

Studiu BNP Paribas Personal Finance: 66% dintre clienții bancii intenționează să își ajusteze cheltuielile în contextul pandemiei și să economisească mai mult



BNP Paribas Personal Finance SA Sucursala București, prin marca sa comerciala Cetelem, a derulat în rândul clienților din portofoliu un studiu care și-a propus să măsoare percepția și comportamentul financiar în contextul pandemiei COVID-19. Conform studiului, impactul general resimțit de clienți a fost unul ridicat, 62% declarând că au avut de suferit. În ceea ce privește comportamentul financiar actual, cea mai mare repercusiune declarată este la nivelul consumului, 66% dintre clienți intenționând să își ajusteze cheltuielile. Dintre aceștia 33% spun că ar dori să economisească mai mult, iar 33% au în vedere să reducă sumele cheltuite.

„Prima jumătate a acestui an a fost o perioadă sub semnul neprevăzutului, al incertitudinilor, o perioadă de regândire a priorităților pentru mulți dintre noi. Intențiile de economisire și de consum sunt, cu siguranță, un barometru de evaluare a impactului pandemiei asupra deciziilor financiare. Am considerat esențial să avem o imagine de ansamblu asupra percepției și atitudinii celor peste 650.000 de clienți din portofoliul actual Cetelem, cu privire la contextul actual, post stare de urgență și în timpul stării de alertă, dar și în perioada următoare. Astfel îi putem sprijini cu cele mai bune soluții financiare, adaptate nevoilor lor, așa cum ne-am propus și până acum. Potrivit acestui studiu suntem în continuare prima opțiune pentru peste două treimi dintre clienți în momentul în care iau în considerare un credit, ceea ce ne reconfirmă misiunea și obiectivele. Încă dinainte de debutul pandemiei tendința de economisire a fost observată în concluziile ediției 2020 a studiului pan-european L'Observatoire Cetelem. Acesta ne-a arătat că preocuparea românilor pentru economii a fost cu 11% mai mare față de 2018, cea mai importantă creștere din Europa, cu peste 18 procente deasupra mediei UE (69% vs. 51%), iar intenția de a cheltui mai mult a scăzut față de anul anterior cu 13 procente (50% în 2020 vs. 63% în 2019).

Putem concluziona că această direcție către reducerea consumului s-a accentuat în contextul COVID-19”, declară **Simona Tartacuța**, *director Marketing și Produse*

Atitudinea față de creditare

Cercetarea realizată în rândul clienților BNP Paribas Personal Finance SA Sucursala București a arătat că aproape două treimi dintre persoanele chestionate s-ar simți confortabil să acceseze o formă sau alta de creditare: 33% nu ar avea o problemă să acceseze un credit pe termen mediu pentru bunuri și servicii, 23% orice tip de credit și 14% ar fi în regulă și cu un credit pe termen lung. 76% dintre persoane au avut un credit în ultimul an, majoritatea (47%) alegând creditul de nevoi personale și o durată de cinci ani ca perioadă de creditare preferată (49%). Creditele de nevoi personale sunt preferate de cei care au declarat că intenționează să facă un credit în următoarele 12 luni, 30% dintre aceștia intenționând să aleagă acest tip de creditare.

70% dintre persoanele chestionate declară că au avut nevoie să efectueze achiziții în ultimii trei ani pe care nu le-ar fi putut realiza doar prin resurse proprii, iar 67% dintre acestea au apelat la credit pentru a acoperi întreaga sumă.

Printre bunurile cel mai frecvent cumparate de clienți se numara electrocasnicele mari și aparatele de aer condiționat (31%), aparate electronice (TV, radio, media playere) și IT (25%) și produse pentru reparații sau întreținere în locuința (24%).

Impactul contextului COVID 19 asupra comportamentului financiar

În ceea ce privește categoriile de produse pe care le vor cumpara mai mult decât de obicei, observam ca se menține preferința pentru produse de igiena (31%) și produse alimentare (28%) aceste produse fiind achiziționate în cantități mai mari pe fondul incertitudinii sporite din perioada de început a pandemiei. La fel stau lucrurile și pentru categoria electrocasnice, 14% dintre respondenti declarând ca vor investi mai mult în aceste tipuri de produse care echipeaza universul casei.

Și alegerea modalității de plata va fi diferita. Conform raspunsurilor primite, 18% dintre participanții la studiu intenționeaza sa își realizezeze cumparaturile online, iar 36% vor utiliza Internetul mult mai frecvent decât în perioada anterioara pandemiei.