



COMPASS
GRUPPO MEDIOBANCA

Marzo 2020

Flash! SPECIALE
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 al 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 in cifre: speciale Elettronica ed elettrodomestici

% di coloro che non si fidano degli acquisti online e spendono in negozio

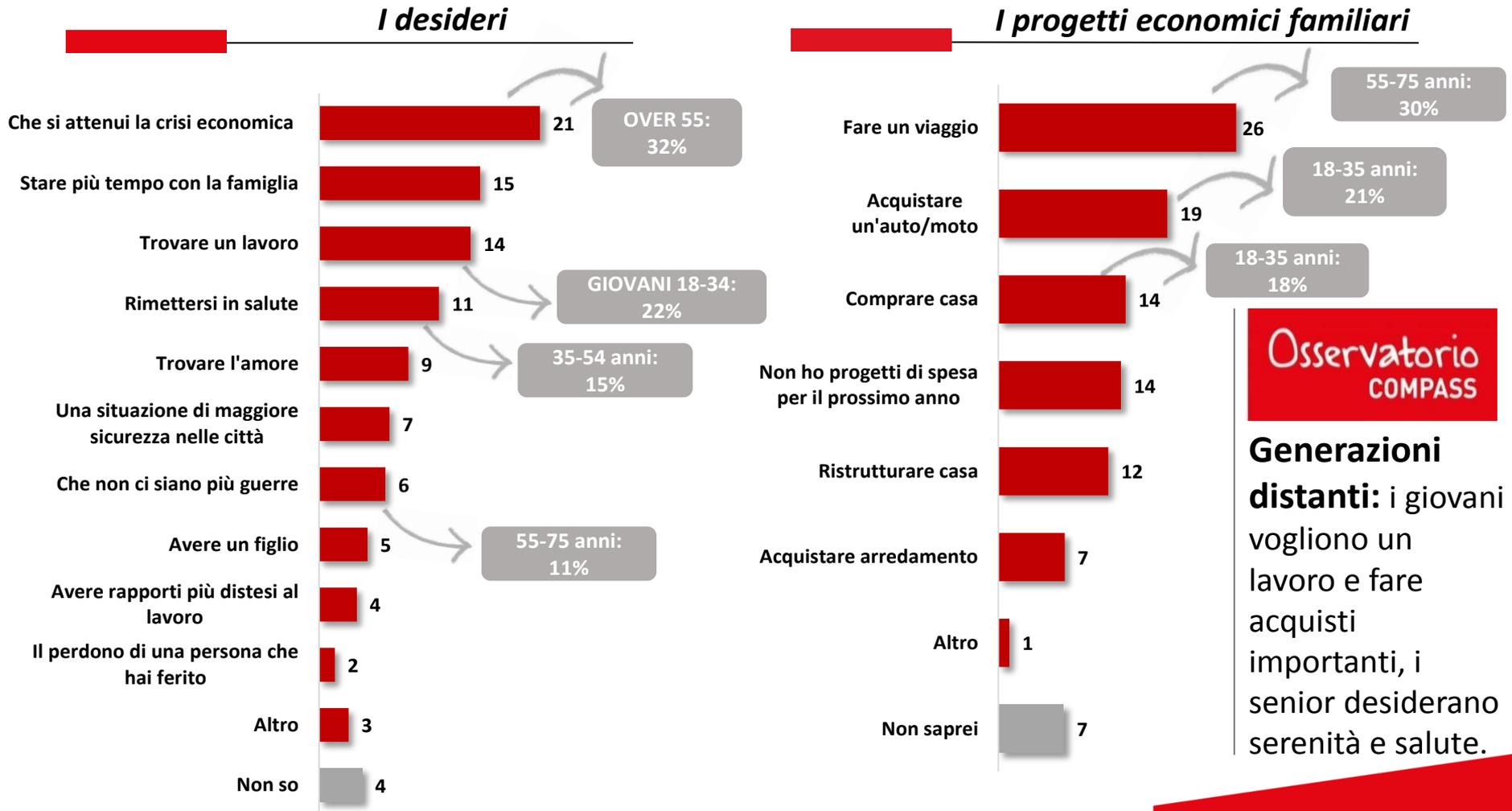
19%

% di coloro che si informano e acquistano esclusivamente online

39%

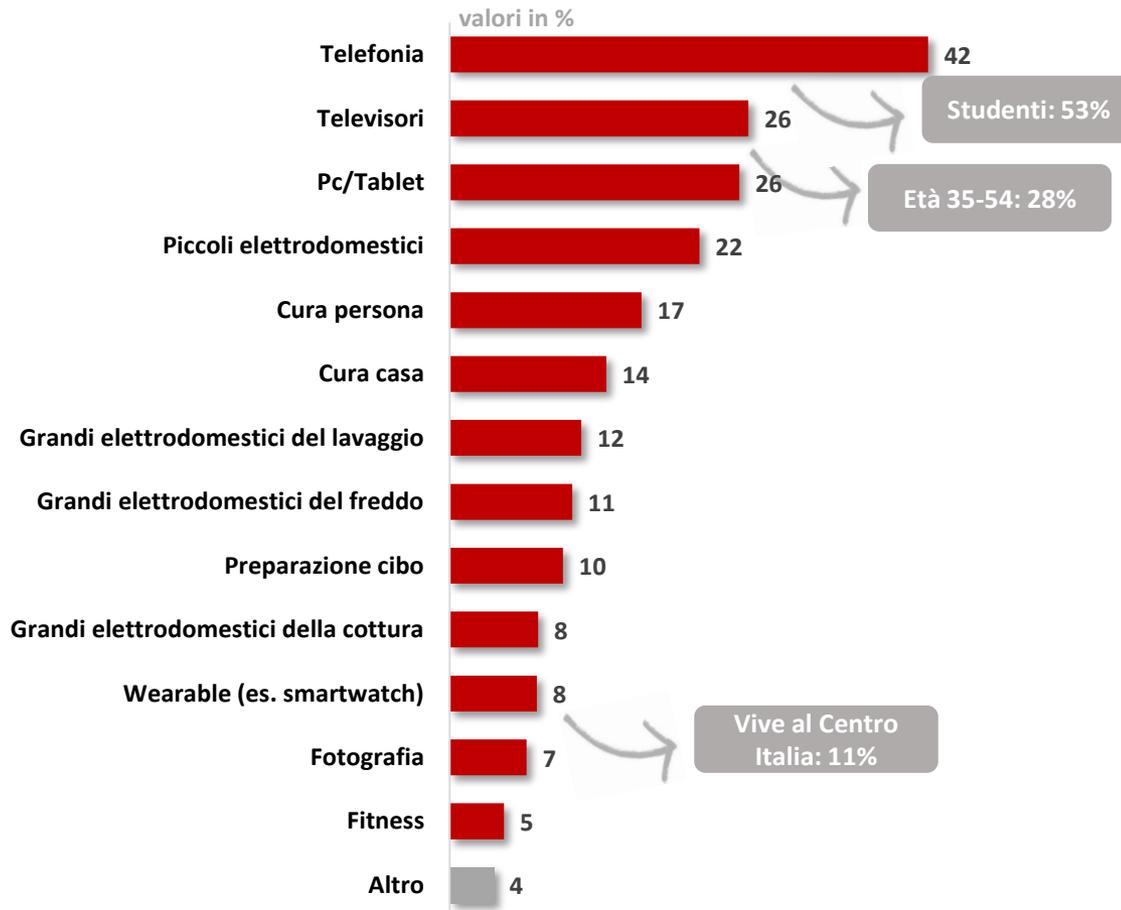
Desideri e progetti economici familiari

Ci sono cose che non si possono comprare. Nel 2020 quale desiderio vorrebbe realizzare escludendo tutto ciò che si può comprare? E invece, per quel che riguarda i progetti economici familiari, cosa vorrebbe per il 2020?



Intenzione di acquisto - mondo elettronica ed elettrodomestici

A suo parere, in generale, quali sono i prodotti di elettronica/tecnologia/elettrodomestici che acquisterà nel 2020?



«il dichiarato dei consumatori»



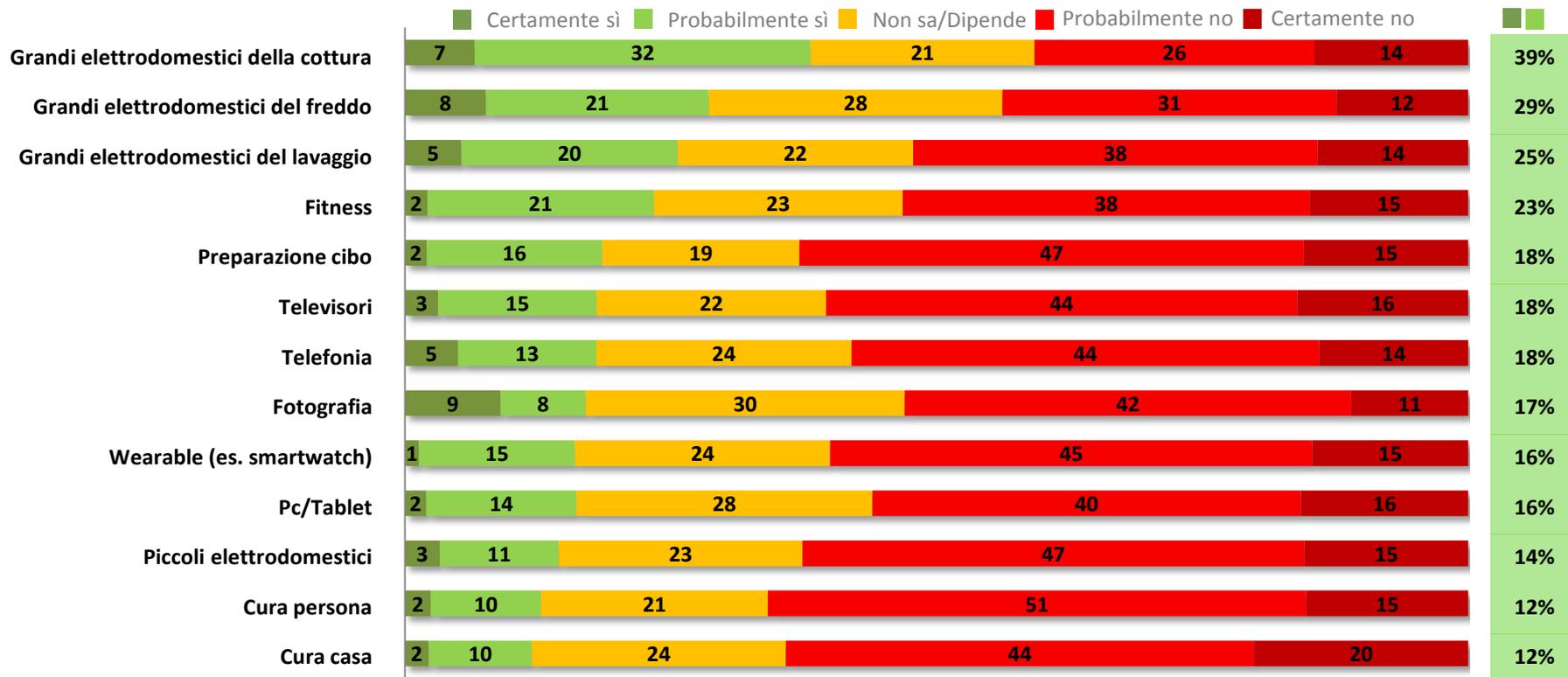
Osservatorio
COMPASS

Anche per questa edizione dell'Osservatorio è il **comparto della telefonia a trainare le vendite** del mercato degli elettrodomestici e dell'elettronica, come emerge dalle intenzioni di acquisto del 42% dei rispondenti.

Probabilità richiesta finanziamento – top 5

Farà un finanziamento per l'acquisto dei prodotti di elettronica/elettrodomestici che acquisterà nei prossimi 12 mesi?
Per quali?

Sì per il
16%



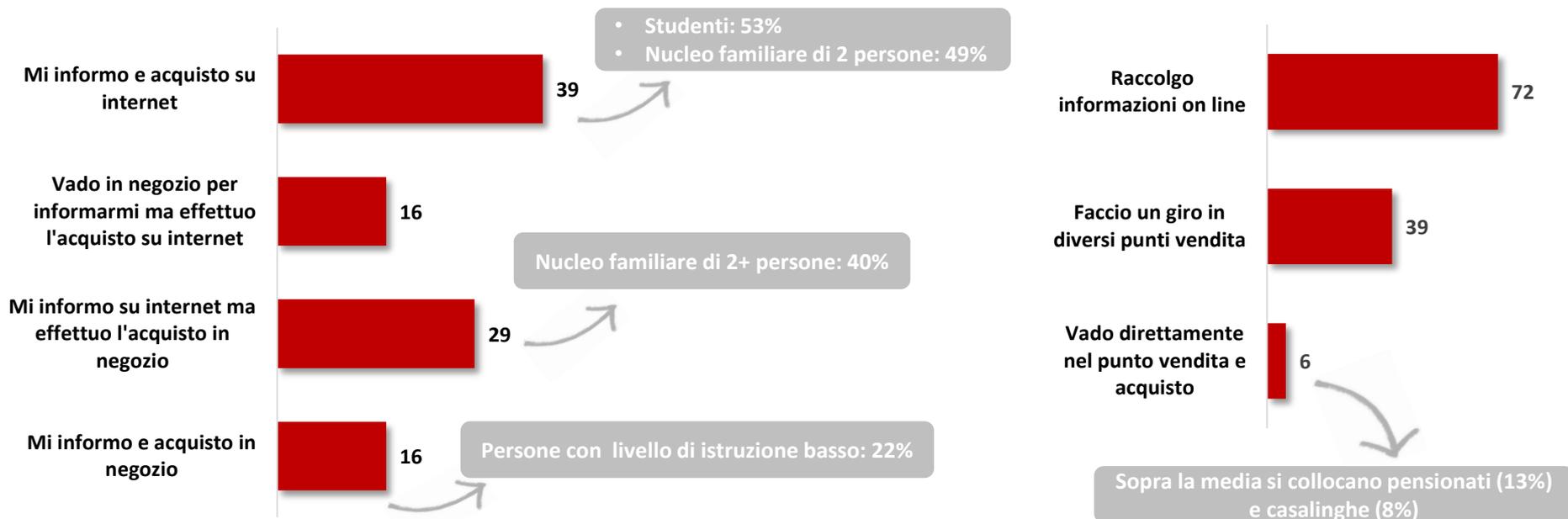
Osservatorio
COMPASS

La categoria più finanziata è quella dei grandi elettrodomestici per la cottura (piani cottura, forni...). Seguono altre tipologie di prodotti che presentano elevati prezzi di listino, tra cui i grandi elettrodomestici del freddo e del lavaggio.

Comportamento di acquisto e fase pre-acquisto

Pensando al suo comportamento di acquisto per un elettrodomestico o un prodotto di elettronica, quale delle seguenti espressioni esprime meglio il suo comportamento? In particolare, si informa prima di acquistare un elettrodomestico/prodotto di elettronica?

«il dichiarato dei consumatori»



Osservatorio
COMPASS

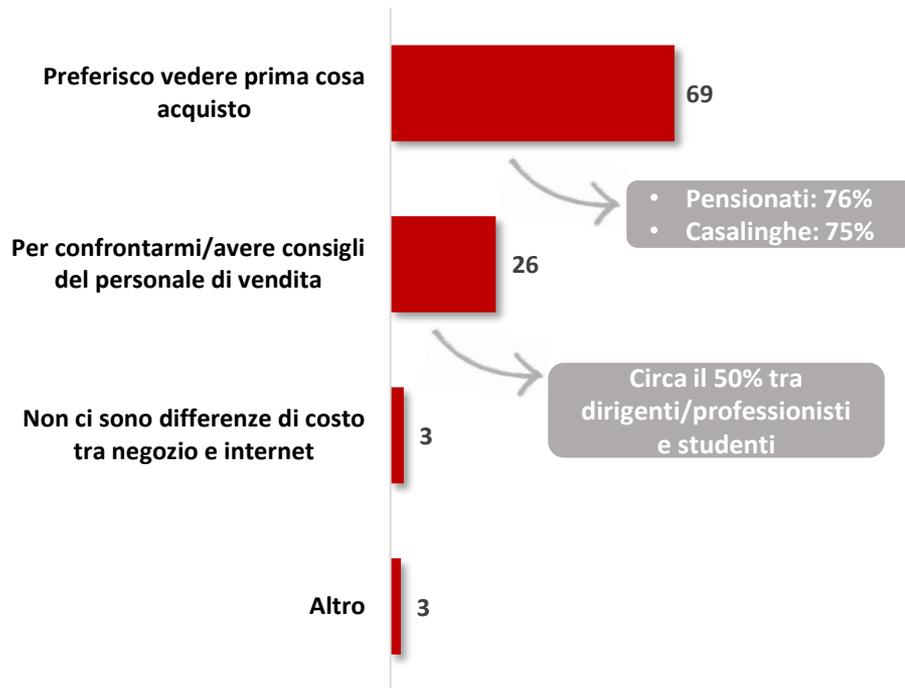
Internet supera il negozio fisico non solo come primo canale d'acquisto (55% degli intervistati), ma anche come principale fonte di informazione prima dell'acquisto (72%). **Solo il 6% degli italiani non si informa** prima di recarsi al punto vendita.

Motivazioni di acquisto in negozio/online

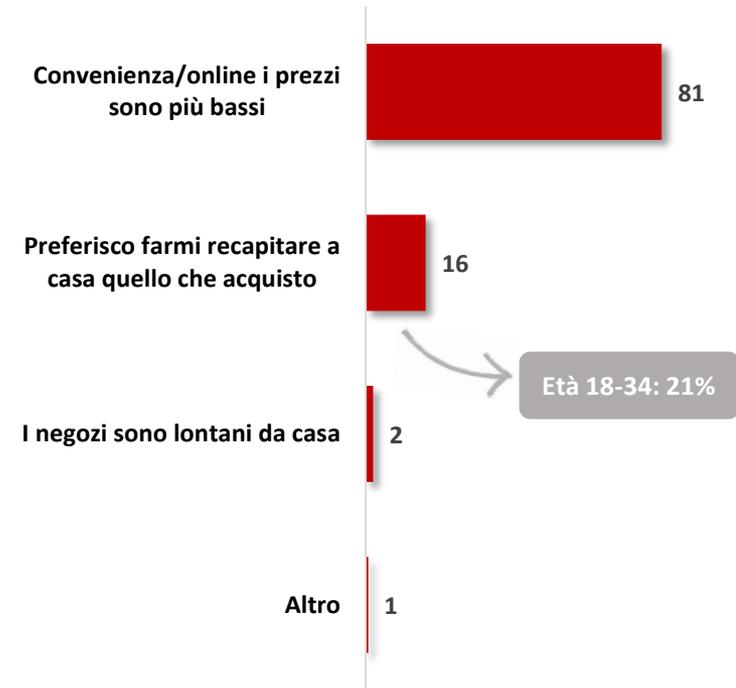
Per quale motivo acquista in negozio? Per quale motivo acquista online?

valori in %

Motivazioni acquisto in negozio



Motivazioni acquisto online



Osservatorio
COMPASS

L'acquisto online è trainato dalla convenienza dei prezzi, più bassi rispetto a quelli in negozio. Chi acquista offline lo fa soprattutto per poter toccare con mano il prodotto, ma dirigenti/professionisti e studenti si dichiarano interessati anche al confronto con il personale di vendita.

Acquisto di elettronica ed elettrodomestici in negozio – YoY

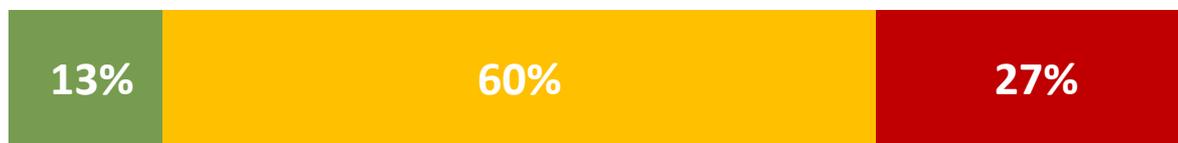
Rispetto al passato, acquista elettrodomestici/prodotti di elettronica in negozio in misura...

«il dichiarato dei consumatori»



■ Superiore ■ Uguale ■ Inferiore

2019



Professionisti: 29%
Studenti: 18%

Chi abita al nord: 30%

2018



Osservatorio
COMPASS

Rispetto allo scorso anno, nei negozi fisici diminuiscono gli acquisti dei prodotti di elettronica e degli elettrodomestici.

Driver di scelta per l'acquisto di un prodotto (totale citazioni)

Secondo lei, quali caratteristiche prende maggiormente in considerazione il cliente nell'acquisto di un prodotto?



«la parola dei convenzionati»



Prima citazione

- Qualità complessiva - 60%
- Brand - 13%
- Innovazione tecnologica - 11%
- Risparmio/classe energetica - 5%
- Esclusività - 5%
- Design/estetica - 3%
- Altro - 3%

Osservatorio
COMPASS

La prima caratteristica di un prodotto che guida all'acquisto è la sua qualità complessiva. Seguono l'innovazione tecnologica e l'estetica.

I consumatori risultano ancora molto sensibili al brand che si colloca al secondo posto nell'elenco delle prime citazioni.

Motivazioni di acquisto in negozio

«la parola dei convenzionati» 

Secondo la sua esperienza, in percentuale, quante persone entrano in negozio solo per informarsi sui prodotti/per toccarli con mano e poi effettuano l'acquisto on line? E invece, secondo il suo parere, perché i clienti continuano a comprare nel punto vendita fisico?

**Il 37% dei clienti
si informa in negozio
ma acquista online**



Osservatorio
COMPASS

La disponibilità immediata del prodotto si colloca la primo posto tra le motivazioni che, secondo gli esercenti, spingono i clienti a comprare nel negozio fisico, seguita dalla possibilità di toccare con mano il prodotto. Sempre secondo gli esercenti, circa 4 clienti su 10 si recano in negozio per informarsi, ma finalizzano l'acquisto online (contro il dato dichiarato dai consumatori di meno di 2 su 10).

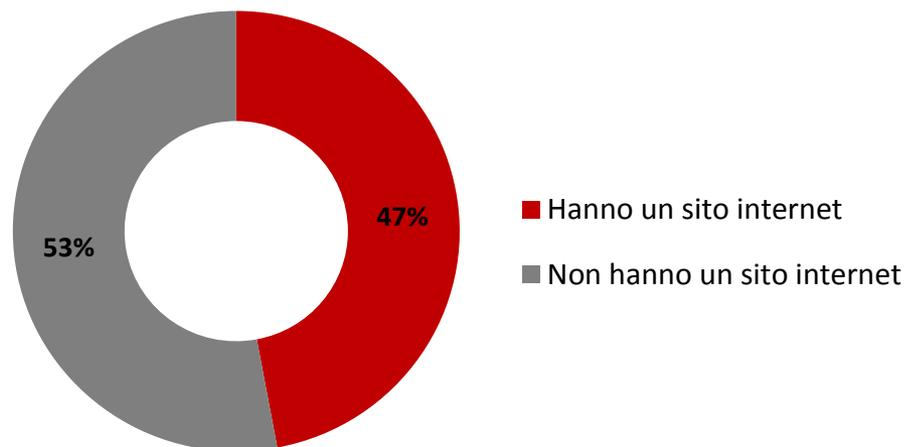
¹¹ Indagine effettuata da Istituto Piepoli a novembre 2019 - 400 interviste a dealer convenzionati Compass Dealer appartenenti al settore Elettronica ed Elettrodomestici n= 119

Sito internet del punto vendita

«la parola dei convenzionati» 

Il suo punto vendita ha un sito internet?

Tramite il suo sito è possibile effettuare acquisti on line?

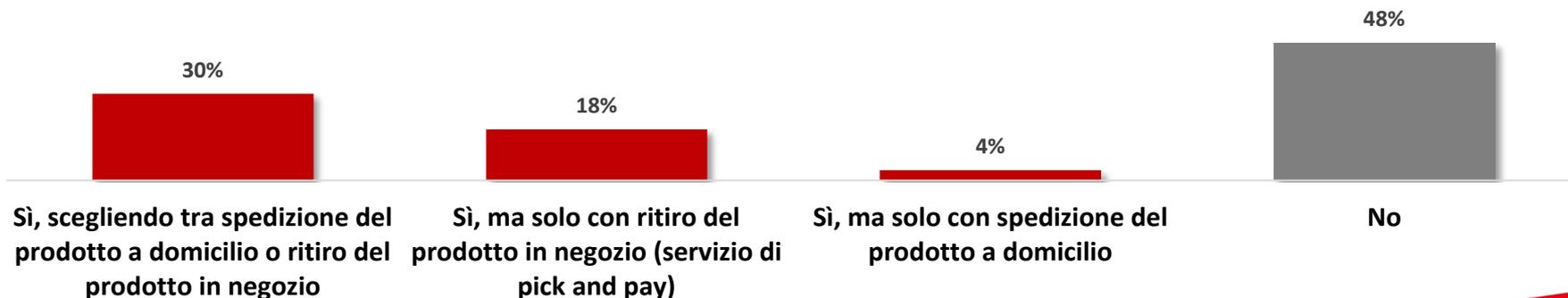


Osservatorio
COMPASS

Poco meno della metà degli esercenti ha un sito internet.

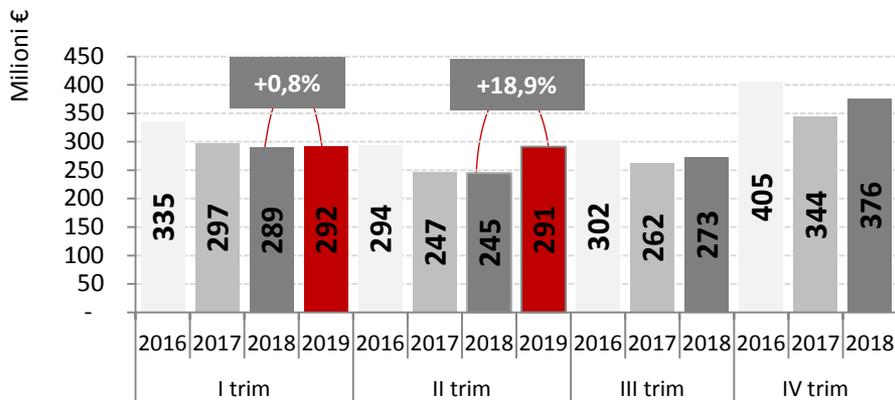
Circa 1 sito su 2 prevede la possibilità di effettuare acquisti online.

Acquisto prodotti tramite sito – modalità di consegna

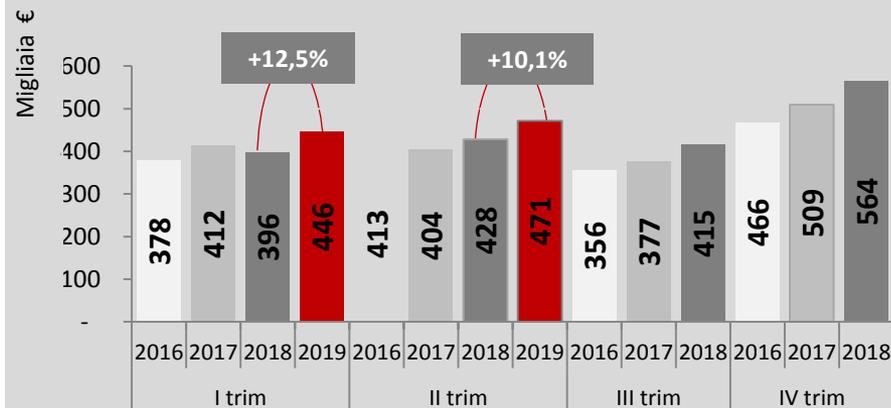


Andamento dei flussi di erogato per trimestre: dettaglio per settore

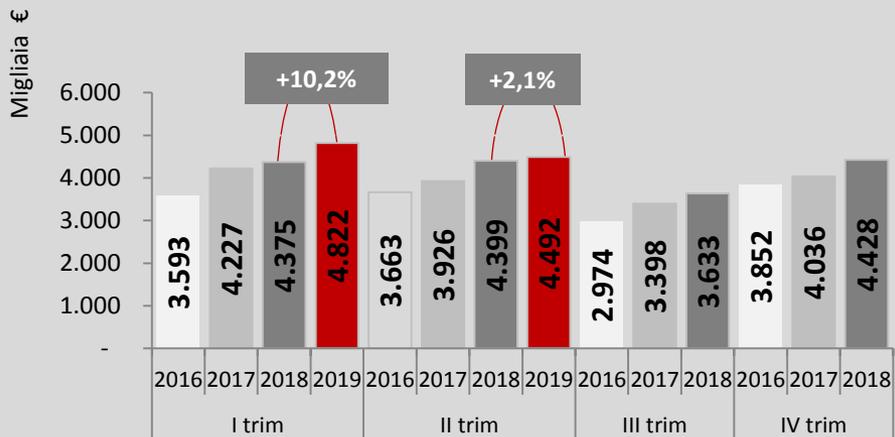
Elettronica



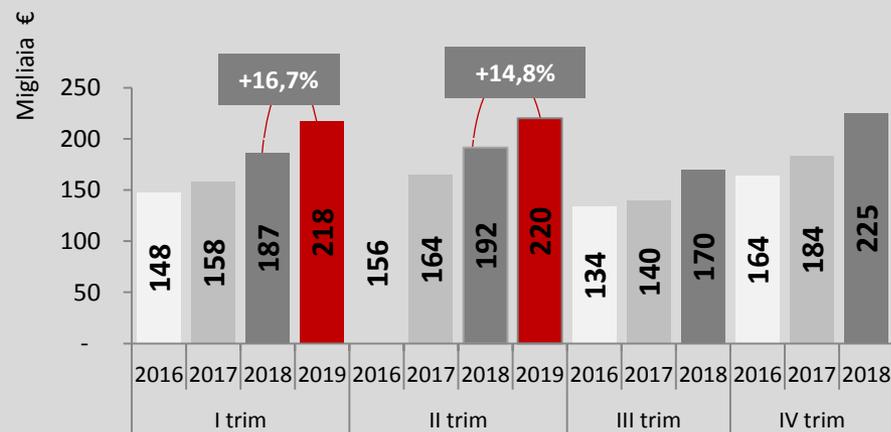
Arredamento



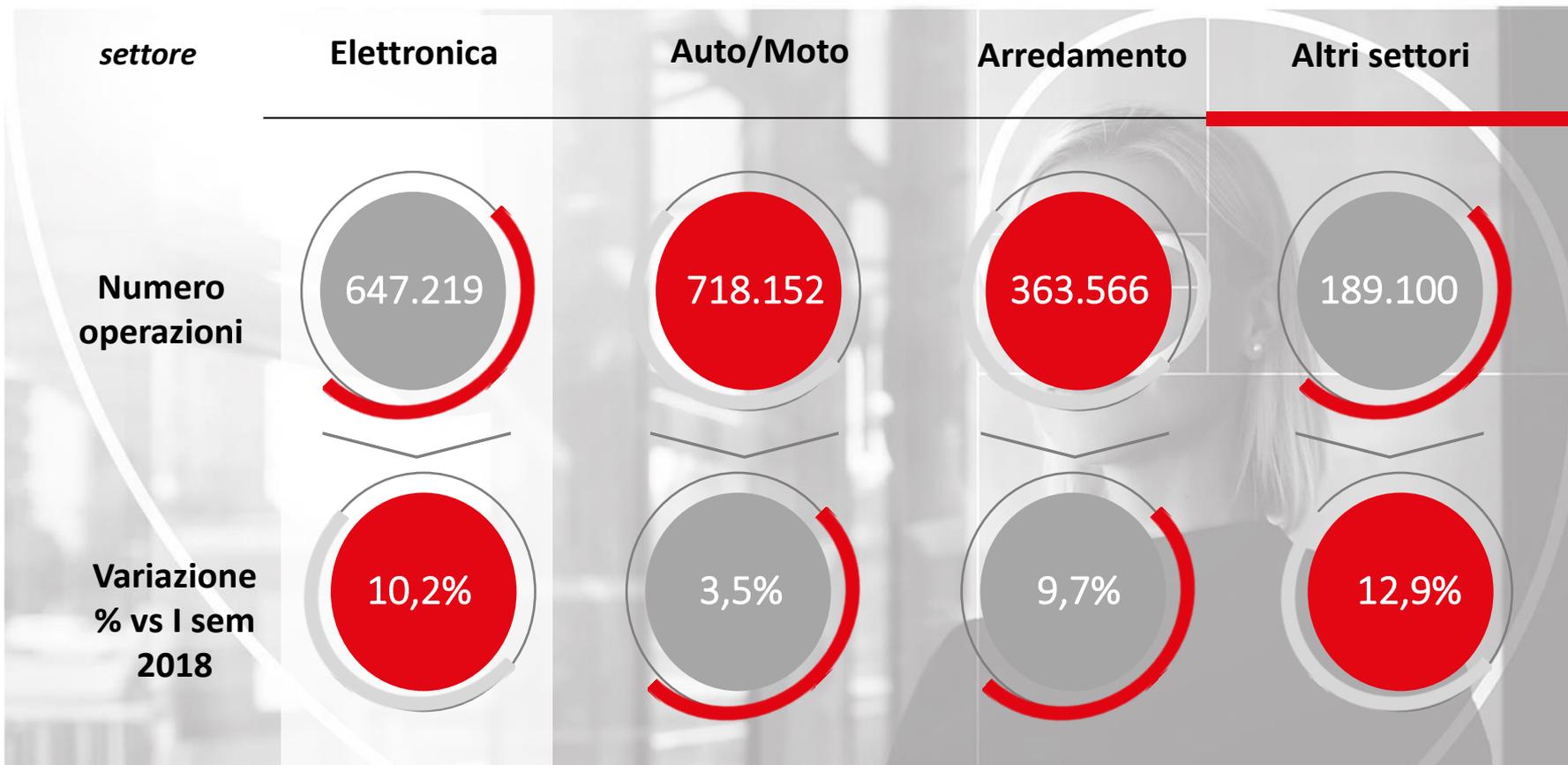
Auto e Moto



Altri settori



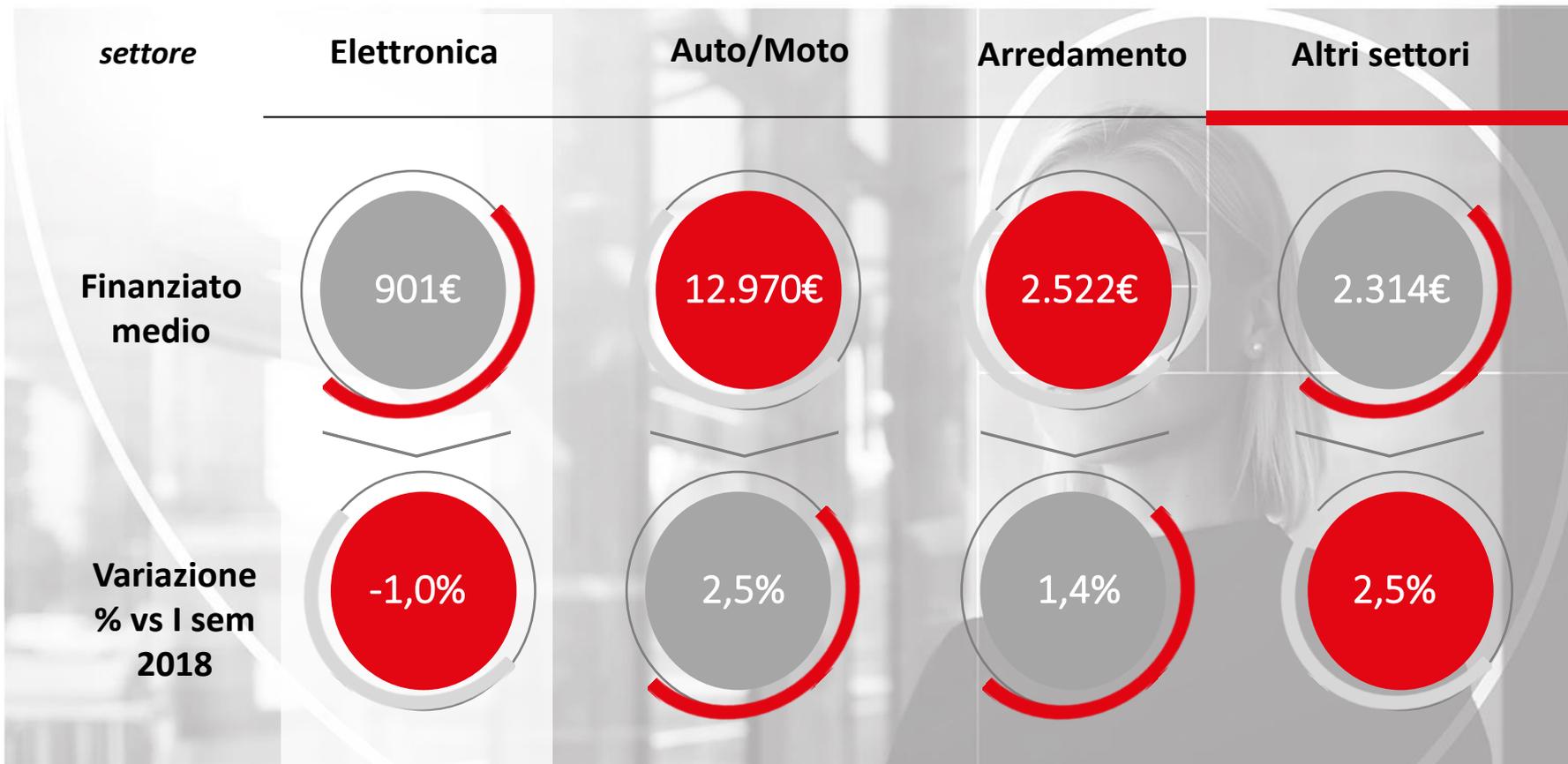
Andamento del numero operazioni per settore



Osservatorio
COMPASS

Nel primo semestre 2019 **tutti i settori dei prestiti finalizzati hanno registrato una crescita sostanziale del numero delle operazioni** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Andamento dell'erogato medio per settore



Osservatorio
COMPASS

Nel primo semestre 2019 **tutti i settori dei prestiti finalizzati hanno registrato una crescita moderata del finanziato medio** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, tranne il settore Elettronica.

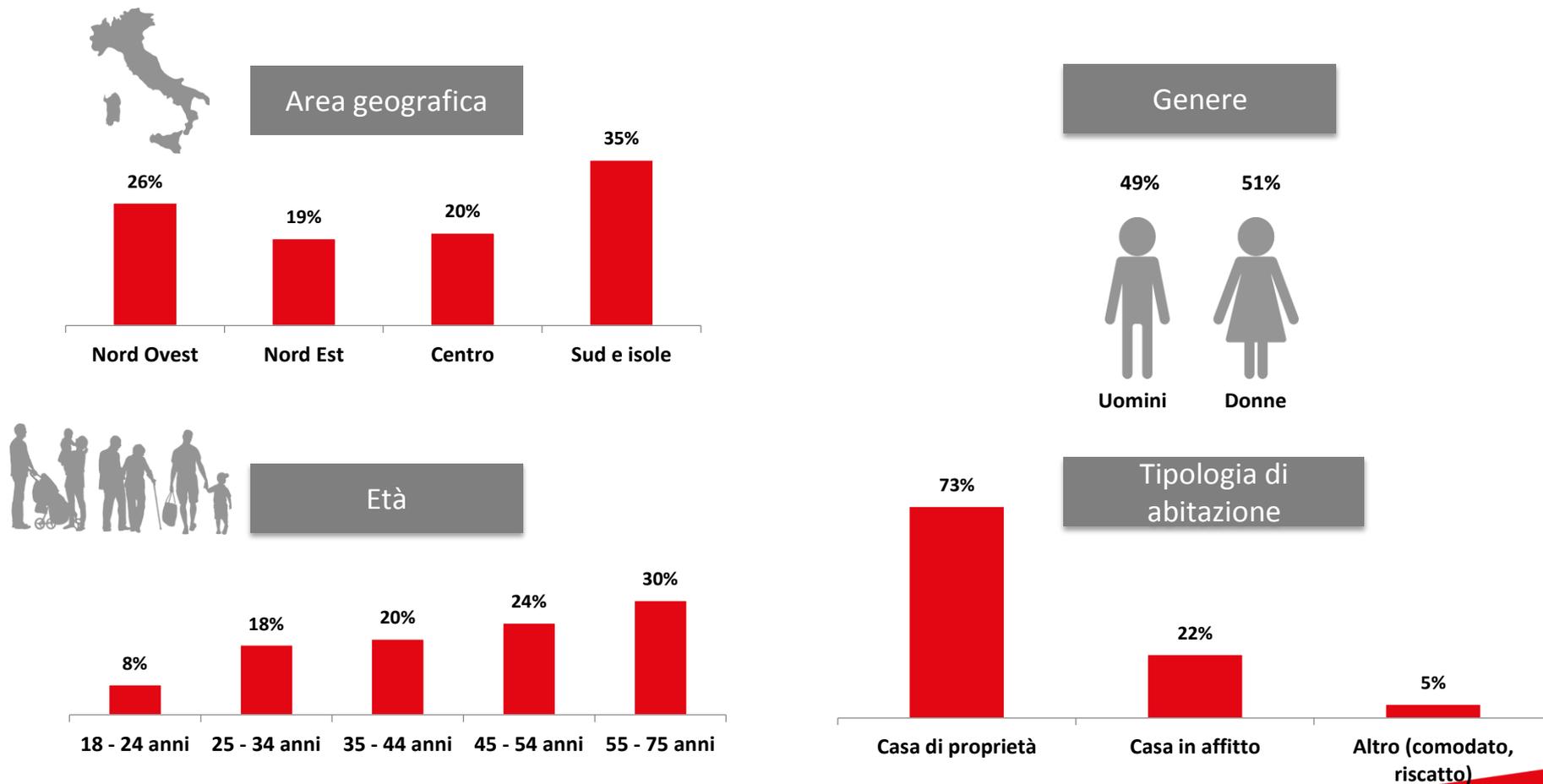
Note metodologiche - Dati CRIF

- **Convenzionato** o dealer: un esercizio commerciale che offre 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:
- **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;
- **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.

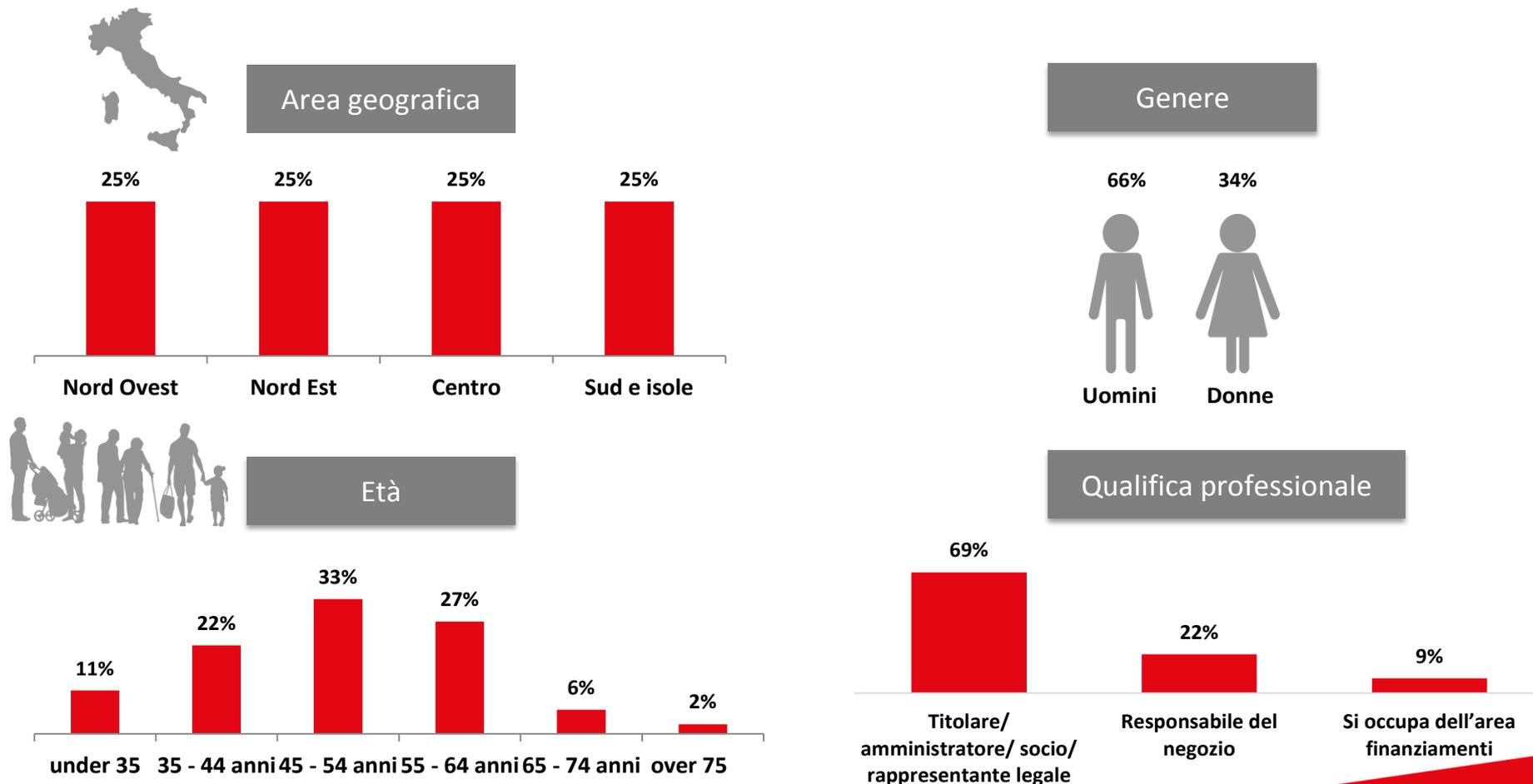
Note metodologiche - Indagine Istituto Piepoli

- Indagine effettuata da Istituto Piepoli con sistema CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) su un campione rappresentativo della popolazione italiana di età compresa tra i 18 e i 75 anni stratificato per sesso, età e area geografica. In totale sono state eseguite **1.002** interviste nel periodo **29 ottobre - 2 novembre 2019**.



Note metodologiche - Indagine Istituto Piepoli

- Indagine effettuata da Istituto Piepoli con interviste CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing) su un campione composto da **400** convenzionati Compass così distribuiti:





COMPASS
GRUPPO MEDIOBANCA

