

# Osservatorio COMPASS

Studio sul Credito al Consumo  
dalla parte dei punti vendita  
convenzionati.

Marzo 2015 - N.01



**COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA





“

Compass da oltre 50 anni è nel mercato del credito al consumo. Nel 1960 ha finanziato la sua prima pratica per l'acquisto di una caldaia. Da sempre collaboriamo con convenzionati distribuiti su tutto il territorio Italiano rappresentando oggi, insieme a loro, la prima società del credito al consumo per erogato <sup>(1)</sup>.

Per dare voce a coloro che ogni giorno lavorano con noi per offrire prodotti e servizi di elevato valore, Compass ha pensato di raccontare in un Osservatorio la realtà dei convenzionati, come vivono il contesto attuale e quali prospettive si attendono per il futuro.

”

Francesco Caso  
Direttore Generale – Compass S.p.A.

(1) Fonte: dati Assofin, 2014

# Compass – la nostra storia



**1960**

- Compass avvia l'attività di credito al consumo

**1998**

- L'azienda lancia le proprie carte di credito rateali, sui circuiti Visa e MasterCard.

**2006**

- Inizia l'attività nel comparto della Cessione del Quinto dello stipendio.

**2007**

- Compass diventa Top Sponsor della Nazionale Italiana di Calcio.

**2008**

- Acquisisce Linea S.p.A.

**2010**

- Compass raggiunge i 50 anni di attività

**2011**

- Lancia Carta Viva Web, la carta di credito pensata per l'e-commerce

**2012**

- Compass lancia CompassAssicura

**2013**

- Compass diventa Istituto di Moneta Elettronica (IMEL) e viene lanciata Compass Pay

**2014**

- Cofactor e Creditech si fondono in un'unica società denominata Creditech





## Principali contenuti

1

**I NUMERI** dei convenzionati del credito al consumo –

Approfondimenti sulle principali dimensioni commerciali e di distribuzione sui convenzionati che offrono il servizio di credito al consumo.

2

**COMPRENDERE** come i convenzionati vivono il contesto macroeconomico –

In questa parte dell'Osservatorio vengono riportate le percezioni dei dealer sul momento macroeconomico vissuto e le future aspettative

3

**CAPIRE** il rapporto tra convenzionato e credito al consumo vantaggi e svantaggi dell'offerta –

Abbiamo raccolto i commenti dei convenzionati sulla vendita effettuata con il finanziamento, approfondendo il target servito e i vantaggi/svantaggi percepiti.

# Alcune delle principali evidenze emerse



1. I convenzionati **vedono un 2015 in crescita**, sia da un punto di vista generale sia **specificatamente sulle vendite**. Il 36% dei nostri convenzionati dichiarano che le vendite sul 2015 saranno in aumento rispetto al passato e solo il 13% le prevede in diminuzione;
2. La **capacità imprenditoriale dei convenzionati** (*DNA tutto italiano*) nel trovare soluzioni alla crisi è sicuramente confermata dalle azioni messe in campo negli ultimi anni, infatti **più del 40%** dei convenzionati hanno **sviluppato politiche commerciali** atte a **catturare nuovi target**, e contestualmente **innovare il modo di «lavorare/vendere»**;
3. I **convenzionati attivi sono circa il doppio degli sportelli bancari italiani** - 66mila punti vendita dei convenzionati riconducibili a circa 57 mila convenzionati attivi <sup>(1)</sup> ;
4. **L'erogato dei convenzionati sul 2013 è stato pari a 200 euro circa per residente**;
5. Per i convenzionati il credito al consumo è un **aiuto sostanziale per il proprio business**. Dal dichiarato dei nostri convenzionati oltre la metà del venduto tramite finanziamento non si sarebbe effettuato in mancanza di questo servizio;
6. La sempre maggiore maturità dei clienti sulla possibilità di spesa “finanziata” è confermata dal fatto che nel 50% dei casi è lo stesso cliente finale a richiederla;
7. L'utilizzo del credito al consumo è multietnico. Il 6% delle pratiche erogate è rivolto a non italiani;
8. **Nei convenzionati auto l'utilizzo più «spinto» del credito al consumo consente di intercettare un bacino di clientela decisamente più ampio**. Passando da meno del 5% del proprio fatturato finanziato ad oltre il 10% il bacino di clientela intercettato si allarga passando da una distanza media di 15km a circa 30km.

(1) Per «attivo» si intendono i convenzionati che nel periodo osservato hanno liquidato almeno una pratica



Numero di  
convenzionati attivi -  
2014

**57mila**

Numero di punti  
vendita attivi - 2014

**66mila**

% di nuovi  
convenzionati entranti  
- 2014

**2,9%**

% consumi durevoli  
finanziati da  
convenzionati - 2013

**18,7%**

Erogato dei  
convenzionati attivi  
per residente - 2013

**206€**

Prestiti finalizzati  
(inclusi auto) vs Mutui  
Ipotecari- 2014

**36,1%**





“

*Oggi dobbiamo conquistare ogni cliente che entra nel punto vendita offrendo il massimo della qualità e del servizio ma contando, spesso, su una spesa inferiore a quella che avrebbe fatto 5 anni fa.*

”

convenzionato Compass

# Circa il 18% dei consumi durevoli è stato finanziato tramite il canale dei convenzionati...



**Quota di prestiti finalizzati vs  
Consumi finali nazionali 2013  
di beni durevoli <sup>(1)</sup>**

**18,7%**

**Quota di prestiti finalizzati auto/moto vs  
Consumi finali nazionali 2013  
di beni durevoli <sup>(1)</sup>**

**14,6%**

Elaborazione interna su dati Crif, Consumi Istat, Unrae, anno di riferimento 2013

1) Erogato su arredamento, Auto/moto, elettronica su consumi finali nazionali di beni durevoli;

# ... rappresentando un peso rilevante nei principali comparti di finanziamento



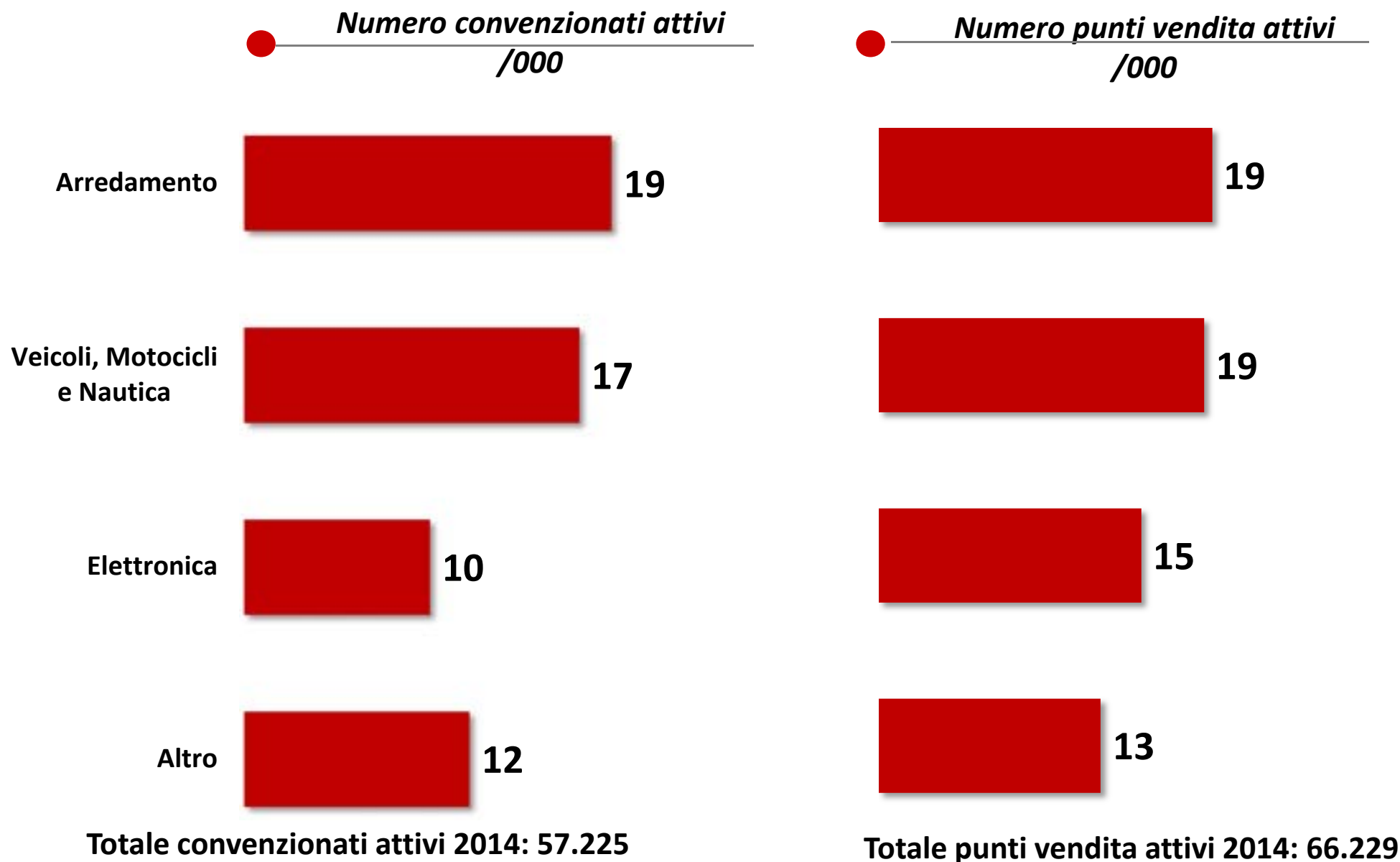
*Quota di Prestiti Finalizzati da convenzionati vs Prestiti Personali + Prestiti Auto+ Prestiti Finalizzati*

**40,2%**

*Quota di prestiti finalizzati da convenzionati vs Mutui Ipotecari*

**36,1%**

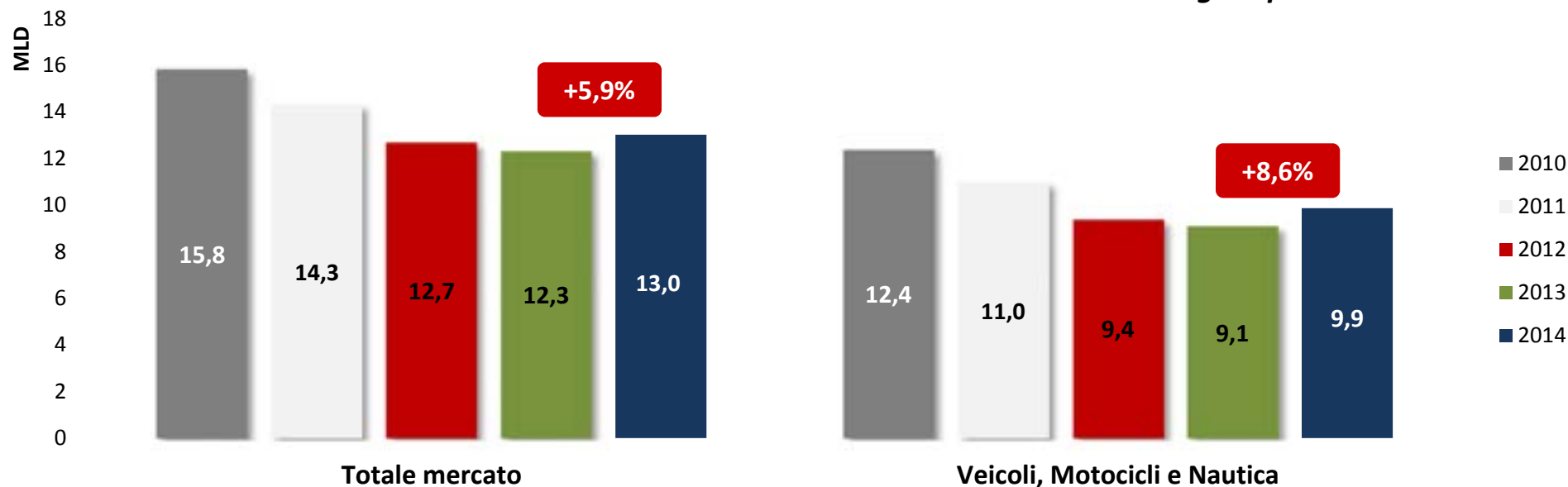
# I dealer convenzionati in Italia che *offrono* il credito al consumo



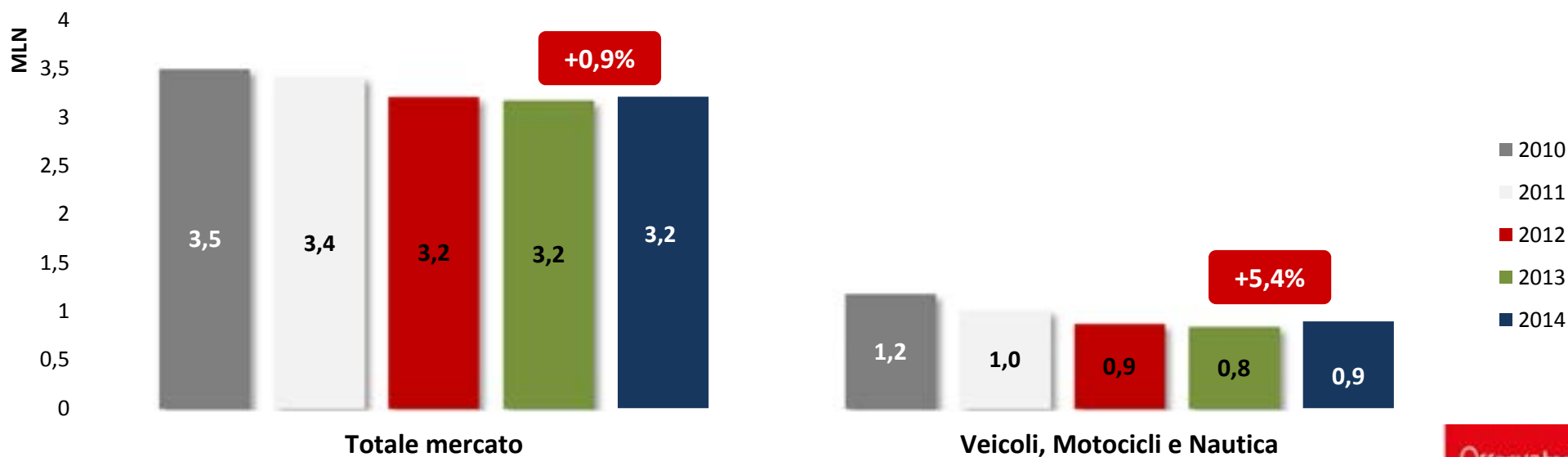
# Andamento dell'erogato di prestiti finalizzati: finalmente una ripresa trainata in particolare dal settore della mobilità



*Erogato per anno*



*# pratiche per anno*



# Ticket medio: si spostano su ticket più elevati i settori della mobilità ed elettronica



● — Ticket medio — ● — Var % rispetto 2013 —

Veicoli, motocicli e nautica

11.038€

3,1

Elettronica

820€

2,1

*Di cui «altri distributori»*

941€

6,4

Arredamento

2.348€

-4,5

Altro

2.238€

-2,6

# L'erogato proviene per circa $\frac{3}{4}$ dal settore della mobilità, la ripartizione per # pratiche evidenzia, invece, una maggiore presenza dell'elettronica



**Ripartizione per settore - % importo**      **Ripartizione per settore - % pratiche**      **Ripartizione per settore - ticket medio**

Veicoli, Motocicli e Nautica



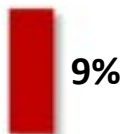
11.038€

Arredamento



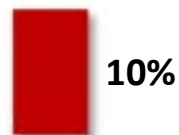
2.348€

Elettronica



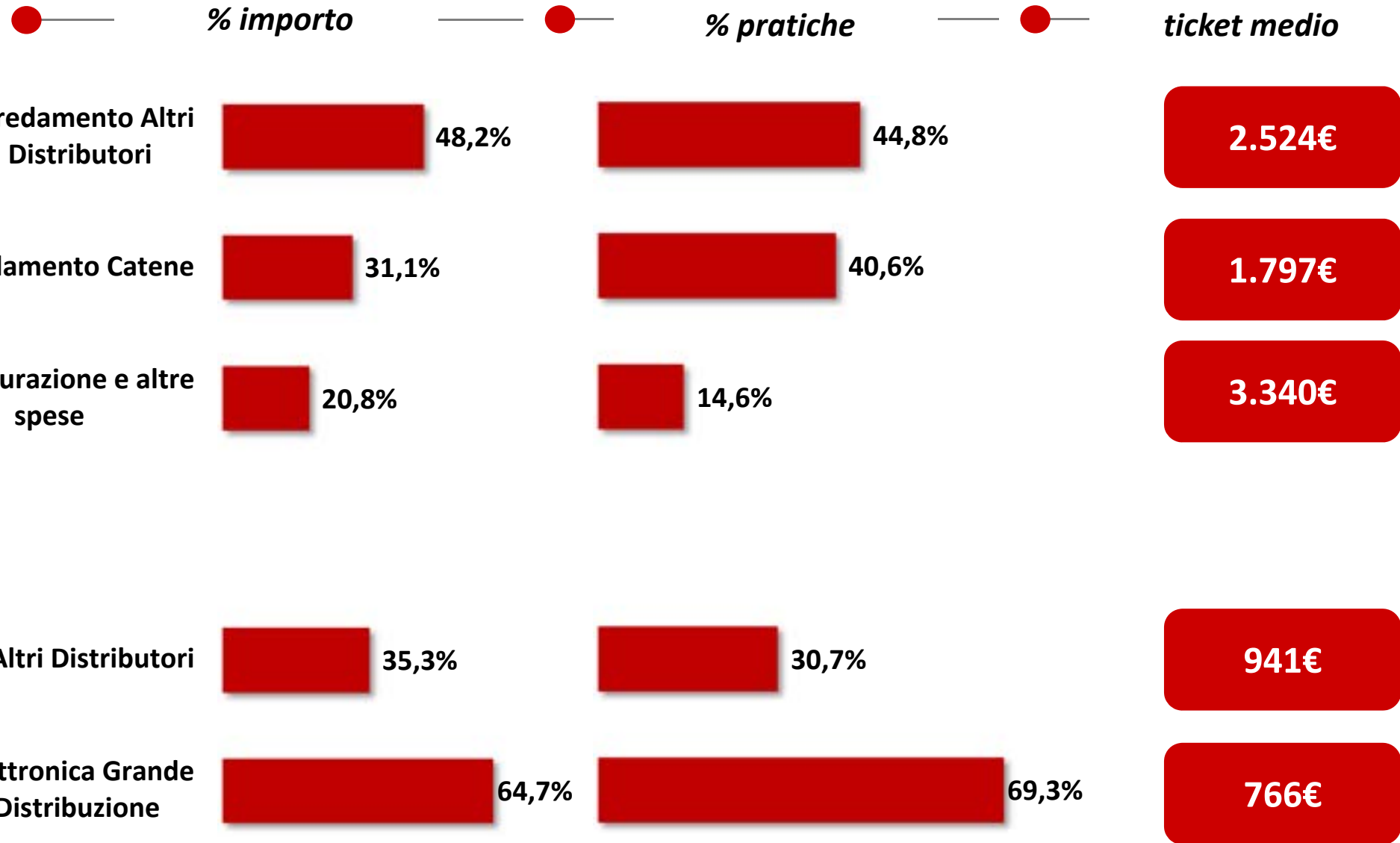
820€

Altro



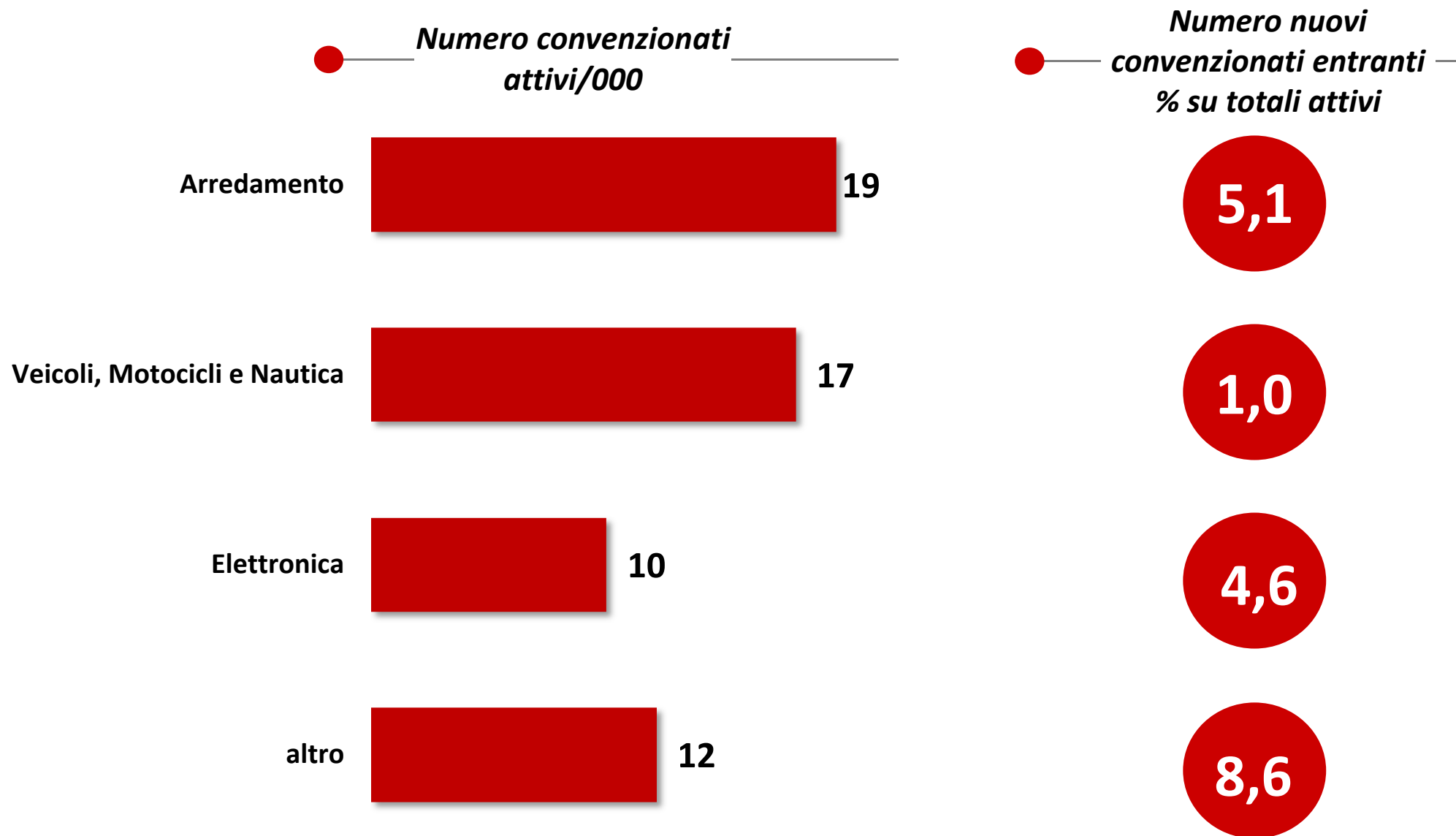
2.238€

# Anche all'interno del medesimo settore le "grandi catene" evidenziano un ticket sensibilmente inferiore rispetto agli altri distributori



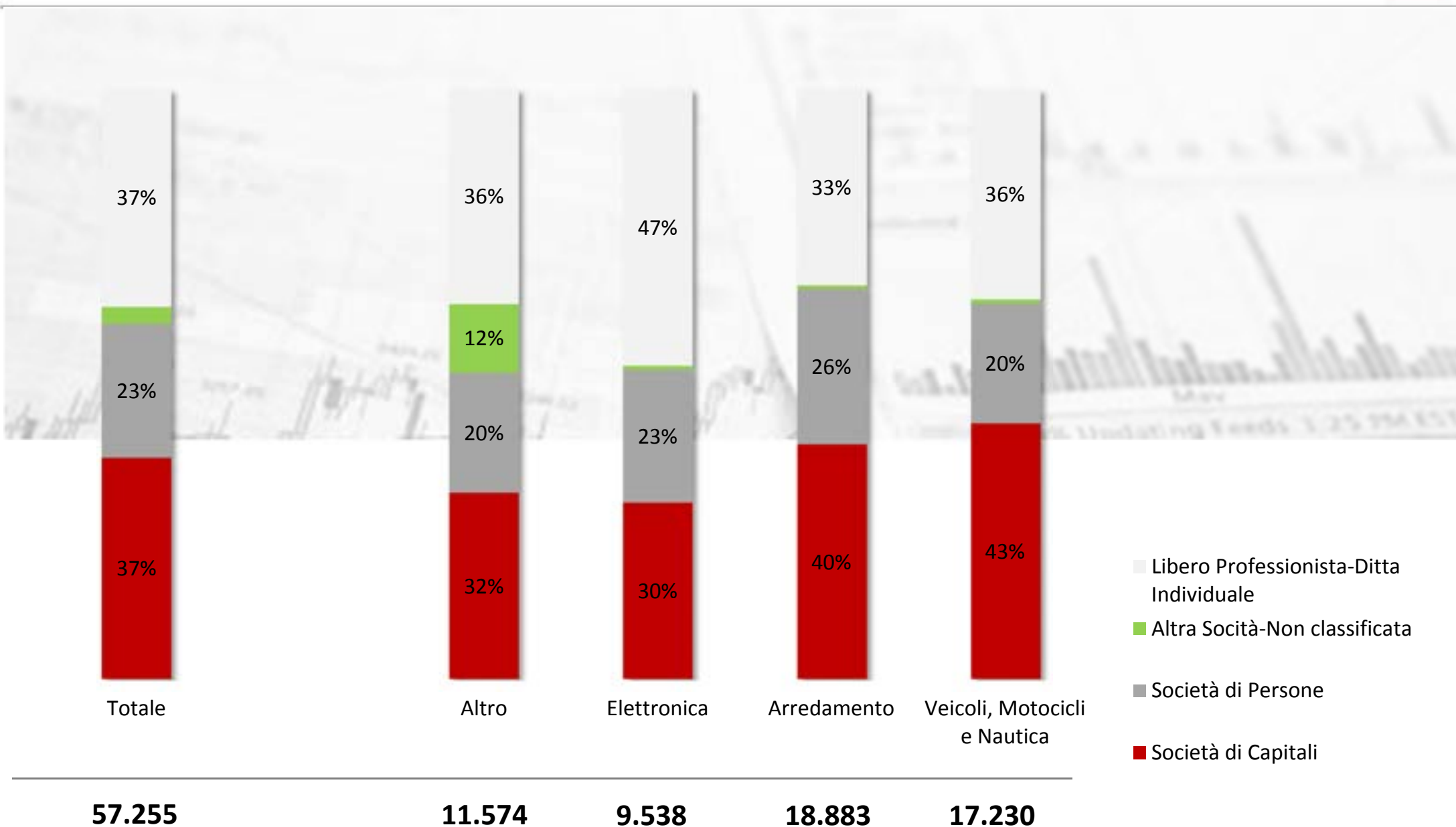


# Si tratta di una realtà dinamica con alcune aree in forte movimento, mentre, nei settori più tradizionali si registra una minore vivacità



**Totale convenzionati attivi 2014: 57.225**

# La forma giuridica dei convenzionati attivi è variegata senza una decisa connotazione per settore di appartenenza....

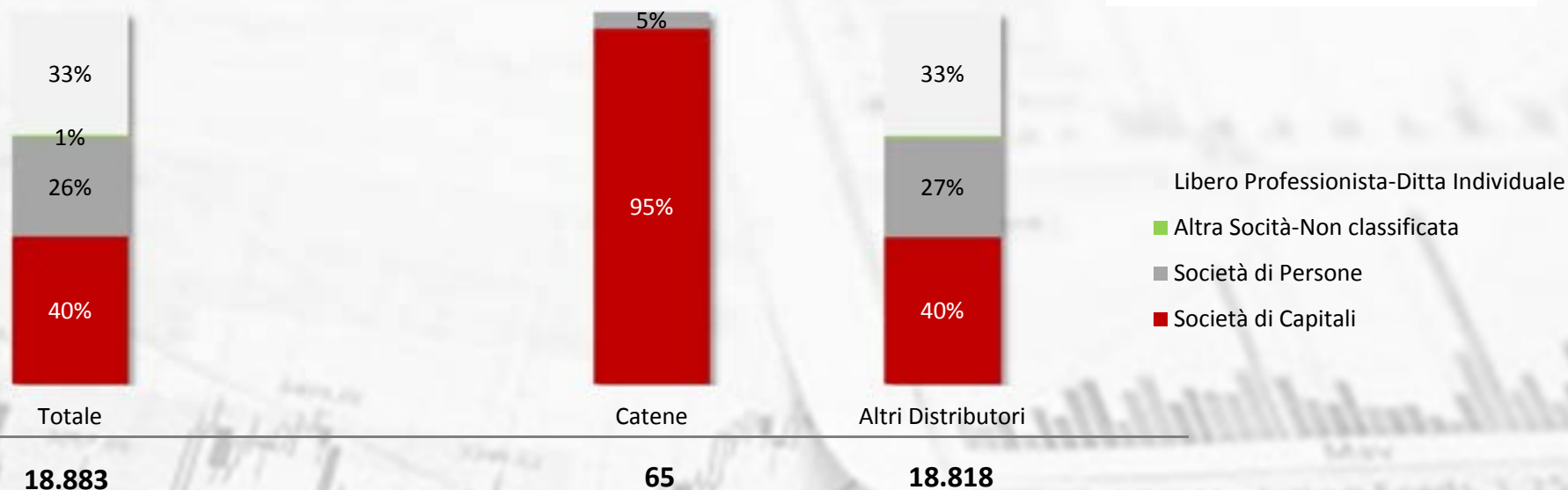


- Libero Professionista-Ditta Individuale
- Altra Società-Non classificata
- Società di Persone
- Società di Capitali

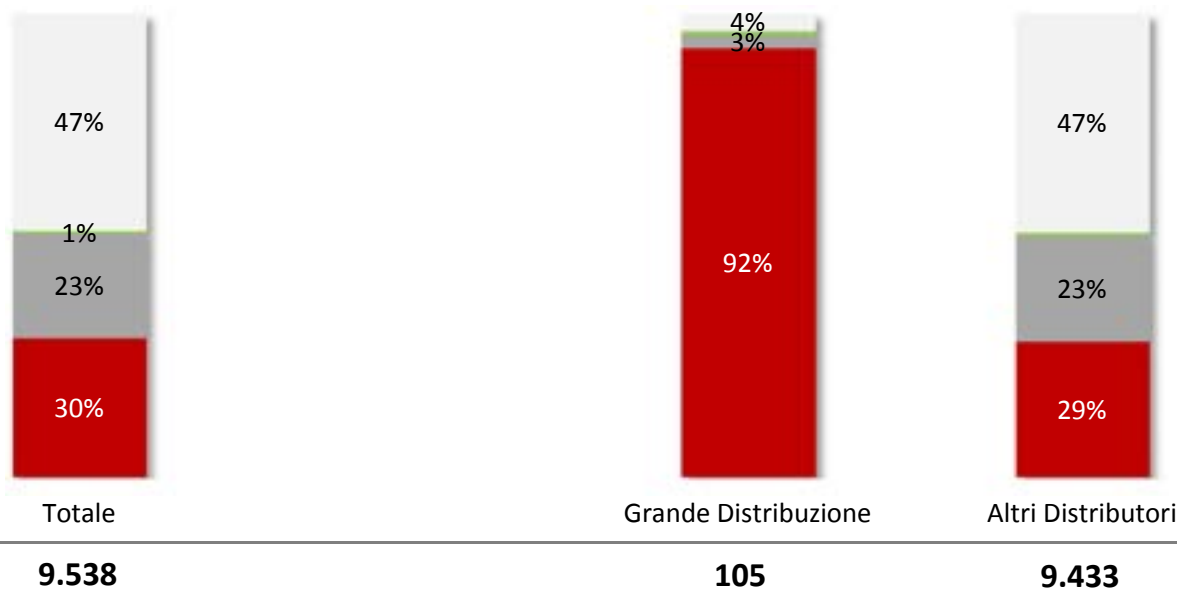
# Ovviamente la forma giuridica è estremamente differente se si considera l'appartenenza alle catene



## Arredamento



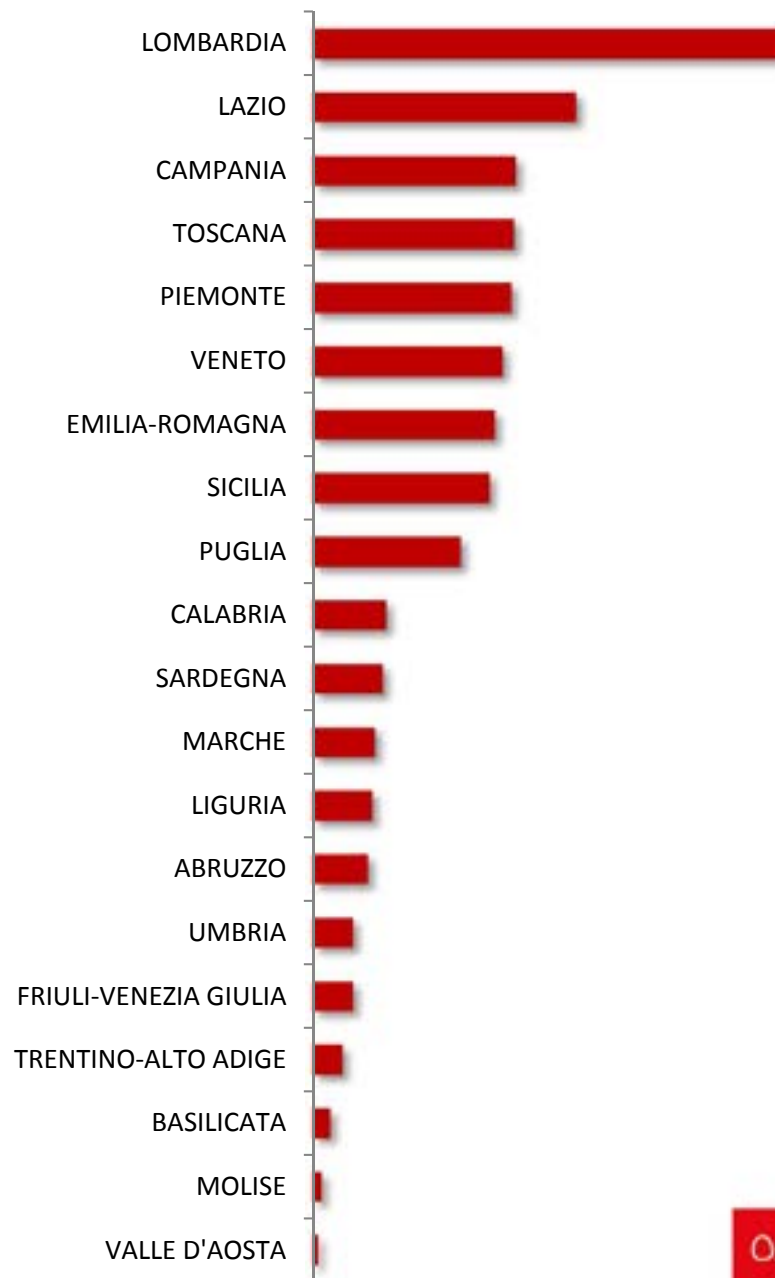
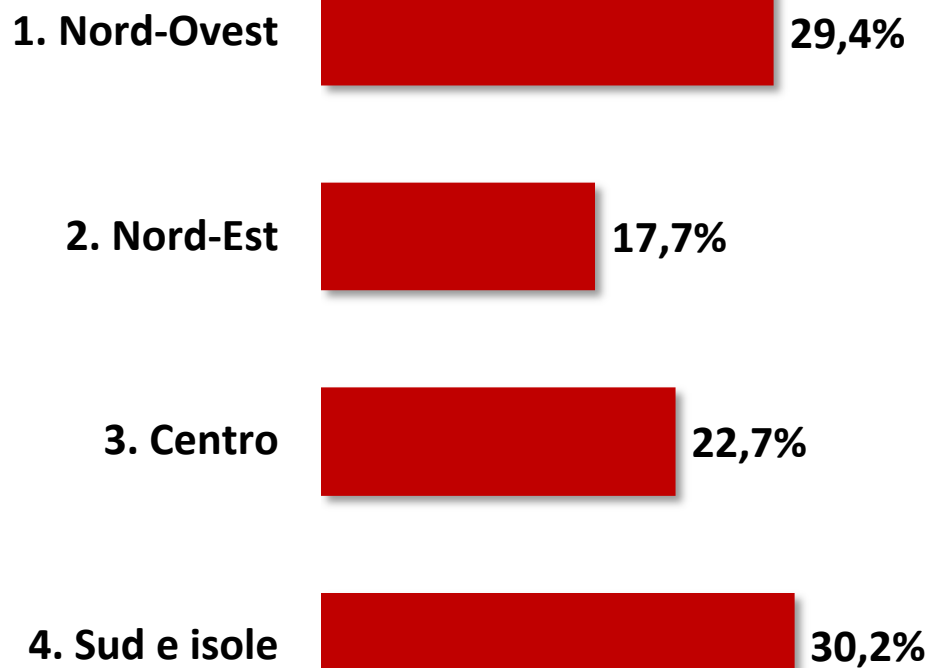
## Elettronica



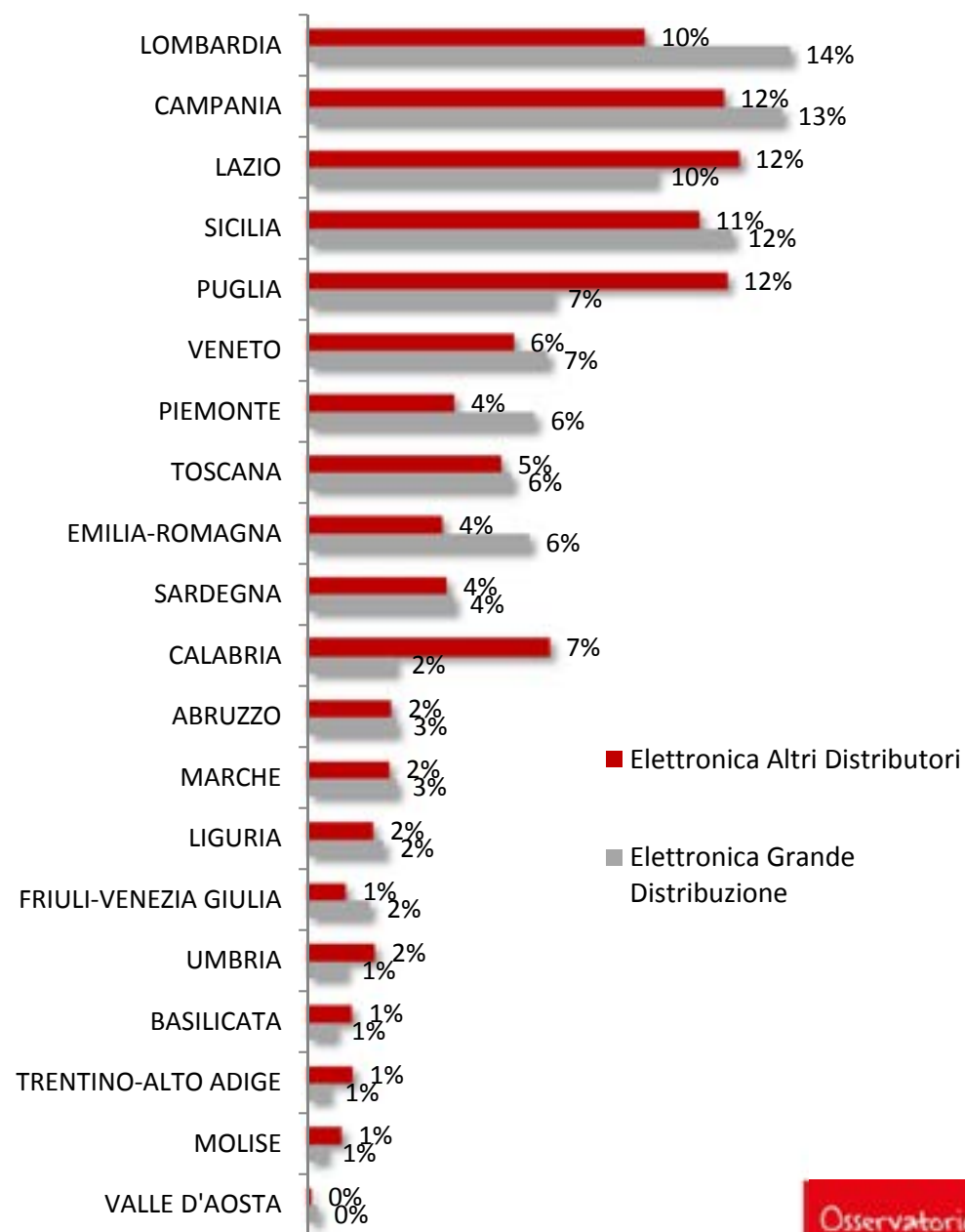
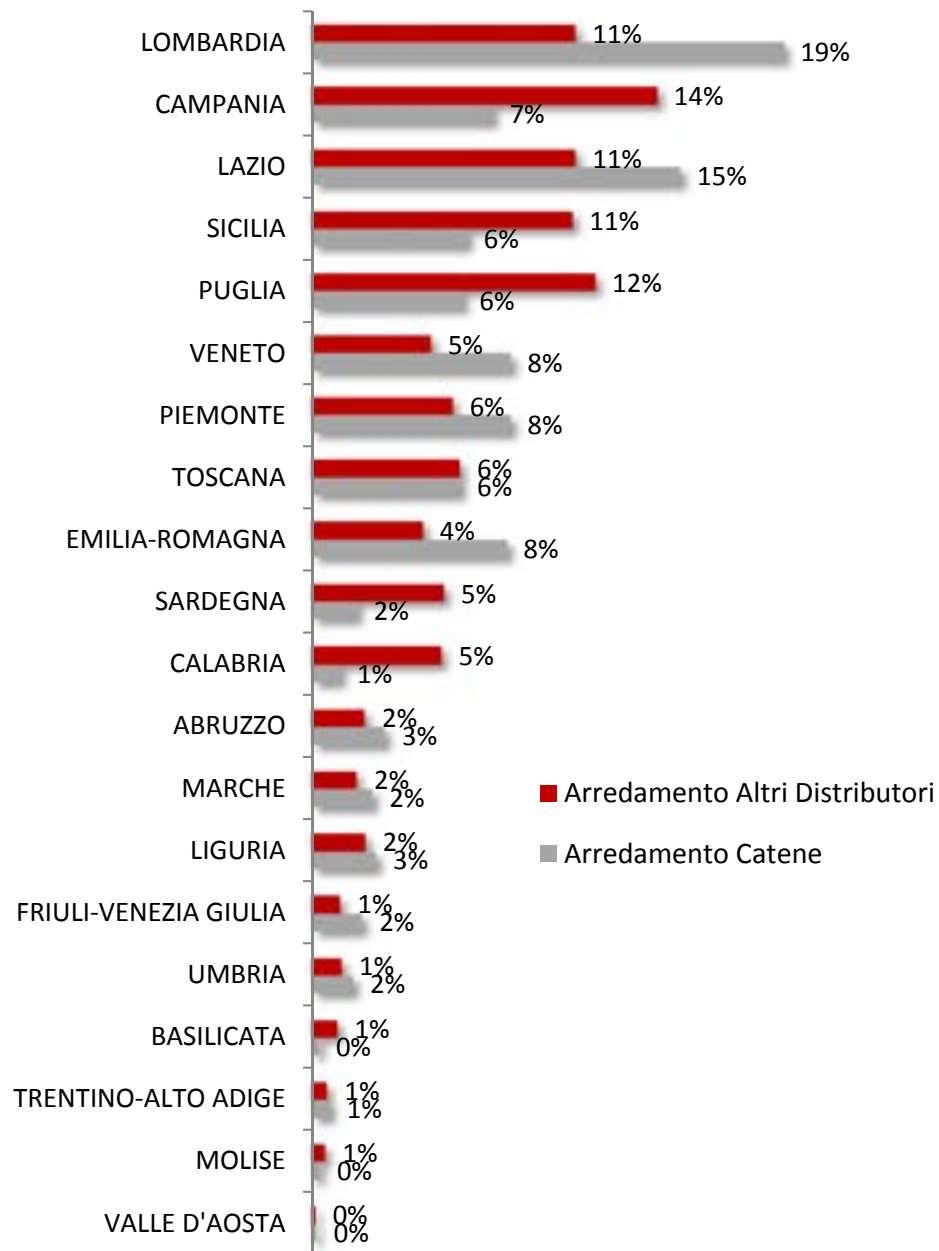
# Come sono distribuiti sul territorio italiano i dealer convenzionati?



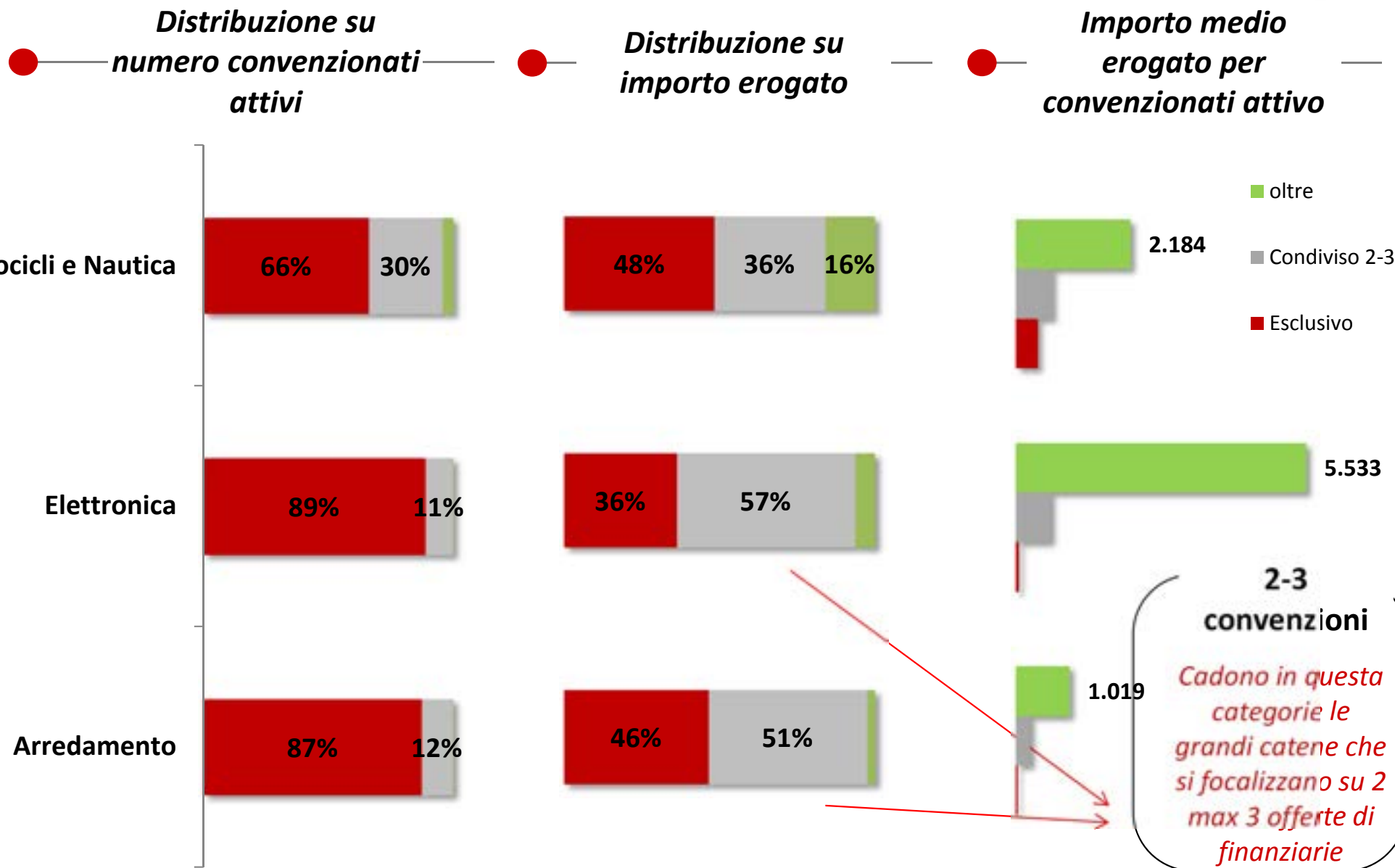
## Distribuzione per importo liquidato



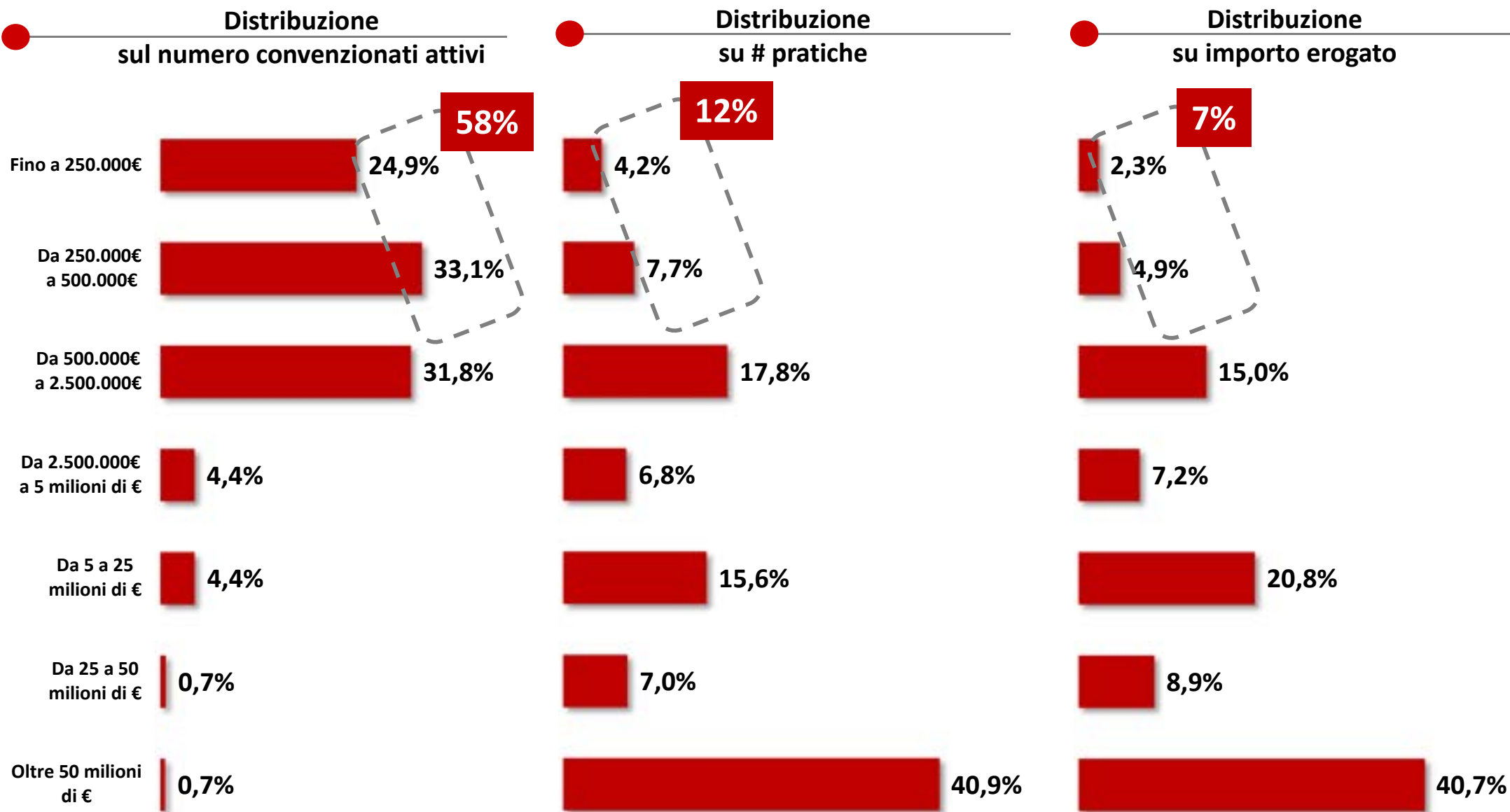
# Le «catene» si concentrano su alcuni territori: in particolare in Lombardia e Lazio è ampio il divario nel settore arredamento



# Quante convenzioni con società di finanziamento hanno i dealer attivi?



# Oltre il 50% dei convenzionati attivi si concentra nelle fasce più basse di fatturato



# Sul fatturato l'impatto del finanziato per i dealer convenzionati si stima intorno al 10%...



<b>Fasce di fatturato</b>	<b>Erogato medio/000 Per convenzionato attivo</b>	<b>Stima impatto finanziato vs fatturato</b>
Fino a 250.000€	19 €	10-15%
Da 250.000€ a 500.000€	31 €	8-10%
Da 500.000€ a 2.500.000€	97 €	8-10%
Da 2.500.000€ a 5 milioni di €	342 €	8-10%
Da 5 milioni di € a 25 milioni di €	970 €	8-10%
Da 25 milioni di € a 50 milioni di €	2.512 €	5-8%
Oltre 50 milioni di €	12.314 €	Fino al 5%



# Sui dealer più avvezzi al credito al consumo il finanziato arriva a rappresentare in media oltre ¼ delle vendite



<i>Fasce di fatturato</i>	<i>Convenzionati con # pratiche liquidate sul 2013 &lt; 5</i>	<i>Convenzionati con # pratiche liquidate sul 2013 &gt; 5</i>
Fino a 250.000€	7%	26%
Da 250.000€ a 500.000€	2%	17%
Da 500.000€ a 2.500.000€	1%	15%
Da 2.500.000€ a 5 milioni di €	n.s.	13%
Da 5 milioni di € a 25 milioni di €	n.s.	11%
Da 25 milioni di € a 50 milioni di €	n.s.	9%
Oltre 50 milioni di €	n.s.	5%

# ... con forti oscillazioni per comparto di appartenenza: nel settore mobilità il finanziato arriva a rappresentare il 40% circa delle vendite



<i>Fasce di fatturato di convenzionati con oltre 5 pratiche liquidate nel 2013</i>	<i>arredamento</i>	<i>elettronica</i>	<i>Veicoli/motocicli/Nautica</i>	<i>altro</i>
Fino a 250.000€	26%	18%	37%	23%
Da 250.000€ a 500.000€	15%	9%	27%	14%
Da 500.000€ a 2.500.000€	10%	9%	21%	12%
Da 2.500.000€ a 5 milioni di €	7%	8%	17%	10%
Da 5 milioni di € a 25 milioni di €	6%	7%	14%	7%
Da 25 milioni di € a 50 milioni di €	5%	6%	10%	6%
Oltre 50 milioni di €	3%	2%	8%	4%

# Nel settore mobilità, l'utilizzo più spinto del credito al consumo consente di servire la clientela residente in un raggio di azione più ampio



Classe di finanziato su fatturato	Distanza media (KM)
Fino al 5%	14,5
5-10%	20,3
10-15%	28,0
<b>Totale complessivo</b>	<b>23,5</b>

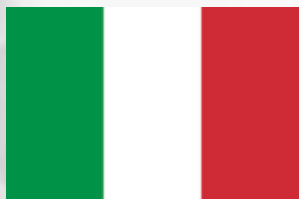
**X 2**

% Dealer	1. Fino a 5 Km	2. Da 5 a 30 Km	3. Oltre 30 Km
Fino al 5%	29,9%	62,3%	7,8%
5-10%	16,7%	64,8%	18,5%
10-15%	8,7%	61,6%	29,7%
<b>Totale complessivo</b>	<b>14,6%</b>	<b>61,8%</b>	<b>23,6%</b>

# Sono circa 200€ gli euro erogati per residente in Italia. Valore ancora inferiore a quello che registriamo in altri Paesi europei



Erogato totale su residenti in  
Italia 2013



206€

Erogato totale su residenti in  
SPAGNA 2013



218€

Erogato totale su residenti in  
GERMANIA 2013



387€

Erogato totale su residenti in  
UK 2013



643€

# Che età hanno i clienti dei convenzionati che si rivolgono al finanziamento?



	Veicoli, Motocicli e Nautica	Arredamento	Elettronica	Altro
<b># pratiche</b>				
1. Fino a 30 anni	11,2%	7,3%	11,9%	15,0%
2. 31-40 anni	20,0%	20,7%	20,9%	18,9%
3. 41-50 anni	28,8%	27,9%	29,1%	26,4%
4. 51-64 anni	29,6%	29,4%	27,0%	26,1%
5. 65-68 anni	5,0%	6,7%	4,8%	5,0%
6. 69-72 anni	2,8%	4,6%	3,3%	3,3%
7. 73 anni o oltre	2,6%	3,5%	3,0%	5,2%

	Veicoli, Motocicli e Nautica	Arredamento	Elettronica	Altro
<b>importi</b>				
1. Fino a 30 anni	10,7%	7,5%	11,3%	9,4%
2. 31-40 anni	20,3%	20,7%	20,8%	15,9%
3. 41-50 anni	29,5%	26,9%	28,8%	25,7%
4. 51-64 anni	29,5%	30,7%	28,0%	31,7%
5. 65-68 anni	4,8%	6,9%	4,9%	6,5%
6. 69-72 anni	2,6%	4,3%	3,2%	4,2%
7. 73 anni o oltre	2,4%	3,0%	3,0%	6,7%

# Per alcuni settori, il ticket medio di finanziamento varia sensibilmente per fasce d'età



Età	Auto Nuova	Auto Usata	Motocicli	Arredamento		Ristrutturazioni e altre spese	Altra Elettronica	Elettrodomestici	Viaggi e vacanze
				Altri Distributori	Arredamento Catene				
1. Fino a 30 anni	12.040	8.835	3.917	2.952	1.899	2.473	889	742	1.789
2. 31-40 anni	12.735	9.683	3.847	2.746	1.754	2.772	924	768	1.882
3. 41-50 anni	12.908	9.686	3.704	2.409	1.730	3.029	906	772	2.073
4. 51-64 anni	12.354	9.289	3.671	2.478	1.854	3.417	942	804	2.146
5. 65-68 anni	11.647	8.939	3.203	2.353	1.852	3.489	929	785	1.841
6. 69-72 anni	11.005	8.594	3.075	2.147	1.780	2.998	916	766	1.977
7. 73 anni o oltre	10.814	8.939	2.768	1.933	1.610	2.656	934	739	1.738

# Le pratiche liquidate su non italiani sono pari al 6%



*% finanziamenti per nazionalità clienti- #  
pratiche*



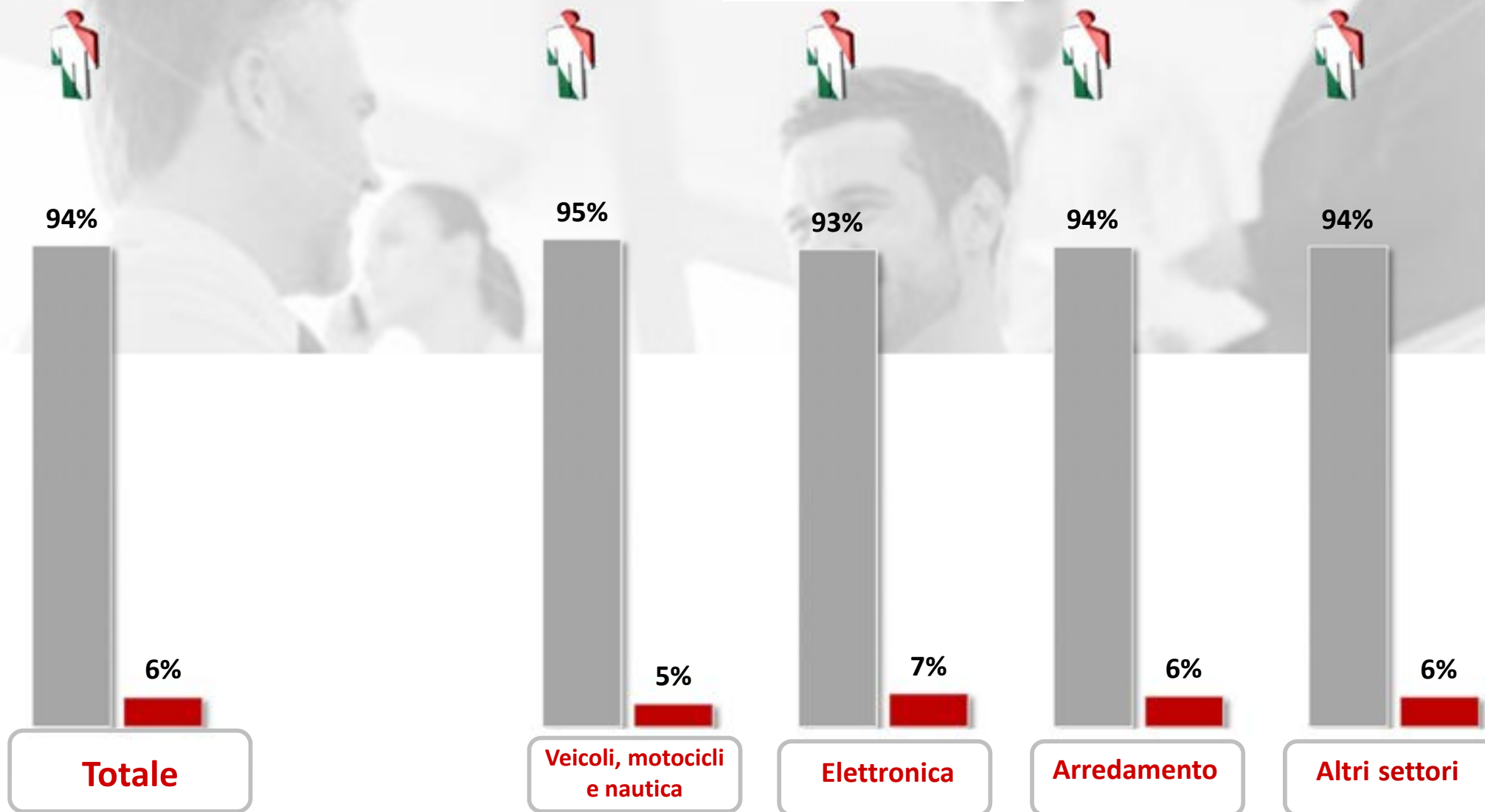
*% finanziamenti per nazionalità clienti-  
importi*



# Nazionalità - dettaglio per settore sul numero pratiche: non si evidenziano particolari oscillazioni per settore



Dettaglio per settore

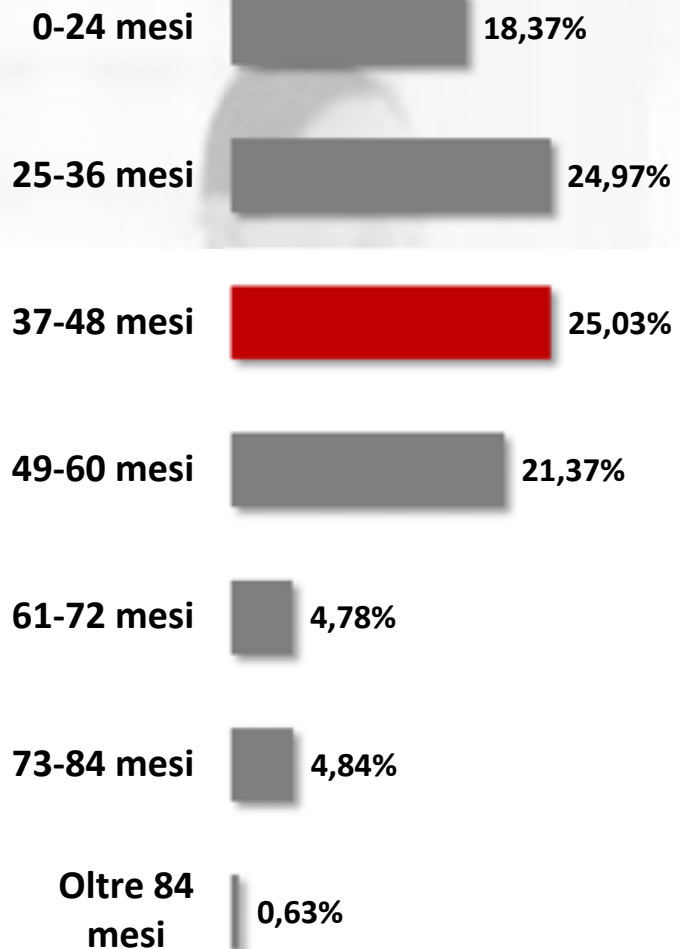




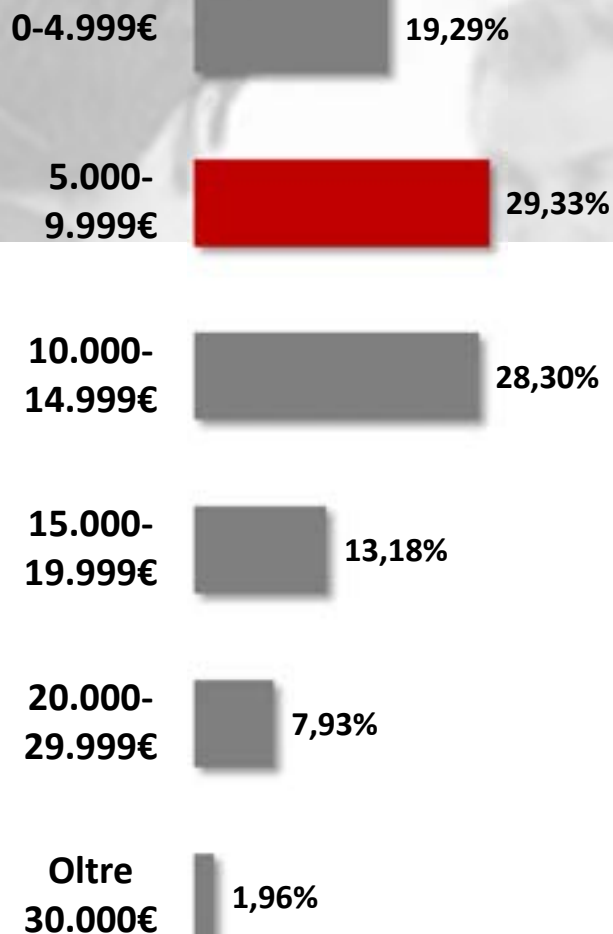
# Offerta – Veicoli, Motocicli e Nautica



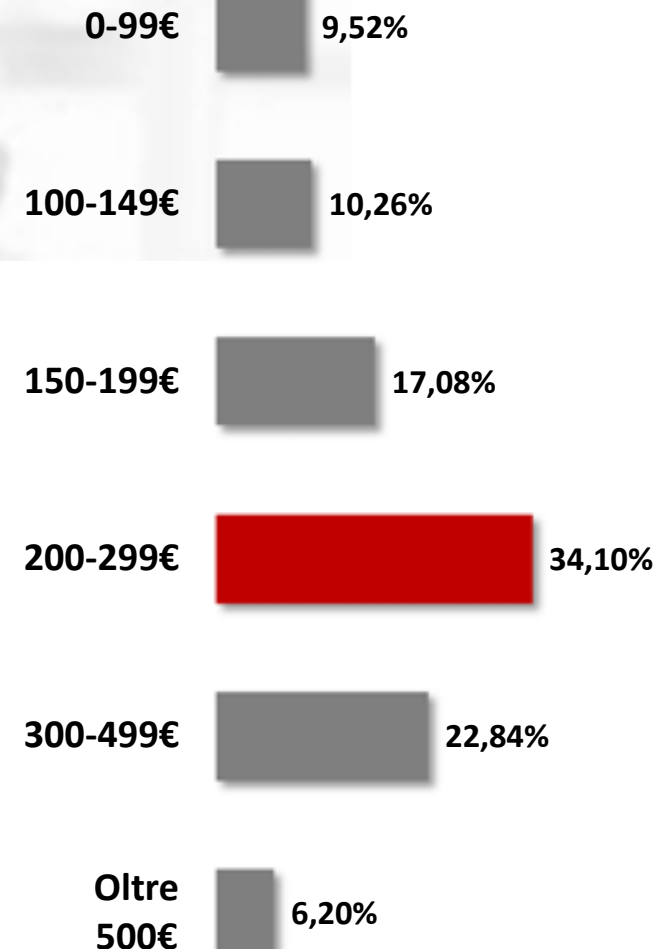
## Durata media



## Finanziato medio

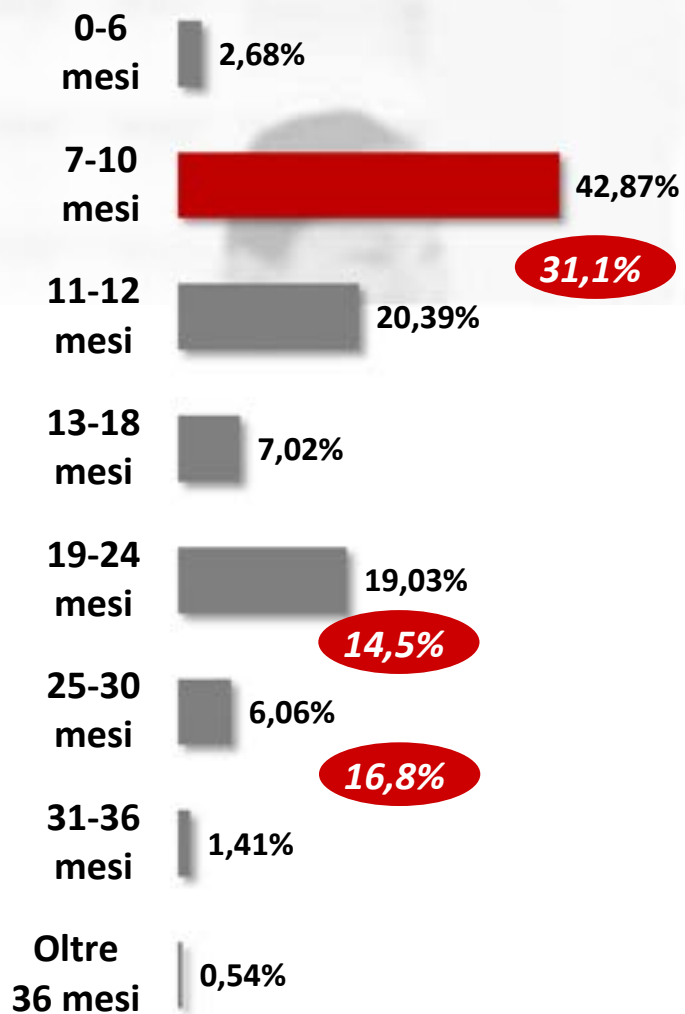


## Rata media

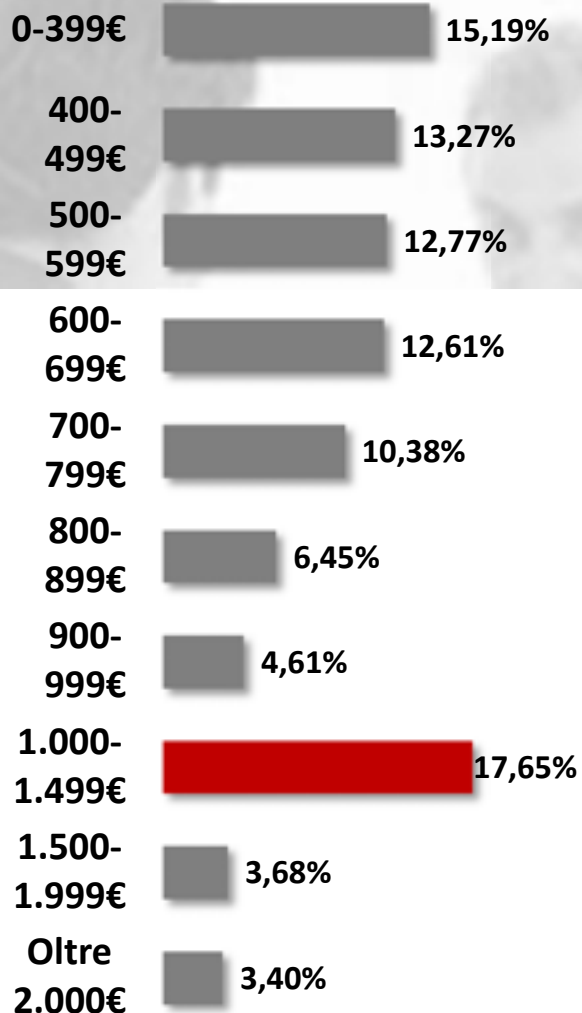




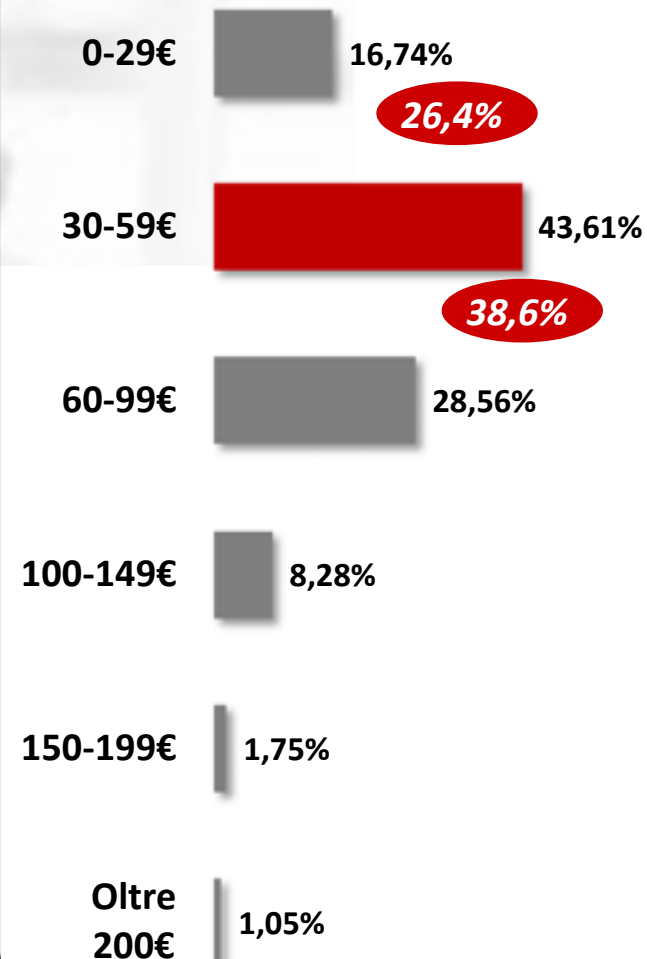
## Durata media



## Finanziato medio



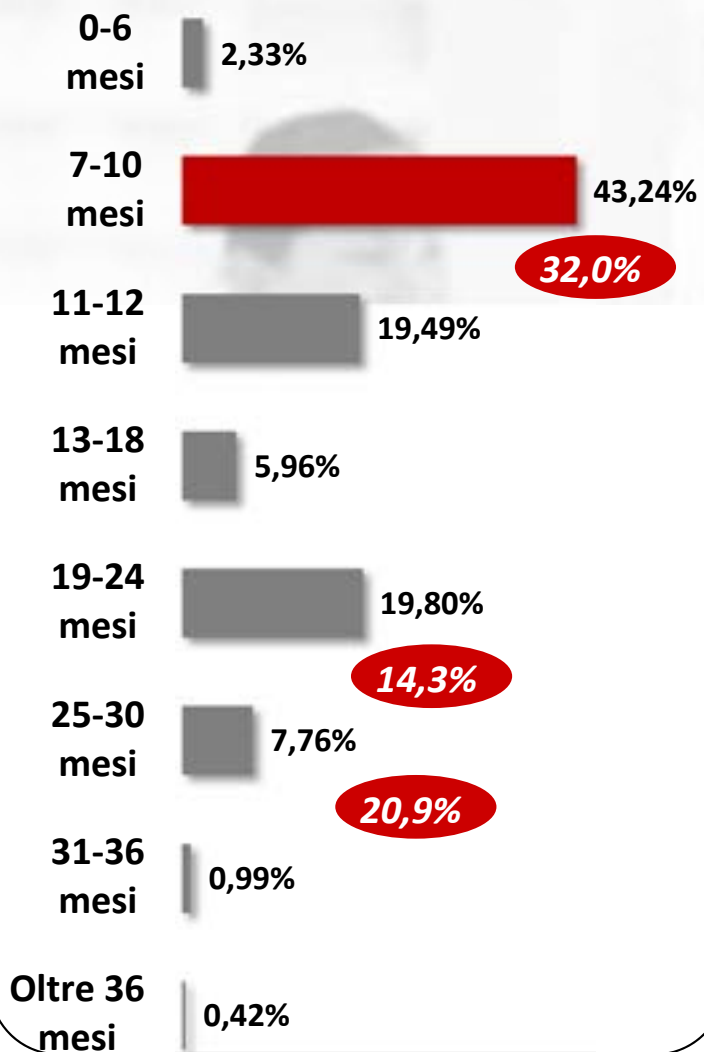
## Rata media



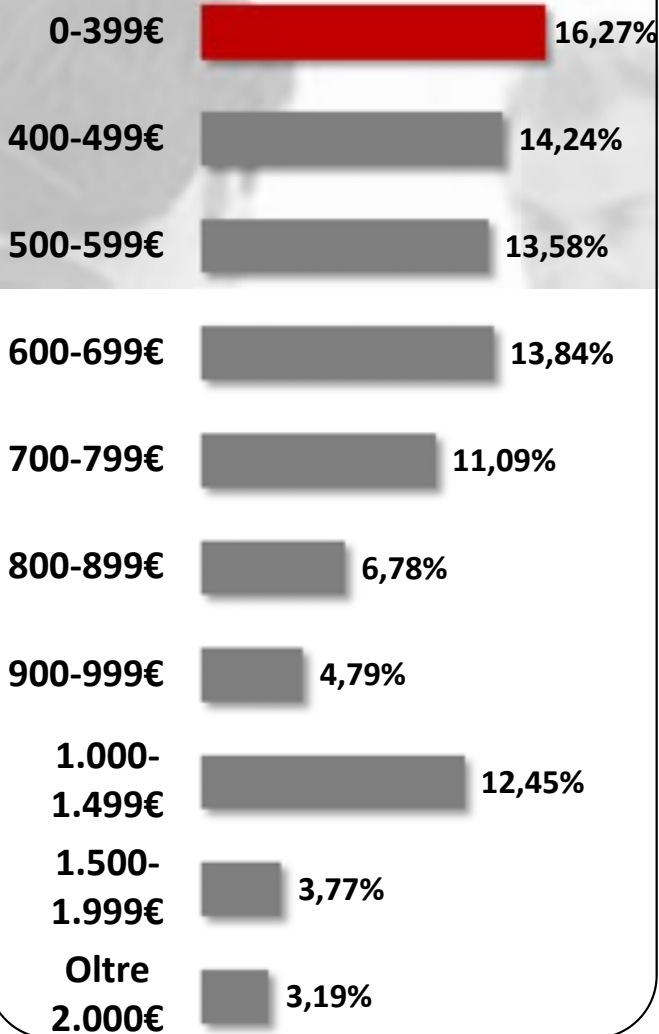
# Offerta – Elettrodomestici bruni



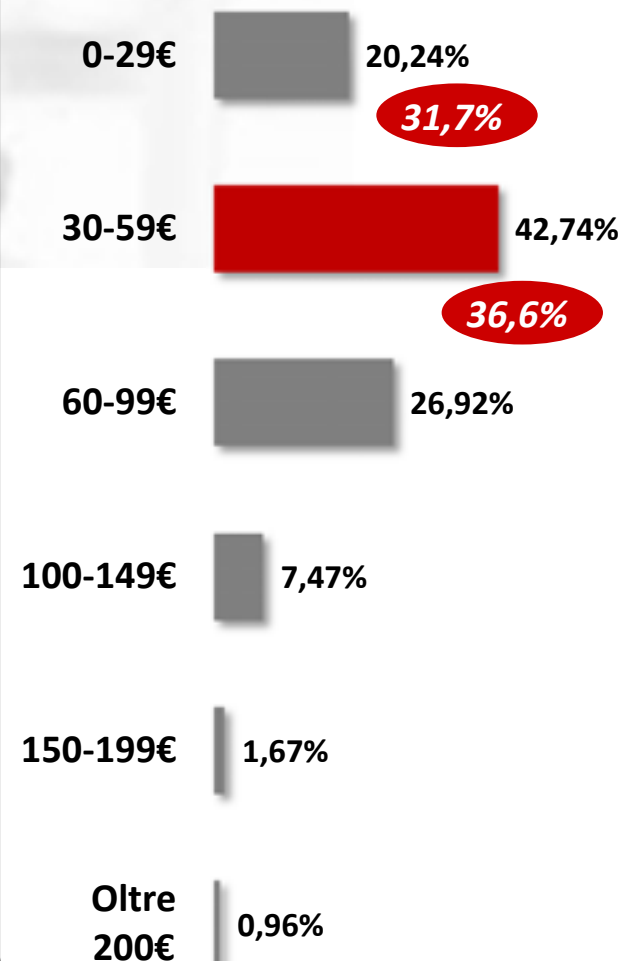
## Durata media



## Finanziato medio



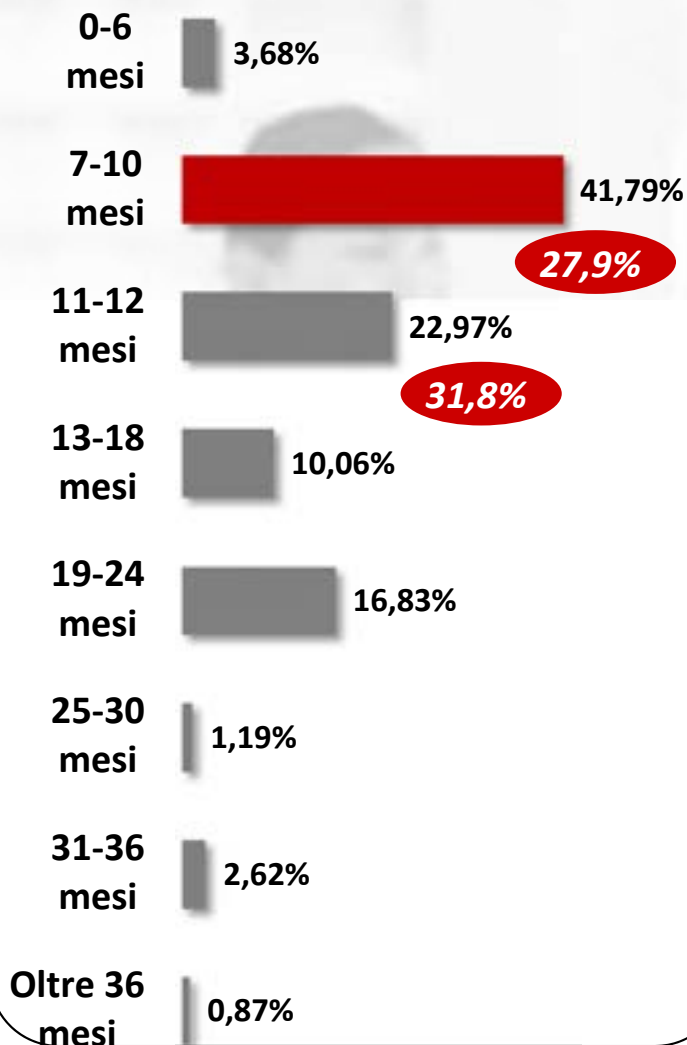
## Rata media



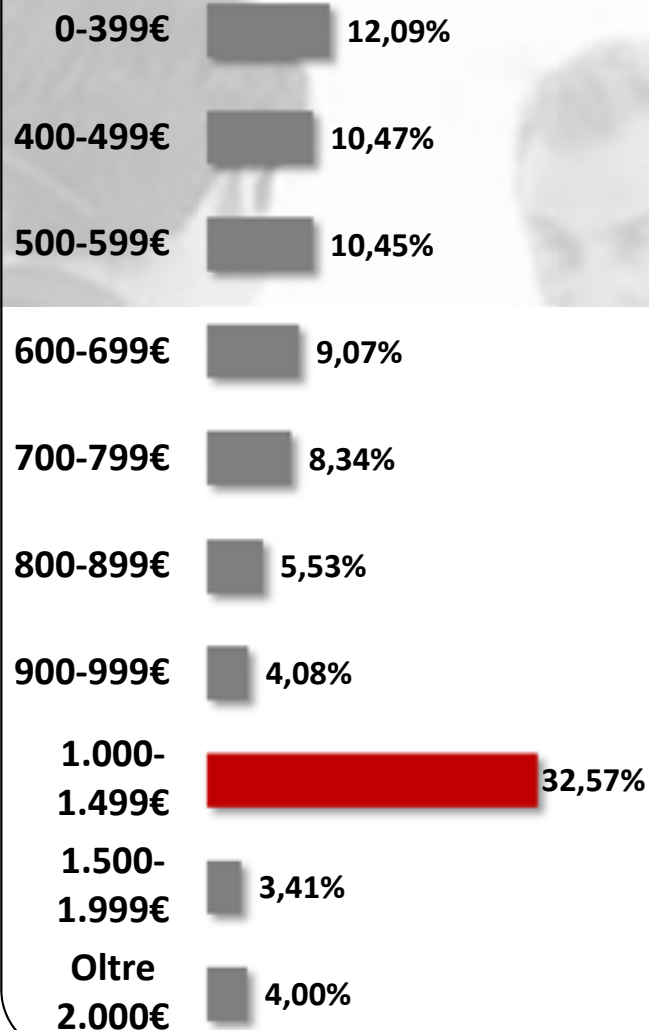
# Offerta – Altra elettronica



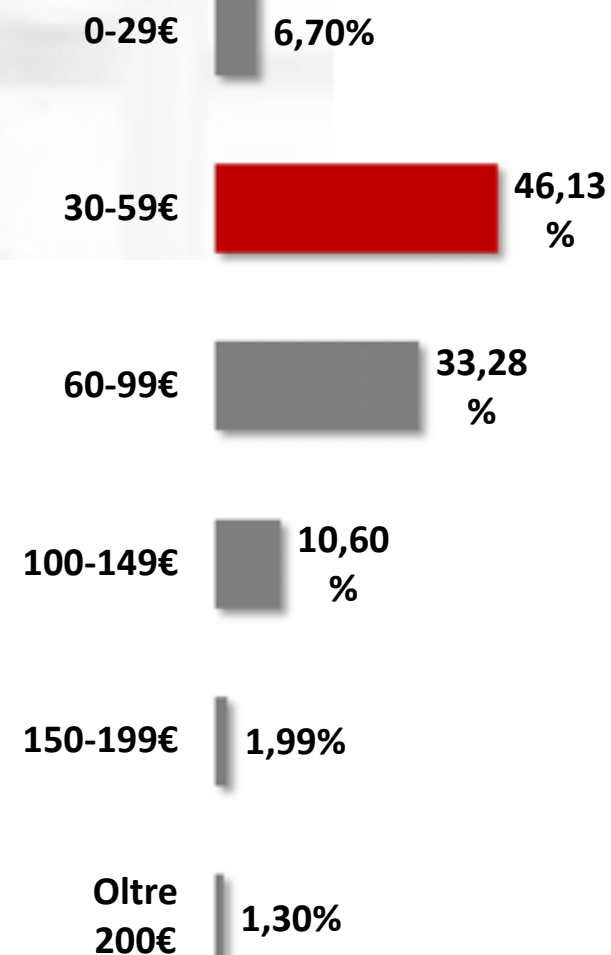
## Durata media



## Finanziato medio

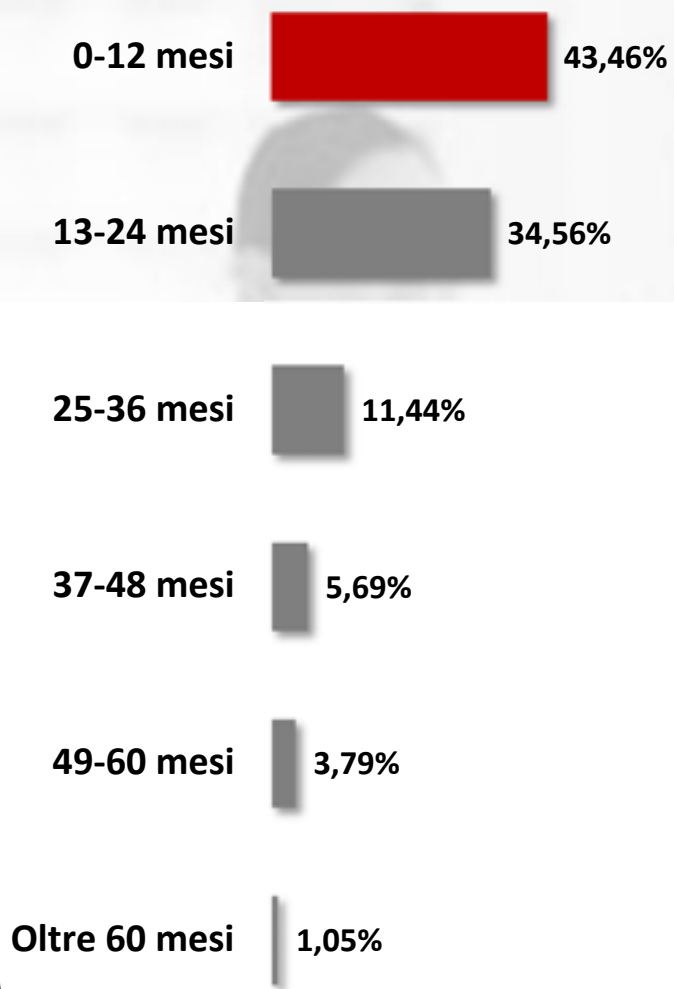


## Rata media

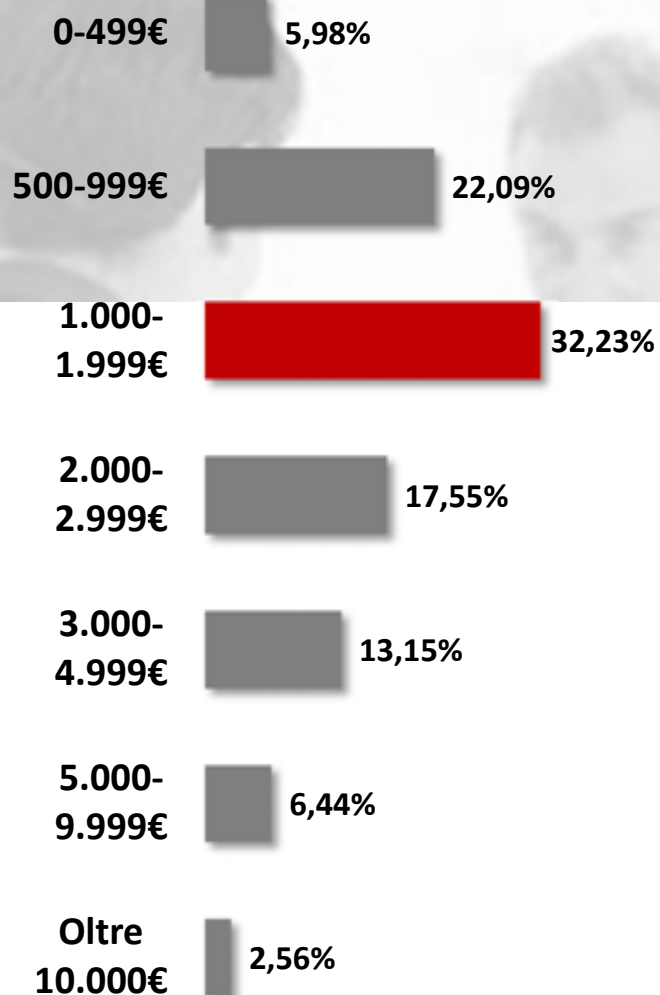




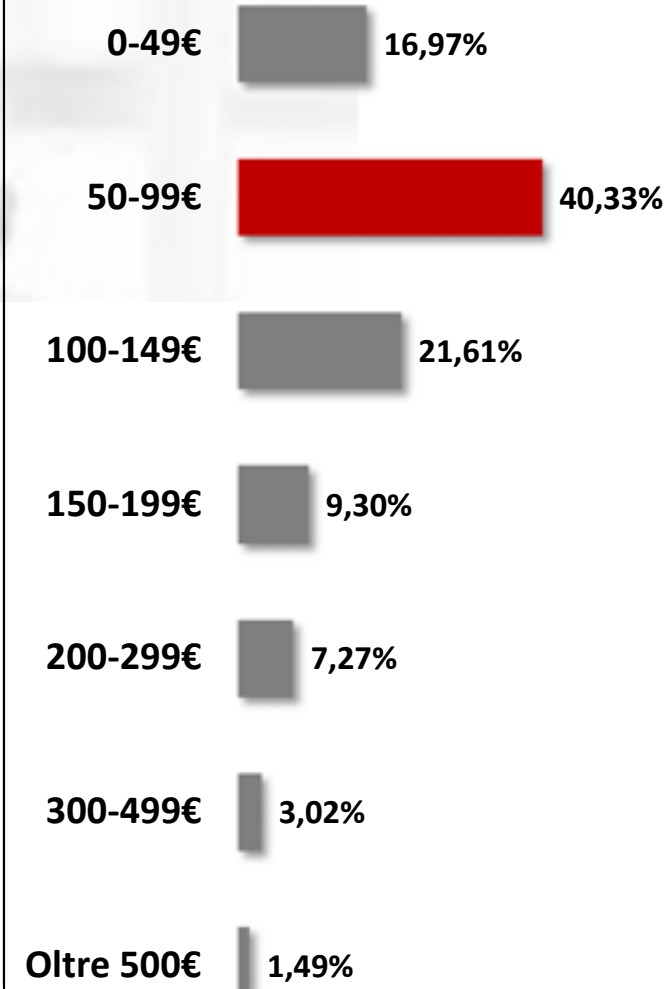
## Durata media



## Finanziato medio

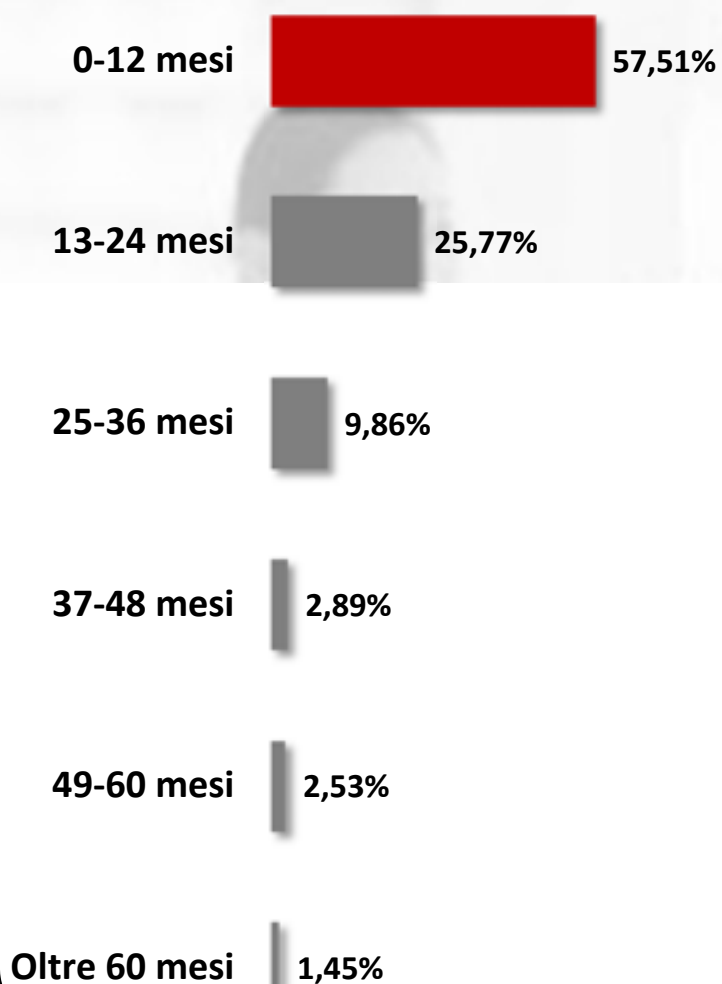


## Rata media

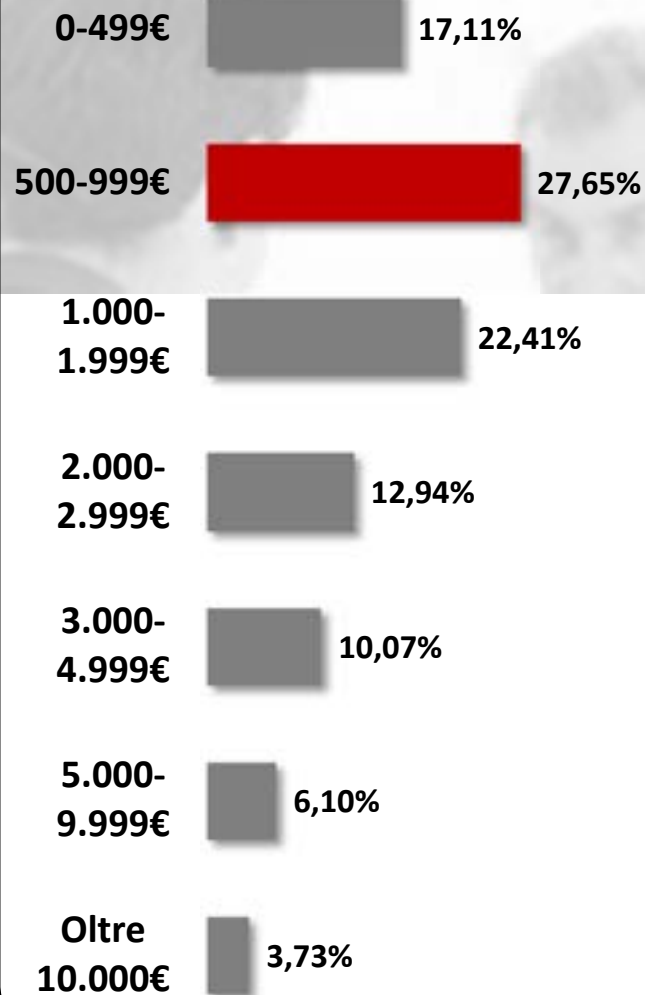




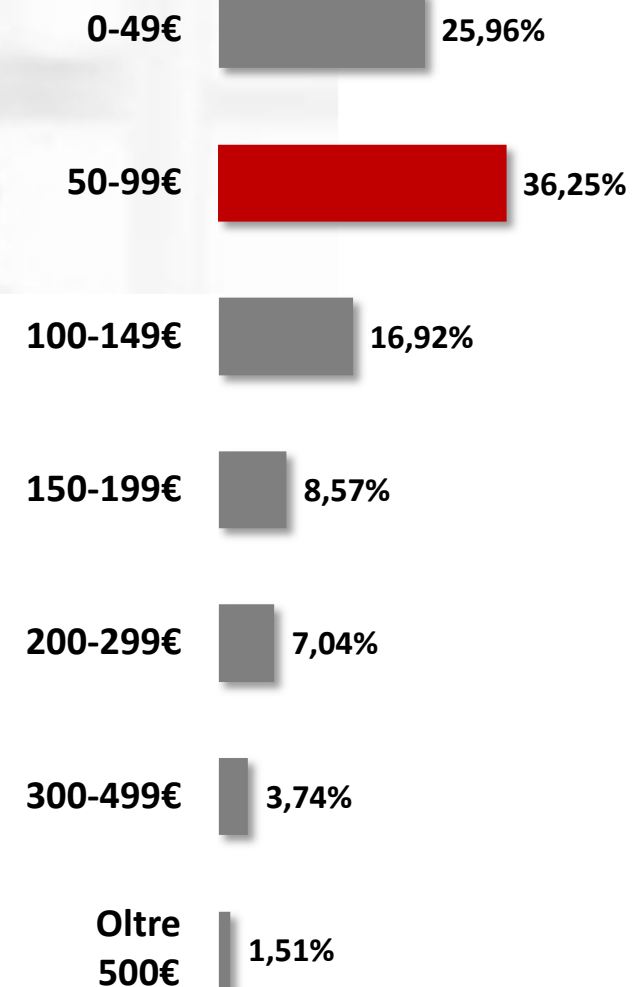
## Durata media



## Finanziato medio



## Rata media





“

*Siamo imprenditori: la fiducia nel futuro è nel nostro DNA, certo gli ultimi anni sono stati duri ma il peggio è passato.*

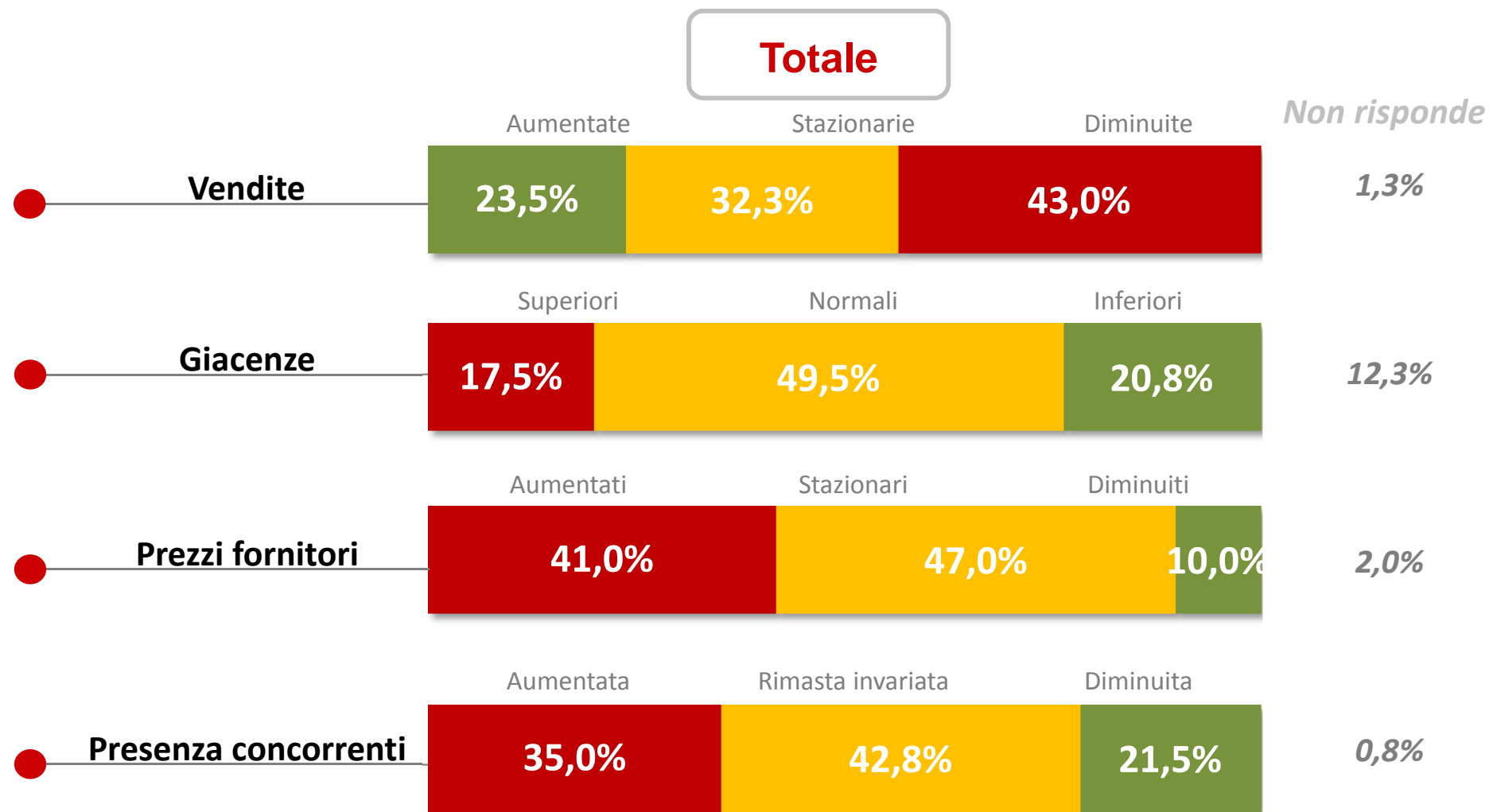
”

convenzionato Compass

# Contesto macroeconomico: il 2014



C1. In generale, rispetto allo scorso anno, il totale delle Vostre VENDITE è aumentato, diminuito o rimasto stazionario? C2. Attualmente, le Vostre GIACENZE di Magazzino, le Vostre SCORTE di magazzino sono superiori al normale, normali o inferiori rispetto allo scorso anno? C3. I prezzi a Voi praticati dai Vostri fornitori sono aumentati, diminuiti o rimasti stazionari rispetto ai listini dello scorso anno? C4. In base alla sua percezione, la presenza di concorrenti nel suo mercato, rispetto allo scorso anno è:

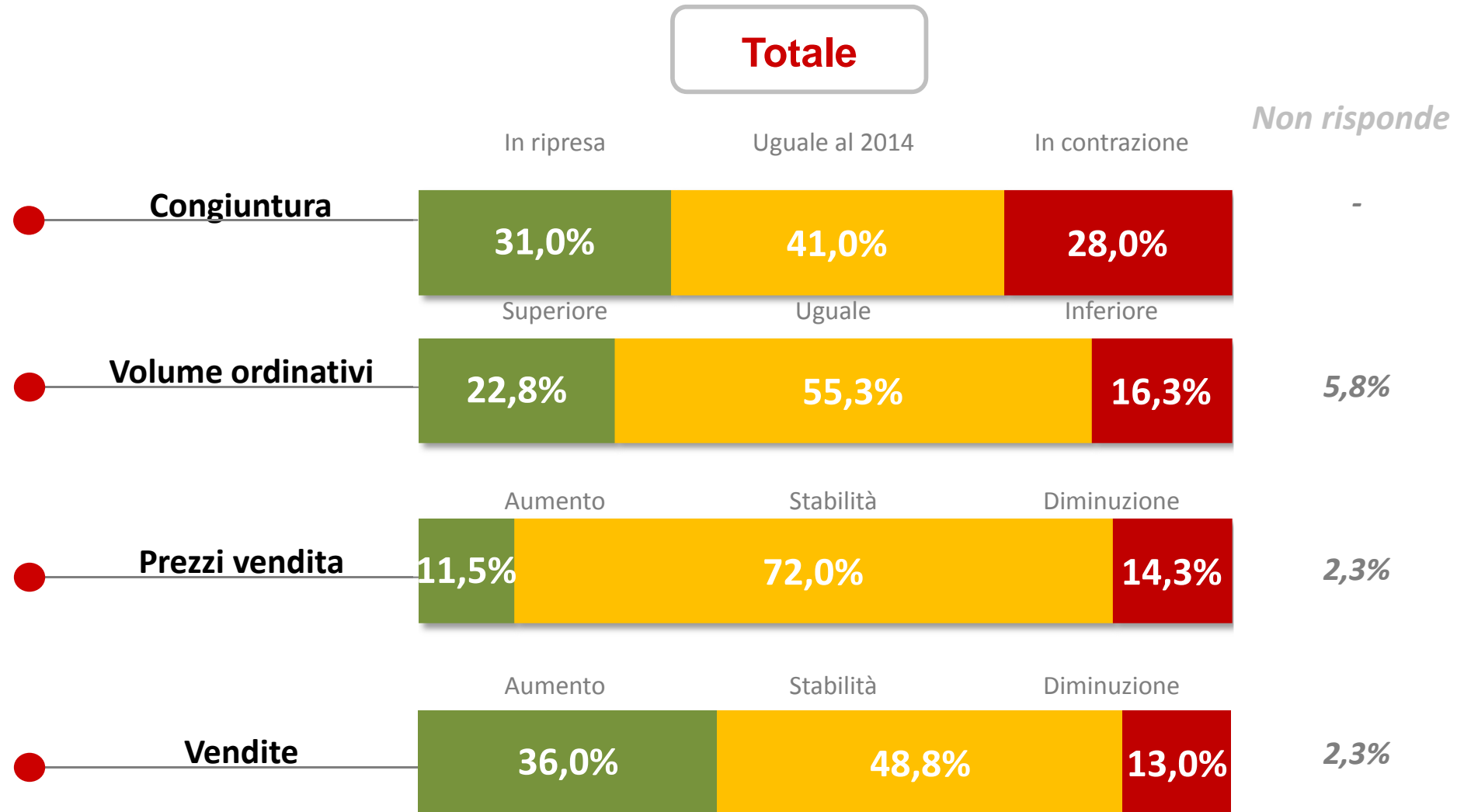




# Contesto macroeconomico: i convenzionati Compass vedono il 2015 in ripresa in particolare nelle vendite



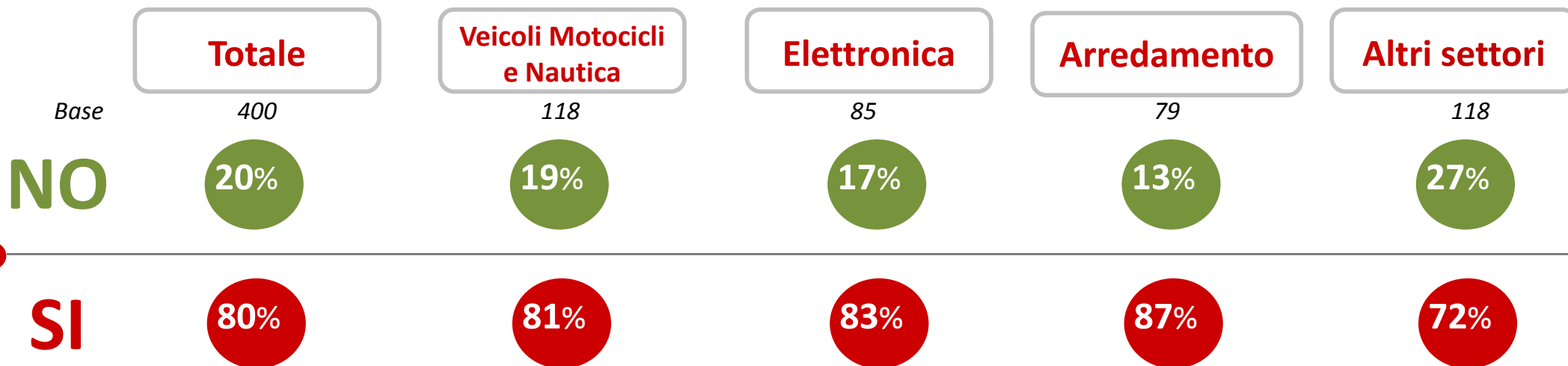
C12bis. Come prevede che sarà, nel complesso, la congiuntura economica del suo settore nel prossimo anno? C13. Nel prossimo anno, prevedete di effettuare un volume di ordinativi ai Vostri fornitori superiore, inferiore o uguale a quello attuale? C14. Nel prossimo anno prevedete un aumento, una diminuzione oppure una stabilità dei Vostri prezzi di vendita, rispetto all'anno in corso? C15. Rispetto alla situazione attuale, nel prossimo anno, prevedete un aumento, una diminuzione o una stazionarietà del totale delle Vostre VENDITE?



# Il principale ostacolo alla crescita per i convenzionati è la domanda debole



C7. Ci sono attualmente fattori che ostacolano la crescita della vostra attività?

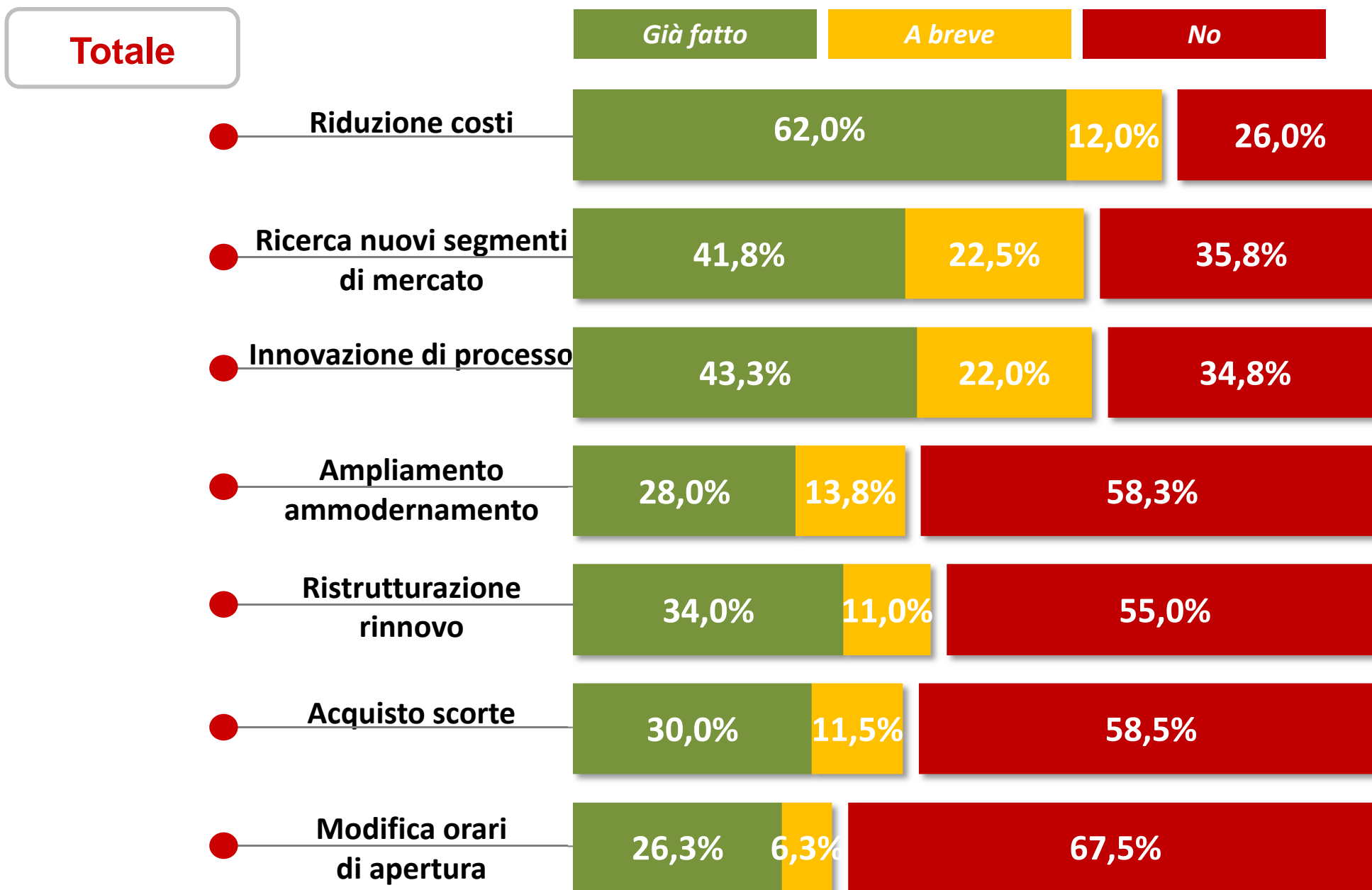


- **60,1%** Insufficienza di domanda
- **56,7%** Eccessiva pressione fiscale
- **23,7%** Concorrenza sleale
- 19,9% Difficoltà reperimento risorse finanziarie
- 17,8% Complessità adempimenti burocratici
- 2,5% Scarsità personale qualificato
- 0,9% Insufficienza di spazi/macchinari
- 9,3% Altri motivi

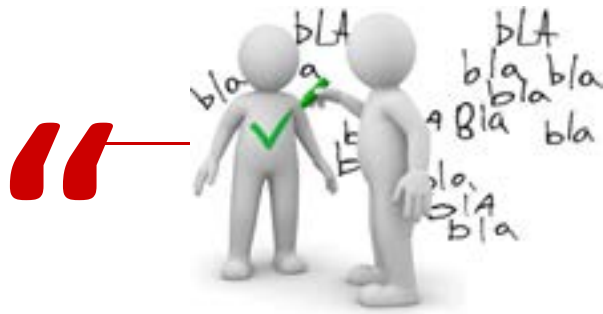
# Le strategie messe in atto sono fortemente orientate oltre che al contenimento dei costi alla ricerca di nuovi target di clientela



C12. Avete messo in atto, o prevedete di mettere in atto, delle strategie di gestione aziendale atte a sviluppare e migliorare l'attività dell'impresa?



# Cosa pensano del credito al consumo i nostri convenzionati



«L'offerta del credito al consumo migliora la reputazione del punto vendita offrendo un miglior servizio al cliente» *Settore Auto*

«Avere la possibilità di proporre al cliente l'utilizzo del finanziamento per l'acquisto dei beni contribuisce a ridurre le scorte di magazzino» *Settore Elettronica*

«La possibilità di utilizzare il finanziamento offre garanzia sull'incasso delle somme» *Settore Altri*



«Eccessiva burocrazia, richiesta e compilazione di troppi documenti, necessità di avere una figura garante»

*Settore Elettronica*

«Richiesta di troppi documenti, molte verifiche sul cliente con conseguente allungamento dei tempi di attesa per l'approvazione»

*Settore Auto*



«Troppa burocrazia: troppi documenti, procedure lunghe e complicate, domande troppo personali rivolte agli acquirenti»

*Settore Elettronica*

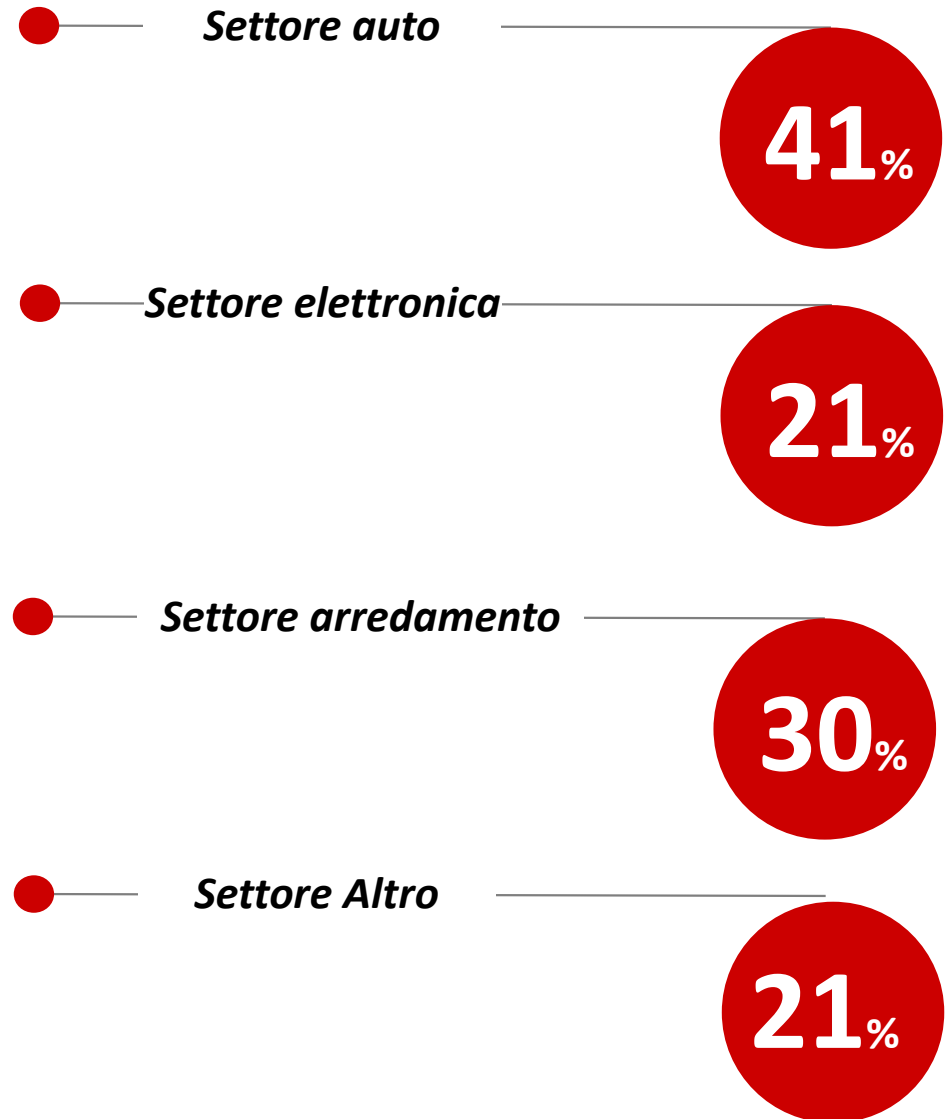
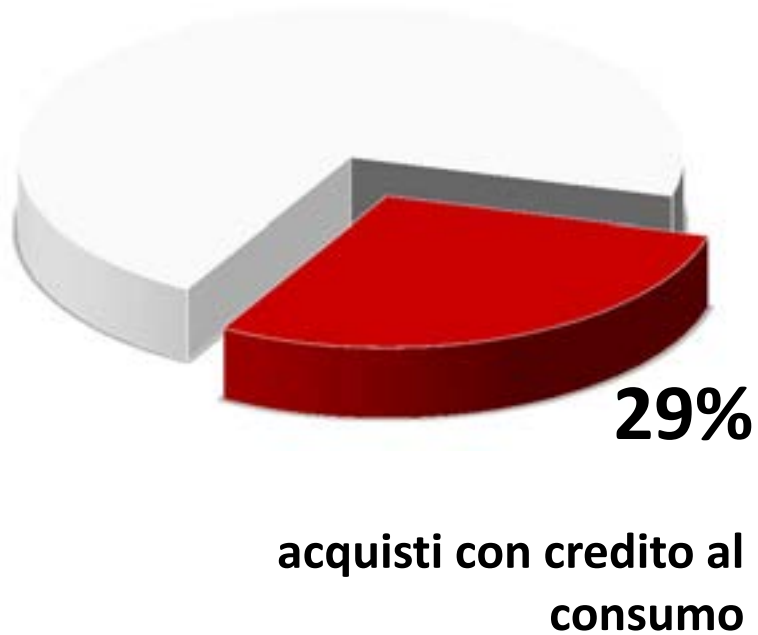


# Ricorso al credito al consumo sui dealer convenzionati



D1. Presso il Suo punto vendita, sempre facendo riferimento al 2014 qual è la % degli acquisti che è effettuata facendo ricorso al finanziamento?

**% acquisti effettuata facendo ricorso al credito al consumo**



# Alti livelli di soddisfazione



D4. In generale, quanto si ritiene soddisfatto/a del servizio di credito al consumo offerto dalle società finanziarie con cui ha delle convenzioni attive?

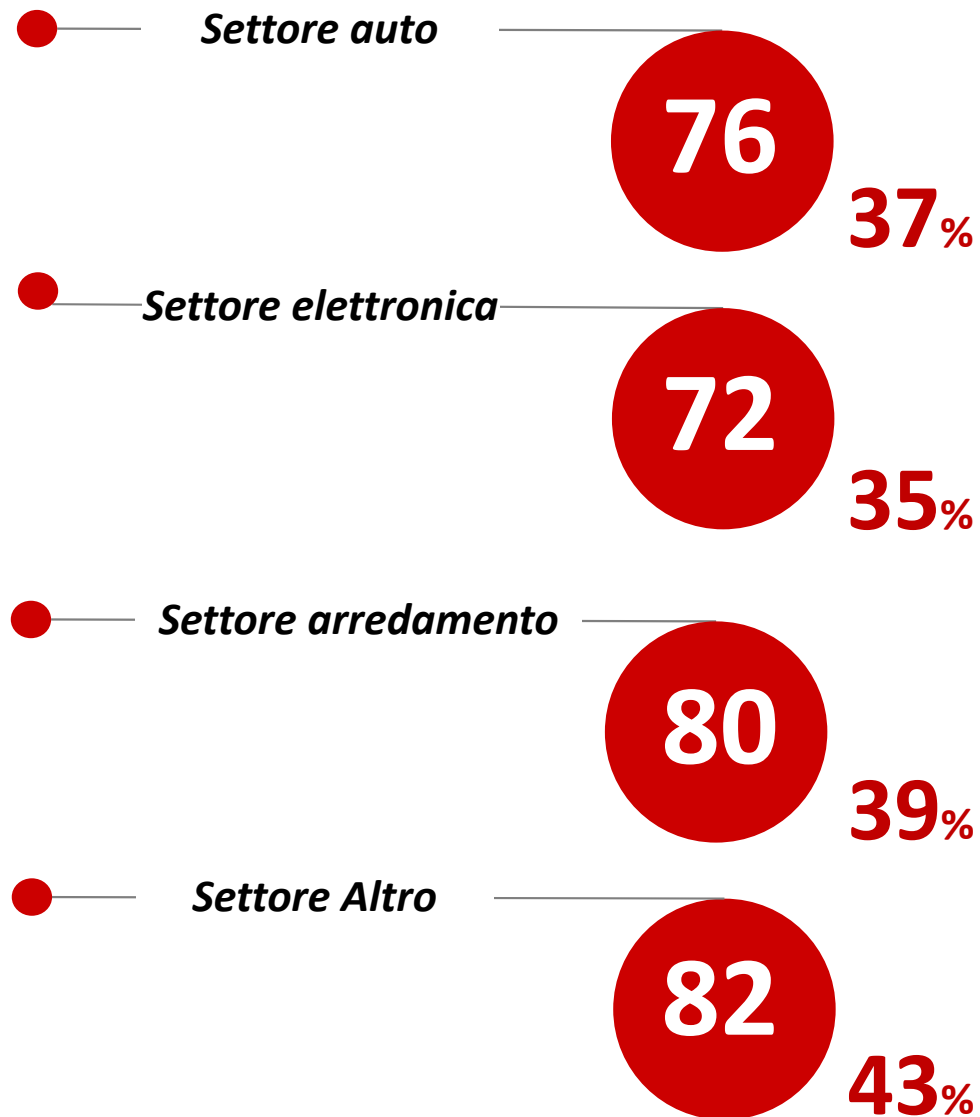
Indice 1-100 - % clienti completamente soddisfatti (voti 9-10)

## Indice di soddisfazione del servizio del credito al consumo

78

% convenzionati  
completamente  
soddisfatti

39%





D. In base alla sua esperienza, consiglierebbe ai suoi colleghi di utilizzare il servizio di finanziamento?

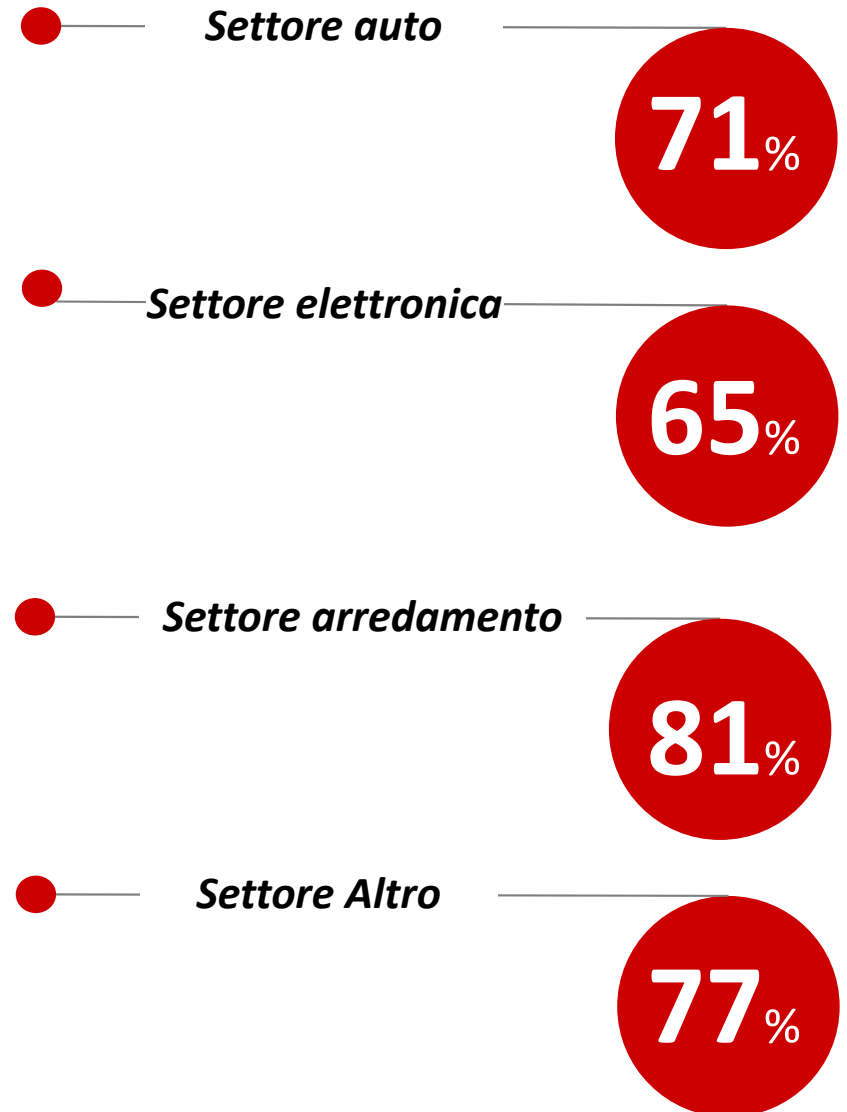
Consiglierebbe a colleghi di utilizzare il servizio di finanziamento?

% certamente No

74%

Certamente Sì

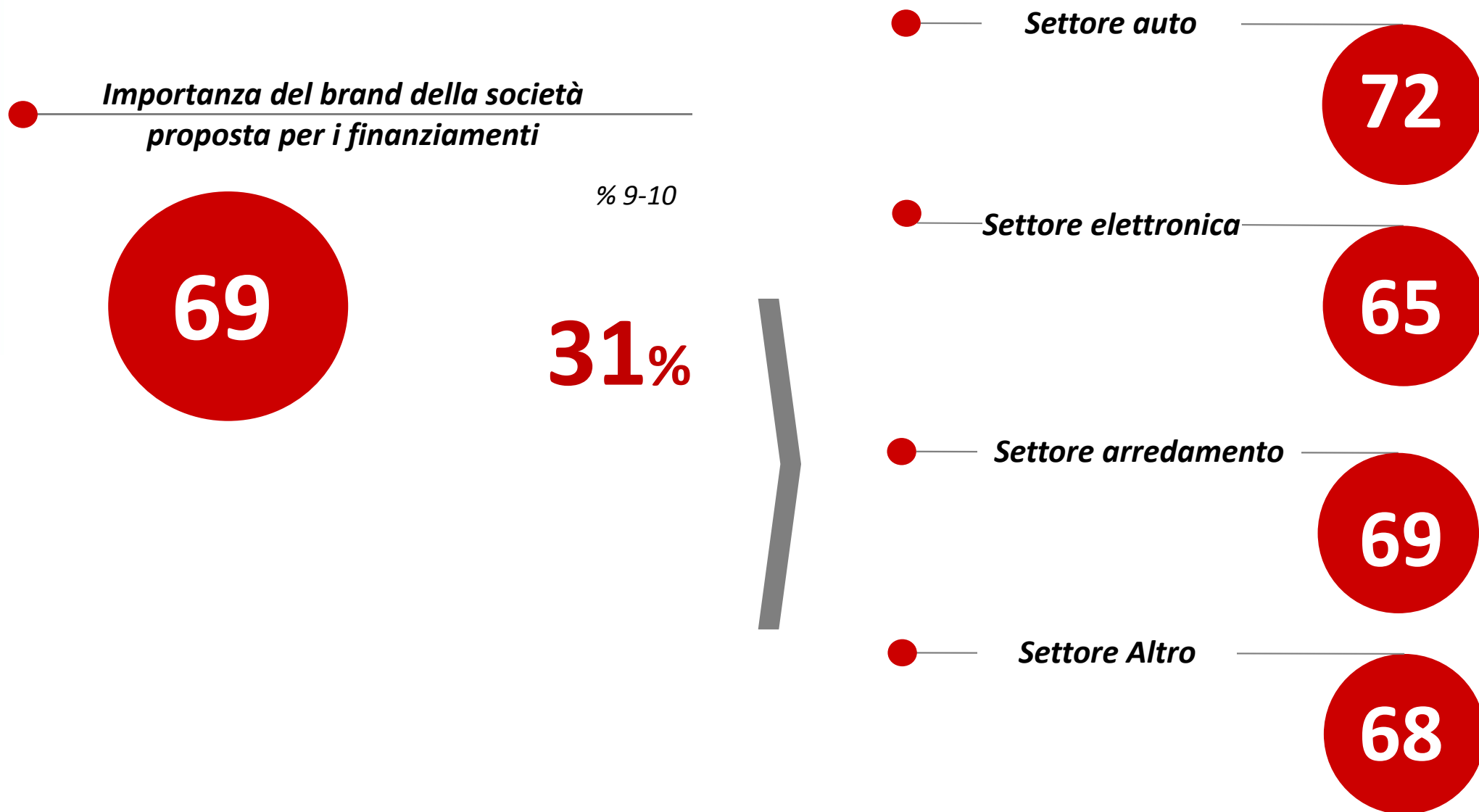
2%



# Importanza del brand da proporre



D7. Secondo lei, quanto è importante il brand della società finanziaria, in termini di immagine, nell'offerta di finanziamento?



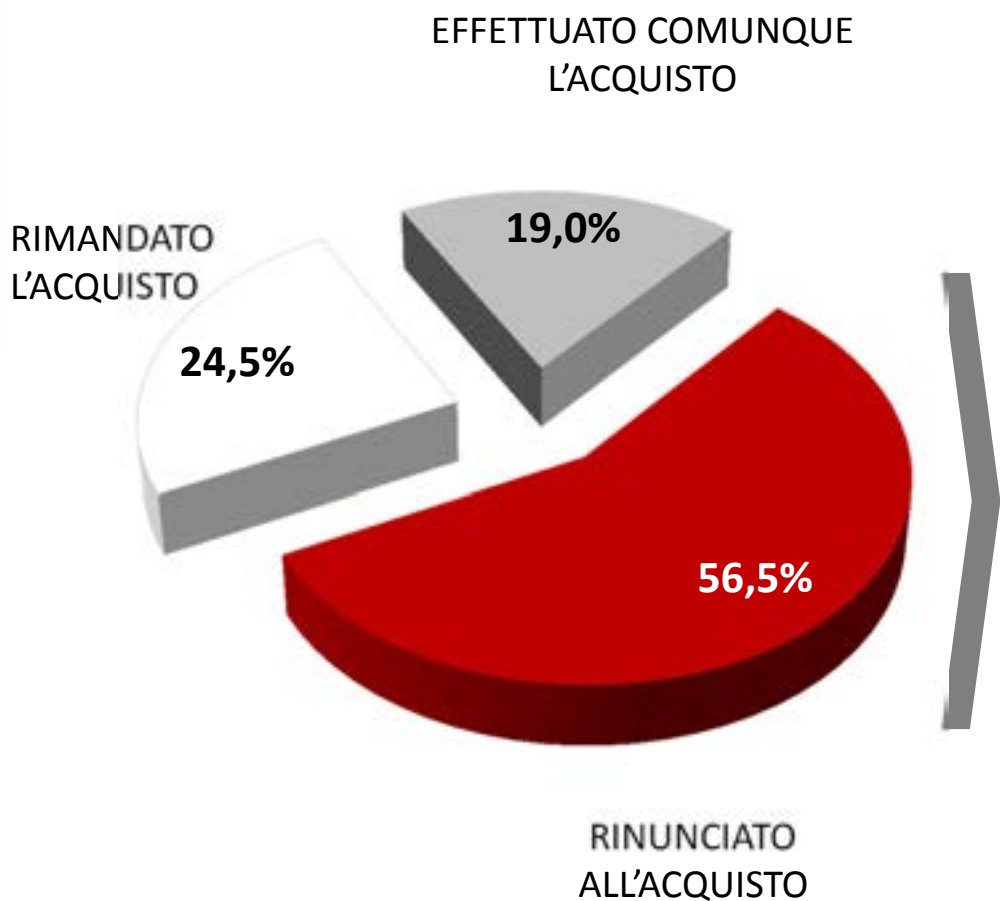




# Nel percepito dei convenzionati più della 1/2 di coloro che hanno acquistato con finanziamento, senza questo servizio non avrebbero effettuato la spesa

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?

## Totale



## Dettaglio per settore

	AUTO	ELETTRONICA	ARREDAMENTO	ALTRI SETTORI
Base	118	85	79	118
Rinunciato all'acquisto	62,7%	61,2%	46,8%	53,4%
Rimandato l'acquisto	22,0%	20,0%	39,2%	20,3%
Effettuato comunque l'acquisto	15,3%	18,8%	13,9%	26,3%

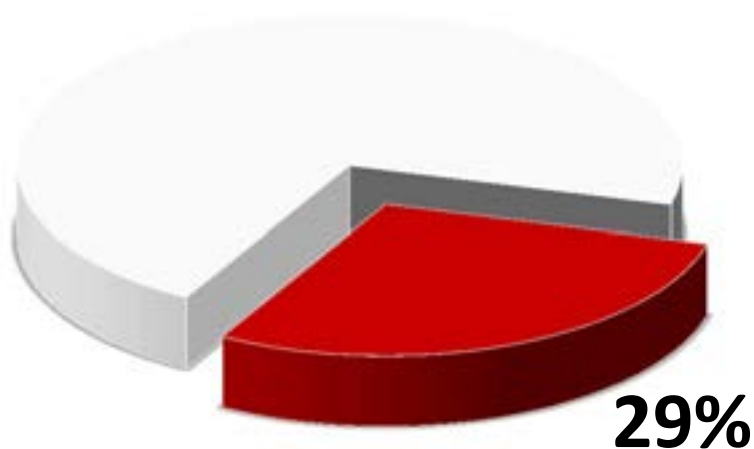
# Impatto del credito al consumo sulle vendite



D1. Presso il Suo punto vendita, sempre facendo riferimento al 2014 qual è la % degli acquisti che è effettuata facendo ricorso al finanziamento?

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?

**% acquisti effettuata facendo ricorso al credito al consumo**

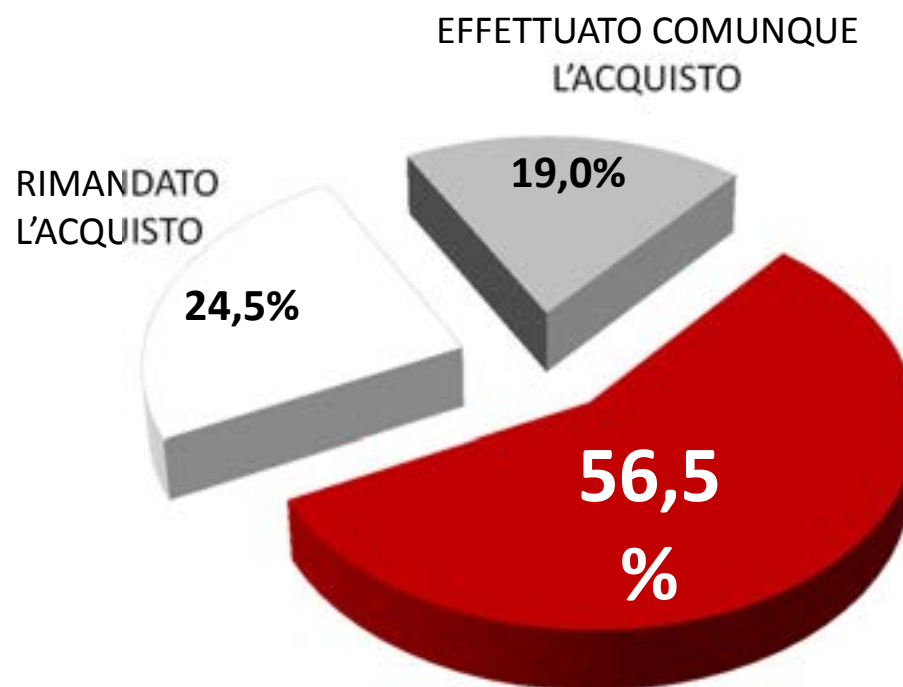


**% acquisti con credito al consumo**

**Impatto sulle vendite del servizio di credito al consumo**

**16%**

**Totale**

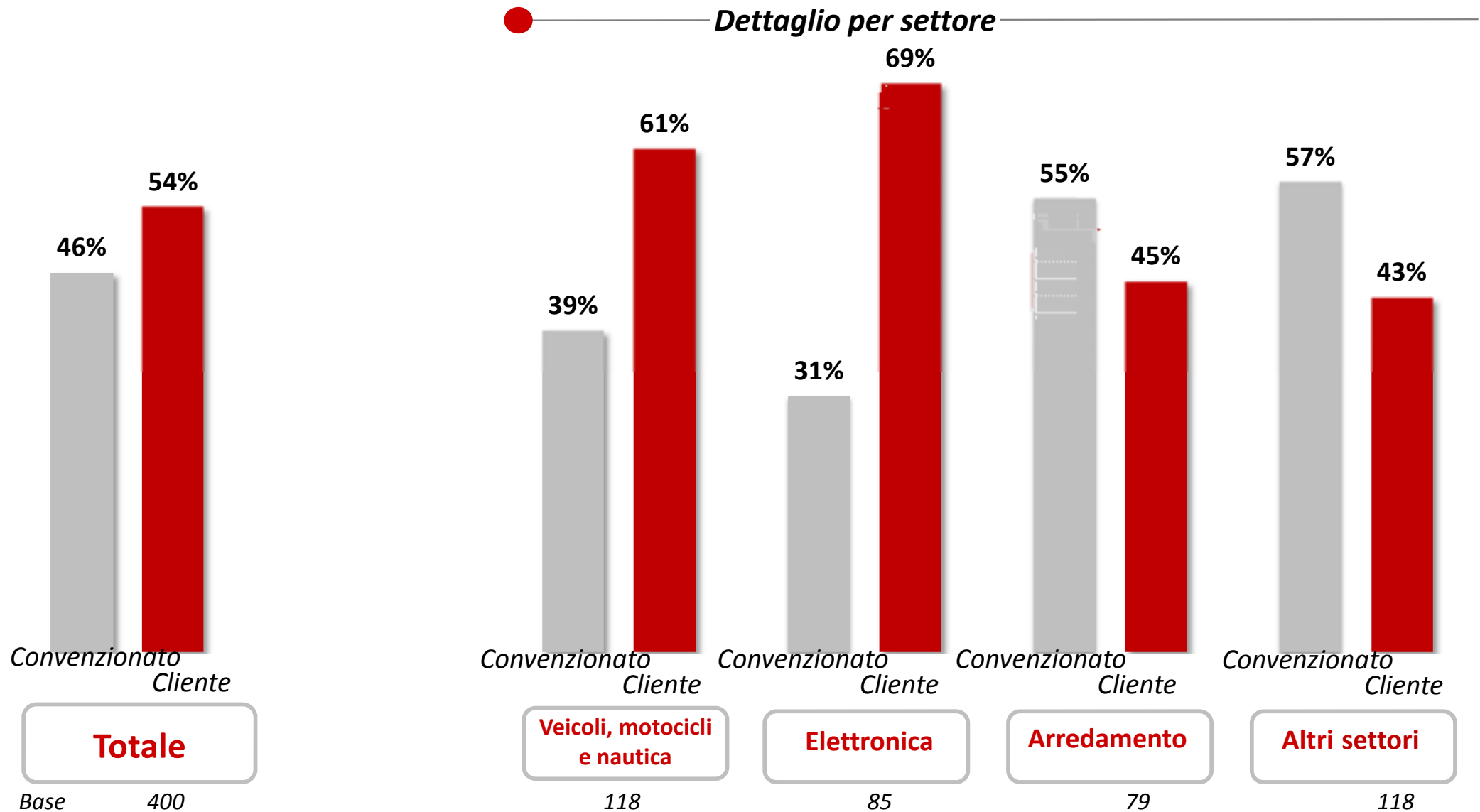


**% clienti che avrebbero rinunciato all'acquisto**

# Nel 50% dei casi è lo stesso cliente a richiedere il prestito, indice di maturità del target rispetto al servizio di credito al consumo



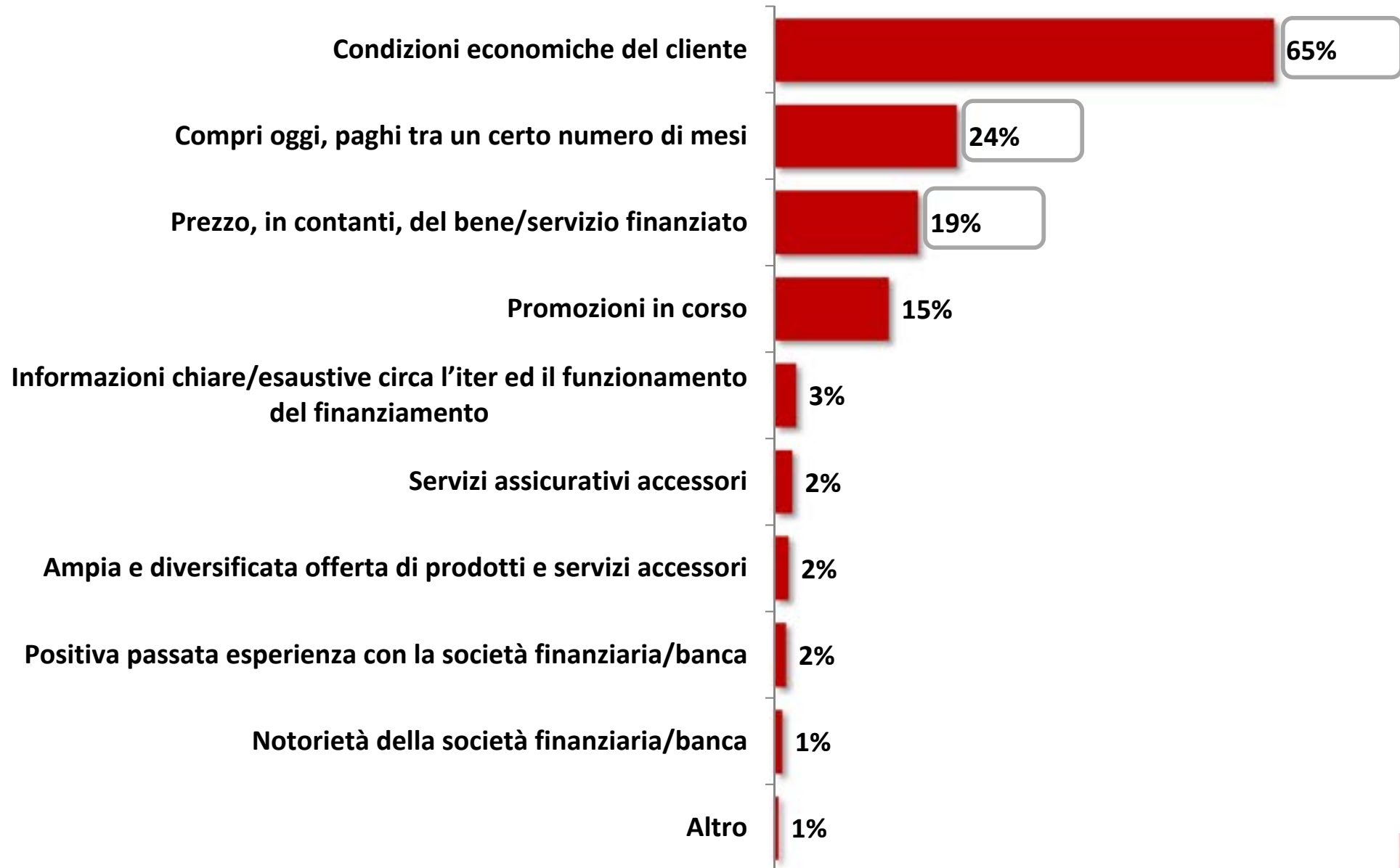
F3. Fatto 100 il totale delle volte in cui i Suoi clienti ricorrono al finanziamento, con che frequenza questo avviene su richiesta dello stesso cliente e quanto su Sua iniziativa?



# Tra i principali driver scelta di finanziamento emergono principalmente elementi riconducibili alla situazione personale del cliente



D3. Quali sono, a suo parere, gli elementi che influenzano di più i suoi clienti nella decisione di sottoscrivere un finanziamento?



# Ruolo del finanziamento nella vendita: VANTAGGI



D5. Secondo la sua esperienza, la presenza del servizio di credito al consumo presso il suo punto vendita quali VANTAGGI determina?



## Dettaglio per settore

	<b>Totale</b>	<b>Veicoli Motocicli e Nautica</b>	<b>Elettronica</b>	<b>Arredamento</b>	<b>Altri settori</b>
	<i>Base</i> 400	118	85	79	118
<b>Consentire al cliente di acquistare diluendo i pagamenti</b>	<b>55,0%</b>	55,1%	55,3%	49,4%	58,5%
<b>Offrire un servizio al cliente</b>	<b>39,8%</b>	39,8%	37,6%	29,1%	48,3%
E' un incentivo alle vendite quindi maggiori introiti per l'azienda	14,3%	14,4%	18,8%	19,0%	7,6%
Altro	3,5%	4,2%	1,2%	7,6%	1,7%
Nessuno/non indica	3,8%	3,4%	4,7%	5,1%	2,5%

# Ruolo del finanziamento nella vendita: SVANTAGGI



D6. E, invece, secondo lei, quali sono gli SVANTAGGI?

## Dettaglio per settore



### Totale

### Veicoli Motocicli e Nautica

### Elettronica

### Arredamento

### Altri settori

Base

400

118

85

79

118

Ha una procedura troppo complessa e burocratica

16,5%

14,4%

14,1%

13,9%

22,0%

Il costo del finanziamento/tassi di interesse

8,5%

9,3%

5,9%

10,1%

8,5%

È necessario dedicare molto tempo e mettere a disposizione una persona per seguire la pratica

2,8%

2,5%

3,5%

3,8%

1,7%

Altro

2,3%

1,7%

1,2%

1,3%

4,2%

Nessuno/non indica

71,0%

72,9%

76,5%

72,2%

64,4%



- ▶ **Convenzionato:** I convenzionati, o dealer, sono negozi commerciali che offrono ai propri clienti soluzioni finanziarie e pagamenti rateali per l'acquisto di beni e servizi. La possibilità di rateizzare la spesa può avvenire solo previa sottoscrizione di un accordo di convenzionamento con società finanziarie.  
In questa ricerca si distinguono: I convenzionati, ovvero negozi con una propria ragione sociale; I punti vendita, negozi che sono affiliati ad un convenzionato
- ▶ **Fatturato:** dato osservato da bilancio 2013. Dove non rilevabile (soggetti non obbligati al deposito del bilancio), il fatturato è ottenuto su stime Crif su parametri dimensionali, territoriali e di settore
- ▶ **Beni durevoli:** includono le autovetture, gli articoli di arredamento, gli elettrodomestici (fonte ISTAT)
- ▶ **Catene:** Per l'Arredamento consideriamo tutti i convenzionati che hanno liquidato almeno 400 pratiche negli anni di analisi; per l'Elettronica si considerano invece tutti i convenzionati che hanno liquidato almeno 900 pratiche negli anni di analisi
- ▶ **Nuovi entranti:** per il calcolo della % dei nuovi entranti, al denominatore si sono considerati tutti i convenzionati attivi dal 2000 fino all'anno di riferimento
- ▶ **Nazionalità:** viene considerata la nazionalità di nascita del richiedente
- ▶ **Elettrodomestici bruni:** apparecchi elettronici (televisori, impianti stereo, lettori e registratori di CD e DVD e videocamere ecc); include anche la telefonia
- ▶ **Dimensioni relative ai convenzionati:** tutti i dati relativi ai convenzionati (erogato, numero pratiche, ticket medio, offerta) sono stati attribuiti sulla base del prodotto prevalente venduto del convenzionati
- ▶ **Settore Altro:** appartengono a questa categoria i convenzionati del settore viaggi e tempo libero/wellness/salute e spese finanziarie
- ▶ La distanza viene calcolata dalla residenza del cliente al punto vendita dove ha effettuato il finanziamento utilizzando una metrica di grafo stradale (aggiornamento giugno 2014).

Il totale dei Prestiti Finalizzati (fonte CRIF) utilizzato ai fini dell'analisi, rappresenta oltre il 95% del totale monitorato dall'osservatorio Assofin

## Note metodologiche (2/2)



- Intervista CATI, campione composto da 400 convenzionati COMPASS così distribuiti:

	Totale	Auto	Elettronica	Arredamento	Altro
Base	400	118	85	79	118
Nord Ovest	21,0%	20,3%	16,5%	16,5%	28,0%
Nord Est	23,5%	25,4%	23,5%	17,7%	25,4%
Centro	24,5%	21,2%	28,2%	26,6%	23,7%
Sud	31,0%	33,1%	31,8%	39,2%	22,9%
Titolare/Amministratore	63,7%	61,0%	69,4%	64,6%	61,9%
Responsabile del negozio	11,8%	11,9%	15,3%	10,1%	10,2%
Area finanziamenti	24,5%	27,1%	15,3%	25,3%	28,0%
Uomo	60,0%	63,6%	62,4%	63,3%	52,5%
Donna	40,0%	36,4%	37,6%	36,7%	47,5%
Età media	44	44	43	45	44