



**COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

Maggio 2022

## Speciale Casa e Arredamento

Osservatorio  
COMPASS

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

# L'Osservatorio Compass in cifre: speciale Casa

**Gli italiani che sono soddisfatti della casa in cui vivono**

**80%**

**E' il primo canale informativo per i giovani 18-30 quando si tratta di acquistare arredamento**

**Social Network**

**Gli italiani che stanno pianificando lavori di efficientamento energetico della propria abitazione**

**39%**

**Gli italiani che possiedono uno smart speaker in casa**

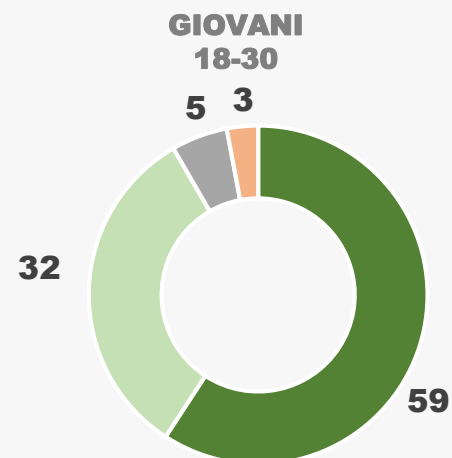
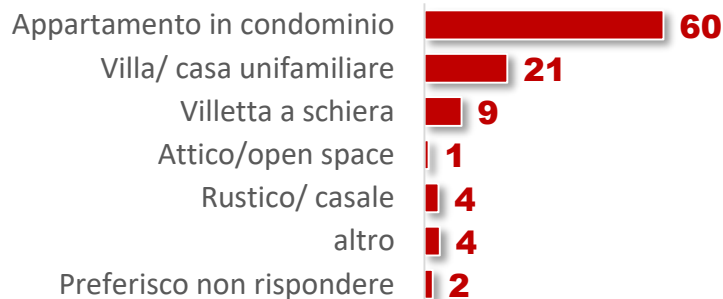
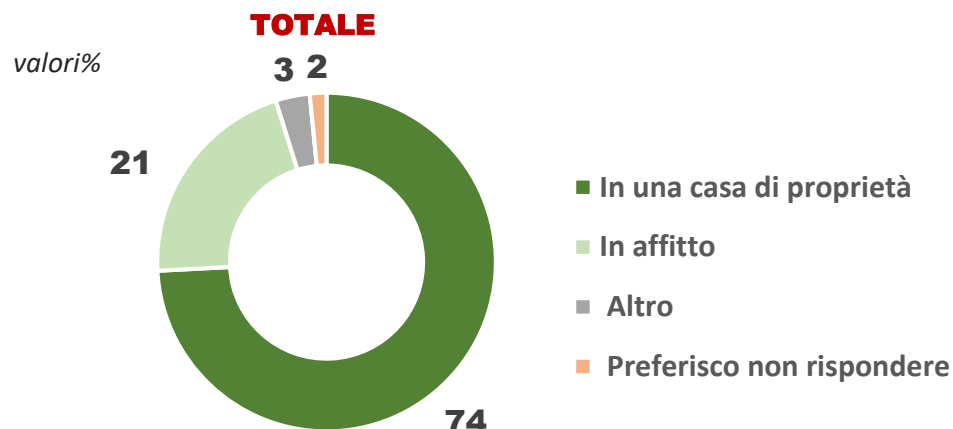
**29%**

**8%  
nel 2019**

# Gli italiani e la casa

# Tipologia di abitazione

## La tua abitazione è...



Osservatorio  
COMPASS

Come noto gli italiani sono un popolo di possessori di casa (il 74% vive in una casa di proprietà), questo vale altresì per i giovani, anche se in quota minore (59%).

Principalmente gli italiani vivono in un appartamento in contesto condominiale (60%), seguito dalle case/ville unifamiliari (21%) e dalle villette a schiera (9%).

# Gli italiani e la casa

**94%**

**% italiani che considerano importante la propria casa\***

**80%**

**% italiani soddisfatti della casa in cui vivono\***

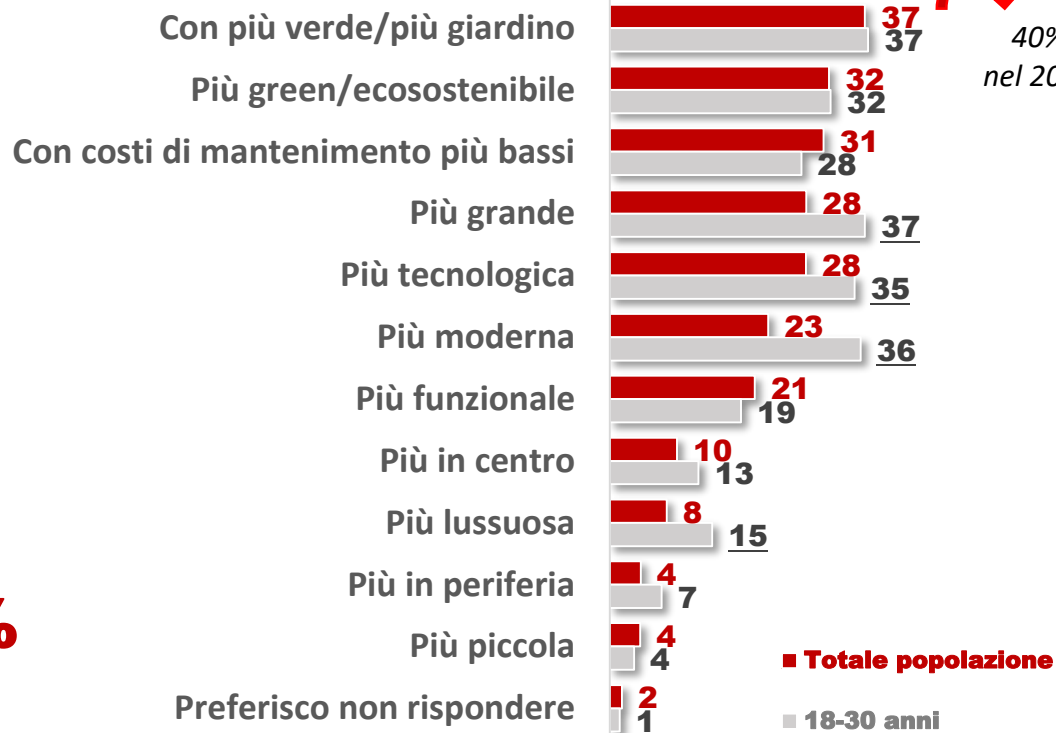
**GIOVANI  
18-30**

**75%**

\*Moltissimo+Molto

## Potendo scegliere, vorresti avere una casa...

valori%

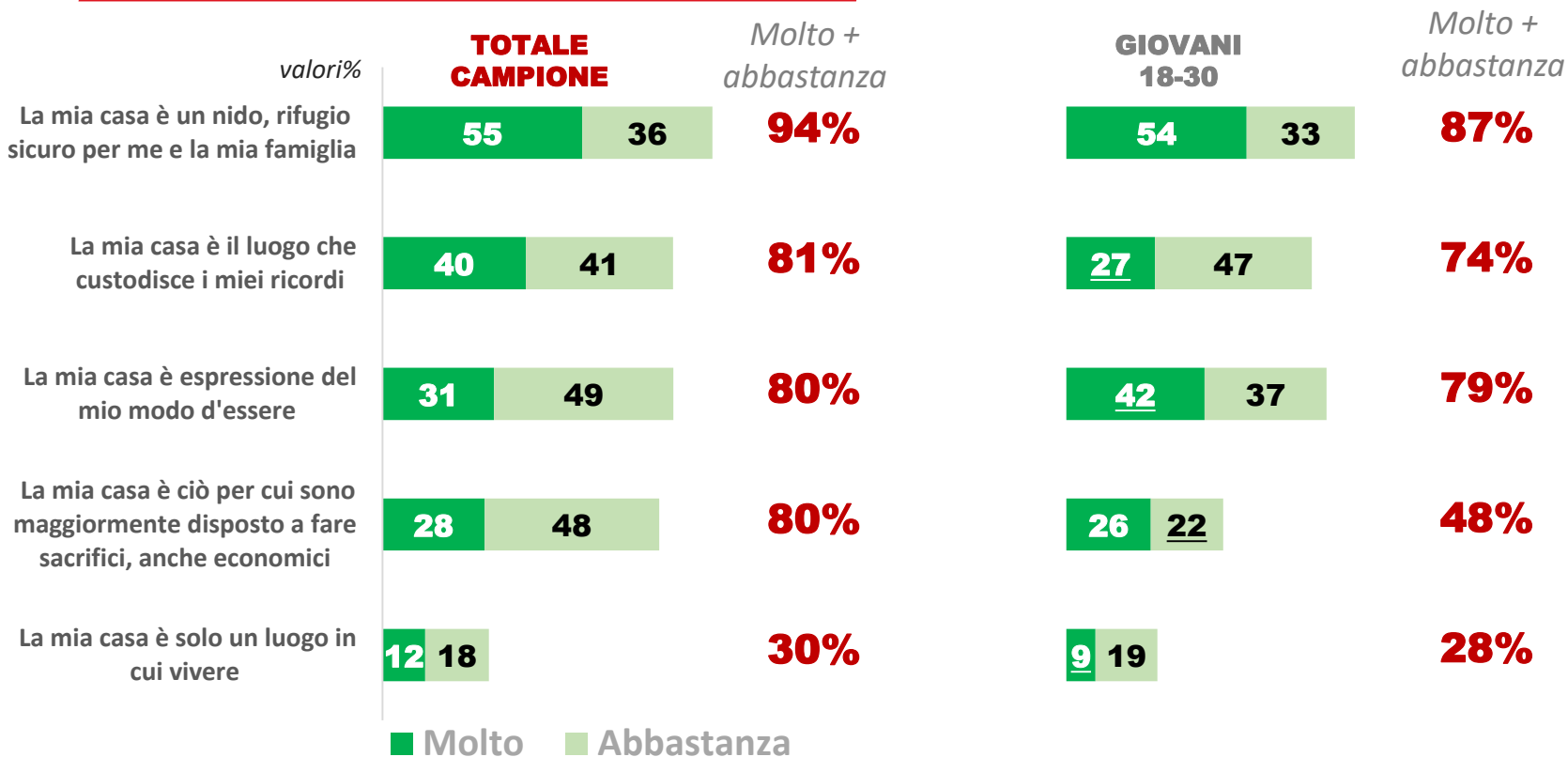


Osservatorio  
COMPASS

Il 37% degli italiani sogna una casa con più verde/più giardino, mentre 1 su 3 più green/ecostenibile e con costi di mantenimento più bassi. Per i giovani la casa ideale, oltre ad avere più verde, essere di dimensioni maggiori, ma anche moderna e tecnologica.

# La casa nell'immaginario degli italiani

## Cos'è per te la tua casa?

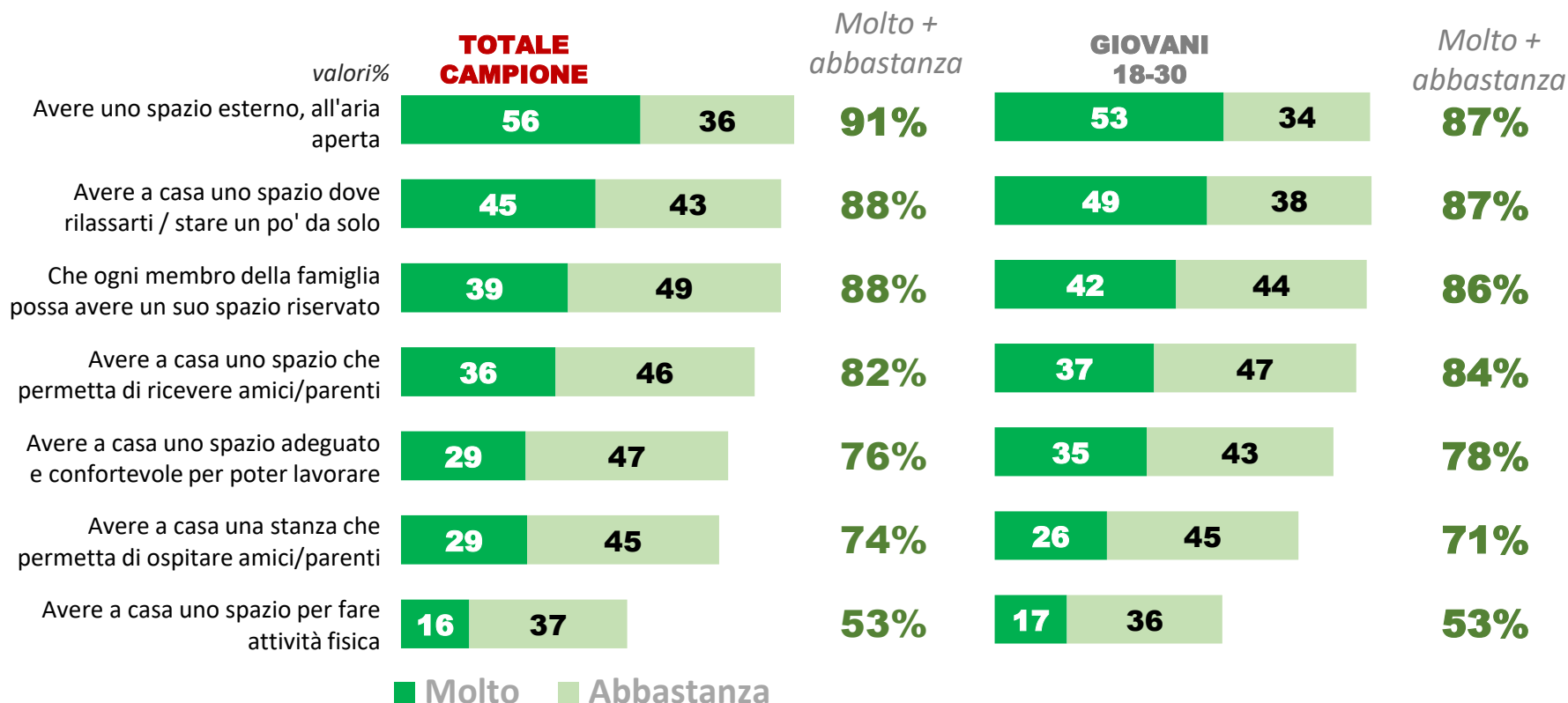


Osservatorio  
COMPASS

Per gli italiani la casa è il luogo dove rifugiarsi dal mondo esterno, un luogo che custodisce i ricordi, ed espressione della propria personalità da curare e per il quale fare sacrifici, anche economici. I giovani, che spesso non sono ancora nel nido definitivo, sono meno affettivi e più aspirazionali.

# L'importanza degli spazi in una casa

## Quanto è importante per te...

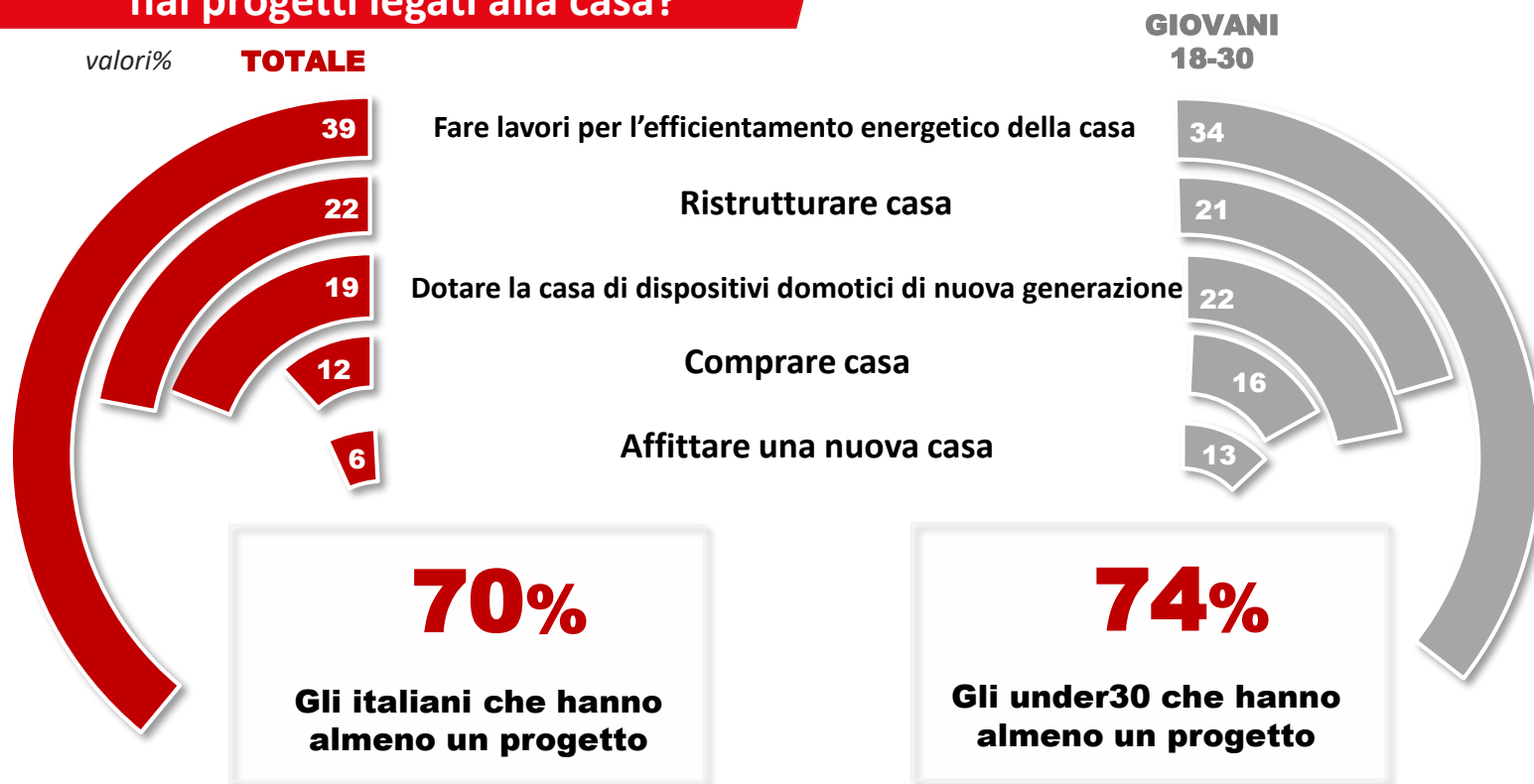


Osservatorio  
COMPASS

Si conferma l'importanza di avere **uno spazio all'esterno**, giudicato per il 56% degli intervistati molto importante, ma anche la rilevanza di avere **spazi** per rilassarsi per conto proprio.

# Progetti futuri per la casa

Nel corso dei prossimi 12 mesi,  
hai progetti legati alla casa?



Osservatorio  
COMPASS

Rispetto al passato, si bada maggiormente ai consumi: il 39% degli italiani ha intenzione di investire nell'efficiamento della casa, il 22% ha un progetto legato alla ristrutturazione della propria casa. Tra i giovani c'è voglia di «evoluzione» della propria situazione, con un 16% che dichiara di aver intenzione di acquistare casa, oltre ad un 13% che valuta l'affitto.

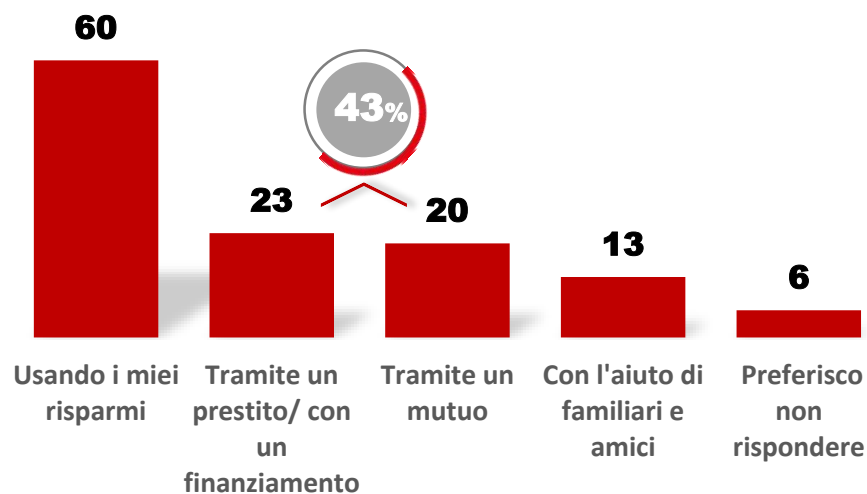


# Come saranno finanziati i progetti

...e come pensi di finanziare i tuoi progetti?

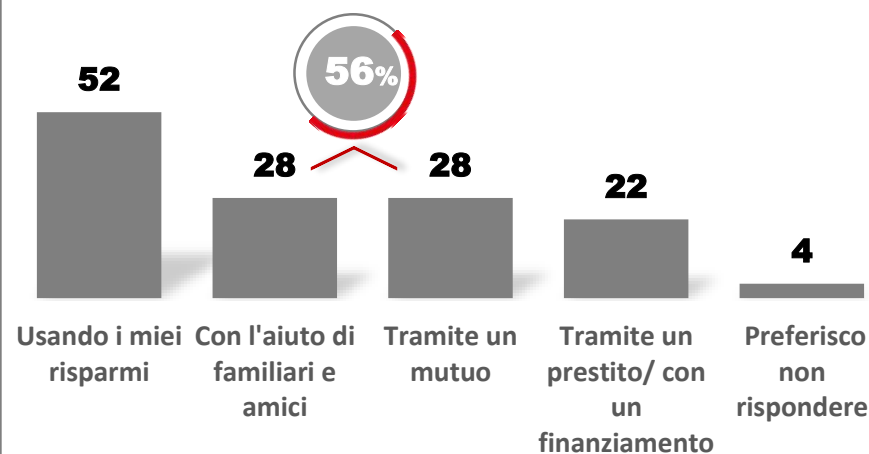
Totale Popolazione - base: chi ha un progetto (70%)

valori%



18-30 anni - base: chi ha un progetto (74%)

valori%



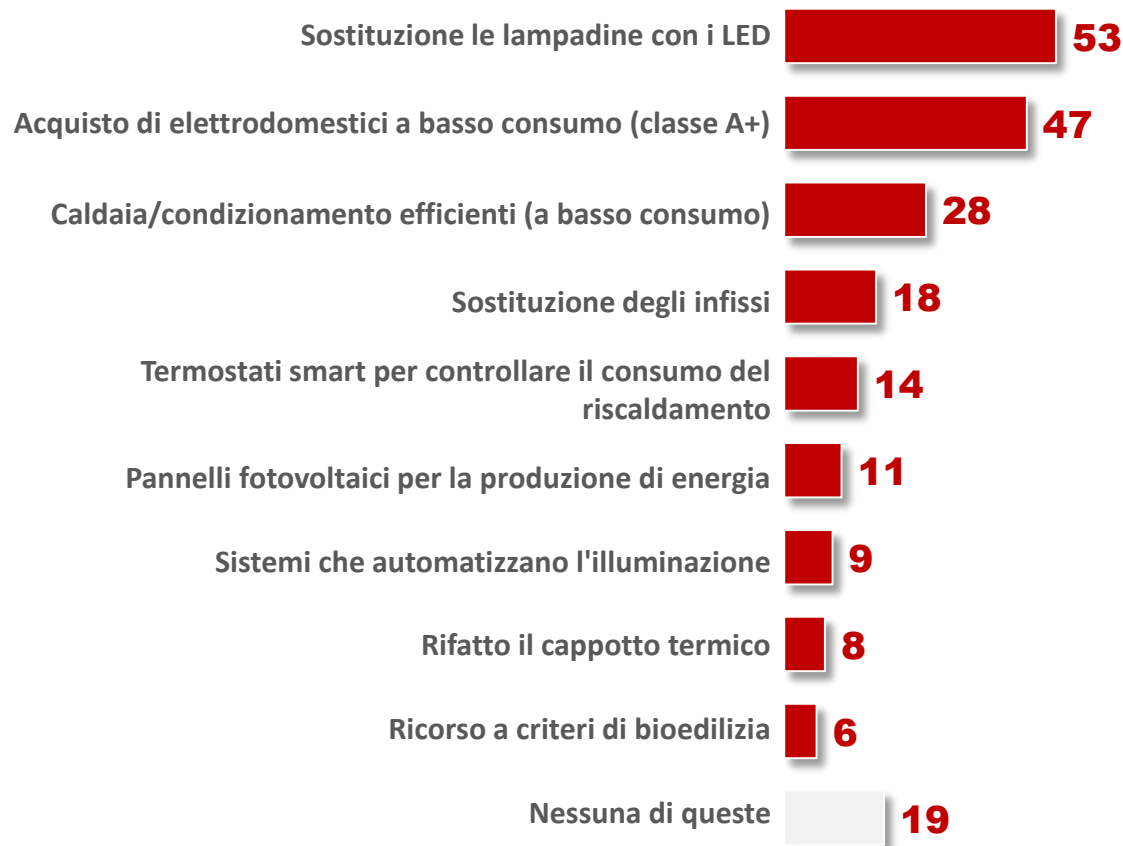
Osservatorio  
COMPASS

Tra chi dichiara di avere un progetto pianificato per i prossimi 12 mesi, le spese sostenute per realizzarlo verranno affrontate per lo più usando i propri risparmi e tramite prestito e mutuo. I più giovani contano maggiormente anche sul supporto economico dei familiari.

# L'adozione di soluzioni ecosostenibili per la propria casa

**Nel corso degli ultimi 2 anni, hai adottato soluzioni ecosostenibili?**

*Risposta multipla, valori%*



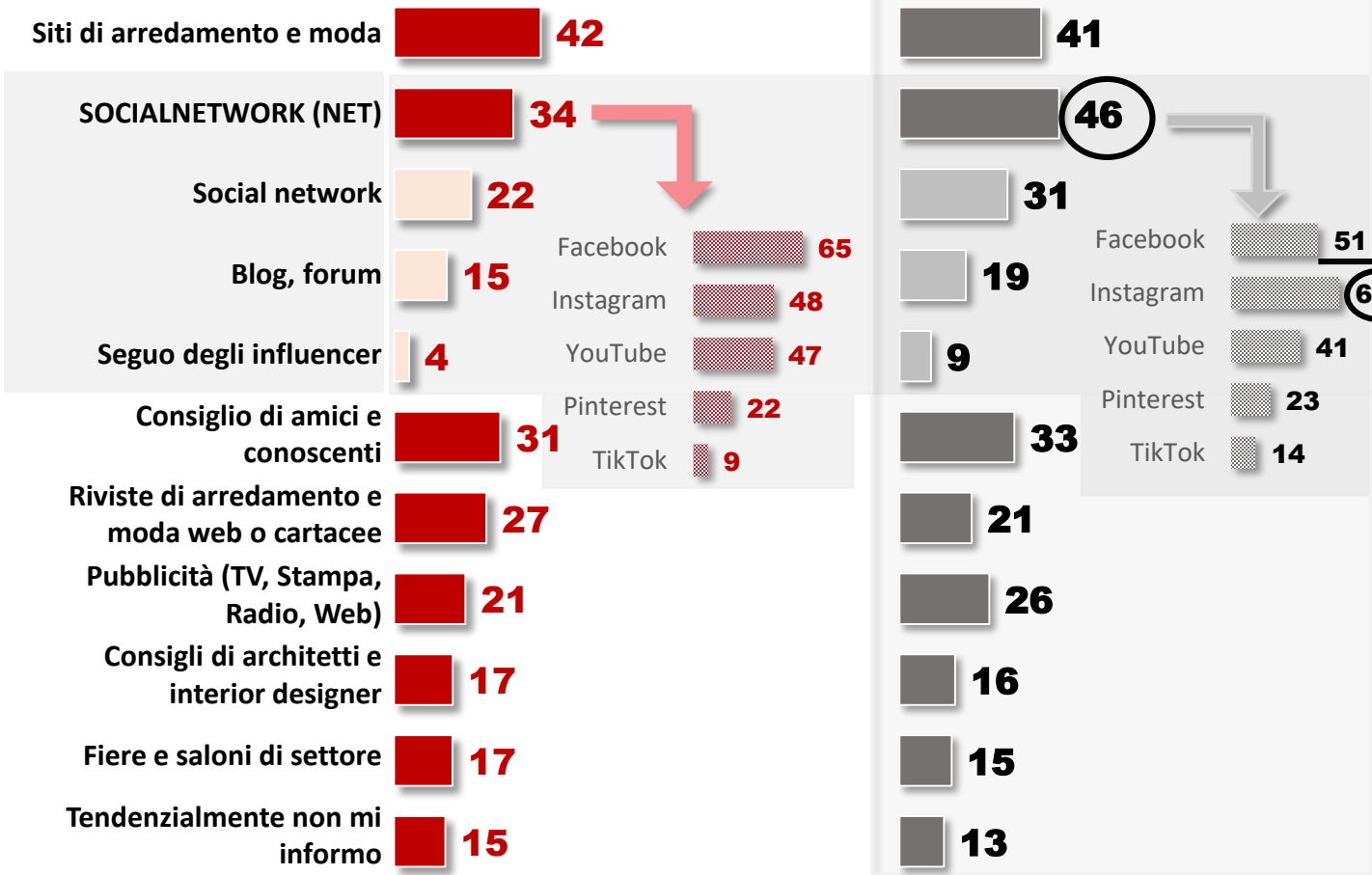
Tra i comportamenti ecosostenibili adottati per la propria casa il 53% ha sostituito le lampadine LED, il 47% ha acquistato elettrodomestici a basso consumo e il 28% dichiara di aver effettuato interventi di efficientamento sulla propria abitazione. Solo il 19% non ha adottato almeno una soluzione green.

# **Mobili e oggetti d'arredo: il processo di acquisto**

# Canali d'informazione per l'acquisto per un mobile o oggetto di arredo

Attraverso quali canali ti informi su tendenze, costi e altro per i tuoi acquisti di mobili o oggetti di arredamento?

Risposta multipla, valori%

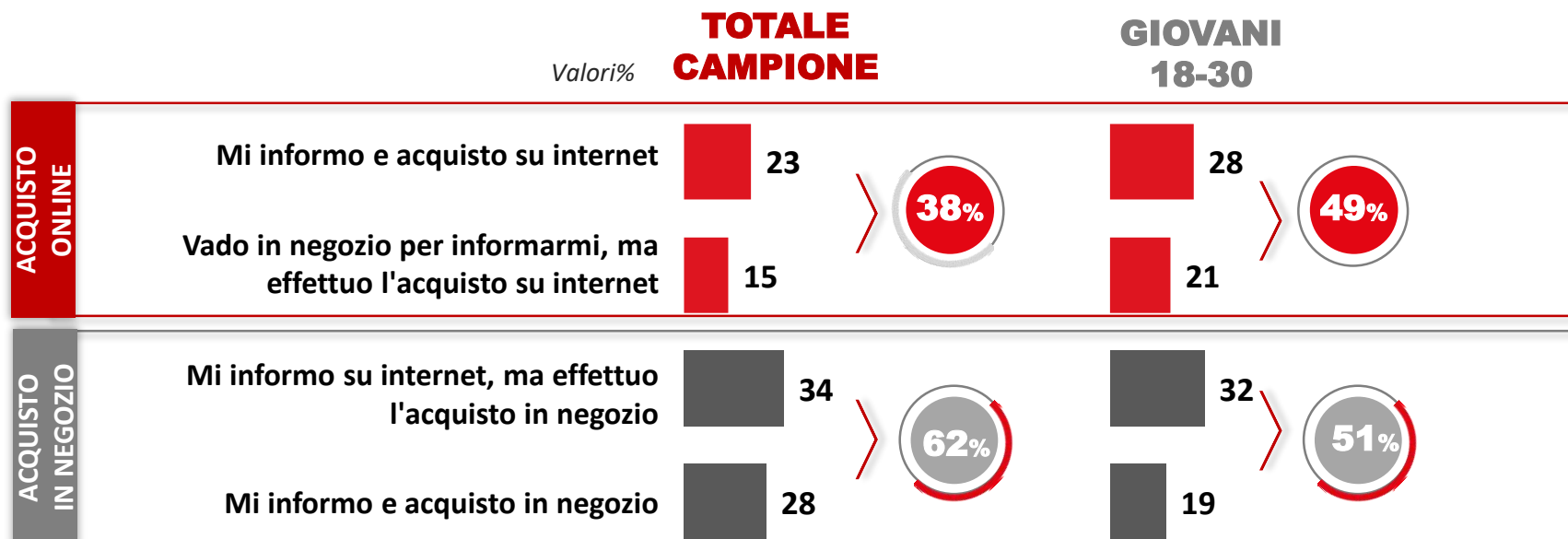


Osservatorio  
COMPASS

In generale i siti di arredamento e di moda sono il canale d'informazione principale per l'acquisto dei mobili per gli italiani. Questo vale anche per i giovani, anche se fra di loro hanno più peso i social network, far cui emerge Instagram.

# Comportamento d'acquisto per un mobile o oggetto di arredo

Quando devi acquistare un mobile o un oggetto di arredamento, cosa sei solito fare?



Osservatorio  
COMPASS

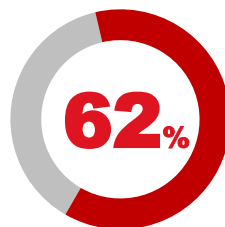
Oggi ben il 38% degli italiani (fra cui quasi 1 giovane su 2) oggi acquista complementi d'arredo online: resta però la voglia di «toccare» i prodotti, tant'è che vi è un 15% degli italiani che si informa sul prodotto nel canale fisico e poi compra online (alla ricerca di una maggior convenienza economica).

# Motivi d'acquisto in negozio di un mobile o oggetto di arredo

## Per quale motivo acquisti in negozio?

**Acquistano mobili  
in negozio**

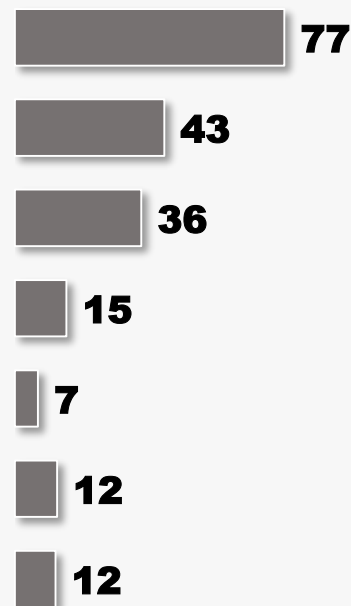
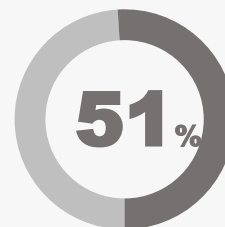
**TOTALE  
CAMPIONE**



Risposta multipla, valori%



**GIOVANI  
18-30**



Osservatorio  
COMPASS

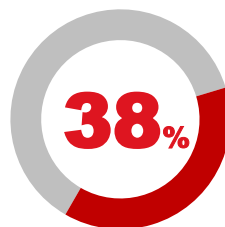
Chi sceglie di acquistare in negozio lo fa per vedere il prodotto (84%), per avere una persona di riferimento in caso di problemi (42%), un contatto e dei consigli direttamente fruibili da parte del venditore (36%).

# Motivi d'acquisto online di un mobile o oggetto di arredo

## Per quale motivo acquisti online?

### Acquistano mobili online

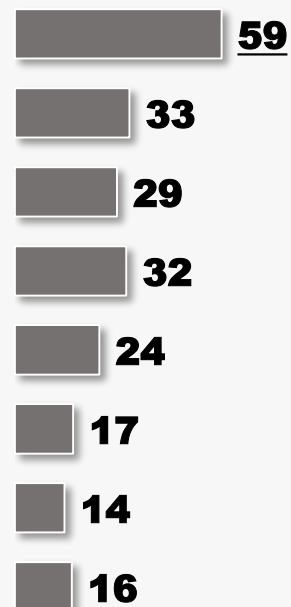
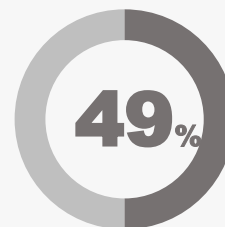
#### TOTALE CAMPIONE



Risposta multipla, valori%



#### GIOVANI 18-30

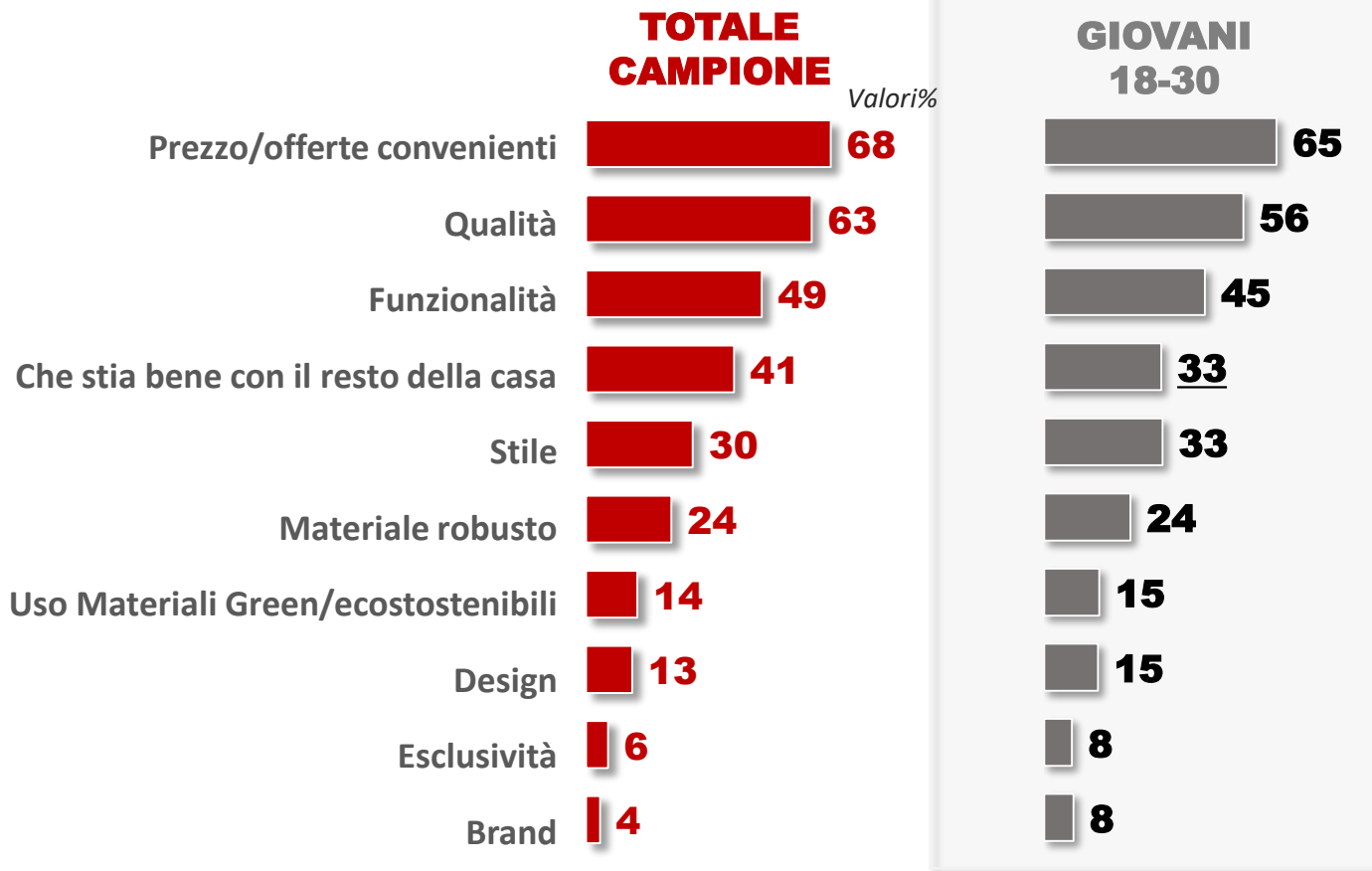


Osservatorio  
COMPASS

L'acquisto online è scelto per la convenienza dei prezzi (68%), per l'ampia disponibilità di prodotti e marchi (34%) e per la possibilità di farsi consegnare la merce a casa.

# Criteria d'acquisto di un mobile per la casa

Quali sono i principali criteri che ti guidano nel acquisto di un mobile o accessorio per la casa?



Osservatorio  
COMPASS

Per gli italiani convenienza, qualità e funzionalità sono i principali criteri che guidano la scelta di un mobile o oggetto per la casa. I giovani sembrano abbracciare stili più «eclettici» badando più al proprio gusto personale invece che all'armonia con il resto della casa.



# Casa domotica e Smart speaker

# La casa domotica: i principali ambiti di applicabilità

La casa domotica è una casa smart intelligente in cui la maggior parte delle cose sono connesse.

Secondo te, quali sono le aree su cui la domotica può essere di supporto?

1. Energia & luce intelligente	31%
2. Sicurezza e controllo	30%
3. Intrattenimento connesso online	16% <sup>9% nel 2019</sup>
4. Elettrodomestici intelligenti controllabili a distanza	15%
5. Dispositivi salute	8%

Osservatorio  
COMPASS

Pensando alla casa domotica, i principali ambiti di applicazione prefigurati dagli italiani sono consumi intelligenti e sicurezza. Forse ancora poco noto e, quindi lontana, l'applicabilità in ambito salute. Coerentemente con la diffusione di Smart TV, Smart Speaker etc, cresce l'associazione della domotica all'intrattenimento.

# La casa domotica: le applicazioni attuali

Hai già qualche dispositivo smart o di domotica in casa?

**TOTALE  
CAMPIONE**

**56%  
Sì**

**GIOVANI  
18-30**

**65%  
Sì**

In quali ambiti li utilizzi?

Intrattenimento connesso on line

Valori%

**42**

**47**

Elettrodomestici intelligenti  
controllabili a distanza

**19**

**23**

Energia & Luce intelligente

**19**

**21**

Sicurezza & Controllo

**19**

**18**

Dispositivi Salute

**6**

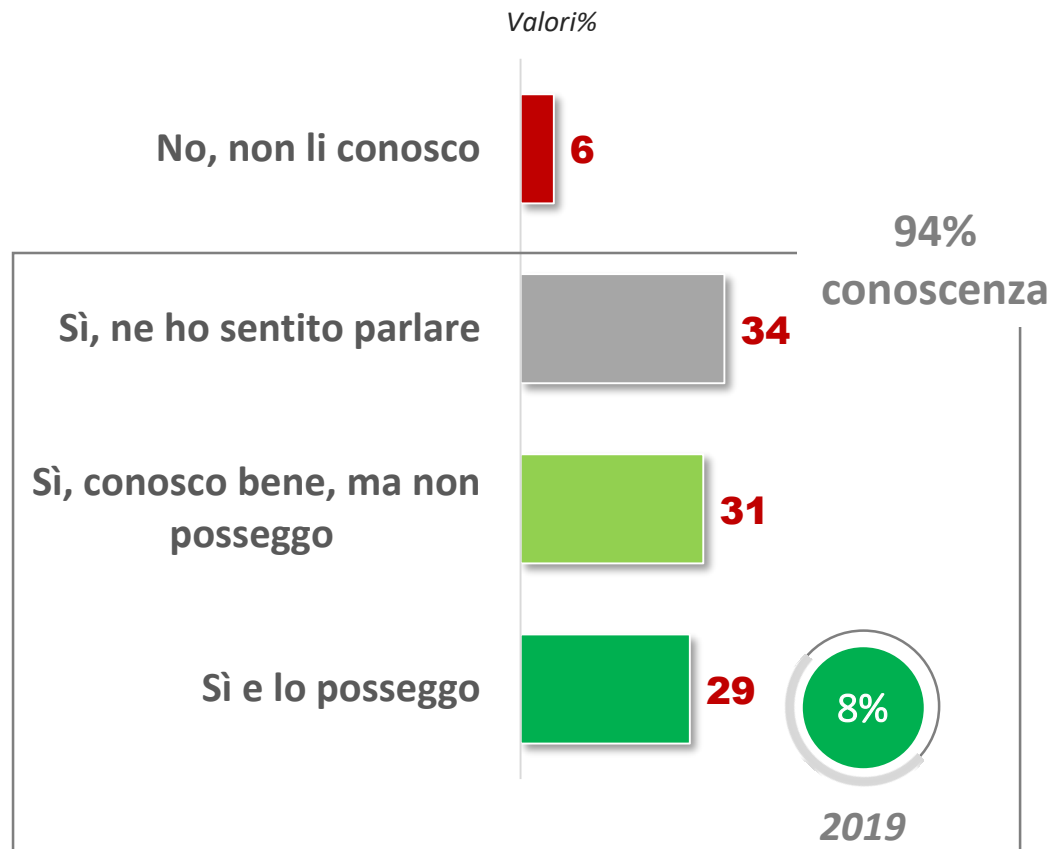
**8**

Osservatorio  
COMPASS

Se i principali ambiti di applicabilità prefigurati sono la gestione dei consumi e la sicurezza, ad oggi chi afferma di avere dotazioni domotiche (56%) le usa prevalentemente per intrattenimento.

# Notorietà e possesso degli Smart Speaker

In questi ultimi anni, hanno avuto un importante sviluppo gli assistenti vocali /smart speaker per la casa. Conosci questo tipo di dispositivi?



Osservatorio  
COMPASS

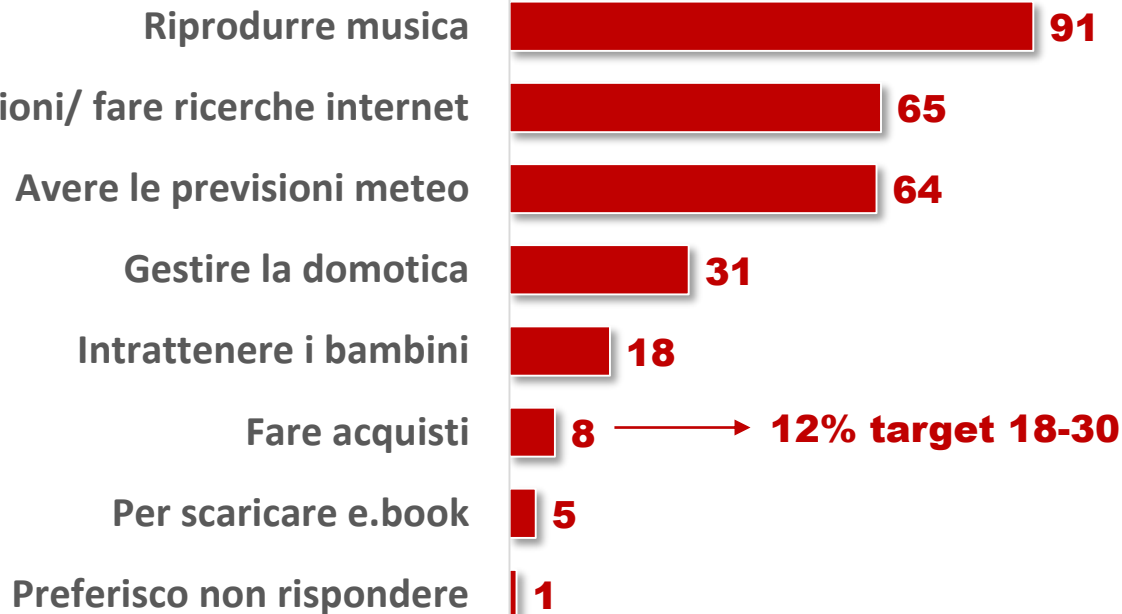
La quasi totalità degli italiani (9 su 10) hanno sentito parlare degli assistenti vocali, ed oggi ben un italiano su 1 su 3 ne possiede uno, dato in netta crescita rispetto a tre anni fa.

# Smart speaker: come li usano gli italiani

## Come usi lo smart speaker?

Risposta multipla, valori %

**TOTALE CAMPIONE**  
**che ha uno smart speaker (29%)**



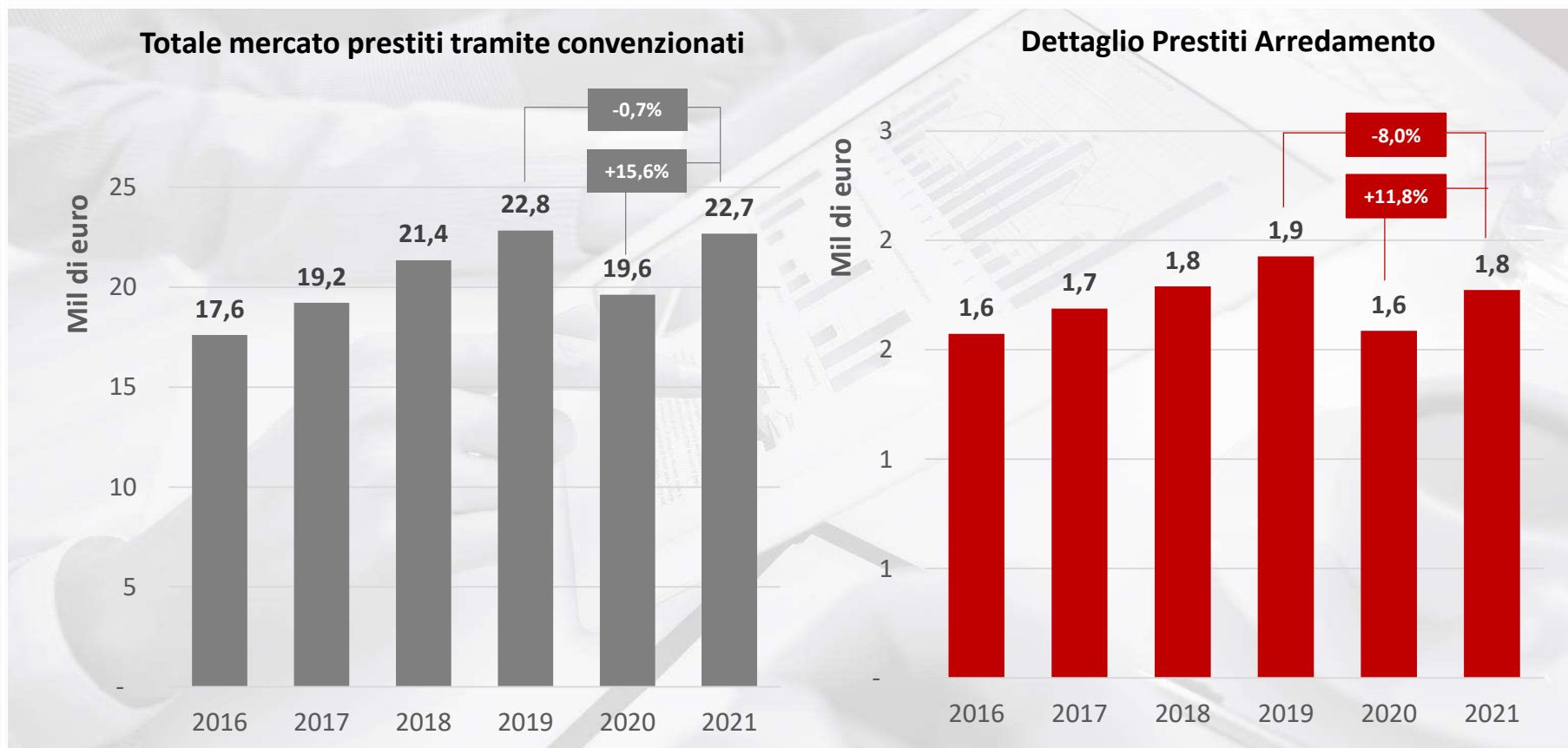
Osservatorio  
COMPASS

Gli smart speaker vengono usati per lo più per riprodurre e ascoltare musica, per effettuare ricerche online e ricevere informazioni sulle previsioni del tempo.

Tra i giovani 12-30 c'è un uso maggiore dell'apparecchio per effettuare acquisti online (12% delle citazioni vs 8% del totale campione intervistato).

# **Il mercato dei prestiti finalizzati: focus arredamento**

# Andamento dei flussi di erogato tramite convenzionati



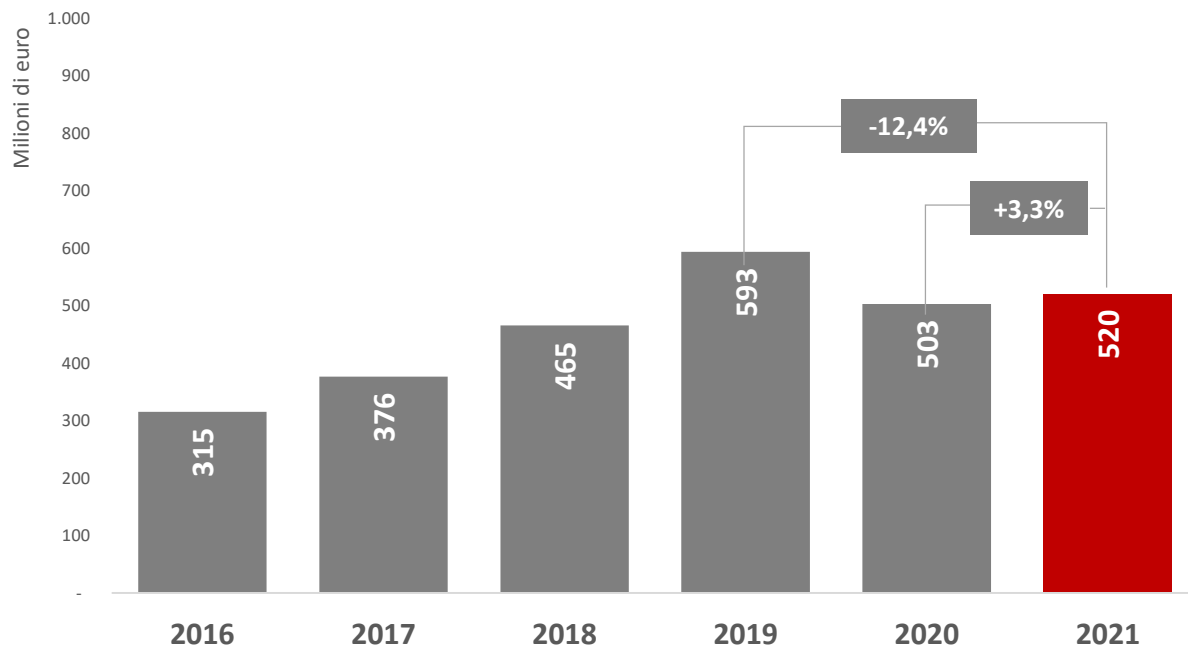
Osservatorio  
COMPASS

L'andamento annuale dei flussi di credito al consumo, erogati tramite convenzionati, mostra un deciso recupero nel 2021 rispetto al 2020, tuttavia la ripresa non ha ancora raggiunto i livelli registrati nel 2019 (-0,7%). Il settore dell'arredamento, che rappresenta circa l'8% del totale erogato, rileva una maggiore fatica nel recupero dei volumi (-8% il confronto con il 2019).

Elaborazione interna su dati Crif

## Erogato annuo

## ARREDAMENTO GRANDI CATENE



### Numero operazioni finanziate

**255mila**

**-2,7% vs 2020**

### Ticket medio

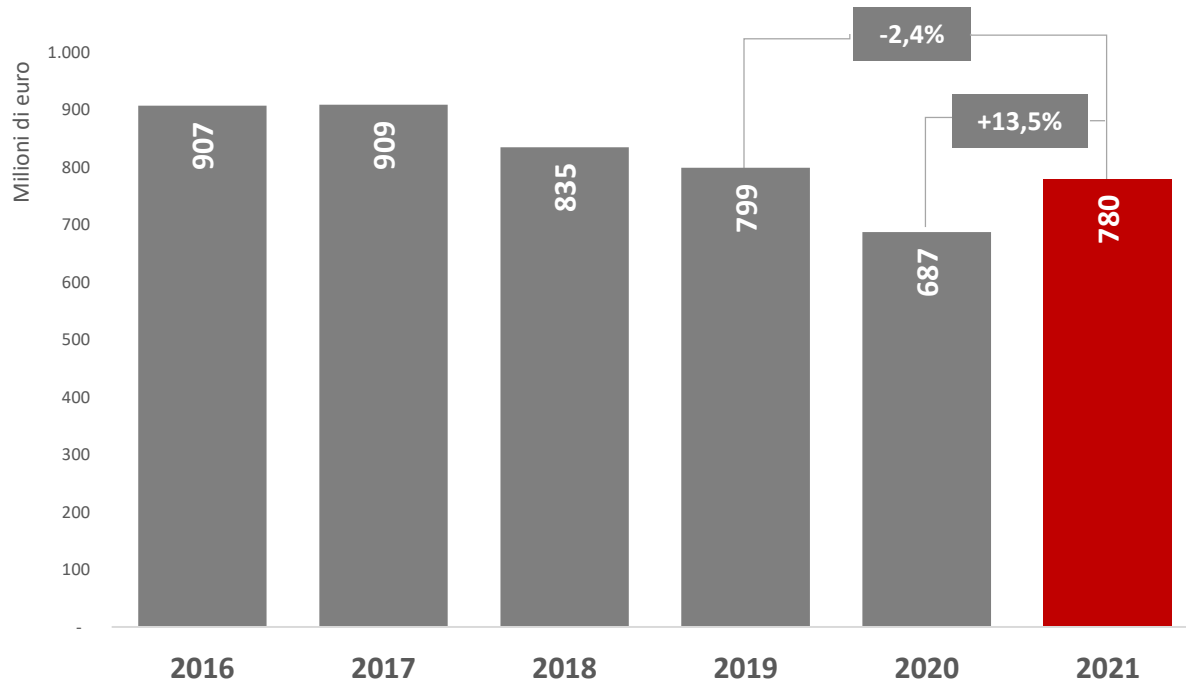
**2.035€**

**+6,2% vs 2020**

Elaborazione interna su dati Crif, dati sul 2021



## Erogato annuo



**ARREDAMENTO  
ALTRI DISTRIBUTORI**

**Numero operazioni finanziate**

**236mila**

**-1,0% vs 2020**

**Ticket medio**

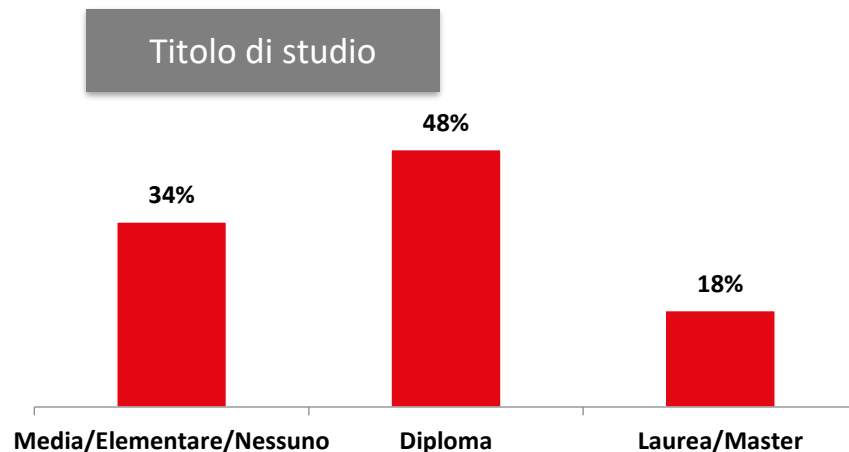
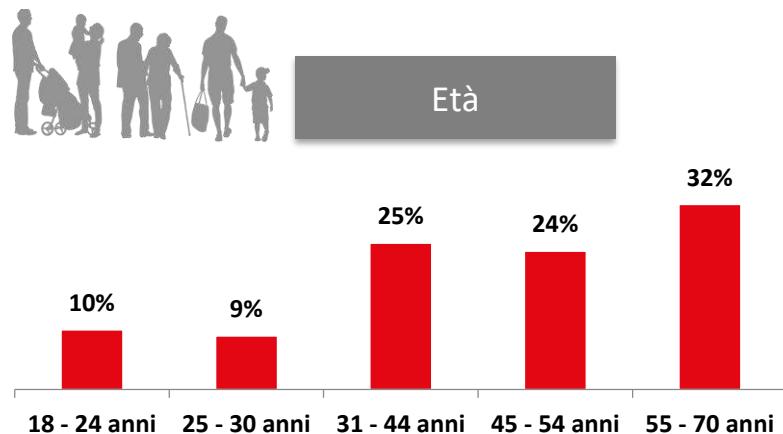
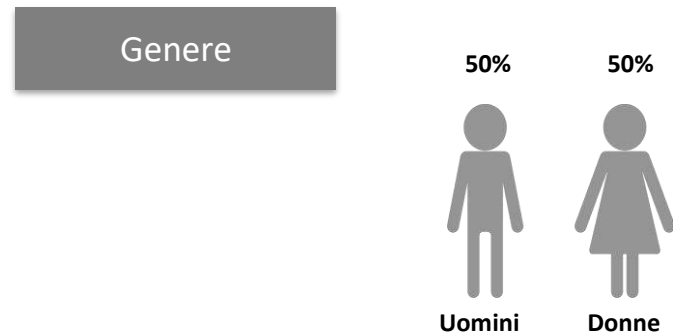
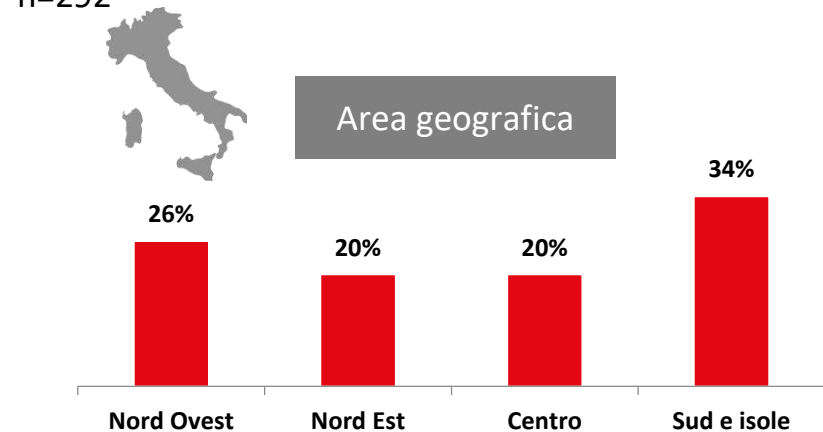
**3.299€**

**+14,6% vs 2020**

*Elaborazione interna su dati Crif, dati sul 2021*

# Note metodologiche - Indagine BVA-Doxa

Indagine effettuata da BVA Doxa con sistema CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) su un campione rappresentativo della popolazione italiana di età compresa tra i 18 e i 70 anni stratificato per sesso, età e area geografica. In totale sono state eseguite 1.011 interviste nel periodo 5 – 14 Aprile 2022. Target giovani 18-30anni n=292





**COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

