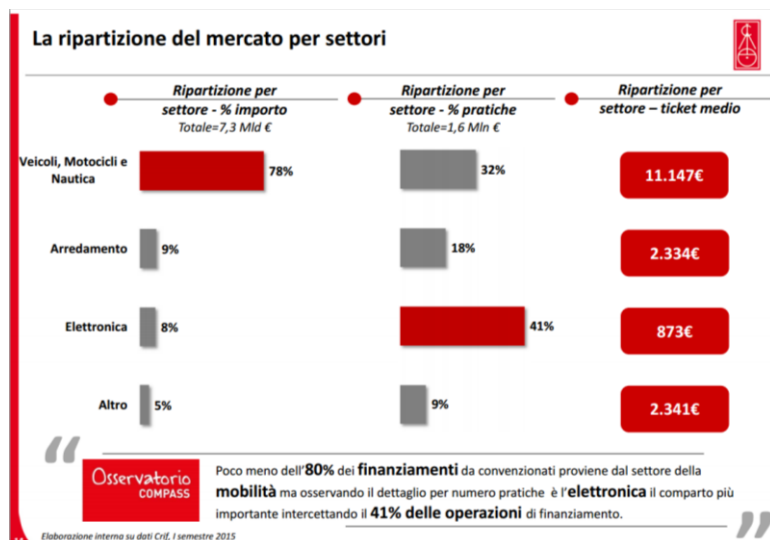


Osservatorio Compass: auto ed elettronica continuano a trainare i consumi

La seconda edizione dell'Osservatorio Compass conferma le previsioni di crescita del credito al consumo, con particolare riferimento al settore auto

Milano, novembre 2015 – L'Osservatorio Compass sui dealer convenzionati del credito al consumo **conferma le previsioni positive sulle attese di vendita per i prossimi 12 mesi, dopo un primo semestre 2015 con luci ed ombre** nel contesto macroeconomico, dove una vera ripresa delle vendite non è da tutti stata percepita.

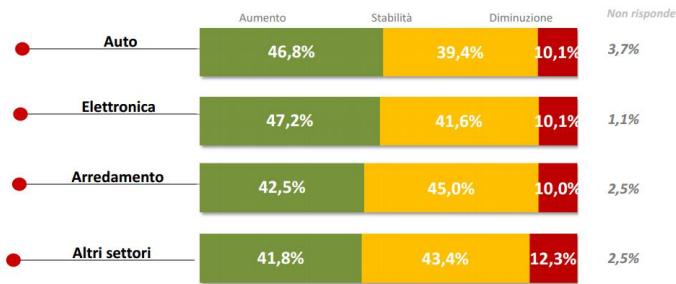
In termini di volumi di erogato, il primo semestre 2015 si è chiuso con una crescita del 10,7% rispetto allo stesso periodo del 2014, pur rimanendo distante dai valori registrati nel 2010. Il settore della mobilità ha guidato la crescita, con il 78% dei finanziamenti in termini di erogato e una crescita pari al 12,5% rispetto allo stesso semestre del 2014. Anche il settore dell'elettronica è cresciuto: con riferimento al numero di pratiche di finanziamento è il comparto più importante, dato che intercetta il 41% delle operazioni di finanziamento. Il settore arredamento ha invece vissuto la prima parte dell'anno con maggiore difficoltà.



I prossimi 12 mesi sono previsti in netta ripresa. Il contesto macroeconomico appare più disteso e oltre il 40% dei convenzionati prevede un aumento dei volumi delle vendite, con una crescita di 8.5 punti percentuali rispetto alla precedente rilevazione. Anche il settore dell'arredamento prevede una forte ripresa delle vendite, pari al 42%.

Le vendite attese – dettaglio per settore

C15. Rispetto alla situazione attuale, nel prossimo anno, prevedete un aumento, una diminuzione o una stazionarietà del totale delle Vostre VENDITE?



Osservatorio
COMPASS

La **ripresa delle vendite** è un elemento comune a tutti i settori, con oltre il 40% degli intervistati che esprimono fiducia per i prossimi 12 mesi. Anche il settore dell' **arredamento**, che ha risentito maggiormente del periodo di difficoltà, prevede una forte ripresa delle vendite, pari al **42,5%**.

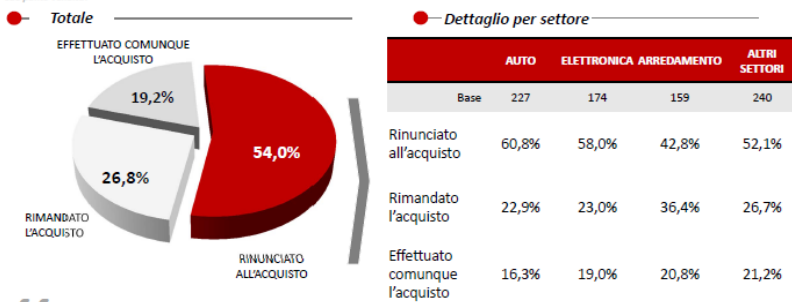
Indagine effettuata da GfResearch – interviste CATI su 400 convenzionati Compass

I punti vendita convenzionati rappresentano un segmento di estrema importanza per sostenere la crescita economica: consentono, infatti, di finanziare circa il 20% dei consumi di beni durevoli degli italiani. Questo dato diventa ancor più significativo se si considera il settore delle auto, poiché - nel primo semestre dell'anno - il 63% delle immatricolazioni di auto per privati è stato acquistato con un finanziamento. **Anche il ticket medio del finanziamento è cresciuto su tutti i settori**, in particolare sui convenzionati dell'elettronica non appartenenti a grandi catene, ciò nonostante il settore dell'arredamento si conferma in sofferenza rispetto agli altri.

Il settore auto, cui è dedicato il focus dell'Osservatorio, assume un ruolo trainante nelle previsioni di ripresa, insieme al campo dell'elettronica, con quasi la metà dei partecipanti allo studio che esprimono sentimenti di fiducia: oltre la metà dei clienti che hanno finanziato l'acquisto dell'auto (60,8% rispetto a una media di mercato pari al 54%), avrebbero in alternativa rinunciato ad effettuare la spesa. Più del 20% avrebbe invece rimandato l'acquisto.

Il finanziamento come strumento a supporto delle vendite - A rate o niente

F4. Secondo lei, i clienti che hanno usufruito del finanziamento per l'acquisto del bene, cosa avrebbero fatto se non fosse stato disponibile il servizio di credito al consumo presso il suo punto vendita?



Osservatorio
COMPASS

Nel percepito dei convenzionati **oltre la metà dei clienti che hanno fatto ricorso al credito al consumo avrebbero in alternativa rinunciato ad effettuare la spesa** tale percentuale appare più decisa nei settori tradizionalmente più avvezzi al credito al consumo.

Indagine effettuata da GfResearch – Dato cumulato interviste CATI su 800 convenzionati Compass

*“Anche in questa seconda edizione del nostro osservatorio il **credito al consumo** si conferma un **driver fondamentale di supporto alle vendite in tutti i settori, dall’elettronica fino all’auto** –dichiara **Francesco Caso, Direttore Generale di Compass-** e non è un caso infatti che oltre la metà dei clienti che hanno fatto ricorso al credito al consumo avrebbero rinunciato all’acquisto se non avessero avuto la possibilità di ricorrere al finanziamento. Un dato estremamente significativo, che si conferma anche nel secondo semestre del 2015”*

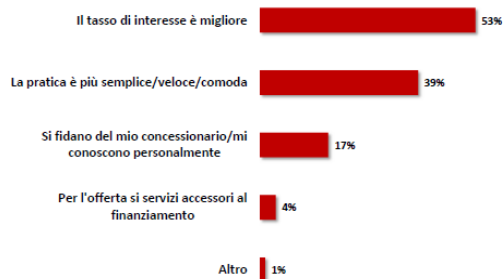
Sono 873 mila le immatricolazioni avvenute nel nostro Paese nei primi sei mesi dell’anno, in crescita del 15% rispetto allo stesso periodo del 2014 (fonte UNRAE). Ad oggi la scelta dell’auto da acquistare si basa principalmente sul risparmio, sia in termini di costo di acquisto che di gestione; seguono l’estetica e i bassi consumi. L’auto rappresenta, infatti, ancora il principale mezzo di trasporto utilizzato dagli italiani per spostarsi verso casa/lavoro, nonostante la crescita significativa degli spostamenti ecosostenibili (a piedi e in bici). All’interno del settore analizzato, è interessante notare i principali trend di innovazione, costituiti dalle auto ibride (1,5% delle immatricolazioni dei primi sei mesi del 2015, fonte UNRAE) e dal car sharing, servizi di facile fruibilità e molto comodi nelle grandi città .



E’ interessante notare come il promotore del prestito al consumo sia il Cliente stesso, in particolar modo (66% dei casi) quando si tratta di acquistare un veicolo o uno strumento elettronico. Al momento dell’acquisto dell’auto, secondo i convenzionati, il 71% dei clienti si è già informato in merito al finanziamento della spesa andando personalmente presso la concessionaria, una finanziaria o in banca. Anche il canale web è molto importante come fonte di informazione, utilizzato dalla metà dei clienti. Ma quali sono i principali driver di scelta che catturano l’interesse verso i servizi di finanziamento secondo i convenzionati? Si tratta principalmente dalle condizioni economiche, infatti un **tasso di interesse migliore convince il 53% dei clienti, segue la possibilità di ricevere un servizio con una gestione della pratica semplice e veloce (scelta dal 39%). Al terzo posto, con il 17% delle preferenze, conta la fiducia nei confronti del dealer.**

I motivi di scelta del finanziamento con il dealer

FDC. Per quali motivi, i vostri clienti, dopo aver cercato informazioni su altri finanziamenti preferiscono comunque sottoscrivere il prestito proposto nel suo punto vendita?
TOT= 209 intervistati



Osservatorio
COMPASS

Più della metà dei clienti ha sottoscritto il finanziamento direttamente presso la concessionaria auto perché ha ritenuto **migliore il tasso di interessi** proposto rispetto ad altri preventivi. Segue poi la **praticità**: la possibilità di far coincidere il finanziamento con l'acquisto del bene rende più semplice la gestione operativa del servizio offerto.

Indagine effettuata da GfResearch - interviste su convenzionati auto

Il credito al consumo si conferma non solo una leva per la crescita economica, ma anche un moltiplicatore di vendite: all'aumentare del peso dei finanziamenti rispetto alle vendite, infatti, si intercetta un bacino di vendita sempre maggiore.

Compass Banca

Compass Banca, Gruppo Mediobanca, inizia la sua attività nel credito al consumo nel 1960. Oggi è una grande realtà finanziaria: oltre 10 miliardi euro di crediti in essere, più di 100 accordi di partnership nel settore bancario, assicurativo e della distribuzione, 2.3 milioni di clienti, 347.000 titolari di carte di credito (dati al 30/6/2015, comprensivi dell'operatività della controllata Futuro). Oggi Compass conta 164 filiali dirette sul territorio. Dopo essere diventata Istituto di Moneta Elettronica nel 2013, dal 1 Ottobre 2015 Compass si è trasformata in Banca, diventando Compass Banca S.p.A.. Da sempre proiettata verso il futuro, Compass Banca sostiene con qualità e affidabilità i progetti degli italiani, attraverso gli strumenti di credito, di pagamento e assicurativi.

Per ulteriori informazioni:

Media Relations Gruppo Mediobanca

Paola Salvatori – Anna Barbaglio

Tel +39-02-8829012/898

paola.salvatori@mediobanca.com

anna.barbaglio@mediobanca.com