso a forme di credito al consumo è rimasta sostanzialmente invariata attorno al 17% (Magri S., Pico R., 2012, p.11). Per alcune categorie di famiglie questo ricorso è aumentato. Le famiglie che in questo periodo avevano dichiarato un reddito insolitamente basso rispetto al normale hanno utilizzato questa forma di finanziamento per isolare in parte i consumi dalle oscillazioni del reddito, evitando quindi un calo del tenore di vita. Solo nel 2010 lo ha usato circa un quarto delle famiglie presenti in questa classe, una quota di quasi 10 punti più alta rispetto a quella di coloro che non hanno sperimentato variazioni significative del reddito nell'anno.

Nel 2008 il comparto del credito al consumo, pur se in rallentamento, ha mantenuto una crescita più sostenuta rispetto alle altre forme di finanziamento alle famiglie. In questo comparto, la fragilità della domanda delle famiglie ha risentito in particolar modo del rallentamento dei consumi, soprattutto la componente dei durevoli e il calo delle immatricolazioni. La dinamica della crisi ha spinto gli operatori ad una personalizzazione delle offerte rispetto alle effettive esigenze delle famiglie. Ciò ha portato all'aumento dell'incidenza della cessione del quinto dello stipendio, forma tecnica che permette di coniugare l'ampliamento del bacino di clientela con il contenimento del rischio, e dei prestiti personali.

Nel 2009 si è assistito ad una battuta d'arresto del credito al consumo, che solo nel primo semestre è diminuito dell'11,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con un calo per la prima volta anche dei prestiti personali. Le famiglie hanno dimostrato prudenza e razionalità ricorrendo a questo strumento solamente per esigenze vitali e stipulando contratti per valori erogati più contenuti e durate più brevi. La debolezza del mercato non caratterizza solamente l'Italia, ma anche i paesi europei, in particolare Spagna, Francia e Gran Bretagna. Tuttavia, verso fine anno si è riscontrata una piccola ripresa che si è confermata anche nel primo trimestre del 2010 quando la riduzione si è attestata al -4,9%. Complessivamente le

<sup>1</sup> Il Loan to Value (LTV) ratio è definito come il rapporto tra l'importo del finanziamento concesso da chi presta il denaro e il valore del bene che si intende acquistare con la somma ricevuta. Il LTV è un indicatore di rischio del prestito che viene comunemente usato dalle banche nell'ambito della cessione di finanziamenti nel settore immobiliare. Maggiore è il LTV ratio, maggiore è la rischiosità del prestito.

perdite nel 2010 si sono attestate al -5,2%, in miglioramento grazie ai bassi tassi di interesse, anche se la debolezza delle condizioni reddituali delle famiglie e l'elevato livello di disoccupazione hanno alimentato politiche di erogazione più attente al rischio.

Nel 2011 il credito al consumo ha continuato a risentire negativamente dell'evoluzione negativa dei consumi delle famiglie. Sembra definitivamente passato il punto di minimo toccato nel 2009 e il calo si è attestato al 1,4%, inferiore quindi al 2010. Fa eccezione il prestito personale, prodotto meno colpito dalle nuove disposizioni operative, sul quale si sono focalizzati maggiormente gli operatori, anche grazie al sempre maggiore utilizzo del canale bancario per la sua collocazione. Gli atteggiamenti cautelativi da parte della domanda e dell'offerta al fine di mantenere l'equilibrio finanziario delle famiglie hanno inciso positivamente sul rischio di credito, in diminuzione, anche se ancora lontano dai periodi di migliore standing creditizio.

Il 2012 si è aperto con una marcata contrazione delle erogazioni (-12% rispetto all'anno precedente) che le ha riportate ai livelli del 2009. La riduzione del reddito disponibile degli ultimi cinque anni, l'incertezza sulle prospettive future e la forte disoccupazione hanno reso ancora più caute le decisioni di ricorso al credito delle famiglie. Sul fronte della rischiosità si è assistito ad un progressivo peggioramento della qualità del credito, mentre il tasso di default è salito dall'1,9% al 2,4%.

Nel 2013 l'attività di erogazione del credito al consumo ha subito un'ulteriore flessione (-5,6%). Le famiglie hanno mostrato una tendenza per le operazioni con importi finalizzati più contenuti e durate maggiori al fine di avere rate più leggere che incidono meno sul reddito disponibile garantendo maggiore sostenibilità. Inoltre, banche ed intermediari hanno irrigidito le condizioni di offerta per limitare il numero di prestiti ad alta rischiosità, a seguito della difficoltà delle famiglie a rimborsare il debito. Questi elementi hanno contribuito a evitare nuove criticità, stabilizzando il tasso di default al 2,5%, un livello comunque elevato.

## 2.2 IL CREDITO AL CONSUMO IN ITALIA DOPO LA CRISI

Il 2014 è stato l'anno di svolta per l'economia italiana che si è portata fuori dalla più lunga recessione del dopoguerra. I flussi di credito al consumo sono tornati debolmente a crescere: nonostante il calo del PIL e l'aumento del tasso di disoccupazione, le famiglie non sono più riuscite a rinviare gli acquisti, anche solo di sostituzione, come automobili, elettrodomestici e telefonia. I prestiti per l'acquisto dell'auto sono cresciuti dell'8% mentre le carte rateali del 5%. Si è confermato il trend di riduzione dell'importo medio finanziato, al quale si è aggiunta una tendenza verso durate contrattuali più brevi rispetto al passato.

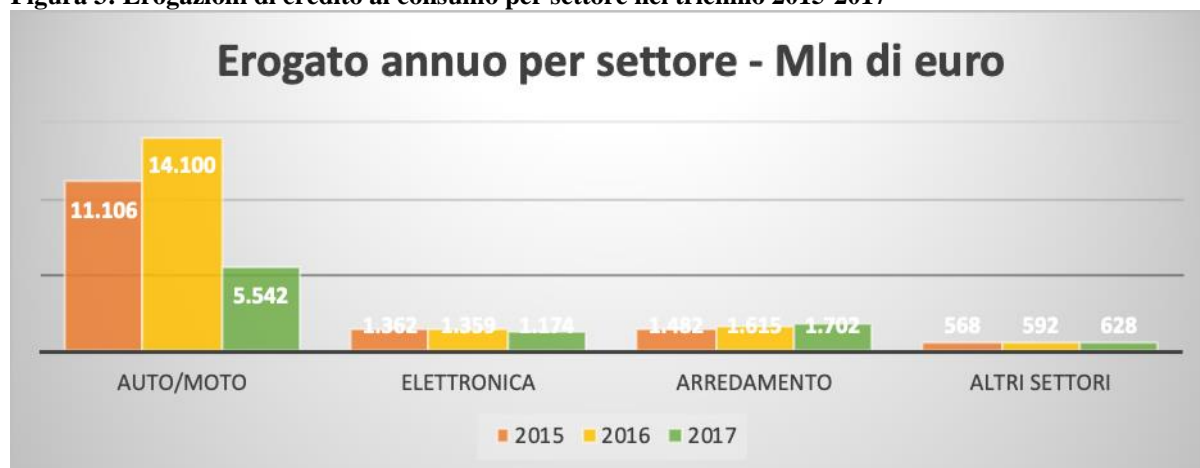
La ripresa si è consolidata nel triennio 2015-2017 grazie all'incremento delle erogazioni di tutte le tipologie di prestiti. Le famiglie sono ricorse maggiormente a questo strumento per finanziare gli acquisti rimandati durante gli anni di crisi. Malgrado la debolezza del mercato del lavoro e la disoccupazione ancora elevata, la fiducia dei consumatori nel sistema finanziario e l'aumento dei consumi hanno permesso al mercato di ripartire. I dati della trentanovesima edizione dell'Osservatorio Assofin-Crif-Prometeia mostrano come nel 2015 i flussi di credito al consumo abbiano registrato una crescita del 13,6% rispetto allo stesso periodo del 2014. Nello specifico i prestiti personali sono aumentati del 14,4%, i prestiti finalizzati del 6,5%, le carte rateali del 5,9% e i finanziamenti contro cessione del quinto dello stipendio del 6,8%. In più gli indicatori di rischio hanno mostrato una lieve riduzione, con il tasso di default che si è attestato al 2,2%.

Nel 2016 la domanda di prestiti è stata sostenuta dai tassi ai minimi storici, mentre l'offerta ha beneficiato della politica monetaria espansiva della Bce. Banca d'Italia si è occupata di cessione del quinto dello stipendio, promuovendo l'innalzamento della tutela dei clienti "attraverso l'offerta di prodotti maggiormente calibrati sul cliente, con una struttura dei costi chiara e comprensibile" (Banca d'Italia, Comunicato stampa 16 aprile 2016). In aggiunta è emersa l'importanza di valorizzare la trasparenza e la correttezza dei comportamenti mediante strumenti per disincentivare le condotte opportunistiche. I risultati sono stati promettenti, con il comparto che ha avuto una crescita del 9,8% rispetto al 2015.

Il 2017 è stato un anno record per il credito al consumo. I volumi delle erogazioni sono stati di 19 miliardi di euro, i più alti registrati dal 2010, con una crescita del 7,8% rispetto al 2016. L'incremento maggiore si è registrato nel comparto dei prestiti personali, anche grazie all'attività di rifinanziamento spinta dai tassi di interesse più convenienti, e nei prestiti finalizzati all'acquisto di auto/moto (82% del volume erogato complessivo, comprendendo anche le barche). L'unico settore in calo è stato quello dell'elettronica, le cui erogazioni sono scese del 13,6% in confronto al 2016 (Figura 3). Da notare anche la crescita dell'importo

medio, passato dai 4800 euro per operazione del 2016 ai 5300 euro di quest'anno. Per quanto riguarda i canali di distribuzione si conferma l'orientamento verso i canali tradizionali (sportelli bancari e punti vendita convenzionati), in grado di intercettare la clientela con migliore profilo di rischio, mentre il canale online, pur in leggera crescita, resta marginale. Le politiche di offerta espansive e la maggiore cautela di domanda e offerta hanno permesso al mercato del credito di rafforzarsi anche negli anni successivi.

**Figura 3: Erogazioni di credito al consumo per settore nel triennio 2015-2017**



Fonte: Osservatorio Compass maggio 2018-N.12

Nel biennio successivo i flussi di credito al consumo hanno consolidato la crescita su ritmi inferiori rispetto agli anni precedenti. L'evoluzione positiva conferma che le famiglie italiane vedono ancora nel credito uno strumento valido per realizzare un progetto di acquisto di qualsiasi dimensione. Si registra una notevole crescita dei prestiti finalizzati agli impianti "green" e ai beni per l'efficientamento energetico delle abitazioni private, dovuta all'effetto delle agevolazioni fiscali pro-risparmio energetico che hanno interessato immobili e grandi elettrodomestici. I nuovi accordi tra enti eroganti e commercianti in forma di linee di credito rateali e promozioni hanno contribuito all'aumento dei finanziamenti per l'acquisto di elettronica di consumo. Il tasso di default si è stabilizzato al 1,7% collocando la rischiosità su livelli contenuti, soprattutto grazie alla politica monetaria espansiva che ha mantenuto i tassi di interesse ai minimi storici.

### 3. L'ACCESSO AL CREDITO AL CONSUMO

#### 3.1 FATTORI DI DOMANDA E DI OFFERTA NELLA RICHIESTA DI CREDITO AL CONSUMO

Il mercato del credito al consumo in Italia, oltre ad essere di dimensioni contenute nel confronto internazionale, mostra un'elevata frammentazione a livello territoriale. L'esame dei volumi di credito al consumo pro capite concessi da banche e società finanziarie in ogni provincia evidenzia come la diffusione dei finanziamenti sia molto dispersa a livello geografico, e in particolare non presenti una chiave di lettura chiara del fenomeno (Casolaro, 2007, p.8). Esistono casi di eterogeneità anche all'interno delle stesse regioni, nonostante livelli culturali e di attività economica simili tra le province.

Secondo Cosma (2006, p.5) la domanda di credito al consumo può essere vista come la risultante di tre variabili: il reddito disponibile, la propensione al consumo e la propensione all'indebitamento.

I livelli di reddito e di ricchezza hanno effetti ambigui sulla domanda di questo strumento. Una maggiore ricchezza porta a più alti livelli di consumo e quindi ad un aumento della domanda di finanziamenti (effetto ricchezza), mentre le famiglie meno abbienti, invece, hanno la possibilità di finanziare dei consumi altrimenti non accessibili con i pagamenti immediati (effetto sostituzione). Dati i modesti importi del credito al consumo si ha una prevalenza dell'effetto sostituzione rispetto all'effetto ricchezza: livelli elevati di reddito tendono a ridurre la richiesta di finanziamenti in quanto le famiglie hanno una capacità maggiore di sostenere autonomamente i propri acquisti.

L'incertezza sul reddito futuro è una delle determinanti fondamentali della propensione all'indebitamento dei consumatori. I soggetti che si aspettano redditi futuri elevati sono più propensi a richiedere prestiti in quanto sono convinti di riuscire a ripagare il debito. Al contrario soggetti più incerti sui loro redditi futuri avranno la necessità di detenere liquidità a fini precauzionali, incrementando così la propensione al risparmio e riducendo la domanda di credito. L'incertezza dipende a sua volta da fattori quali il tipo di impiego e il tipo di contratto di lavoro personali e dei componenti della famiglia. Le altre determinanti della propensione all'indebitamento sono di tipo istituzionale (tutele assicurative, sicurezza dei sistemi di previdenza e assistenza), strutturali (disponibilità di credito, pluralità ed efficienza dei servizi di finanziamento, efficacia della promozione e pubblicità) e socioculturali (età, lunghezza della vita media prevista, grado di istruzione, zona di residenza, gerarchia dei propri bisogni di consumo). La propensione all'indebitamento degli italiani è aumentata nei primi anni duemila, quando le famiglie hanno mutuato il loro atteggiamento nei confronti del debito. Il

significato negativo tradizionalmente associato al ricorso all'indebitamento sta lentamente sfumando verso una concezione più moderna del credito al consumo quale normale mezzo di pagamento che aiuta a perseguire determinati obiettivi nella distribuzione temporale dei flussi di consumo e quindi nell'ottica di ottimizzazione della gestione del budget familiare. A questa percezione contribuisce anche la grande distribuzione che frequentemente sostiene le proprie vendite e le proprie campagne attraverso la rateizzazione degli acquisti. Il cliente famiglia è divenuto via via più rilevante nelle politiche e strategie di sviluppo degli intermediari finanziari rispetto alla clientela imprese e questo ha sicuramente contribuito ad una maggiore disponibilità di credito per il finanziamento degli acquisti delle famiglie.

Casolaro (2007) analizza in particolare il legame tra i livelli di credito al consumo e la presenza di grandi catene di distribuzione nel territorio, giungendo alla conclusione che queste, attraverso l'ampliamento dell'offerta di rateizzazione degli acquisti, contribuiscono ad innalzare il livello di credito al consumo pro capite. In Europa i paesi in cui è più diffusa la grande distribuzione presentano in media un rapporto tra credito al consumo e Pil più elevato. L'offerta di questi servizi di finanziamento permette da un lato agli esercenti di differenziare il proprio prodotto e dall'altro ai consumatori di concentrarsi sull'importo della rata più che sul prezzo complessivo della merce. L'erogazione avviene tramite prestiti finalizzati e carte di credito revolving e, nel caso di operazioni commerciali che incidono sul tasso di interesse, si ottiene l'effetto promozionale senza che si modifichi la percezione dei clienti riguardo al prezzo del prodotto.

Le banche e gli istituti finanziari ampliano il loro canale distributivo attraverso convenzioni con le grandi catene di distribuzione, le quali accumulano un grande bacino di utenti offrendo così una forma di contatto con nuovi potenziali clienti. La vendita dei servizi finanziari da parte delle imprese di distribuzione avviene sulla base di un accordo commerciale che tipicamente include clausole di esclusiva. Per le imprese di maggiori dimensioni non è rara la costituzione di una joint venture con l'intermediario, che consistono in un accordo maggiormente strutturato e di lungo periodo, tale da consentire un perfetto sfruttamento delle sinergie tra i due partner e ottimizzare gli incentivi all'offerta di finanziamenti da parte del distributore (Casolaro, 2007, p.15). Lo sviluppo della grande distribuzione potrebbe portare a un impatto sul credito al consumo: un effetto diretto associato all'aumento dell'offerta di credito in presenza di una moltiplicazione delle strutture di distribuzione dei finanziamenti; un effetto indiretto dovuto alla maggiore concorrenza nelle intese con le nuove imprese di distribuzione che determinano una maggiore contendibilità del mercato e quindi una maggiore offerta di credito al consumo.

Esistono inoltre elementi di domanda che determinano un rallentamento del ricorso all'indebitamento delle famiglie italiane rispetto a quelle europee: in Italia, infatti, è più basso il tasso di attività rispetto a quello medio europeo, mentre è estremamente più elevata la quota di lavoratori dipendenti irregolari che, in quanto tali, non possono certificare il loro reddito. Inoltre, considerando i lavoratori autonomi, il fenomeno dell'evasione fiscale determina in Italia l'abbassamento dei redditi dichiarati provocando in tal modo la restrizione delle capacità di richiedere un prestito (ABI, 2009, p.18).

Dal lato dell'offerta gli orientamenti strategici degli operatori specializzati risultano determinanti ai fini dell'evoluzione del mercato nel suo complesso. Il ruolo delle famiglie all'interno dei portafogli prestiti degli intermediari finanziari è notevolmente aumentato negli anni. L'incremento della redditività complessiva di esse ha spinto gli intermediari a sviluppare delle strategie di customer relationship management in modo da coinvolgerle nei fabbisogni finanziari da finanziare. Inoltre, i margini di interesse e operativi del settore corporate erano in progressiva contrazione a causa della riduzione reale dei tassi di interesse.

Le caratteristiche del mercato finanziario sono uno dei fattori in grado di influenzare l'offerta di credito al consumo. La presenza di numerosi intermediari sul territorio aumenta i livelli di concorrenza tra essi e si ha una maggiore disponibilità di finanziamenti dovuta alla riduzione dei tassi d'interesse.

Anche nelle province caratterizzate da una maggiore specializzazione i livelli di offerta potrebbero essere elevati in quanto gli intermediari possono beneficiare di economie di scala, ad esempio grazie all'utilizzo di tecniche di credit scoring, un sistema che permette di valutare la solvibilità dei consumatori.

Un altro fattore che influenza l'offerta di credito al consumo è la probabilità di recupero del capitale. La qualità del credito potrebbe influire sulla disponibilità di prestiti degli intermediari, soprattutto nel caso in cui una maggiore rischiosità non fosse interamente compensata da un aumento del tasso di interesse di mercato (Casolaro, 2007, p.14). Gli intermediari sarebbero costretti ad effettuare operazioni di razionamento del credito, con il rischio di escludere alcuni consumatori dal mercato e scontentarne altri offrendo una quantità di credito inferiore alla richiesta iniziale. La credibilità del mantenimento degli impegni assunti dipende anche dall'esistenza di istituzioni formali (tribunali) o informali (sanzioni da parte della comunità sotto forma di ripudio o riprovazione sociale) volte a far rispettare gli impegni presi. Inoltre, una più elevata efficienza dei processi giudiziari tende a scoraggiare il mancato rispetto degli impegni presi, per cui nelle province in cui è più breve la durata di questi ci si attende una maggiore facilità di accesso al mercato del credito. Al pari di ciò nelle province caratterizzate da una maggiore dotazione di capitale sociale ci si attende una

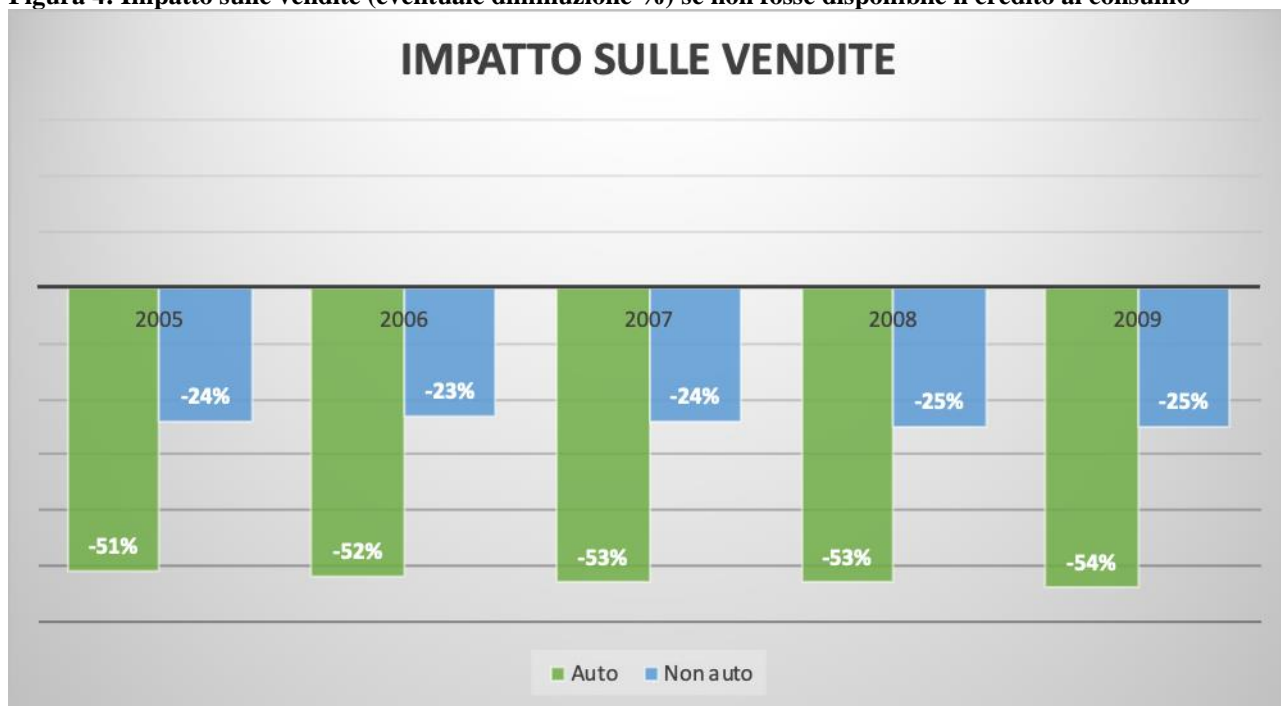


maggior disponibilità di credito in quanto sembra meno probabile che i debitori manchino di rispettare gli obblighi ingaggiati. Dati i modesti importi del credito al consumo, però, gli intermediari tendono a evitare il ricorso alla tutela giurisdizionale e preferiscono cercare di contenere la rischiosità dell'attivo attraverso operazione di screening della clientela.

### 3.2 RAPPORTO CON GLI ALTRI STRUMENTI DI FINANZIAMENTO

Il vantaggio del pagamento rateizzato è che permette di spendere anche senza disporre di liquidità, rimborsando gli importi successivamente a rate. Senza il credito al consumo molte categorie di prodotti non avrebbero potuto diffondersi in quanto alle persone mancavano, nell'immediato, i mezzi per poterli acquistare. Il credito incide significativamente sul consumo di determinati beni e interi settori dipendono in gran parte dalla disponibilità di credito. In un sistema economico aperto e interconnesso questi benefici incidono direttamente sull'intera economia. La figura 5 mostra quanto sarebbero diminuite in percentuale le vendite in alcuni settori nel 2009 se non fosse stato disponibile il credito al consumo. Il reparto auto avrebbe avuto un calo delle vendite superiore al 50% mentre per i settori diversi da questo (elettrodomestici, elettronica, arredamento) il calo totale sarebbe arrivato anche al 25%.

**Figura 4: Impatto sulle vendite (eventuale diminuzione %) se non fosse disponibile il credito al consumo**



Fonte: GFK Eurisko-Assofin 2010

Dalla relazione pubblicata dall'Osservatorio Assofin "Indagine conoscitiva sul sistema bancario italiano nella prospettiva della vigilanza europea" del 2015 si evince che, senza il credito al consumo, la maggioranza dei consumatori rimanderebbe (34%) o rinunciarebbe (29%) alle spese, con evidenti conseguenze sul commercio, sulla produzione e sull'economia nel complesso.

Lo stesso discorso è valido anche per la categoria dei mutui immobiliari. Questo settore, dopo il duro colpo subito negli anni della crisi, ha ripreso a crescere a partire dal 2014 grazie ai

bassi tassi di interesse. Ogni anno circa il 40% delle abitazioni sono acquistate ricorrendo a un mutuo e una parte dei consumatori ha dichiarato che senza questo avrebbe rinunciato (38%) o rimandato (35%) il progetto.

Il credito al consumo è tornato a sostenere gli acquisti rilevanti delle famiglie italiane rimandate negli anni della crisi. Nonostante i tassi di interesse superiori a quelli dell'area Euro, questo settore si sta dimostrando il segmento più dinamico nel mercato dei prestiti. Le maggiori richieste di prestito derivano da beni come elettronica, elettrodomestici, mezzi di trasporto e mobili d'arredamento per la casa. Come si evince dalla ricerca effettuata da Eurisko (ABI, 2009), per quanto riguarda i prestiti finalizzati il 49% è stato erogato per l'acquisto di auto e moto (anche usate), il 26% per gli elettrodomestici e il 15% per mobili d'arredamento.

**Figura 5: Destinazione del credito al consumo in Italia nel 2009**



**Fonte: ABI, 10 novembre 2009, Credito al consumo, Audizione del Direttore generale dell'ABI Giovanni Sabatini – Assofin e Eurisko.**

Il contante, le carte di credito (non revolving), le carte di debito e le carte prepagate sono gli altri strumenti di pagamento utilizzati dai consumatori per l'acquisto di beni durevoli. L'Italia si trova in una situazione di arretratezza rispetto agli altri paesi europei nella diffusione di strumenti di pagamento diversi dal contante. Nel 2016 l'85,9% delle transazioni era regolato in moneta contro il 78,8% dei paesi dell'eurozona, per un valore pari al 68,4% del totale (53,8% nei paesi che hanno adottato l'euro). Negli ultimi anni sta aumentando l'uso della moneta elettronica, anche per transazioni di medio-basso valore. Secondo la 17esima edizione dell'Osservatorio carte di credito e digital payments curato da Assofin nel 2018 l'uso di

strumenti diversi dal contante è aumentato del 6,8%, per un totale di 230 miliardi di importi pagati cashless, l'80% dei quali con carta di credito.

In ogni caso l'indebitamento delle famiglie italiane si dimostra contenuto rispetto al resto delle famiglie europee. Nonostante una crescita rispetto al 2017, nel 2018 il 38,1% (+4,9%) della popolazione aveva all'attivo un finanziamento, la rata media mensilmente rimborsata risultava di 350 euro (-1,3%) e l'importo residuo di 33.564 euro (-0,8%). Di questi finanziamenti il 44,7% del totale è rappresentato dai prestiti finalizzati, il 33,2% dai prestiti personali e il 22,1% dai mutui.

### 3.3 COSTI DEL CREDITO AL CONSUMO

Negli annunci pubblicitari e nei documenti da fornire in fase precontrattuale l'intermediario deve mettere a disposizione del cliente un foglio informativo nel quale sono indicati, tra gli altri, i costi dell'operazione di credito. La normativa è sempre più stringente a riguardo, a dimostrazione della crescente tutela che si vuole dare al consumatore nella conclusione di tali operazioni.

L'art. 121, co. 1-e del T.U.B. definisce come costo totale del credito "gli interessi e tutti gli altri costi, incluse le commissioni, le imposte e le altre spese, a eccezione di quelle notarili, che il consumatore deve pagare in relazione al contratto di credito e di cui il finanziatore è a conoscenza".

Il TAEG (tasso effettivo annuo globale) è l'indicatore del costo totale del credito a carico del consumatore espresso in percentuale annua del credito concesso e la sua esplicitazione è indispensabile soprattutto al fine di consentire al richiedente di valutare la convenienza del finanziamento proposto rispetto a offerte alternative (Manuale del credito al consumo, 2011, p. 142). Il TAEG contiene il TAN (tasso annuo nominale), che indica il tasso di interesse in percentuale sul credito concesso su base annua. Il TAN non contiene spese o commissioni, per cui un prestito con TAN pari a zero potrebbe avere un TAEG molto maggiore di zero.

Inoltre, il TAEG include le commissioni, comprese quelle per gli intermediari del credito, le imposte e tutti i costi e le spese legati ai servizi accessori obbligatori per legge, per esempio le polizze assicurative. Al contrario, all'intero del TAEG non sono compresi gli interessi di mora se il consumatore non paga le rate puntualmente, le spese notarili, le spese aggiuntive saldate in contanti o con carta di credito al momento dell'acquisto (ex. costi di trasporto) e le spese per servizi accessori facoltativi.

Il TAEG non solo comprende tutti i costi, ma è un indice ammortizzato a livello europeo. Permette quindi di confrontare tutti i finanziamenti, anche quelli offerti da operatori stranieri sul mercato italiano.

Il costo del finanziamento non può essere superiore alla soglia "usura", oltre la quale è fuori legge. Il TEGM (tasso effettivo globale medio) è il tasso di riferimento per calcolare questa soglia oltre alla quale il finanziamento è illegale. Il TEGM, comprensivo di commissioni, di remunerazioni a qualsiasi titolo e spese, escluse quelle per imposte e tasse, si riferisce agli interessi annuali praticati dalle banche e dagli intermediari finanziari per operazioni della stessa natura. La Banca d'Italia espone periodicamente i tassi soglia di usura attraverso dei comunicati stampa. Per esempio, i tassi soglia validi per il secondo semestre del 2020 sono stati divulgati attraverso il comunicato stampa del 26 marzo 2020 e sono:

- 16,30% per i prestiti personali;
- 15,34% per i prestiti finalizzati;
- 24,00% per le carte di credito revolving;
- 17,52% per i finanziamenti con utilizzo di carte di credito;
- 18,27% fino a 15000€ e 13,87% oltre i 15000€ per i prestiti contro cessione del quinto dello stipendio o della pensione.

Il tasso soglia deve essere confrontato, in quanto accessibile a tutti sul sito della Banca d'Italia, con quello applicato al proprio finanziamento per verificare che non sia superata la soglia di usura.

## 4. CREDITO AL CONSUMO E TRASPARENZA INFORMATIVA

### 4.1 IL RUOLO DELL'EDUCAZIONE FINANZIARIA NELLE SCELTE DEI CONSUMATORI

L'educazione finanziaria è definita dall'OCSE come “il processo attraverso il quale i risparmiatori e gli investitori, e in generale la più ampia platea dei consumatori dei servizi finanziari, migliorano la propria comprensione di prodotti e nozioni finanziarie”. Più in generale si può presentare come l'insieme delle conoscenze volte a gestire il proprio patrimonio nel modo migliore. L'obiettivo principale è quello di dare al consumatore l'istruzione e le informazioni per renderlo maggiormente consapevole dei rischi e delle opportunità e permettergli di effettuare delle scelte ragionate.

La crescente complessità delle scelte finanziarie che i cittadini devono compiere nel corso della loro vita richiede livelli di alfabetizzazione finanziaria spesso superiori a quelli attualmente disponibili in larghi strati della popolazione.

L'Italia si presenta all'ultimo posto tra le economie del G7 in termini di alfabetizzazione finanziaria.

Il “rapporto sulle scelte di investimento delle famiglie italiane” del 2019 pubblicato da Consob mostra come gli italiani abbiano delle grosse lacune nella conoscenza delle nozioni di base e dei prodotti finanziari. Gli intervistati hanno indicato come fonti delle competenze possedute l'educazione familiare, l'interesse personale e l'esperienza. Si nota quindi come siano acquisite in modo informale e non attraverso dei programmi di sensibilizzazione delle istituzioni.

La scuola può rappresentare un canale privilegiato per l'educazione finanziaria, ma non essendo materia curricolare gli studenti vi partecipano grazie alle proposte individuali di docenti e dirigenti scolastici. Per gli adulti la situazione è più complicata a causa delle difficoltà di identificare modi, luoghi e tempi compatibili con la disponibilità dei potenziali beneficiari. Molte delle iniziative proposte si sono limitate alla diffusione di materiali rivolti ad una platea generalista tramite l'accesso a portali internet o il download di materiale informativo. Inoltre, la maggior parte delle iniziative non prevede alcuna forma di monitoraggio, limitandosi a raccogliere informazioni sul grado di coinvolgimento e soddisfazione dei partecipanti.

Le iniziative dovrebbero essere maggiori e indirizzate ad un pubblico più ampio. I consumatori dovrebbero essere incentivati a conoscere gli strumenti finanziari che utilizzano e i rischi e le opportunità che si presentano. Essi, non essendo in grado di scegliere autonomamente gli strumenti finanziari, si affidano ai soggetti promotori, i quali tendono alla

massimizzazione del profitto più che agli interessi dei soggetti richiedenti. Tutto ciò si può applicare al settore del credito al consumo: nonostante i costi debbano essere riepilogati nel TAEG, i consumatori non conoscono al dettaglio la normativa e quindi non sono in grado di comprendere del tutto i costi e i rischi che corrono.



## 4.2 RISCHI E TUTELA DEI CONSUMATORI

Per tasso di default si intende “l’indice di rischio di credito di tipo dinamico che misura le nuove sofferenze e i ritardi di 3 o più rate nell’ultimo anno di rilevazione” (CRIF, Comunicato stampa del 19 giugno 2019). Il tasso cambia a seconda del rischio percepito ed ha raggiunto il suo apice nel 2013 (2,5%), il periodo peggiore per il mercato del credito al consumo, complice la crisi finanziaria che ha reso più difficile il rimborso delle rate da parte delle famiglie italiane. La situazione è migliorata negli anni successivi grazie ad una più accurata valutazione della sostenibilità del debito delle famiglie e ad una politica di offerta che indirizzava verso durate più brevi e rate più contenute. Il mantenimento della solidità economica delle famiglie e le politiche monetarie accomodanti hanno permesso a questo tasso di stabilizzarsi da un paio di anni all’1,7%, il livello più basso dal 2008.

La tutela dei consumatori è aumentata grazie al D.lgs. 13 agosto 2010, n.141, di cui ho già discusso nel capitolo 1.3, che ha introdotto per le banche e gli intermediari condizioni di offerta chiare e trasparenti, oltre a degli obblighi precontrattuali in materia di informazione del cliente.

Al consumatore, considerato il contraente debole, è riconosciuta una particolare tutela motivata dalla posizione di svantaggio in cui si trova rispetto alla banca o all’intermediario finanziario. Fondamentale è la disciplina in materia di clausole vessatorie contenuta negli articoli 33, 34, 35 e 36 del Codice del Consumo. All’articolo 33 del c.d.c. vengono definite come vessatorie “le clausole che, malgrado la buona fede, determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto”. Viene così introdotta una tutela di natura sostanziale che prescinde dagli adempimenti formali eventualmente previsti così come dalla buona fede delle parti. All’articolo successivo si specifica che “la vessatorietà delle clausole viene valutata tenendo conto della natura del bene o del servizio oggetto del contratto e facendo riferimento alle circostanze esistenti al momento della sua conclusione ed alle altre clausole del contratto medesimo o di un altro collegato o da cui dipende” (art. 34 c.d.c.). La novità risiede nella valutazione complessiva del risultato derivante dall’applicazione delle singole clausole, anche se queste sono singolarmente prive di vessatorietà. Ai punti 2 e 3 dello stesso articolo si precisa che la vessatorietà non attiene alla determinazione dell’oggetto o all’adeguatezza del corrispettivo (se tali elementi sono dichiarati chiaramente) e che non sono considerate vessatorie le clausole che “siano riprodotte di disposizioni o attuative di principi contenuti in convenzioni internazionali delle quali siano parti contraenti tutti gli Stati membri dell’Unione europea o l’Unione europea” (art. 34.2 c.d.c.). In ogni caso, secondo l’art. 35 del c.d.c. le clausole devono essere redatte in

modo chiaro e comprensibile e, in caso di dubbio sul senso di una clausola, prevale l'interpretazione più favorevole al consumatore. Infine, l'art. 36 del c.d.c. dispone la nullità delle clausole considerate vessatorie mentre il contratto resta valido. La nullità opera soltanto a favore del consumatore e può essere rilevata d'ufficio dal giudice.

Altra normativa rilevante è quella delle pratiche commerciali scorrette. Essa è stata introdotta tramite la Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 2005/29/CE ed è disciplinata all'interno del Codice del consumo. Innanzitutto, con "pratica commerciale" si intende ogni attività legata alla promozione, vendita o fornitura di beni o servizi ai consumatori. Ai sensi dell'art. 20 del c.d.c. "una pratica commerciale è scorretta se è contraria alla diligenza professionale, ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori".

Le pratiche commerciali scorrette vengono poi suddivise in ingannevoli ed aggressive.

Le pratiche commerciali ingannevoli sono quelle che contengono "informazioni non corrispondenti al vero" (art. 21 del c.d.c.) oppure che omettono "informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno in tale contesto per prendere una decisione consapevole di natura commerciale" (art. 22 del c.d.c.).

Le pratiche commerciali aggressive, invece, limitano "considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto" (art. 24 del c.d.c.) attraverso molestie, coercizione, ricorso alla forza fisica o indebito condizionamento.

In ogni caso entrambe inducono in errore il consumatore medio e lo spingono ad operare delle scelte che altrimenti non avrebbe preso.

All'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) compete il controllo sul rispetto delle regole in materia. Essa agisce d'ufficio o su istanza di un soggetto che ne abbia interesse e ha il potere di inibire la continuazione delle pratiche commerciali scorrette, eliminarne gli effetti e vietarne la diffusione della pratica.

Il consumatore può usufruire di specifici strumenti di tutela. L'azione inibitoria è disciplinata dall'art. 37 del c.d.c. e permette alle associazioni rappresentative dei consumatori di convenire in giudizio i professionisti che utilizzano nei contratti clausole di cui sia stata accertata la vessatorietà. Il giudice può, dopo aver inibito tali clausole, richiedere la pubblicazione del provvedimento sulla stampa nazionale.

La *class action* è un'azione collettiva risarcitoria contro un'impresa promossa da una classe di consumatori. Il presupposto dell'azione è l'omogeneità delle posizioni dei soggetti coinvolti e ogni componente della classe può agire per accertare la responsabilità e richiedere il

risarcimento dei danni all'impresa. Gli effetti dell'azione si producono esclusivamente nei confronti degli aderenti. Lo scopo è quello da un lato di acquisire una maggiore forza sul piano probatorio e processuale e dall'altro di ripartire i costi legali elevati.

Infine, eventuali contenziosi tra le parti possono essere risolti tramite una mediazione stragiudiziale, senza passare per il tribunale. Interviene infatti una terza parte imparziale presso le Camere di Commercio o le associazioni dei consumatori per risolvere le controversie prima di richiedere l'intervento dell'autorità giudiziaria.

## CONCLUSIONI

L'intenzione di questo elaborato è quella di analizzare le caratteristiche e la diffusione del Credito al consumo in Italia attraverso un'analisi del mercato di questo strumento.

Inizialmente la disciplina era molto frammentata, poco chiara e imprecisa. Solamente con l'introduzione del Dlgs. n. 141 del 13 agosto 2010 si sono risolte queste controversie e si è arrivati ad una maggiore specificazione e trasparenza informativa che hanno permesso a questo strumento di proliferare e diffondersi con più frequenza.

Il mercato è tornato a crescere dopo la forte battuta di arresto avvenuta nel periodo della crisi del 2008. Le previsioni per il futuro sono positive e ci si attende un incremento delle erogazioni grazie ai bassi tassi di interesse, anche se a ritmi inferiori rispetto agli ultimi anni.

Nonostante questi sviluppi, il mercato italiano resta ancora arretrato rispetto agli altri paesi europei. Anche se negli anni è diminuita la concezione negativa tipicamente associata al debito, l'indebitamento delle famiglie italiane risulta ancora contenuto rispetto a quelle europee. A ciò contribuisce, inoltre, la grande diffusione del contante come strumento di pagamento.

Per finire, le scarse conoscenze in materia dei consumatori non permettono ad essi di comprendere totalmente i rischi e le opportunità che fronteggiano, portandoli così ad una percezione negativa del sistema. Le iniziative di educazione finanziaria degli ultimi anni non sono state efficaci in quanto frammentate e senza un obiettivo preciso. La sensibilizzazione dei soggetti più giovani attraverso iniziative in collaborazione con la scuola può portare ad una maggiore consapevolezza in futuro e quindi ad un aumento dell'utilizzo di questo strumento.



## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

ABI, 2009, *Credito al consumo*, Audizione del Direttore generale dell'ABI Giovanni Sabatini. 10 novembre 2009. Firenze: Camera dei Deputati. Disponibile su < [https://www.abi.it/DOC\\_Info/Audizioni-](https://www.abi.it/DOC_Info/Audizioni-parlamentari/125794294245230_c_documents_and_settings_d.pdf)

[parlamentari/125794294245230\\_c\\_documents\\_and\\_settings\\_d.pdf](https://www.abi.it/DOC_Info/Audizioni-parlamentari/125794294245230_c_documents_and_settings_d.pdf) >

ASSOFIN, CRIF, PROMOTEIA, 2009, *Osservatorio Credito al dettaglio n. 26*. Italia: ASSOFIN, CRIF Spa, Prometeia.

ASSOFIN, CRIF, PROMOTEIA, 2009, *Osservatorio Credito al dettaglio n. 27*. Italia: ASSOFIN, CRIF Spa, Prometeia.

ASSOFIN, CRIF, PROMOTEIA, 2010, *Osservatorio Credito al dettaglio n. 28*. Italia: ASSOFIN, CRIF Spa, Prometeia.

ASSOFIN, CRIF, PROMOTEIA, 2011, *Osservatorio Credito al dettaglio n. 31*. Italia: ASSOFIN, CRIF Spa, Prometeia.

ASSOFIN, CRIF, PROMOTEIA, 2012, *Osservatorio Credito al dettaglio n. 32*. Italia: ASSOFIN, CRIF Spa, Prometeia.

ASSOFIN, CRIF, PROMOTEIA, 2013, *Osservatorio Credito al dettaglio n. 35*. Italia: ASSOFIN, CRIF Spa, Prometeia.

ASSOFIN, CRIF, PROMOTEIA, 2014, *Osservatorio Credito al dettaglio n. 37*. Italia: ASSOFIN, CRIF Spa, Prometeia.

ASSOFIN, CRIF, PROMOTEIA, 2015, *Osservatorio Credito al dettaglio n. 39*. Italia: ASSOFIN, CRIF Spa, Prometeia.

ASSOFIN, CRIF, PROMOTEIA, 2017, *Osservatorio Credito al dettaglio n. 43*. Italia: ASSOFIN, CRIF Spa, Prometeia.

ASSOFIN, CRIF, PROMOTEIA, 2019, *Osservatorio Credito al dettaglio n. 47*. Italia: ASSOFIN, CRIF Spa, Prometeia.

BANCA D'ITALIA, 2009, *Indagine conoscitiva sul credito al consumo*, Audizione del Capo del Servizio Supervisione intermediari specializzati della Banca d'Italia Roberto Rinaldi.

Roma: Camera dei Deputati. Disponibile su <

[https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/interventi-vari/int-var-](https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/interventi-vari/int-var-2009/Rinaldi_Audizione_111109.pdf)

[2009/Rinaldi\\_Audizione\\_111109.pdf](https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/interventi-vari/int-var-2009/Rinaldi_Audizione_111109.pdf) >

BANCA D'ITALIA, 2012. *Rapporto sulla stabilità finanziaria*, Banca d'Italia n. 3. Roma:

Banca d'Italia. Disponibile su < <https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/rapporto-stabilita/2012-3/index.html> >

BANCA D'ITALIA, Comunicato Stampa del 16 aprile 2016. Roma: Banca d'Italia. Disponibile su < <https://www.bancaditalia.it/media/comunicati/documenti/2016-01/cs-cessione-quinto-16042016.pdf> >

CASOLARO L., 2007. *Le determinanti del credito al consumo in Italia: il ruolo della grande distribuzione*. Disponibile su < <https://ojs.uniroma1.it/index.php/monetaecredito/article/view/10389> >

CENTRALE RISCHI FINANZIARI (CRIF), Comunicato stampa del 19 giugno 2019. Disponibile su < <https://www.crif.it/area-stampa/comunicati-stampa/2019/giugno/46-edizione-osservatorio-asso-fin-crif-prometeia/> >

CRISTAUDO P., MAGRI S., PICO R., ZAVALLONE M., 2014. *Il credito al consumo durante la crisi: evidenze dai contratti*. Occasional papers. Roma: Banca d'Italia. Disponibile su < <https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2014-0234/index.html> >

COMMISSIONE NAZIONALE PER LE SOCIETA' E LA BORSA (CONSOB), 2019, *Rapporto 2019 sulle scelte di investimento delle famiglie italiane*. Roma: CONSOB. Disponibile su < <http://www.consob.it/web/area-pubblica/2019> >

COSMA S., 2006, *Il ricorso al credito delle famiglie italiane: sovraindebitamento o cambiamento culturale*. Modena: Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia. Disponibile su < [https://www.researchgate.net/publication/242145561\\_IL\\_RICORSO\\_AL\\_CREDITO\\_DELL\\_E\\_FAMIGLIE\\_ITALIANE\\_SOVRAINDEBITAMENTO\\_O\\_CAMBIAMENTO\\_CULTURALE](https://www.researchgate.net/publication/242145561_IL_RICORSO_AL_CREDITO_DELL_E_FAMIGLIE_ITALIANE_SOVRAINDEBITAMENTO_O_CAMBIAMENTO_CULTURALE) >

FILOTTO U. e COSMA S., 2011. *Manuale del credito al consumo*. 2° ed. (s.l.): Egea.

LOPES A., 2007. *Credito al consumo, ristrutturazione del sistema bancario e squilibri territoriali in Italia. Alcune considerazioni critiche*. Università degli Studi di Foggia, Dipartimento di Scienze Economiche, Matematiche e Statistiche. Disponibile su < [https://www.researchgate.net/publication/23692994\\_Credito\\_al\\_consumo\\_ristrutturazione\\_de\\_L\\_sistema\\_bancario\\_e\\_squilibri\\_territoriali\\_in\\_Italia\\_Alcune\\_considerazioni\\_critiche](https://www.researchgate.net/publication/23692994_Credito_al_consumo_ristrutturazione_de_L_sistema_bancario_e_squilibri_territoriali_in_Italia_Alcune_considerazioni_critiche) >

MAGRI S., MICHELANGELI V., PASTORELLI S., PICO R., 2019. *The expansion of consumer credit in Italy and in the euro area: what are the drivers and the risks?*. Occasional papers. Roma: Banca d'Italia. Disponibile su < <https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2019-0500/index.html?com.dotmarketing.htmlpage.language=1> >

MAGRI S., PICO R., *L'indebitamento delle famiglie italiane dopo la crisi del 2008*. Occasional papers. Roma: Banca d'Italia. Disponibile su < [https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2012-0134/QEF\\_134.pdf](https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2012-0134/QEF_134.pdf) >

MAGRI S., PICO R., RAMPAZZI S., *Which households use consumer credit in Europe?*. Occasional papers. Roma: Banca d'Italia. Disponibile su < <https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2011-0100/index.html?com.dotmarketing.htmlpage.language=1> >

POZZUOLI S., 2018. *L'evoluzione del credito alle società non finanziarie e alle famiglie: un'analisi empirica per l'Italia*. Working papers. Roma: Ministero dell'Economia e delle Finanze. Disponibile su < [http://www.dt.mef.gov.it/export/sites/sitodt/modules/documenti\\_it/analisi\\_progammazione/working\\_papers/WP\\_Nx\\_2\\_-\\_Feb\\_2018\\_.pdf](http://www.dt.mef.gov.it/export/sites/sitodt/modules/documenti_it/analisi_progammazione/working_papers/WP_Nx_2_-_Feb_2018_.pdf) >

TARANTOLA A., 2010. *Il credito specializzato: funzioni, rischi, azione di vigilanza*. Convegno AIBE-Assifact-Assilea-Assofin. Roma: Banca d'Italia. Disponibile su < [https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/interventi-direttorio/int-dir-2010/tarantola\\_230910.pdf](https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/interventi-direttorio/int-dir-2010/tarantola_230910.pdf) >