



**COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

## CASA E ARREDAMENTO

Osservatorio  
COMPASS

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

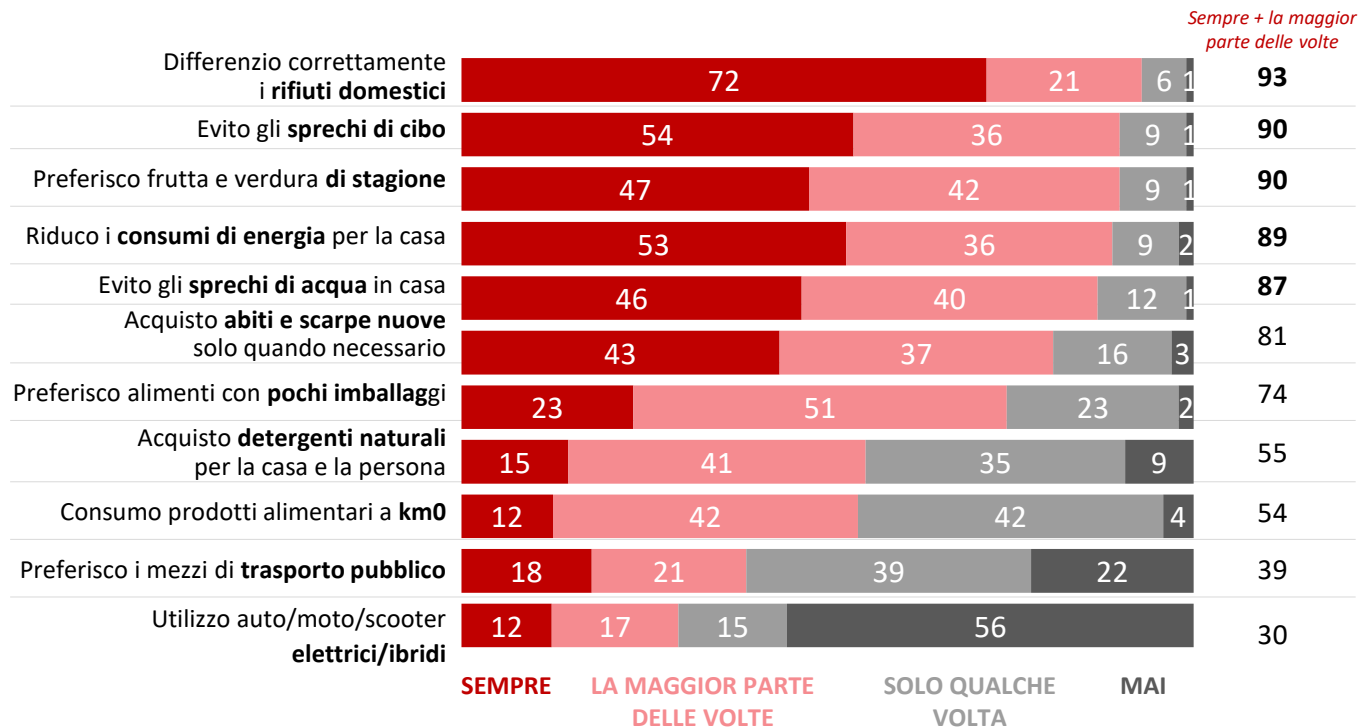
Aprile 2023

**1.**

**La propensione green  
degli italiani**

# I comportamenti sostenibili degli italiani tra le mura domestiche e mobilità

Quanto frequentemente mette in pratica nella sua vita ciascuna delle seguenti abitudini?

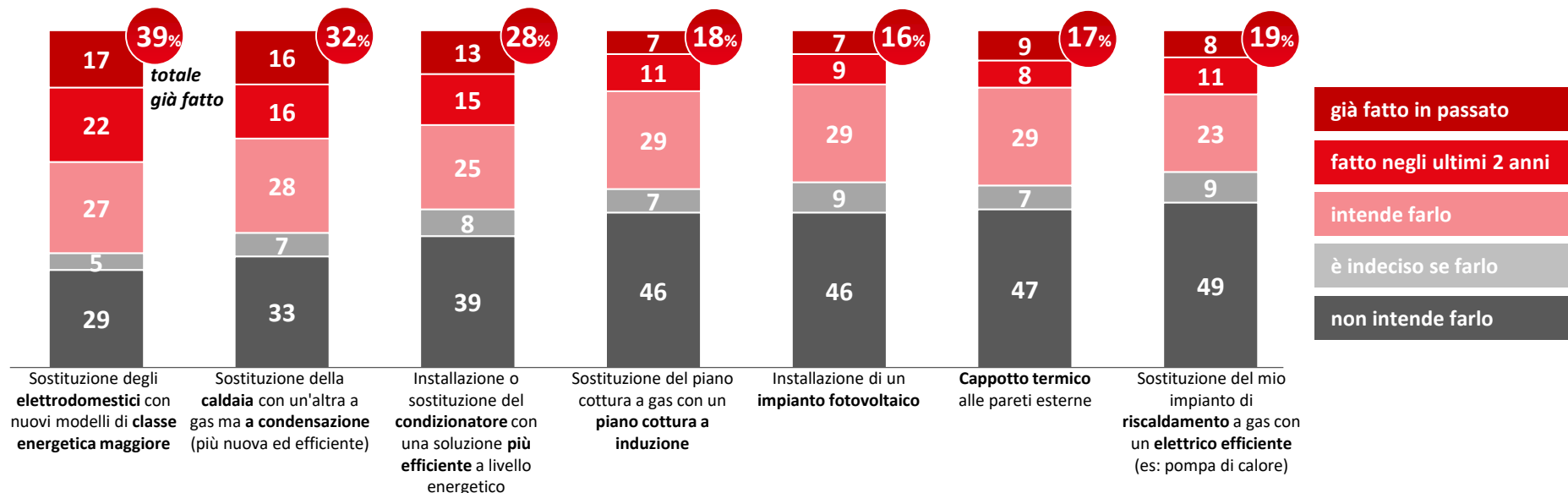


Osservatorio  
COMPASS

La raccolta differenziata è ormai un'abitudine consolidata (il 93% la fa sempre o quasi) così come l'attenzione al cibo, mentre l'uso di mezzi pubblici è ancora poco diffuso (61% qualche volta o mai) così come l'utilizzo di veicoli elettrici (56% mai).

# Efficientamento energetico della casa: una quota significativa è pronta a farlo

Pensando alla sua abitazione, quale/quali dei seguenti interventi ha fatto nel passato o di recente o sta pianificando di fare nel prossimo futuro?



Osservatorio  
COMPASS

In media, **circa 1 italiano su 4 è intenzionato ad efficientare la propria abitazione**. Sulle soluzioni già adottate, sono maggiormente consolidati la sostituzione di elettrodomestici (39%), caldaia a gas (32%) e condizionatori (28%). Fotovoltaico, cappotto e pompa di calore sono gli interventi che richiedono maggior impegno, non solo economico: poco meno di 1 su 2 non prevede di fare efficientamento.

# La propensione economica verso l'acquisto di arredi ecosostenibili

Nella sua esperienza quanto i clienti sono disposti a spendere di più per l'acquisto di mobili ecosostenibili?



52%

*I dealer che confermano la propensione dei propri clienti a pagare un sovrapprezzo per l'acquisto di arredi ecosostenibili*



*«...la parola dei convenzionati...»*

Osservatorio  
COMPASS

Oltre la metà dei dealer intervistati stima che i propri clienti siano disposti a spendere una cifra maggiore per un mobili ecosostenibile rispetto alla stessa categoria di prodotto. Il 30% dei convenzionati stima che il differenziale di prezzo sia entro il 10%.

**2.**

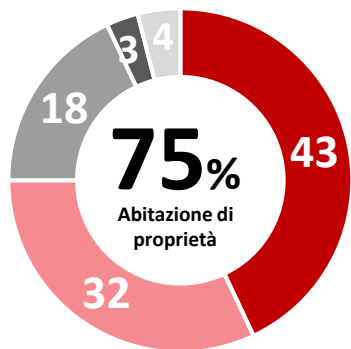
**Il “sistema casa”  
per gli italiani**

# La maggior parte vive in una casa di proprietà

Parliamo di Casa. Lei vive in un'abitazione.... Come considera la sua abitazione in cui vive?

## VIVONO IN UN'ABITAZIONE...

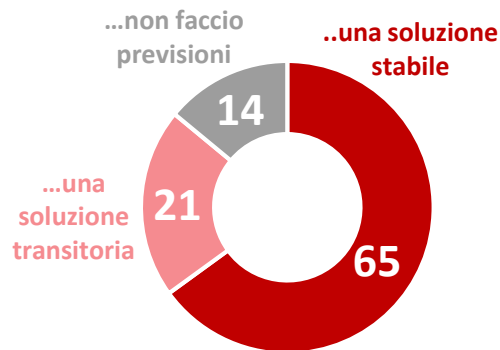
di proprietà in condominio
di proprietà abitazione indipendente
in affitto in condominio
in affitto abitazione indipendente
usufrutto gratuito



Dettaglio **abitazione di proprietà** **83%** Over 55 anni

Dettaglio **abitazione in affitto** **32%** 18-34 anni

## LA SOLUZIONE ATTUALE E'...



Dettaglio **vivono con i genitori** **56%** 18-34 anni

Osservatorio  
COMPASS

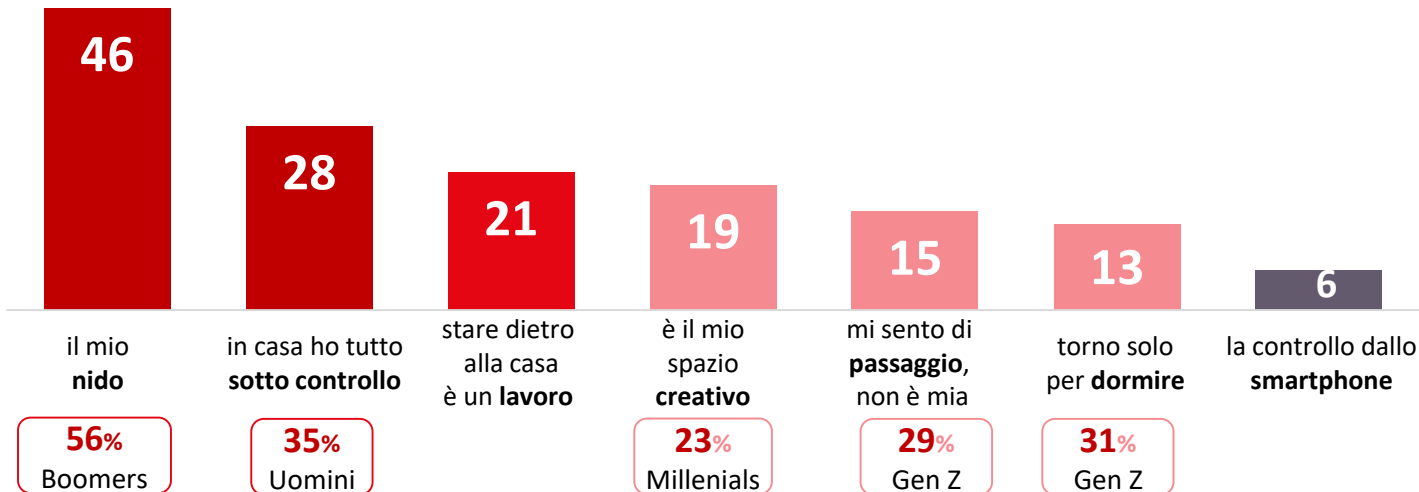
La casa in Italia è perlopiù di proprietà, il **75% vive in una abitazione propria**. I **senior** sono la condizione elettiva per essere intestatari dell'immobile in cui si vive, al contrario dei giovani che vivono in affitto e in case non proprie. Casa di proprietà vuol dire, in gran parte, **soluzione stabile** su cui investire sul lungo termine (65%).

# La casa è stabilità e calore, ma anche impegno e fatica

Attualmente come considera l'abitazione in cui vive?

Quale o quali delle seguenti affermazioni descrive meglio il rapporto con la sua casa? (massimo due risposte)

LA CASA IN CUI VIVONO È PERCEPITA COME...



Osservatorio  
COMPASS

A livello simbolico è il **rifugio** per eccellenza, per quasi la metà infatti è identificata con il nido (46%), ma è anche **impegno** (28% ho tutto sotto controllo) e **fatica** (21% stare dietro alla casa è un lavoro).



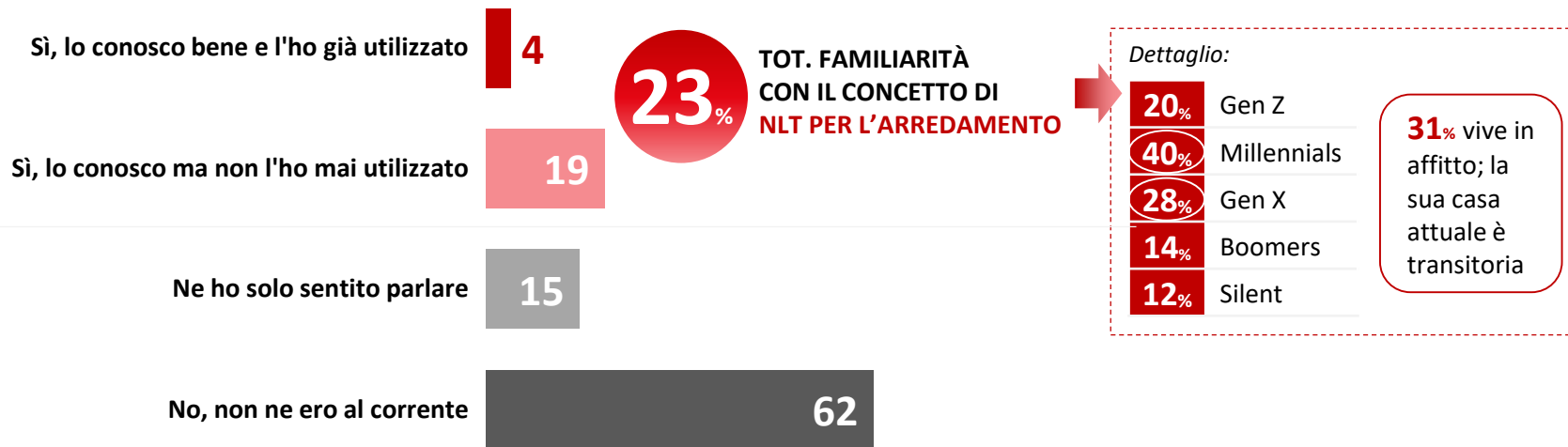
**3.**

**Focus:**

**Il noleggio a lungo termine  
per l'arredamento**

# Noleggio a lungo termine per l'arredamento: conosciuto dal 23% degli italiani

Aveva mai sentito parlare prima d'ora del Noleggio a Lungo Termine di componenti d'arredamento per la Casa (es: mobili, divani, ecc.)?

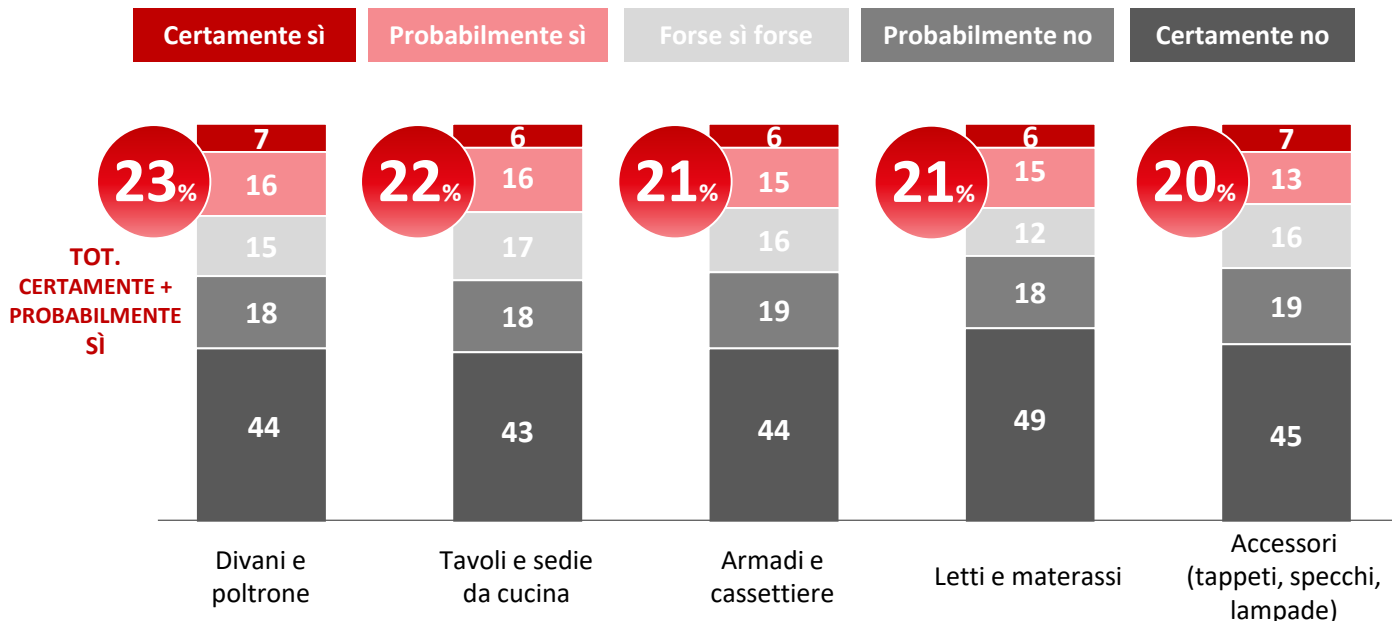


Osservatorio  
COMPASS

Un'opportunità, quella del Noleggio a Lungo Termine per le componenti d'arredo, meno conosciuta di altre. **Vi familiarizzano in particolare i Millennials (40%)** e chi vive in affitto o comunque si sente in una **soluzione di passaggio, transitoria (31%)**.

# NLT per l'arredamento: il 20% lo adotterebbe per mobili e complementi

Per quelle che sono le sue esigenze, se oggi dovesse intervenire sulla sua casa per cambiarne l'arredamento (es mobili, divani, letto, ecc.), con quale probabilità prenderebbe in considerazione la formula del noleggio a lungo termine per...



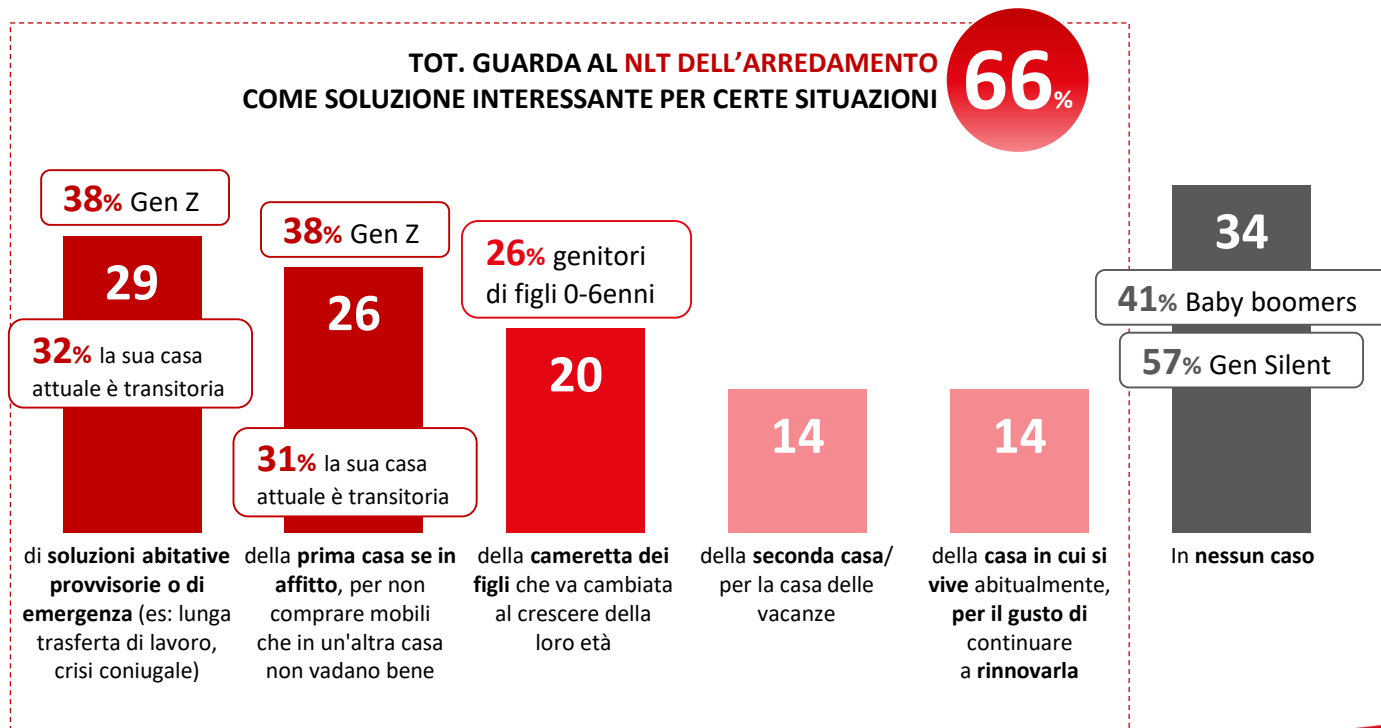
La quota di **chi pensa che potrebbe ricorrervi è intorno al 20%**, trasversale alle diverse soluzioni di arredo (imbottiti, tavoli, ecc).

Osservatorio  
COMPASS

L'interesse più forte per il NLT nel settore arredamento, indipendentemente dal tipo di mobile/accessorio, si registra **tra gli uomini, i Millenials, chi ha figli tra 0 e 6 anni e chi vive in affitto**

# Per 2 su 3 il NLT per l'arredo è d'aiuto in situazioni specifiche

E in quali occasioni pensa che il Noleggio a Lungo Termine potrebbe essere una soluzione interessante quando si tratta di arredare la casa? (possibili più risposte)

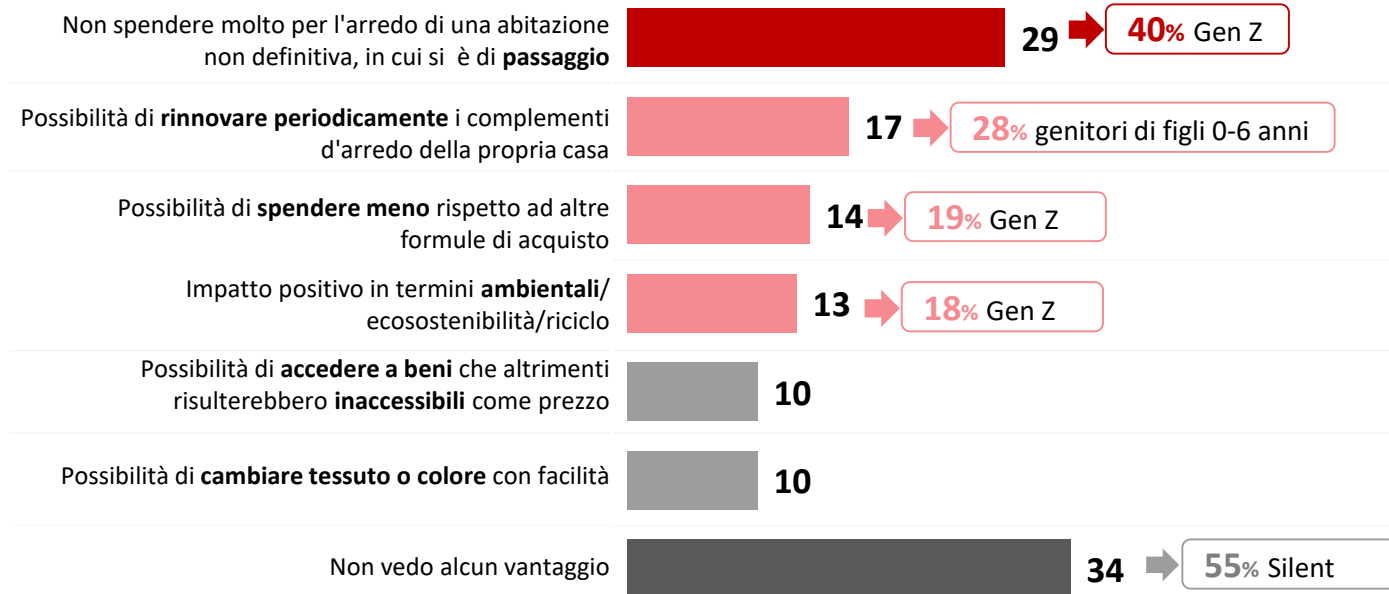


Osservatorio  
COMPASS

Soluzione interessante per sistemazioni provvisorie, emergenziali (29%) o di affitto (26%), soprattutto per i più giovani. Per 1 neo-genitore su 4 utile per la cameretta dei bambini. Scettico il 34% con picchi tra i senior, già arrivati e portatori di un'altra idea dell'abitare.

# NLT, perché sì: per contenere le spese in situazioni transitorie

Quali sono a suo parere i vantaggi principali del NLT per l'arredo della casa? (possibili 2 risposte)

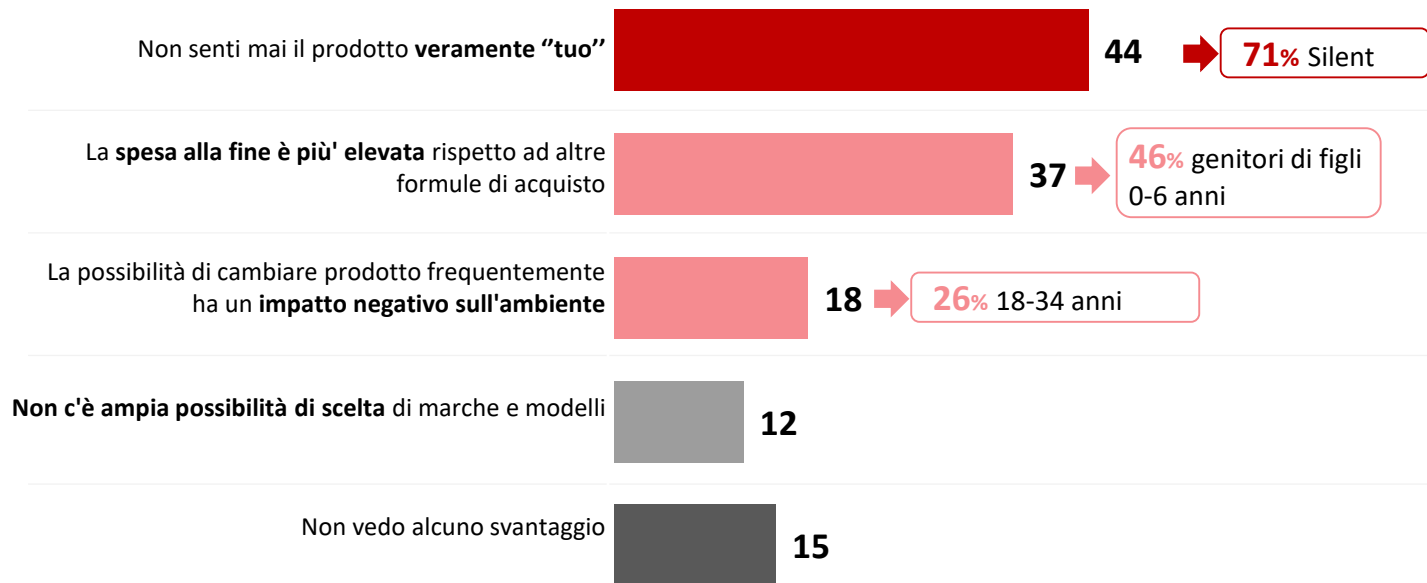


Osservatorio  
COMPASS

Se non si vuole investire economicamente in una soluzione abitativa transitoria il NLT è la soluzione ideale, sostenuta soprattutto dai più giovani. La percentuale più alta, tuttavia, è di chi non vede alcun vantaggio in questa modalità di acquisto, ancora poco familiare.

# NLT, perché no: non ci si sente mai davvero proprietari

E quali svantaggi vede nel NLT sempre nell'ambito dell'arredo della casa? (possibili 2 risposte)



Osservatorio  
COMPASS

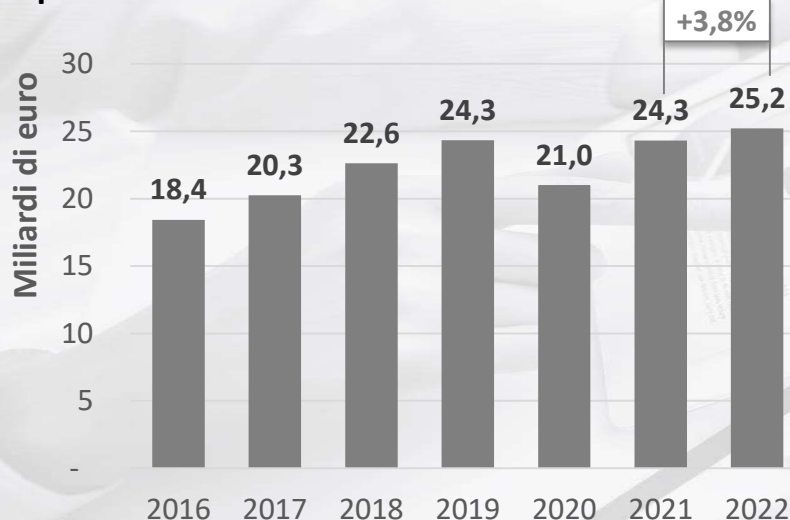
Manca la sensazione di vicinanza, soprattutto se si proviene da una tradizione totalmente differente come quella dei senior (71%). Non trascurabile anche il timore che alla fine si spenda di più rispetto alle altre forme di acquisto (37%). I giovani temono l'impatto negativo sull'ambiente (26%).

**4.**

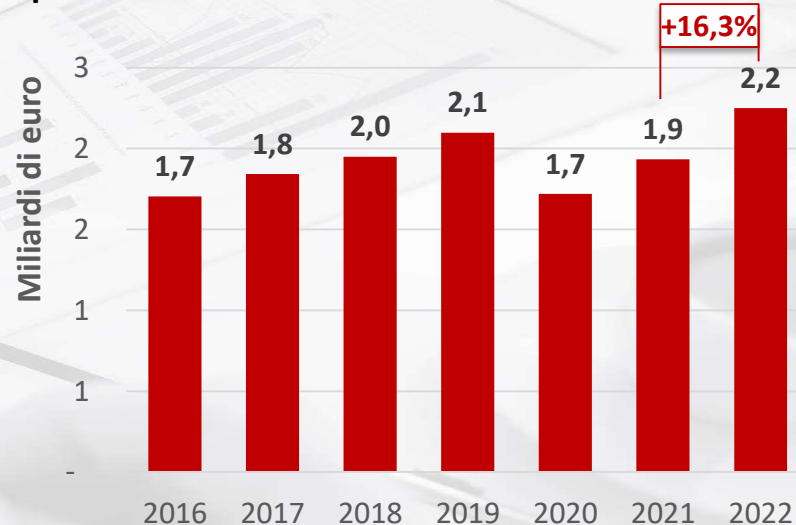
**Il mercato del credito  
nel settore arredamento**

# Andamento dei volumi finanziati tramite convenzionati

Mercato credito al consumo:  
prestiti finalizzati tramite convenzionati



Mercato credito al consumo:  
prestiti finalizzati nel settore arredamento

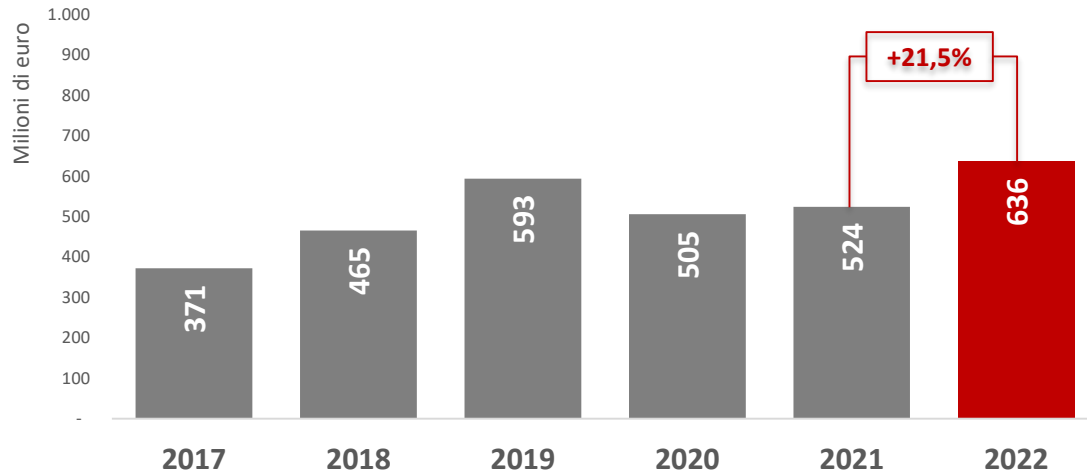


Osservatorio  
COMPASS

Le erogazioni di credito al consumo tramite convenzioni nel 2022 ha superato i 25 miliardi di euro, in crescita dell'3,8% rispetto all'anno precedente. **Il settore dell'arredamento, che rappresenta circa il 9% del totale erogato, rileva una maggiore vivacità, con un +16,3% rispetto al 2021.**



## Andamento annuale erogato



**Numero operazioni finanziate**

**289mila**

**+11,9% vs 2021**

**Ticket medio**

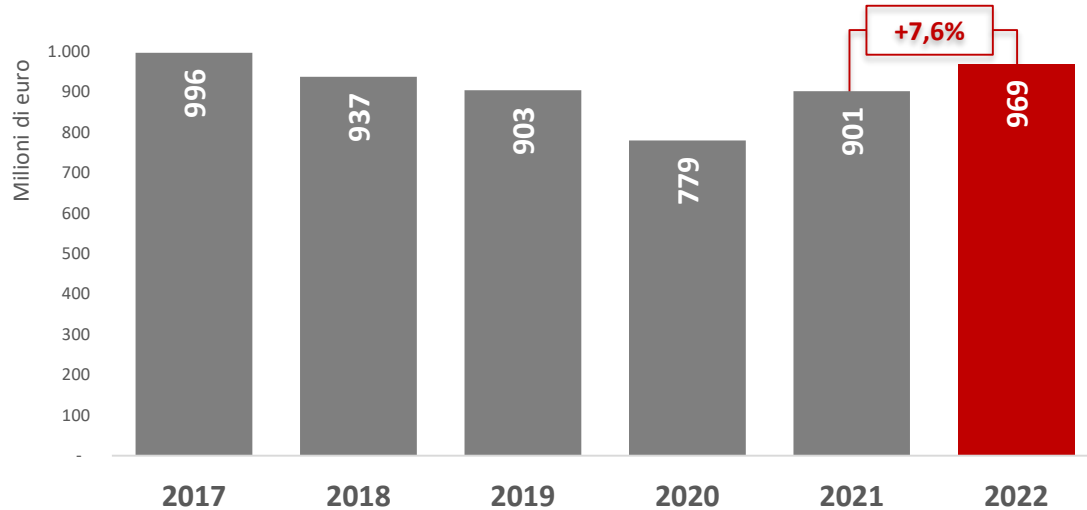
**2.200€**

**+8,6% vs 2021**

**ARREDAMENTO  
GRANDI CATENE**

## ARREDAMENTO ALTRI DISTRIBUTORI

### Andamento annuale erogato



**Numero operazioni finanziate**

**270mila**

+0,6% vs 2021

**Ticket medio**

**3.590€**

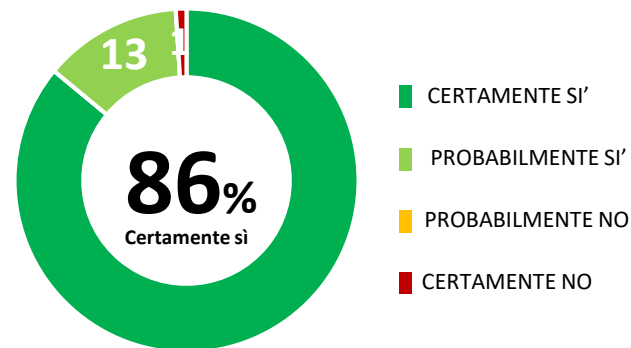
+7,0% vs 2021

# Il valore del credito al consumo a sostegno delle vendite del settore

*Se non fosse stato disponibile il credito al consumo, che cosa avrebbero fatto i clienti finanziati...*



*In base alla sua esperienza, consiglierebbe ai suoi colleghi di proporre il servizio di finanziamento per la sua attività?*



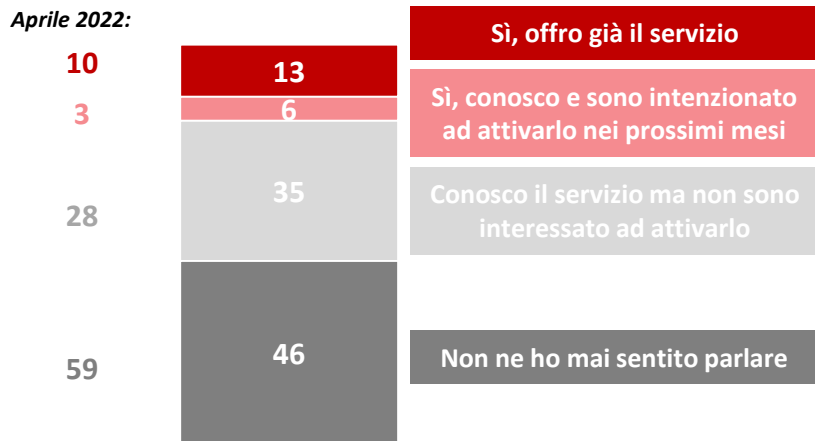
*«...la parola dei convenzionati...»*

Osservatorio  
COMPASS

Il credito al consumo sostiene le vendite: secondo i dealer intervistati nel settore dell'arredamento, **se il cliente non avesse avuto la possibilità di finanziare l'acquisto nel 69% si sarebbe rinunciato del tutto o rimandato nel tempo. Si aggiunge un ulteriore 16% in cui l'acquisto sarebbe stato a minor valore economico.**

# La conoscenza e l'utilizzo del BNPL nel settore dell'arredamento

Lei ha mai sentito parlare del servizio di BNPL?



«...la parola dei convenzionati...»

Osservatorio  
COMPASS

Cresce la conoscenza e l'attivazione del servizio di Buy Now Pay Later anche nel settore dell'arredamento, che arriva a registrare un 13% degli intervistati che dichiara di offrire già il servizio, cui si aggiunge un altro 6% che ha intenzione di attivarlo nei prossimi mesi. Tra chi attualmente offre il BNPL, nel processo di acquisto si rileva una maggior propensione del servizio da parte del dealer.

**5.**

**Appendice:  
nota metodologica**

# Nota metodologica

## INTERVISTE CONSUMATORI FINALI - DISEGNO DI INDAGINE E CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE

Indagine Cawi (*Computer Aided Web Interview*) svolta da SWG per Compass a **Febbraio 2023** su **1.006 soggetti maggiorenni**, attraverso un campione stratificato per quote di genere, fascia d'età e area geografica di residenza.

I metodi utilizzati per l'individuazione delle unità finali sono di tipo casuale, come per i campioni probabilistici. I dati sono stati ponderati per genere, età, area di residenza e livello scolare secondo i più recenti dati forniti da ISTAT al fine di garantirne la rappresentatività rispetto alla popolazione di riferimento. Questa numerosità campionaria consente di **contenere l'errore statistico assoluto sotto la soglia del 3,1%** (a un intervallo di confidenza del 95%).

Tra le **caratteristiche richieste ai rispondenti**, alcune proprietà rilevanti sono state ricodificate per rendere più chiara ed efficace la presentazione dei risultati:

GENERAZIONI	Classi d'età
Generazione Z	da 18 a 25 anni
Millennials	da 25 a 39 anni
Generazione X	da 40 a 55 anni
Baby Boomer	da 56 a 74 anni
Generazione Silent	più di 74 anni

AUTOPERCEZIONE ECONOMICA	Arriva a fine mese...
Ceti medio-alti	senza difficoltà
Ceti medio-bassi	con qualche difficoltà
Ceti fragili	con molte difficoltà

# Nota metodologica

## INTERVISTE DEALER CONVENZIONATI - DISEGNO DI INDAGINE E CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE

Indagine Cati (*Computer Aided Telephone Interview*) svolta da Teleperformance KS Italia per Compass a **Febbraio 2023 a 400 dealer convenzionati.**

TIPOLOGIA ATTIVITA'	
Auto/moto	30%
Elettronica	25%
Arredamento/	25%
Altri settori	20%

ORGANIZZAZIONE TERRITORIALE	
Nord ovest	25%
Nord est	25%
Centro	25%
Sud	25%

QUALIFICA PROFESSIONALE	
Titolare/amministratore/socio	60%
Responsabile del negozio	25%
Si occupa dell'area finanziamenti	15%

FASCE DI ETA'	
<35 anni	14%
35-44 anni	24%
45-54 anni	32%
55-64 anni	25%
Over 65 anni	5%





**COMPASS**  
GRUPPO MEdIOBANCA

