



**COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

Gennaio 2019

EDIZIONE N.15  
ELETTRONICA ED  
ELETTRODOMESTICI

Osservatorio  
COMPASS

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

# Compass – i nostri numeri

Attiva dal 1960, **Compass è la società di credito la consumo del Gruppo Mediobanca.**

Dal 2015, **Compass è Banca**, una garanzia in più di **solidità.**

## Numeri



di clienti attivi



punti vendita  
sul territorio



dipendenti



grandi accordi  
di partnership



di crediti in  
essere verso  
Clienti



dealer  
convenzionati

# L'Osservatorio Compass: Oltre 3 anni di ascolto



## Osservatorio Compass

Per dare voce a coloro che ogni giorno lavorano con noi per offrire prodotti e servizi di alto 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.

Tutte le edizioni dell'Osservatorio Compass sono disponibili al sito [www.compass.it](http://www.compass.it)



# L'Osservatorio Compass in cifre:

## il mercato dei prestiti finalizzati tramite convenzionati

I convenzionati che si attendono un aumento nelle vendite

**38,4%**

I convenzionati che si attendono un aumento nelle vendite

SETTORE ELETTRONICA ED ELETTRODOMESTICI

**39,7%**

I convenzionati che intendono investire per sviluppare il proprio business nel prossimo biennio

**45%**

Il finanziato medio  
SETTORE ELETTRONICA ED ELETTRODOMESTICI

**916€**

L'incidenza delle promozioni sulle vendite

SETTORE ELETTRONICA ED ELETTRODOMESTICI

**45%**

### Telefonia

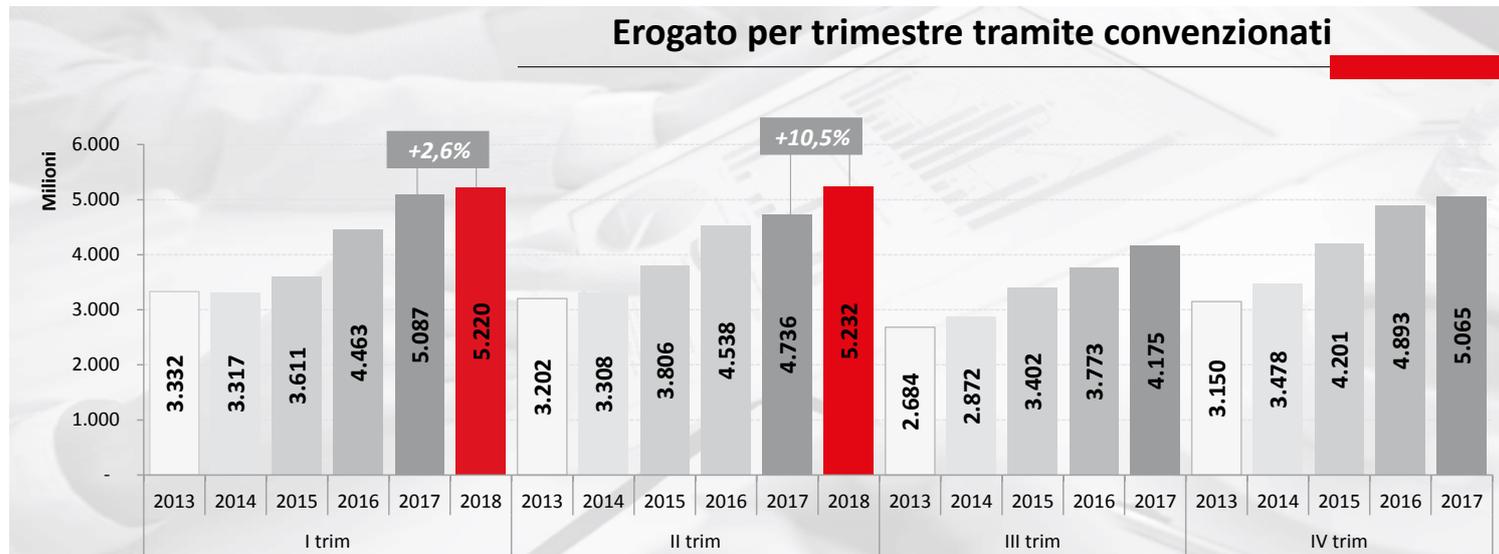
È la categoria di prodotto:  
Più venduta  
Più finanziata  
Con la maggior concorrenza online



# **1** I NUMERI DEL CREDITO AL CONSUMO

CONTENUTI DELL'OSSERVATORIO COMPASS

# Andamento dei flussi di erogato per trimestre

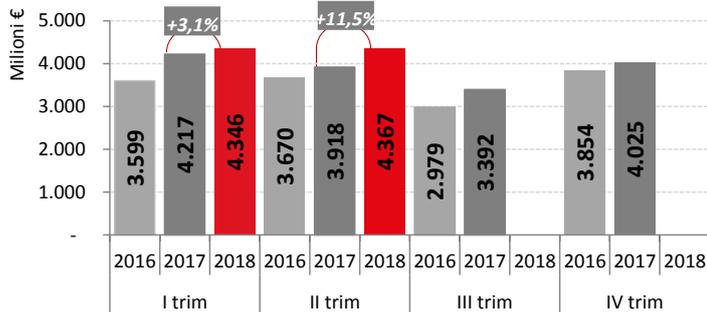


Osservatorio  
COMPASS

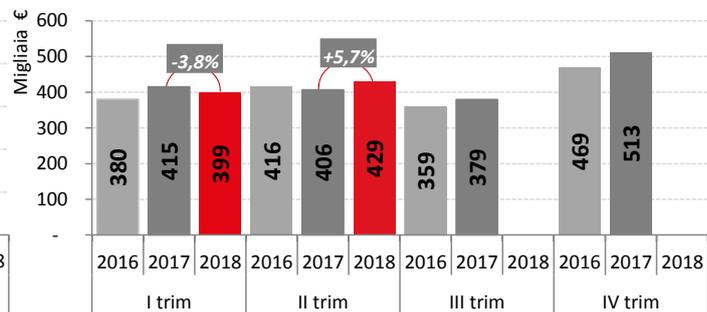
**Il primo semestre del 2018 consolida il trend di crescita già registrato nel corso del 2017. In particolare con oltre 5,2 miliardi di euro, il secondo trimestre 2018 ha segnato il livello massimo di flussi erogati nel periodo di osservazione, pari ad una variazione del +10,5% rispetto al II trim 2017.**

# Andamento dei flussi di erogato per trimestre: dettaglio per settore

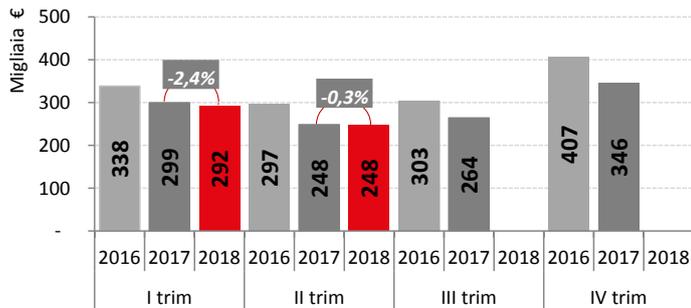
## Auto e Moto



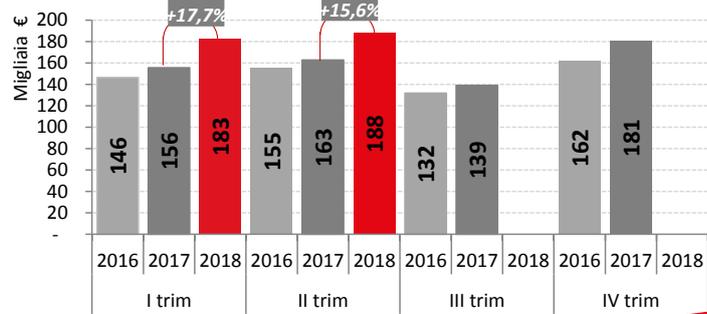
## Arredamento



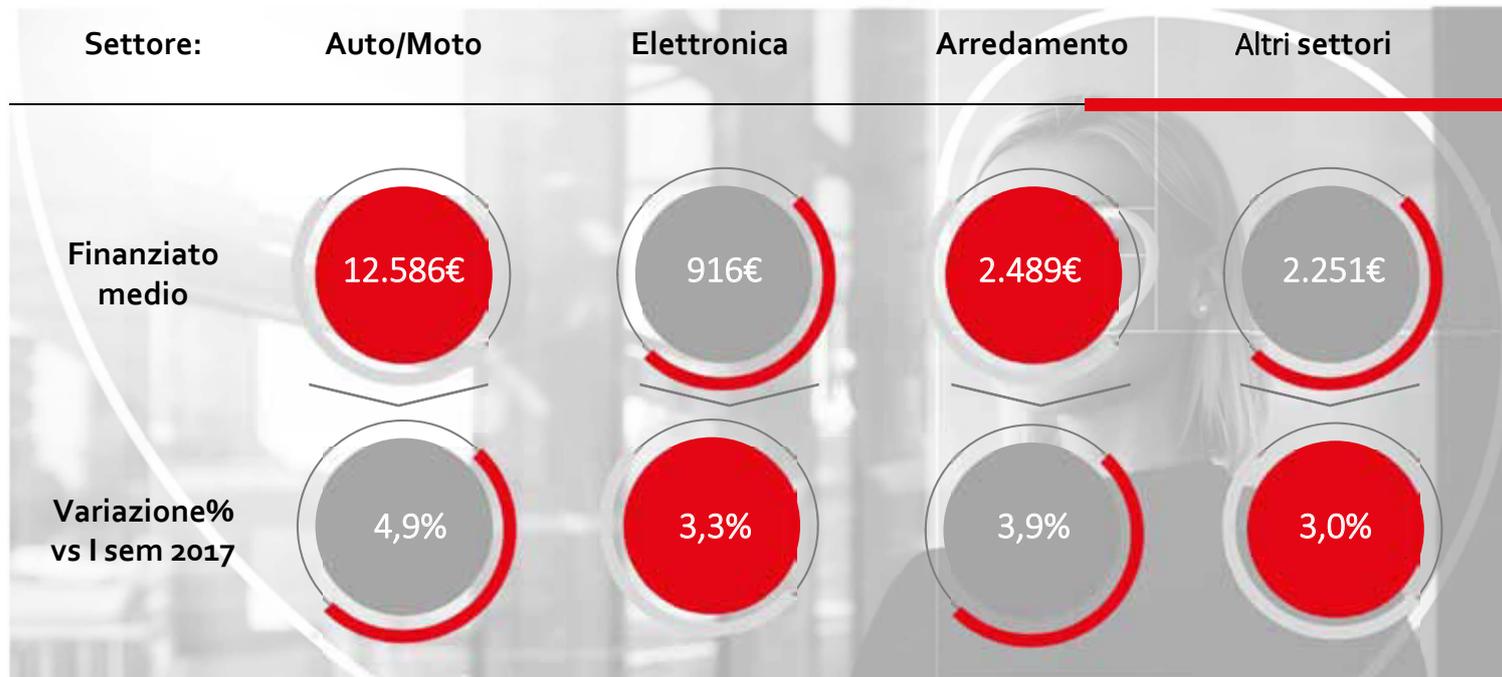
## Elettronica



## Altri settori



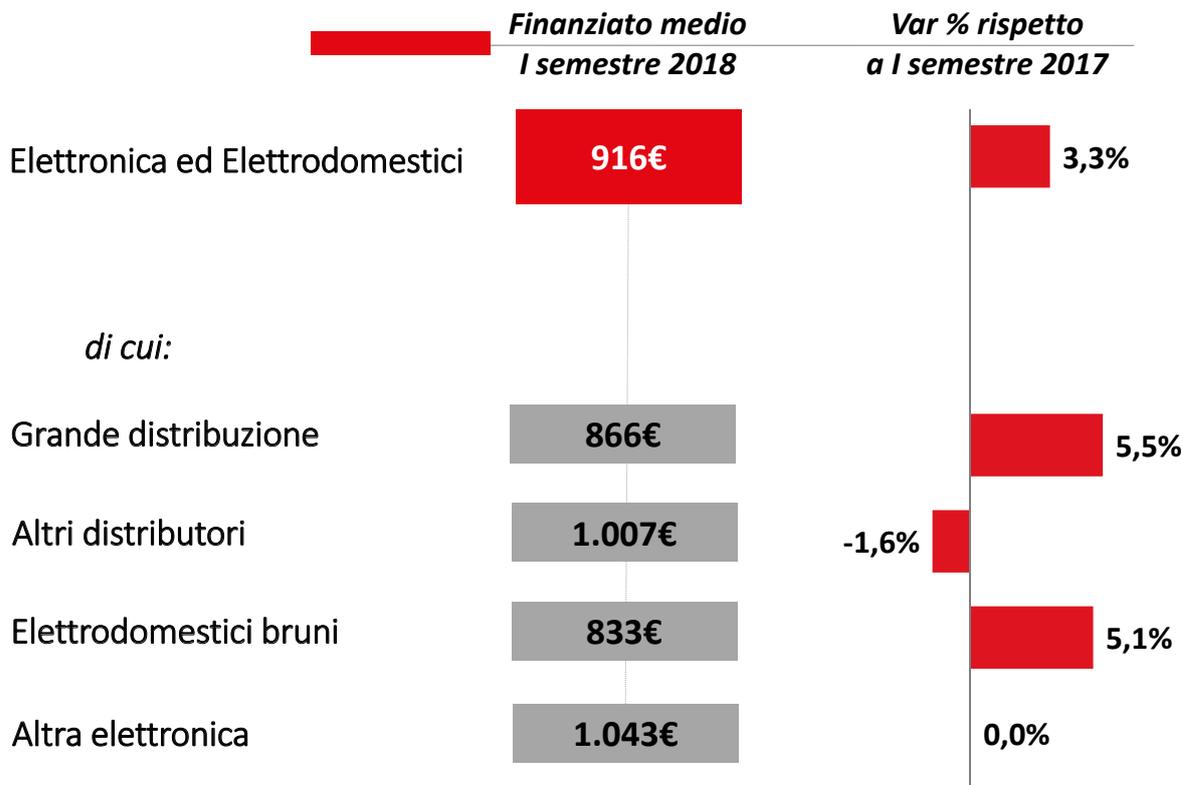
# Andamento dell'erogato medio per settore



Osservatorio  
COMPASS

Nel primo semestre 2018 **tutti i settori dei prestiti finalizzati hanno registrato una crescita del finanziato medio**, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

# Andamento dell'erogato medio per settore: dettaglio Elettronica



Osservatorio  
COMPASS

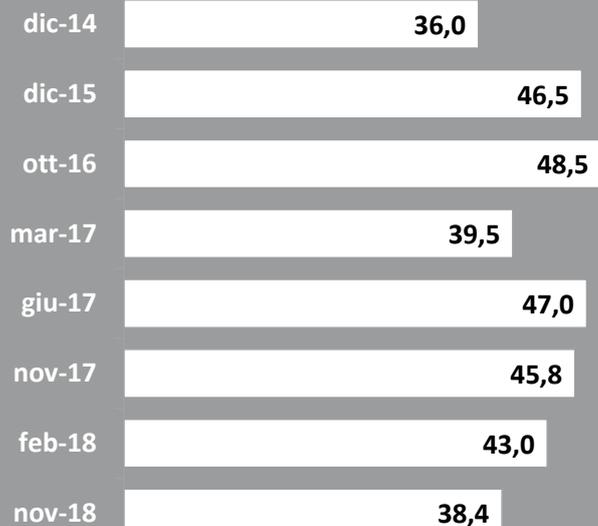
Nel comparto dell'**elettronica** ed **elettrodomestici** la crescita del finanziato medio (+3,3% rispetto al primo semestre 2017) appare trainata dal **segmento della grande distribuzione** (+5,5%) e dal comparto degli **elettrodomestici bruni** (+5,1%).

# 2 LE ATTESE PER IL 2019

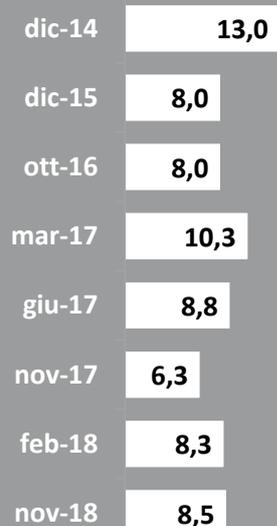
CONTENUTI DELL'OSSERVATORIO COMPASS

## Le attese di vendita per il prossimo anno

### ATTESE DI VENDITA - % in aumento



### ATTESE DI VENDITA - % in riduzione



Osservatorio  
COMPASS

Si rileva **una contrazione tra coloro che si attendono un aumento delle vendite per il 2019.**

Il 45% prevede invece una sostanziale stabilità rispetto al passato.

# Le attese di vendita per il prossimo anno: dettaglio per settore

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

**Settore:**

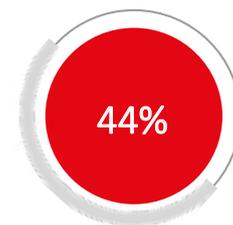
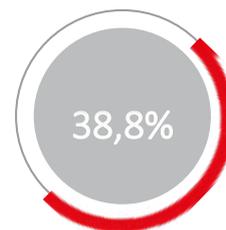
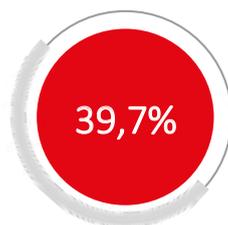
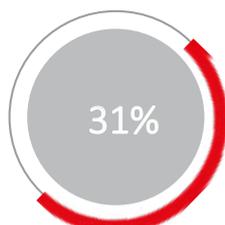
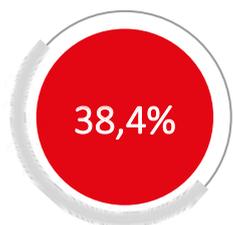
**Auto/Moto**

**Elettronica**

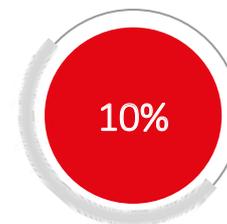
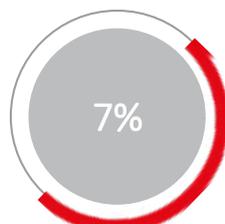
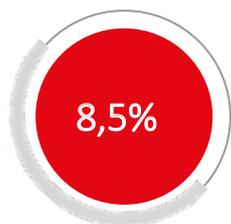
**Arredamento**

**Altri settori**

**ATTESE DI VENDITA - % in aumento**

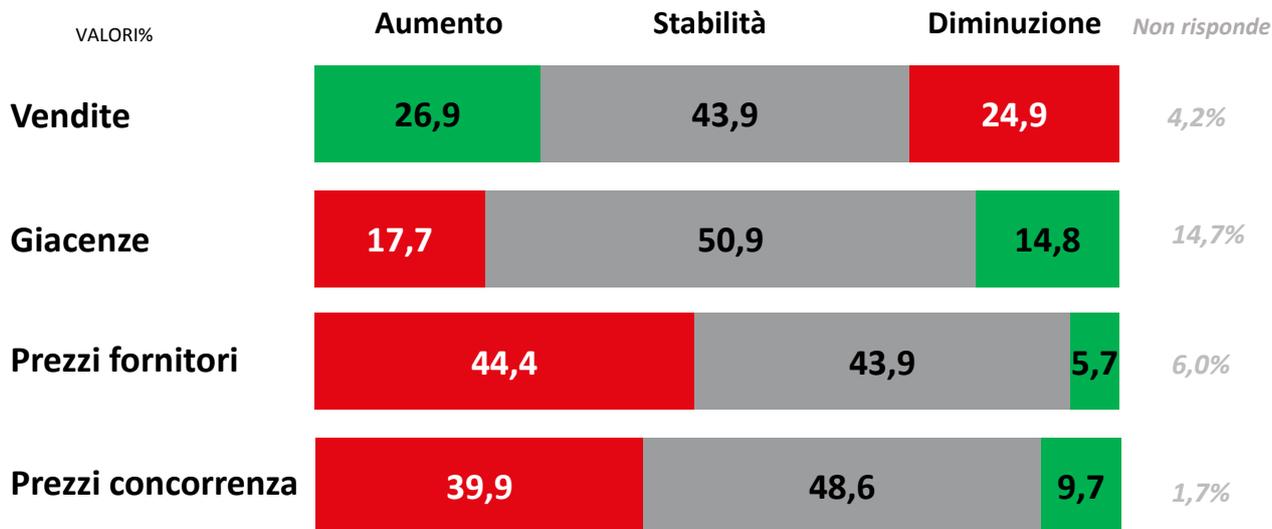


**ATTESE DI VENDITA - % in diminuzione**



# Contesto macroeconomico: il secondo semestre 2018

C1. In generale, in questa parte dell'anno, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, il totale delle Vostre VENDITE è aumentato, diminuito o rimasto stazionario? Attualmente, le Vostre GIACENZE di Magazzino, le vostre scorte di magazzino sono superiori al normale, normali o inferiori rispetto allo scorso anno? I PREZZI a Voi praticati dai Vostri fornitori sono aumentati, diminuiti o rimasti stazionari rispetto ai listini rispetto allo scorso anno? C4. In base alla sua percezione, la presenza di CONCORRENTI nel suo mercato, rispetto allo scorso anno è:



Osservatorio  
COMPASS

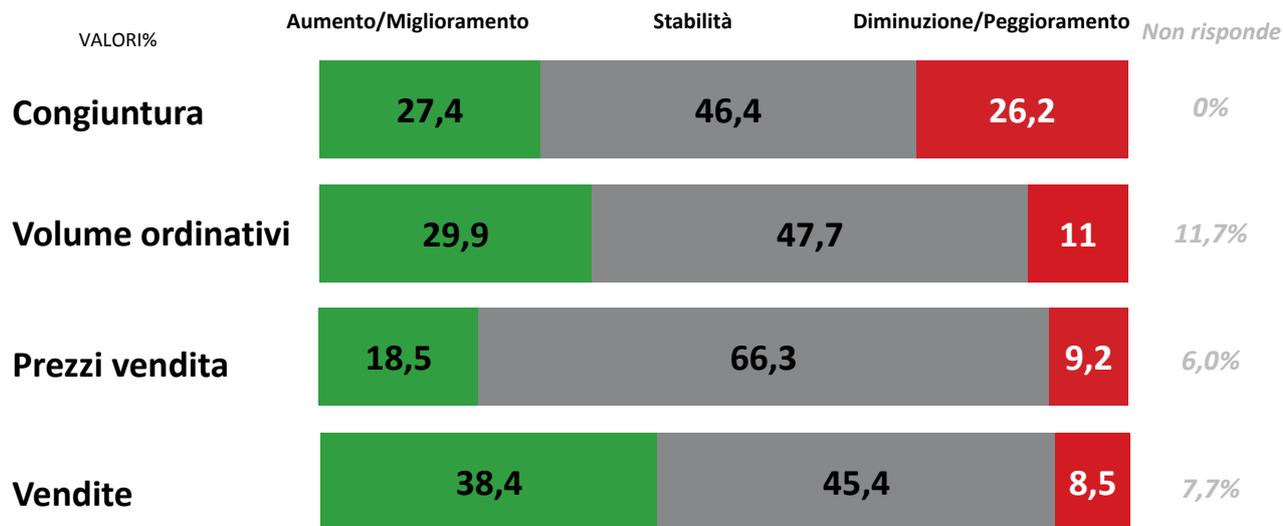
I giudizi dei convenzionati intervistati esprimono anche in questa seconda parte dell'anno **qualche preoccupazione**, in particolare legata ai **costi sostenuti e alla concorrenza**.

Indagine effettuata da Praxidia – novembre 2018 – interviste a 401 dealer Compass

 **COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

# Contesto macroeconomico: la previsione per il prossimo anno esprime qualche perplessità

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?



Permangono delle perplessità in merito agli scenari macroeconomici per i prossimi 12 mesi: in particolare **diminuiscono gli intervistati che prevedono una congiuntura economica in miglioramento** e un aumento del proprio giro d'affari.

# I progetti imprenditoriali futuri

**Per il prossimo biennio, ha intenzione di realizzare dei progetti legati allo sviluppo della propria attività commerciale?**

**Sì**  
**45%**

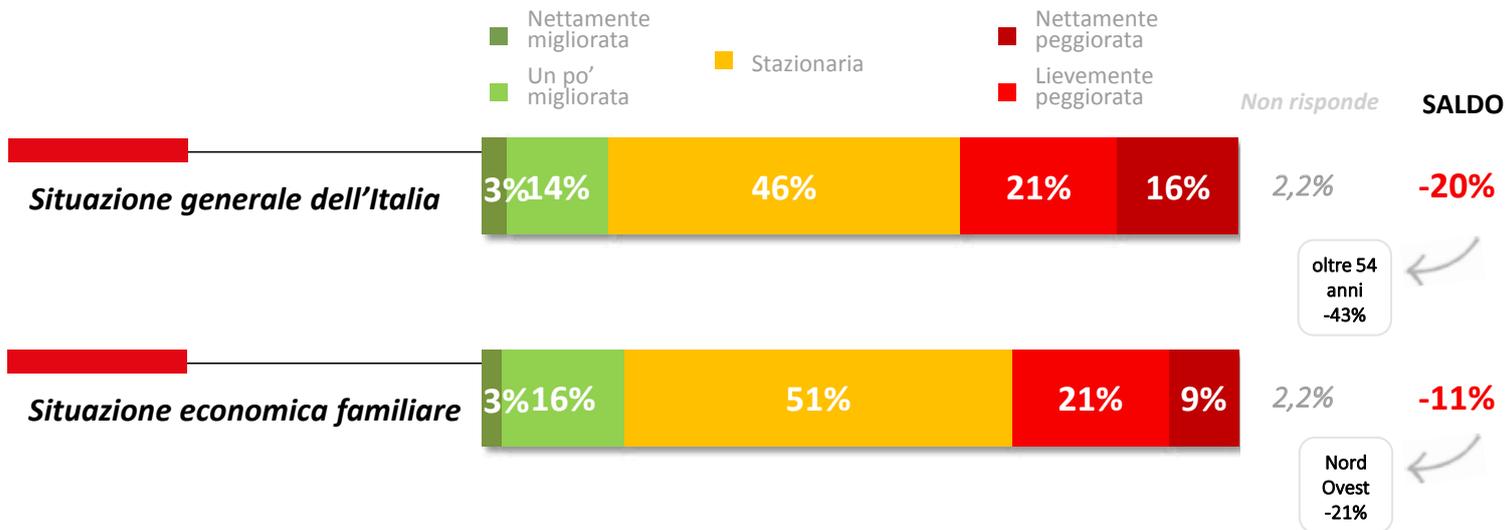


# Clima generale: il *sentiment* degli italiani verso il 2018

A tuo giudizio la situazione economica generale dell'Italia nel 2018 è ...

Nel corso del 2018, la situazione economica della tua famiglia è ...?

« il dichiarato dei consumatori »



Osservatorio  
COMPASS

**Negativa la percezione sulla situazione rispetto all'anno trascorso, con particolare riguardo alla situazione generale dell'Italia.**

Decisamente **più pessimisti i senior** di almeno 54 anni e **gli abitanti nel Nord Ovest.**

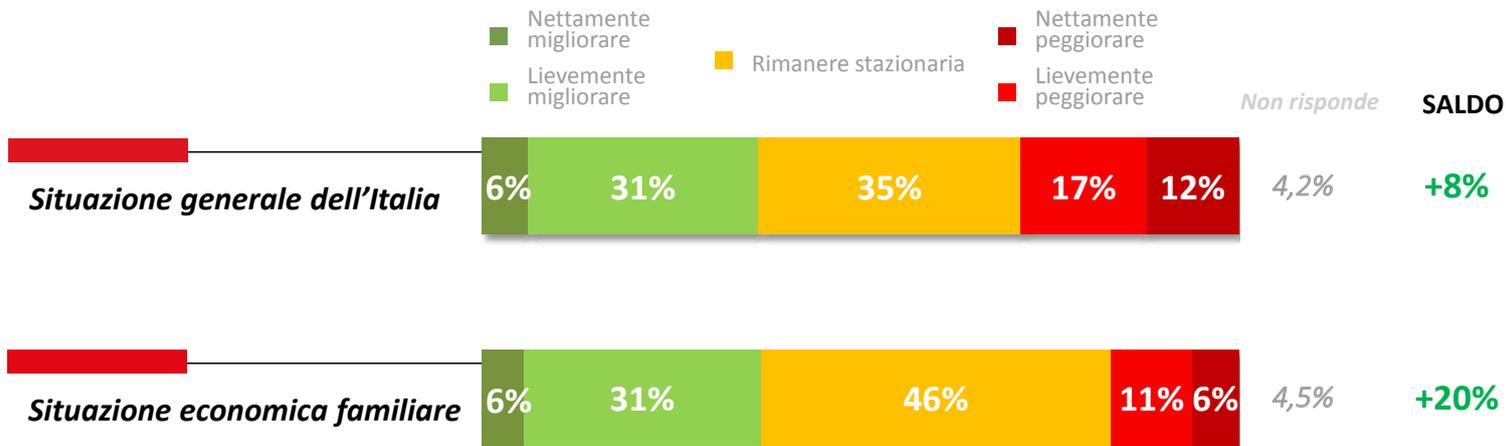


# Clima generale: il *sentiment* degli italiani verso il 2019

E a tuo giudizio, nel 2019, la situazione economica generale dell'Italia dovrebbe ...

E a tuo giudizio, nel 2019, la situazione economica della tua famiglia dovrebbe ...?

« il dichiarato dei consumatori »



Osservatorio  
COMPASS

**Migliora però la percezione se si guarda al futuro**, in particolare rispetto alla situazione economica familiare.

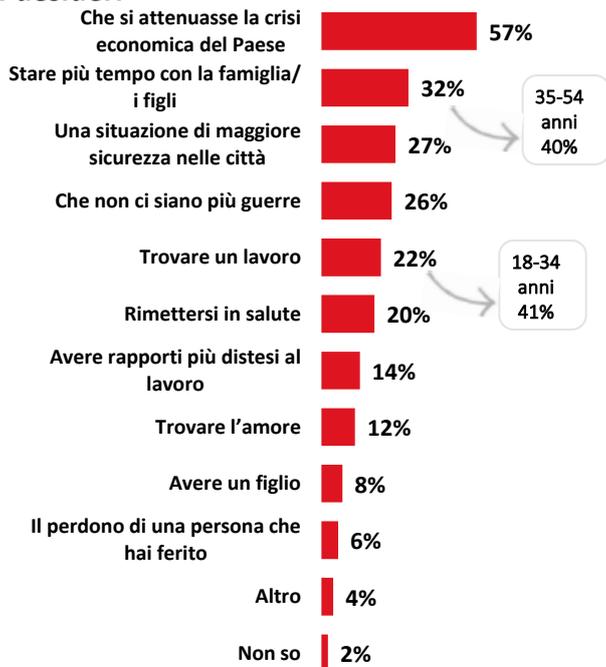
# I desideri e i progetti economici familiari per il 2019

Ci sono cose che non si possono comprare. Nel 2019 quale desiderio vorresti riuscire a realizzare escludendo tutto ciò che si può comprare?.  
E invece, per quel che riguarda i progetti economici familiari, per il 2019 cosa vorresti?

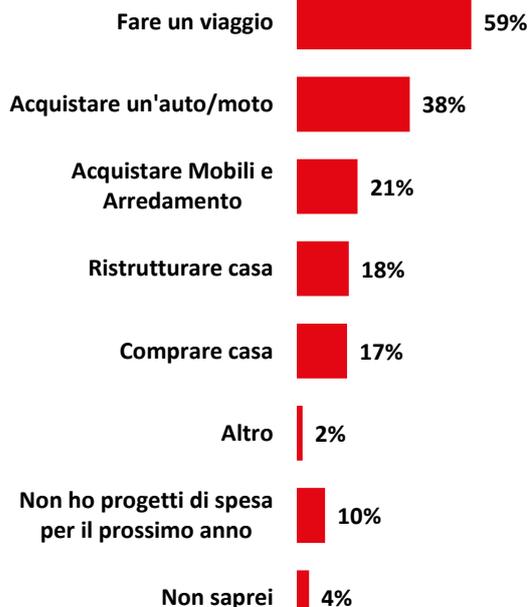
« il dichiarato dei consumatori »



## I desideri



## I progetti economici familiari



# 3 ELETTRONICA ED ELETTRODOMESTICI

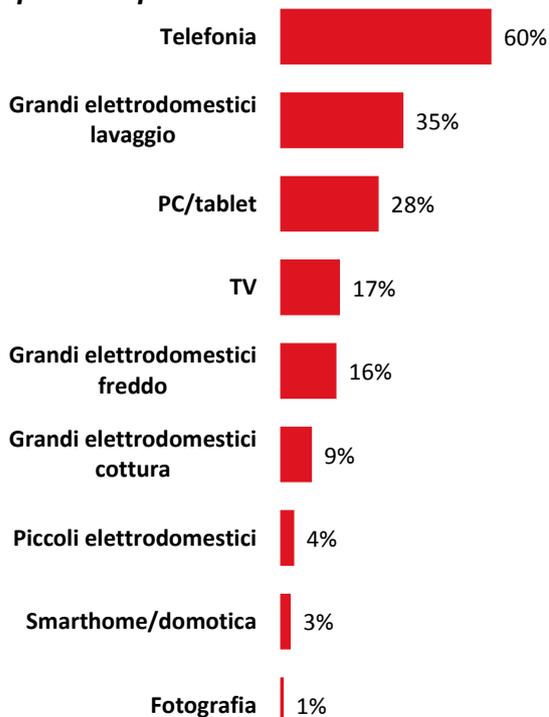
CONTENUTI DELL'OSSERVATORIO COMPASS

# Elettronica ed elettrodomestici: i prodotti più venduti e più finanziati

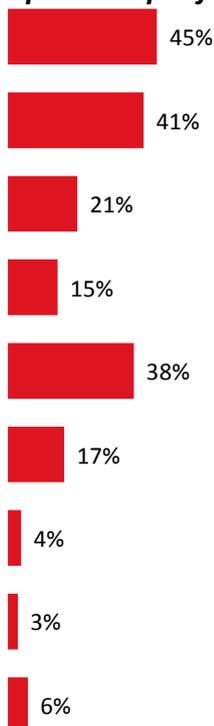
A suo parere, in generale, quali sono i prodotti che trainano il comparto?

E per quali tipologie di prodotto i suoi clienti ricorrono maggiormente al credito al consumo?

## I prodotti più venduti



## I prodotti più finanziati



« la parola dei convenzionati »



Osservatorio  
COMPASS

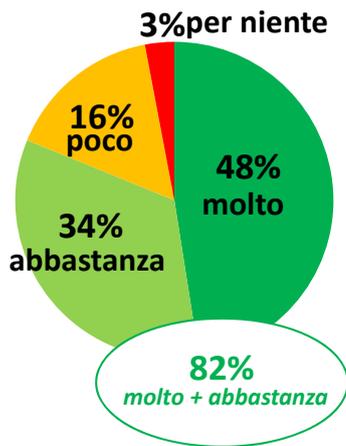
Si conferma anche per questa edizione dell'Osservatorio **la telefonia come il comparto che traina le vendite del mercato degli elettrodomestici ed elettronica.**

Oltre ad essere la categoria più venduta, risulta essere anche la più finanziata, grazie anche alle promozioni e ai piani tariffari strutturati per un'offerta dilazionata nel tempo.

# Quanto le promozioni sostengono le vendite

Secondo la sua esperienza, la presenza delle promozioni incoraggia i suoi clienti ad effettuare l'acquisto? E fatto 100 gli acquisti di prodotti presso il Suo punto vendita, quanta parte di queste vendite sono state realizzate grazie alla presenza delle promozioni?

**La presenza delle promozioni incoraggia i clienti ad effettuare gli acquisti?**



« la parola dei convenzionati »



**Incidenza delle promozioni sulle vendite**

45%

**Sconto secco sul prezzo**  
– la promo più efficace secondo i convenzionati intervistati

67%

Osservatorio  
COMPASS

La presenza di **promozioni** sul punto vendita **incoraggia ed incentiva gli acquisti**, secondo i convenzionati intervistati. Tale **leva commerciale incide per il 45% sul giro d'affari del punto vendita**. In particolare le promozioni più efficaci sono gli **sconti secchi** sul prezzo – opzione citata dal 67% del campione.



# I servizi ad alto valore aggiunto offerti alla clientela

Nel suo punto vendita quali servizi a valore aggiunto vengono offerti alla sua clientela?

« la parola dei convenzionati »



Osservatorio  
COMPASS

Il supporto ai clienti, inteso come **assistenza post vendita del bene**, è il **servizio considerato a maggior valore**, secondo i convenzionati intervistati.

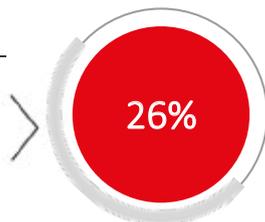
# L'interazione tra acquisti online e offline nell'elettronica

Secondo la sua esperienza, pensando al comportamento d'acquisto dei suoi clienti, in percentuale quante persone entrano in negozio solo per informarsi sui prodotti/per toccarli con mano e poi effettuano l'acquisto online? E invece, secondo il suo parere, perché i clienti continuano a comprare sul punto vendita fisico?

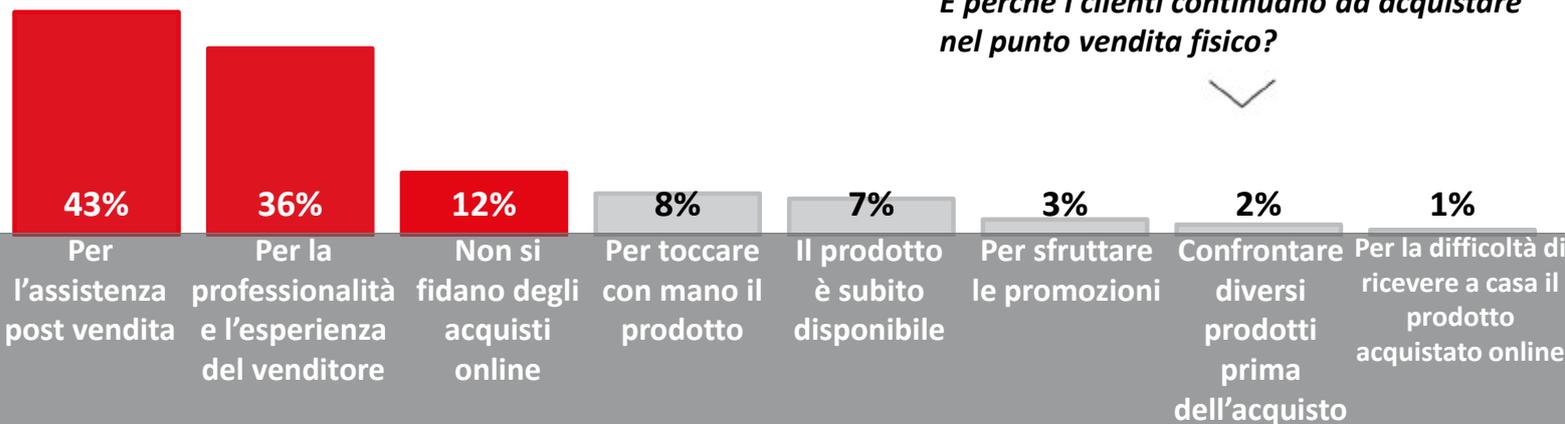


« la parola dei convenzionati »

**In percentuale, quanti entrano in negozio solo per informarsi e toccare con mano i prodotti ma concludono l'acquisto online?**



**E perché i clienti continuano ad acquistare nel punto vendita fisico?**



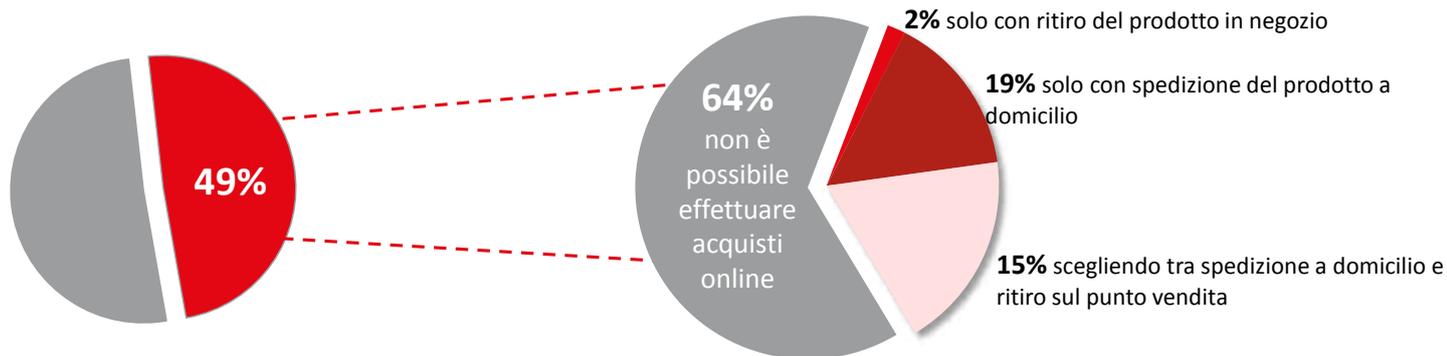
# La presenza online del canale fisico

Il suo punto vendita ha un sito internet? Tramite il vostro sito è possibile effettuare acquisti on line?

« la parola dei convenzionati »



**I punti vendita che dispongono anche di un sito internet:**



Osservatorio  
COMPASS

**Aumenta** rispetto alla precedente edizione dell'Osservatorio\* **la percentuale di chi dichiara di avere un sito internet collegato al punto vendita fisico**, che passa dal 43% del 2017 al 49%. **Aumenta anche la possibilità di effettuare acquisti on line**, che si attesta ad un 36% (dal 27% dello scorso anno\*).

\* Edizione Novembre 2017 dedicata all'elettronica e al Natale

Indagine effettuata da Praxidia – novembre 2018 – interviste a 121 dealer Compass del settore elettronica ed elettrodomestici

# I prodotti che subiscono maggiormente la concorrenza online

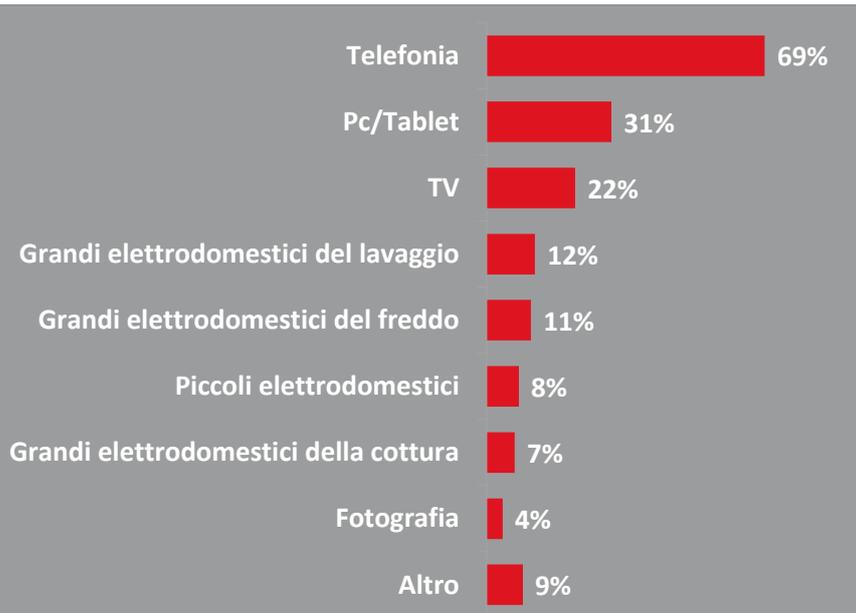
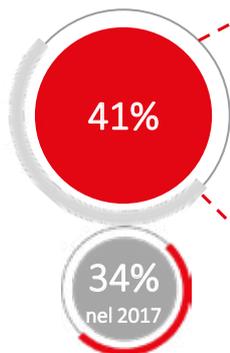
Parlando della concorrenza dei retailer online, secondo lei quanto incide in «mancate vendite» sul suo giro d'affari?

In particolare su quali prodotti ha visto la concorrenza maggiore? e poi? e infine?

« la parola dei convenzionati »



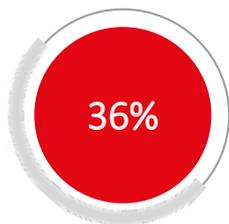
**L'incidenza in mancate vendite dei retailer online sul proprio giro d'affari, secondo i convenzionati intervistati:**



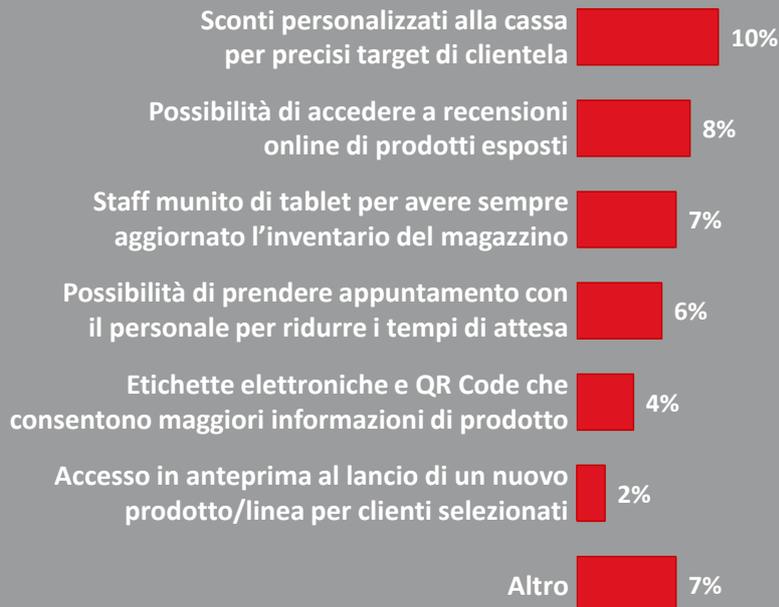
# Le soluzioni per rendere il punto vendita fisico più vicino al cliente

Quali soluzioni ha adottato/ha intenzione di adottare nel breve termine per migliorare il servizio offerto e rendere il punto vendita fisico più vicino alle esigenze di un cliente sempre più omnicanale?

***I convenzionati che dichiarano che hanno adottato/hanno intenzione di adottare nel breve termine soluzioni per migliorare il servizio offerto e rendere il punto vendita fisico più vicino alle esigenze di un cliente sempre più omnicanale:***



« la parola dei convenzionati »



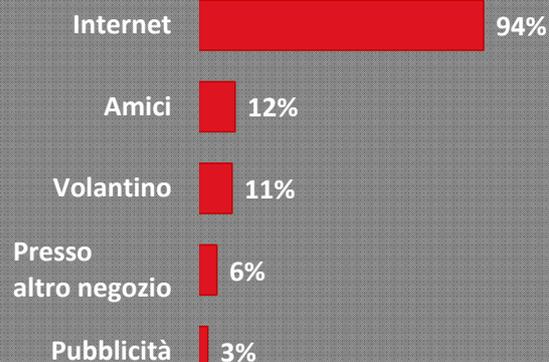
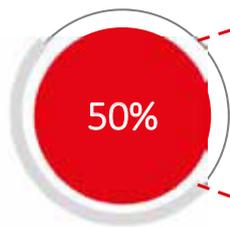
# Clienti sempre più informati e consapevoli

E fatto 100 le volte che parla con un cliente, in quante di queste ha l'impressione che il cliente abbia già raccolto informazioni sulla maggior parte delle caratteristiche del prodotto? E dove pensa che abbia raccolto informazioni? E poi? Ed infine?



« la parola dei convenzionati »

**I clienti che si presentano sul punto vendita già informati:**



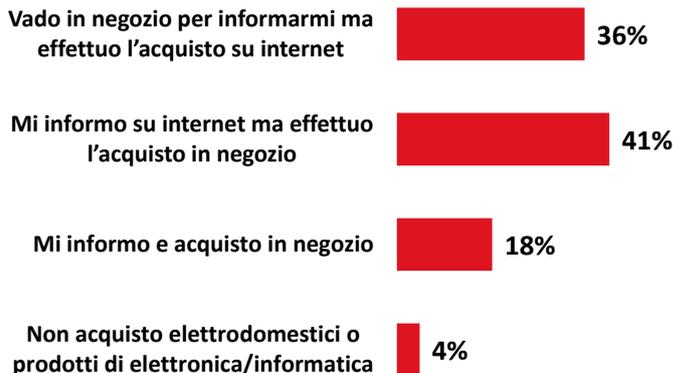
Osservatorio  
COMPASS

**1 cliente su 2** entra in negozio **già informato** sulle principali caratteristiche del prodotto cui è interessato. Tra i **canali di informazione** scelti dai clienti spicca il ruolo del **web**, a conferma del fenomeno del **webrooming o ROPO** – *Research online Purchase Offline*.

# L'interazione tra online e punto vendita fisico: cosa ne pensano i consumatori

Pensando al tuo comportamento d'acquisto per un elettrodomestico o prodotto di elettronica/informatica, quale delle seguenti espressioni esprime meglio il tuo comportamento? Rispetto al passato, acquisti prodotti di elettronica/tecnologia/elettrodomestici in negozio in misura...

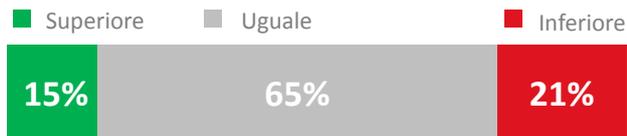
**Per l'acquisto di un prodotto di elettronica o un elettrodomestico:**



« il dichiarato dei consumatori »



**Rispetto al passato acquisto in negozio in misura...**



Osservatorio  
COMPASS

**8 italiani su 10 passano per il canale on line per informarsi o per acquistare elettrodomestici.** Il 36% degli intervistati dichiara di "andare in negozio per informarsi ma concludere l'acquisto on line".

# Note metodologiche - Dati CRIF

- **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
- **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
- **Elettrodomestici bruni:** apparecchi elettronici (televisori, impianti stereo, lettori e registratori di CD e DVD e videocamere ecc); include anche la telefonia
- **Settore Altro:** appartengono a questa categoria i convenzionati del settore viaggi e tempo libero/wellness/salute e spese finanziarie

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

# Note metodologiche - Indagine Praxidia

- Indagine effettuata da Praxidia, interviste CATI a un campione composto da 401 convenzionati COMPASS così distribuiti:

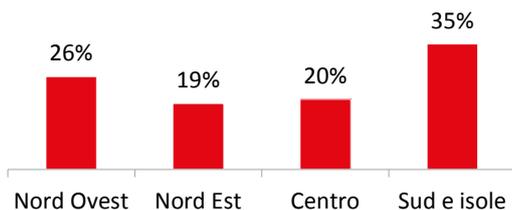
	Totale	Auto	Elettronica	Arredamento	Altro
Base	401	100	121	80	100
Nord Ovest	24,9%	29,0%	20,7%	22,5%	28,0%
Nord Est	24,9%	27,0%	16,5%	27,5%	31,0%
Centro	24,9%	22,0%	28,1%	23,8%	25,0%
Sud	25,2%	22,0%	34,7%	26,3%	16,0%
Titolare/Amministratore	58,9%	54,0%	57,9%	62,5%	62,0%
Responsabile del negozio	23,2%	22,0%	27,3%	23,8%	19,0%
Area finanziamenti	18,0%	24,0%	14,9%	13,8%	19,0%
Uomo	56,9%	55,0%	66,1%	56,3%	48,0%
Donna	43,1%	45,0%	33,9%	43,8%	52,0%
Età media	45	46	43	49	44

# Note metodologiche - Indagine Istituto Piepoli

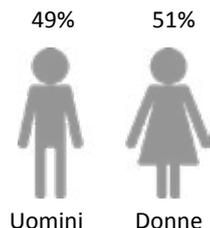
- Indagine effettuata da Istituto Piepoli con sistema CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) ad un campione rappresentativo della popolazione italiana di età compresa tra i 18 e i 70 anni stratificato per sesso, età e area geografica. In totale sono state eseguite 500 interviste nel periodo 19-22 Novembre 2018.



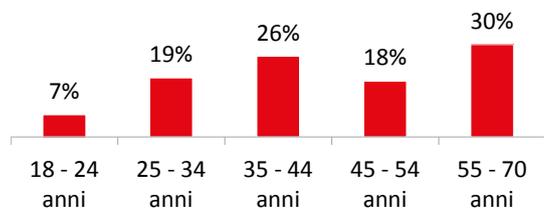
Area geografica



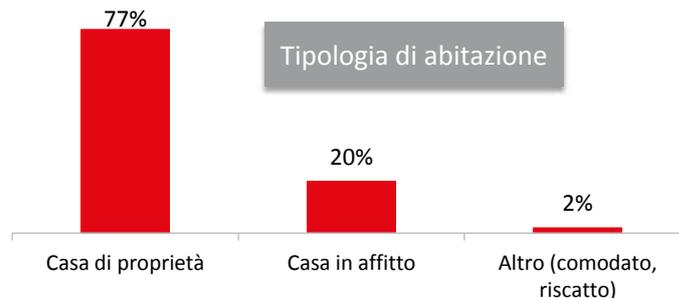
Genere



Età



Tipologia di abitazione



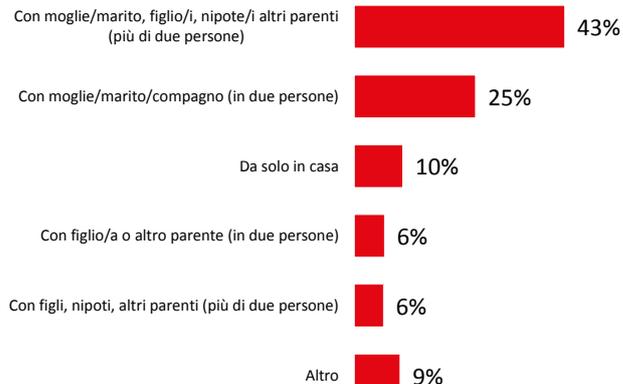
# Note metodologiche - Indagine Istituto Piepoli



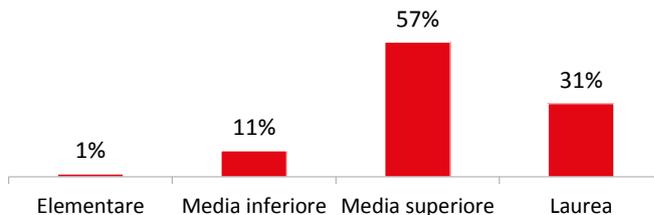
## Professione/occupazione



## L'intervistato vive con...



## Livello d'istruzione



Totale campione (n=500)





# COMPASS

GRUPPO MEDIOBANCA

**Compass Banca S.p.A.**

Sede Legale e Direzione Generale  
Via Caldera n. 21/D - 20153 Milano  
Tel. 02.72132.1 - Fax 02.72132.374  
[www.compass.it](http://www.compass.it)

Per ulteriori informazioni:

**Mediobanca Media Relations**

[media.relations@mediobanca.com](mailto:media.relations@mediobanca.com)

Segui **Compass** su:

