

TAGLIO DEI TASSI DELLA BCE:

IL 34% DEGLI ITALIANI IN CERCA DELLA CASA LO RITIENE UN INCENTIVO PER IL MUTUO, SOPRATTUTTO I GIOVANI DELLA GEN Z (51%).

IL 38% VORREBBE RINEGOZIARE IL MUTUO, IN PARTICOLARE I MILLENIALS.

IL 25% SI DICHIARA PIÙ PROPENSO A FARE NUOVI ACQUISTI CON PAGAMENTI A RATE.

È quanto rileva una nuova ricerca di **Changes Unipol**, elaborata da Ipsos, sulle reazioni e le opinioni degli italiani in merito alla riduzione dei tassi di interesse da parte della BCE, dalla quale emerge inoltre che:

- **4 italiani su 10 vivono in una famiglia con un mutuo attivo.**
- **Il taglio dei tassi desiderato è, in media, del 2,6%.**
- Per **6 italiani su 10** il tasso di interesse poco conveniente determina la decisione di **rimandare la sottoscrizione di un mutuo**.
- **Il tasso fisso** è diffuso tra **Boomer e Millennial**, mentre il **variabile con CAP dalla Gen Z**.
- Il **35% degli italiani** con un mutuo è **insoddisfatto** delle condizioni economiche del mutuo e quasi **1 italiano su 2** dichiara di aver avuto **problemi a fronteggiare almeno una rata**.
- Aumento del **costo della vita** (soprattutto per il 54% dei Boomers) e **spese impreviste** (per il 42% della Gen X) le principali cause del salto di una rata del mutuo.
- **Quasi 1 italiano su 2 ha fatto ricorso a un pagamento a rate con interessi** (prestito finalizzato); il 15% ne ha in corso uno al momento.
- A **4 italiani su 10 che hanno acquistato a rate** o sottoscritto un finanziamento è capitato di avere **problemi a pagarne almeno una**, soprattutto tra i giovani della Gen Z: è capitato infatti al 55% di loro (al 17% spesso).
- Il «**Buy Now Pay Later**»¹ è conosciuto da **7 italiani su 10**, la maggior parte di chi lo conosce tuttavia non l'ha mai utilizzato. Gli user si concentrano tra le fasce centrali (Gen X) e giovani della popolazione.

¹ Acquista ora, paga dopo è un tipo di finanziamento a breve termine che consente ai consumatori di effettuare acquisti e pagarli in una data futura. BNPL è generalmente strutturato come un processo di prestito di denaro con piano rateale che coinvolge consumatori, finanziari e commercianti.

Bologna, 17 ottobre 2024

Una nuova ricerca² [Changes Unipol](#), elaborata da Ipsos, rileva le reazioni e le opinioni degli italiani in merito alla riduzione dei tassi di interesse avviata lo scorso mese di giugno e dopo che quest'oggi la Banca Centrale Europea ha annunciato un nuovo ulteriore taglio di 0,25 punti base.

L'impatto della riduzione dei tassi da parte della BCE su finanziamenti e mutui

Il 34% degli italiani in cerca della casa ritiene che il **taglio dei tassi da parte della BCE** rappresenti un **incentivo alla sottoscrizione di un mutuo soprattutto per la prima casa**. Minor impatto, invece, sui progetti relativi alle **seconde case** (16%) e alle **ristrutturazioni** (21%).

In particolare, il taglio dei tassi rappresenta un importante incentivo a ricorrere al **mutuo prima casa** soprattutto tra i **giovani della Gen Z** che hanno il progetto casa (51%). Per l'**acquisto della seconda abitazione**, invece, i più motivati sono **Gen X** (21%) e **Baby Boomer** (23%), mentre per la **ristrutturazione, Gen Z** (32%) e **Gen X** (27%).

I **Millennial** sono, invece, i **più propensi a rinegoziare il mutuo** (47% rispetto a una media nazionale del 38%). **Più scettici**, invece, **Gen Z** (34%) e **Baby Boomer** (27%), molti dei quali, però, hanno già rinegoziato in passato.

A livello di percentuale, il **taglio dei tassi ulteriore desiderato** è, in media, del 2,6%. 1 su 5 tra **Millennial, Gen X e Baby Boomer** desidera, però, un **ulteriore taglio** di oltre il 2%.

L'analisi evidenzia come per 6 italiani su 10 il **tasso di interesse ritenuto poco conveniente** determina la decisione di **rimandare la sottoscrizione di un mutuo**, soprattutto tra i **Baby Boomer** (65%). Al contrario la **Gen Z** (48%), più delle altre, **non è disposta ad aspettare**.

Mutui degli italiani: caratteristiche, soddisfazione e difficoltà a fronteggiare le rate

4 italiani su 10 vivono in una **famiglia con un mutuo attivo**. Percentuali più elevate tra **Millennial** e **Gen Z** (dove la percentuale sfiora il 50%), ma anche tra i **Baby Boomer** è il 20% ad avere ancora un mutuo attivo (per prima o seconda casa o per ristrutturazione).

Per quanto riguarda la **tipologia di mutuo attivo**, tra i **Millennial** 1 su 3 lo ha per l'**acquisto della prima casa** (intestato a sé o a un familiare). Al contrario, sono soprattutto i giovani della **Gen Z** ad avere (o vivere in famiglie con) **mutui per seconde case e ristrutturazioni**. Tra i **Boomer** è più elevata la percentuale di quanti **non hanno mai aperto mutui nella vita**.

² L'indagine è stata realizzata presso un campione rappresentativo della popolazione nazionale di età 16-74 anni (oltre 44 milioni di individui) e dei residenti nelle principali Aree Metropolitane (oltre 13 milioni di individui), secondo genere, età, area geografica, ampiezza centro, titolo di studio, tenore di vita, professione e nucleo familiare. Sono state realizzate 1.720 interviste, condotte mediante metodo CAWI (Computer Assisted Web Interviewing: metodologia di raccolta dati che si basa sulla compilazione di un questionario via web) tra il 19 e il 28 giugno.

L'età differenzia molto il tasso di chi ha un mutuo attivo: 6 giovani Gen Z su 10 hanno il variabile/con CAP; tra i Boomer sono 3 su 10 (hanno mutui più vecchi). **Il tasso variabile con CAP sull'indice di riferimento** è molto più diffuso tra i giovani (quasi 1 su 3 della Gen Z). Il **tasso fisso** è, invece, più presente tra i Baby Boomer e i Millennial e, in misura minore, tra la Generazione X.

In generale, tra gli **italiani che hanno già sottoscritto un mutuo**, il 35% risulta **insoddisfatto delle condizioni economiche**, mentre solo circa 1 su 2 (56%) è soddisfatto. Tra **chi ha un tasso fisso**, principalmente mutui di vecchia data, il 74% è **soddisfatto delle condizioni economiche**, a fronte di solo il 4 su 10 di **chi lo ha variabile** (e il 25% di loro è molto insoddisfatto). A livello generazionale sono i **Millennial i meno contenti**: meno di 1 su 2 esprime, infatti, soddisfazione. Più contenti, invece, Gen X e Baby Boomer (circa 2 su 3).

Dallo studio emerge come quasi 1 italiano su 2 dichiari di aver avuto **problematiche a fronteggiare almeno una rata del mutuo**. Le difficoltà sono legate principalmente a **motivi economici: aumento del costo della vita** (soprattutto per il 54% dei Boomers) e **spese impreviste** (per il 42% della Gen X) in primis. **Baby Boomer e Gen X sono**, quindi, **maggiormente colpiti dai problemi di natura economica**, mentre **Millennial e Gen Z da quelli di natura personale**, quali **problematiche di salute che hanno portato a spese mediche o perdita di reddito** (25% dei Millenial) e **separazione o divorzio** (12% della Gen Z).

Prestiti finalizzati e BNPL¹: caratteristiche e difficoltà ad affrontare le rate

L'analisi ha approfondito anche il **rapporto tra gli italiani e il pagamento a rate con interessi (c.d. prestito finalizzato)**, evidenziando come quasi 1 cittadino su 2 ne **abbia fatto ricorso** e come il 15% **ne abbia attualmente uno in corso**. Questa soluzione di finanziamento risulta **poco diffusa tra i Baby Boomer** (solo 3 su 10 li hanno usati negli ultimi 5 anni).

Tra gli italiani che pagano a rate, con interessi o senza interessi come il BNPL¹, 4 su 10 hanno confessato di aver avuto **problematiche a pagarne almeno una**, soprattutto i giovani della **Gen Z: è capitato**, infatti, al 55% di loro (al 17% spesso). Tra i **Baby Boomer**, invece, a 7 su 10 **non è mai capitato**, anche se a 2 su 10 capita con frequenza elevata.

Aumento del costo della vita, soprattutto per la **Gen X**, e **spese impreviste**, in particolare per i **Baby Boomer**, sono le principali cause del **salto di una rata**. Per la **Gen Z** a incidere negativamente sono, invece, più gli **eventi personali** come trasferimenti, separazioni e la nascita di figli.

Il «Buy Now Pay Later»¹ è conosciuto da 7 italiani su 10, ma la maggior parte di chi lo conosce tuttavia **non l'ha mai utilizzato**. Gli utilizzatori si concentrano, in prevalenza, **tra le fasce centrali (Gen X) e giovani della popolazione**.

Tra coloro che **non fanno ricorso ai finanziamenti rateali**, solo 4 su 10 dichiarano di **non averne mai avuto bisogno**, mentre per 3 su 10 emergono barriere psicologiche all'indebitamento. Tra le altre motivazioni emerge la **diffidenza verso il sistema finanziario** (verso le banche 10%, verso la chiarezza dello strumento in sé 8%). Solo il 6% cita **tassi di interesse troppo alti** come motivo di non ricorso.

Per quanto concerne le **motivazioni degli utilizzatori**, 1 su 3 è guidato dal **preservare la propria liquidità**, soprattutto tra la **Gen X**. **Gen Z e Baby Boomer** sono i più attenti alla **convenienza del tasso di interesse**. Il ricorso a un finanziamento per **mancanza di risorse finanziarie** è motivo di accesso solo per 3 user su 10.

Automobili, elettrodomestici e device tech sono i **beni più spesso pagati a rate**, soprattutto da **Gen X e Baby Boomer**. La **Gen Z**, invece, utilizza più della media questo strumento per pagare **abbigliamento, moto/scooter e bici, prodotti di bellezza, studi e formazione**.

Unipol Gruppo

Unipol è uno dei principali gruppi assicurativi in Europa e leader in Italia nel Ramo Dann (in particolare nei settori Auto e Salute), con una raccolta complessiva pari a 15,1 miliardi di euro, di cui 8,7 miliardi nei Rami Dann e 6,4 miliardi nei Rami Vita (dati 2023). Unipol adotta una strategia di offerta integrata e copre l'intera gamma dei prodotti assicurativi, operando principalmente attraverso la controllata UnipolSai Assicurazioni. Il Gruppo è attivo, inoltre, nell'assicurazione auto diretta (Linear Assicurazioni), nell'assicurazione trasporti ed aviazione (Siat), nella tutela della salute (UniSalute), nella previdenza integrativa e presidia il canale della bancassicurazione (Arca Vita e Arca Assicurazioni). Gestisce inoltre significative attività diversificate nei settori immobiliare, alberghiero (Gruppo UNA), medico-sanitario (Centro Medico Santagostino) e agricolo (Tenute del Cerro). Unipol Gruppo S.p.A. è quotata alla Borsa Italiana.

Unipol Gruppo

Media Relations
Fernando Vacarini
T. +39 051 5077705
pressoffice@unipol.it

Investor Relations
Adriano Donati
T. +39 051 5077933
investor.relations@unipol.it

Barabino & Partners

Massimiliano Parboni
T. +39 335 8304078
m.parboni@barabino.it

Giovanni Vantaggi
T. +39 328 8317379
g.vantaggi@barabino.it