

L'Osservatorio Compass: oltre 2 anni di ascolto

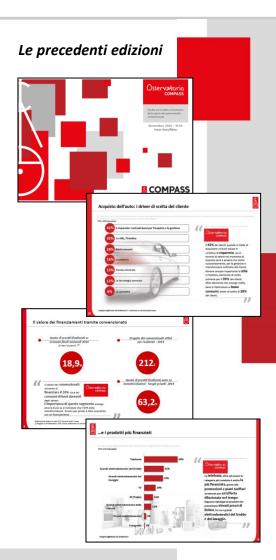




Osservatorio Compass

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.

La versione completa della ricerca e tutte le edizioni precedenti dell'Osservatorio Compass sono disponibili sul sito: www.compass.it/osservatorio-compass.html



L'Osservatorio Compass in cifre



Numero di convenzionati ATTIVI I semestre 2017

46mila

Crescita erogato tramite convenzionati
I sem 2017 vs
I sem 2016

+8,6%

Erogato convenzionati
I sem 2017

9,8 Mld€

Numero di convenzionati ATTIVI AUTO/MOTO I sem 2017

15mila

Crescita erogato settore
AUTO/MOTO

I sem 2017 vs I sem 2016

+11,3%

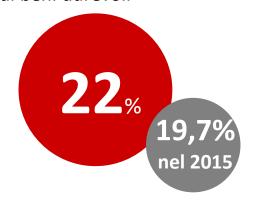
Erogato convenzionati
AUTO/MOTO
I sem 2017

8,1 Mld€

Il valore dei finanziamenti tramite convenzionato



Quota di prestiti finalizzati vs Consumi finali nazionali 2016 di beni durevoli (1)



Osservatorio

COMPASS

Il canale dei **convenzionati** consente di

finanziare il 20% circa dei consumi di beni durevoli

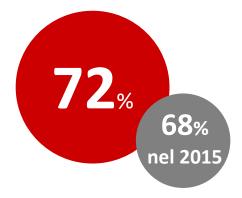
degli italiani.

In termini di **erogato** si tratta di poco meno di **300€** per residente, in forte crescita rispetto all'anno precedente.

Erogato dei convenzionati attivi per residente - 2016



Quota di prestiti finalizzati auto nuova su immatricolazioni - target privati – 2016





Indice sulle attese di vendita dei convenzionati



Rispetto alla situazione attuale, nel prossimo anno, preve	dete un aumento, una diminuz Aumento	sione o una stazionarietà del Stabilità	totale delle Vostre VENDITI Diminuzione	? Non risponde
Dicembre 2014	36,0%	48,8%	13,0%	2,3%
Luglio 2015	44,5%	42,3%	10,8%	2,4%
Dicembre 2015	46,5%	43,5	8,0%	2,0%
Marzo 2016	40,0%	47,0%	9,0%	4,0%
Ottobre 2016	48,5%	40,	5% 8,0%	3,0%
Marzo 2017	39,5%	46,8%	10,3%	3,4%
Giugno 2017	47,0%	40,0	0% 8,8%	4,3%



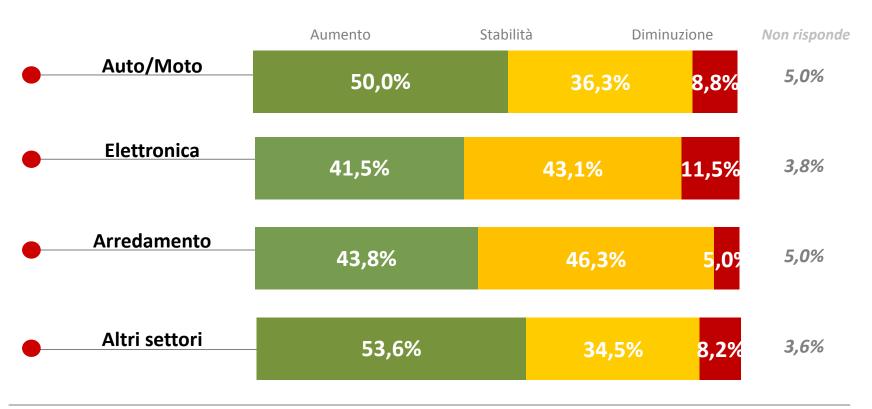
Rimane elevata la percentuale dei convenzionati che si attende un aumento delle vendite nella seconda metà dell'anno coerente con quanto osservato nel contesto macroeconomico italiano che appare in ripresa grazie, in particolare, alla crescita dei consumi della famiglie.

Indice sulle attese di vendita dei convenzionati: dettaglio settori



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

TOT= 400 intervistati





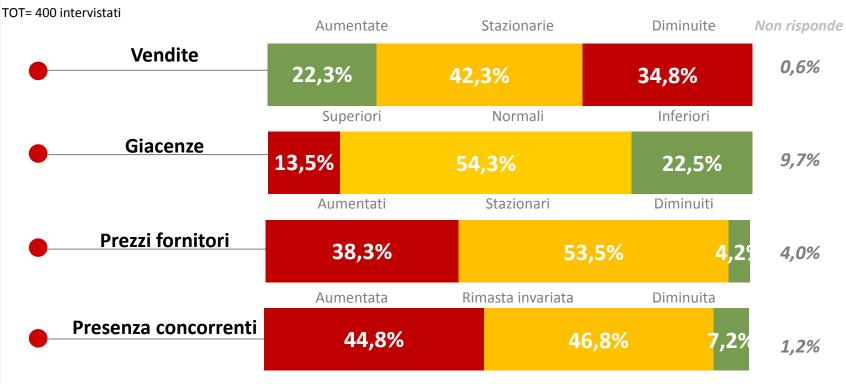
Nel dettaglio per settori il comparto dell'auto/moto e degli "altri settori" evidenziano attese nelle vendite decisamente in crescita; meno marcata tale tendenza negli altri settori indagati.



Contesto macroeconomico: nel 2017 vs 2016



C1. In generale, in questa prima parte dell'anno, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, 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 rispetto allo scorso anno? C4. In base alla sua percezione, la presenza di concorrenti nel suo mercato, rispetto allo scorso anno è:



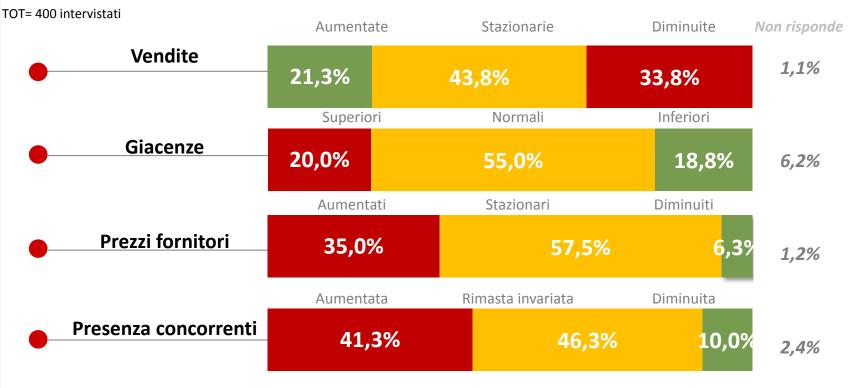


I giudizi dei convenzionati intervistati rimangono anche in questa seconda parte dell'anno con qualche preoccupazione in particolare legata ai costi sostenuti e alla concorrenza. In generale però rispetto all'inizio del 2016* si assiste ad una ripresa del clima di fiducia degli operatori.

Contesto macroeconomico: nel 2017 vs 2016 – AUTO/MOTO



C1. In generale, in questa prima parte dell'anno, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, 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 rispetto allo scorso anno? C4. In base alla sua percezione, la presenza di concorrenti nel suo mercato, rispetto allo scorso anno è:



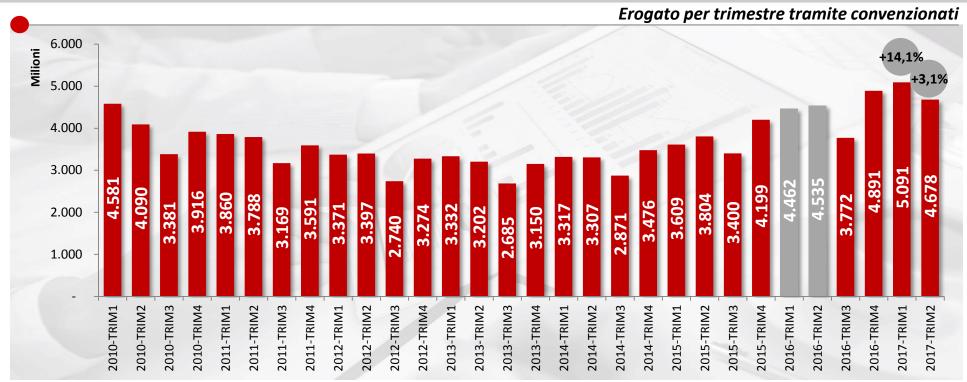


I giudizi dei convenzionati appartenenti al settore Auto/Moto appaiono in linea con quanto dichiarato dai dealer degli altri settori.

Permane **qualche preoccupazione** sul giro d'affari, in particolare legata ai costi sostenuti e alla concorrenza.

Andamento dei flussi di erogato per trimestre





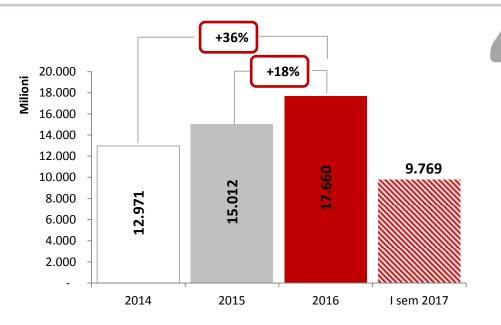


Il primo semestre del 2017 conferma il trend di crescita già registrato nel corso del 2016 nei volumi finanziati tramite convenzionato. In particolare con oltre 5 miliardi di euro, il primo trimestre 2017 ha segnato il livello massimo di flussi erogati nel periodo di osservazione, pari ad una variazione del +14,1% rispetto al I trim 2016.



Andamento annuale dei flussi di erogato tramite convenzionati



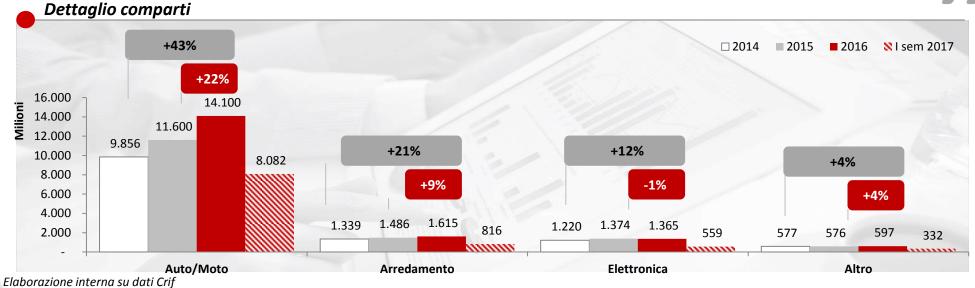


Osservatorio

Il **2016** si è concluso con una crescita rilevante dei flussi erogati tramite

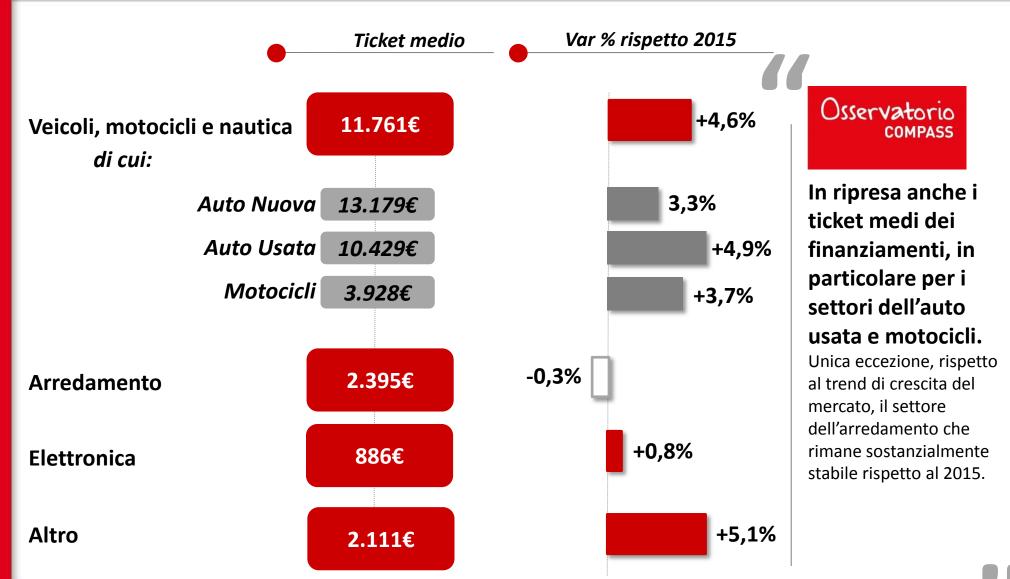
convenzionati (+18% rispetto al 2015 e +36% rispetto al 2014), per un totale di oltre **17,7 miliardi di euro erogati** alle famiglie italiane.

La crescita è stata sostenuta in particolare dal **settore della mobilità** (+22% nei confronti del 2015).



Andamento del ticket medio per settore





Il finanziamento come strumento a supporto delle vendite: A rate o niente!



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?

TOT= 2802 intervistati

Il comportamento di acquisto se non fosse stato disponibile il finanziamento:



80%Gli acquisti non effettuati



Nel percepito dei convenzionati, oltre la metà dei clienti che ha fatto ricorso al credito al consumo avrebbe rinunciato ad effettuare la spesa se tale servizio non fosse stato disponibile sul punto vendita.



La parola ai nostri convenzionati







Cosa pensano del credito al consumo i nostri convenzionati

AUMENTO DEL PORTAFOGLIO CLIENTI

LIQUIDITÀ IMMEDIATA

SICUREZZA DELL'INCASSO

INCREMENTO VENDITE

OPPORTUNITÀ DI VENDITA ANCHE SUI PRODOTTI PIÙ COSTOSI



Gli italiani e i mezzi di trasporto: gli stili di mobilità





Popolazione mobile in Italia -

% italiani che è uscita di casa per effettuare uno spostamento in un giorno feriale

57,5

Tempo medio in mobilità giornaliero pro capite –

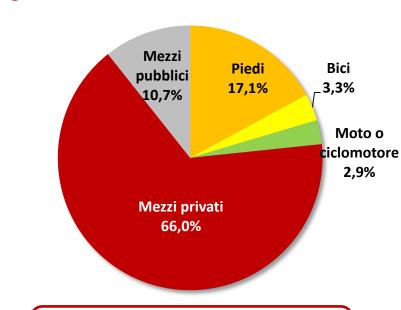
Minuti dichiarati per effettuare ogni spostamento



Distanza media giornaliera percorsa pro capite –

Km percorsi per tutti gli spostamenti compiuti nell'arco di una giornata media feriale





2,5N. medio di spostamenti giornalieri



Osservatorio COMPASS

I 2/3 degli italiani che quotidianamente si spostano utilizzano un mezzo privato per muoversi. Si mantiene elevato il tempo medio di mobilità giornaliero pro capite, pari quasi ad un'ora.



Il profilo di chi utilizza l'auto/moto come principale mezzo di trasporto





gli italiani che scelgono l'auto (o la moto) per gli spostamenti quotidiani



67,7% occupato alle dipendenze 66,4% occupato in conto proprio



66% da 30 a 45 anni **59%** da 46 a 64 anni





60,7% diploma universitario-laurea, post universitario



59,8% comuni fino a 10mila abitanti



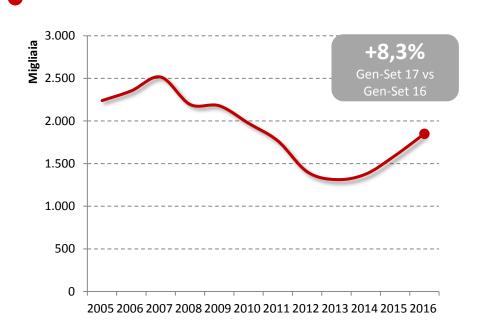
E' occupato, uomo, con un'alta istruzione, una fascia centrale di età e residente in un comune piccolo o medio/piccolo, il profilo sociodemografico di chi prende in prevalenza l'auto o la moto



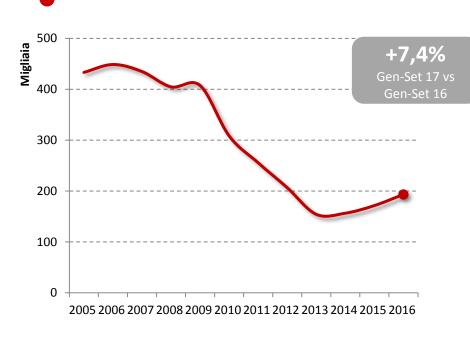
Andamento immatricolazioni auto e moto



prime iscrizioni autovetture



prime iscrizioni motocicli





Le prime iscrizioni di autovetture e motocicli si confermano anche per il 2016 in ripresa, dopo la brusca frenata registrata dal 2009. In particolare il numero di prime iscrizioni di autovetture è cresciuto del 16% nei confronti del 2015 e i primi nove mesi del 2017 registrano un ulteriore aumento dell'8,3% (vs gen-set 2016).

Stesso trend di crescita, seppur ritmi più contenuti si rileva anche nel settore dei motocicli: +13% le prime iscrizioni nel 2016 (vs2015) e +7,4% nel periodo Gennaio-Settembre 2017 (vs Gen-Set 2016).

Focus Auto e Moto: l'importanza del credito al consumo



Settore AUTO

Settore Moto

Quota di prestiti finalizzati
auto nuova su immatricolazioni
Target privati – dati 2016



N. Finanziamenti Motocicli



N. Immatricolazioni e
passaggi proprietà

Escludendo le mini volture





L'impatto delle vendite finanziate presso i punti vendita dei mezzi nuovi arriva a rappresentare oltre il 70% nel 2016 a conferma dell'importante sostegno del credito al consumo alle vendite nel settore della mobilità. Allo stesso modo osserviamo nel settore dei motocicli come il numero dei finanziamenti erogati cresca più delle vendite (immatricolazioni + passaggi di proprietà).

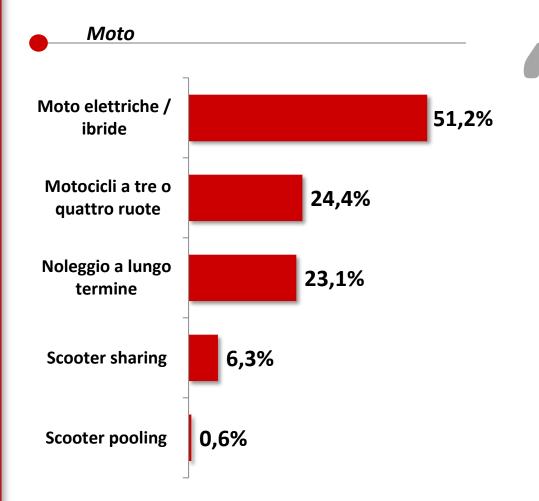
COMPASS

I principali trend di innovazione - MOTO



T1bis. Quali sono, a suo parere, i trend che stanno maggiormente delineando le linee di innovazione nel settore moto?

TOT= 160 intervistati





Nel mondo dei motocicli, come in quello delle autovetture, i mezzi a minori consumi rappresentano le frontiere di maggiore innovazione seguiti dai motocicli a tre ruote che associano allo stile anche una guida più sicura e comoda.

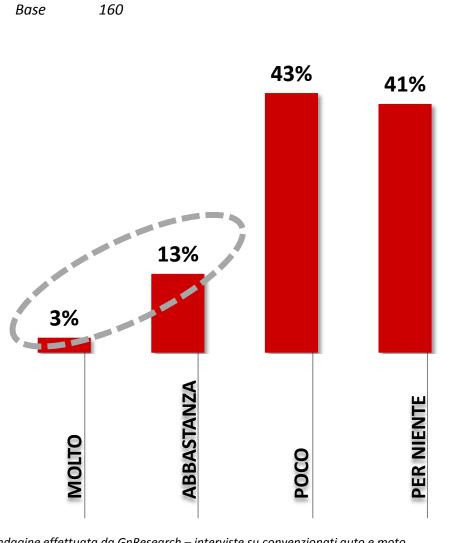




Incidenza delle innovazioni sul comparto auto/moto



T2. Nello specifico, l'introduzione sul mercato di servizi quali car/scooter sharing e car/scooter pooling quanto stanno incidendo negativamente sulle vendite del comparto auto/moto?





Solo il 16% dei convenzionati intervistati sostiene di aver avuto un impatto negativo sulle vendite per effetto dell'aumento del car sharing/pooling.

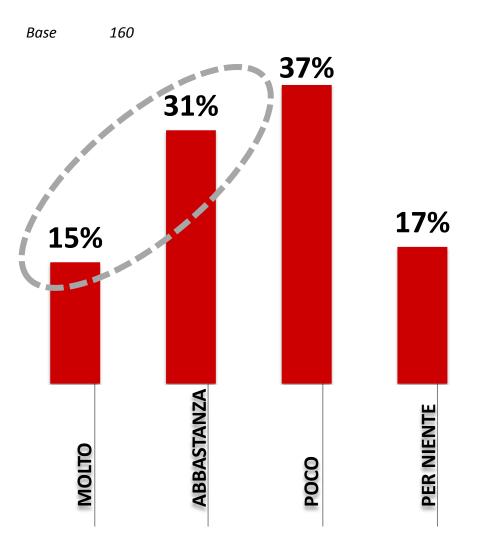
L'effetto appare contenuto anche per un limitato sviluppo nelle aree non metropolitane.



Le richieste del mercato: nuove tecnologie



T4. Nell'ambito delle nuove tecnologie del settore auto/moto si stanno facendo strada strumenti, quali ad esempio app che consentono di controllare e gestire il veicolo da remoto (status di ricarica della batteria, livello del carburante, autonomia, pressione dei pneumatici, geolocalizzazione, attivazione dei comandi da remoto, ecc). Secondo la sua esperienza, quanto questi nuovi strumenti tecnologici interessano alla sua clientela?







Il 46% dei convenzionati dichiara che i propri clienti mostrano un elevato interesse rispetto alle nuove tecnologie che consentono di gestire il veicolo da remoto rendendo il mezzo sempre più connesso e multimediale.

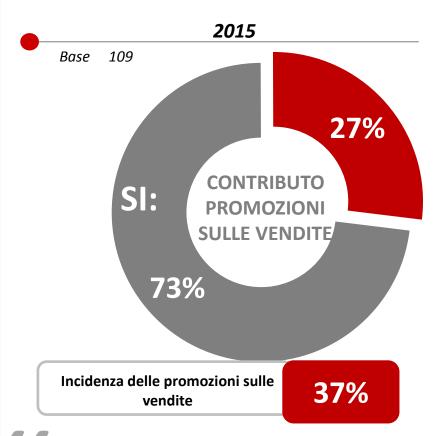


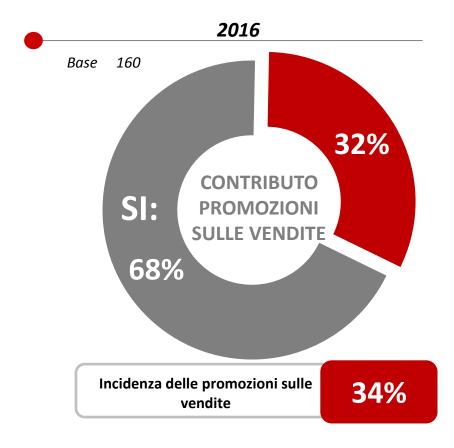
Le promozioni nel settore auto e moto



D1bis. Secondo la sua esperienza, la presenza delle promozioni incoraggia i suoi clienti ad effettuare l'acquisto?

D1ter. In particolare, fatto 100 gli acquisti di beni/servizi presso il suo punto vendita, quanta parte di queste vendite sono state realizzate grazia alla presenza delle promozioni?







Secondo gli intervistati circa 1/3 degli **acquisti** sono realizzati grazie alla **presenza di promozioni. Trend stabile rispetto a quanto dichiarato nel 2015.**

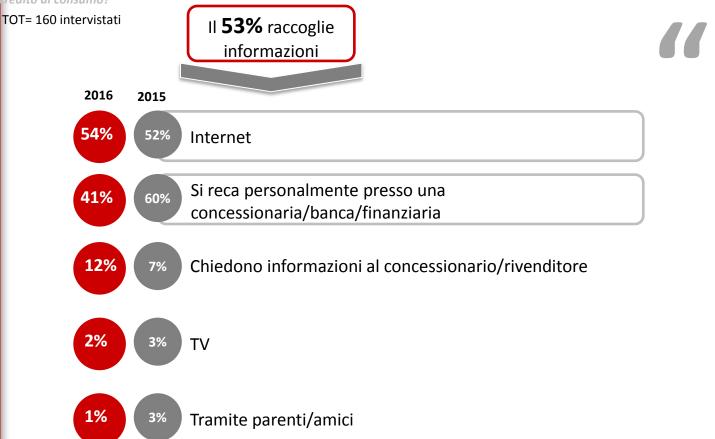


I canali di informazione del finanziamento



-OA. Prima di venire nel Suo punto vendita, i suoi clienti raccolgono personalmente informazioni in merito al finanziamento/prestito da sottoscrivere per l'acquisto del bene?
-OAbis. Attraverso quale canale, i suoi clienti raccolgono queste informazioni?

-OB. E, solitamente, i suoi clienti sottoscrivono il finanziamento direttamente con la sua concessionaria, ovvero con la/le finanziaria/e con la quale ha attivato una convenzione per il credito al consumo?



Osservatorio compass

Al momento dell'acquisto dell'auto per oltre la metà degli intervistati la clientela si è già informata in merito al finanziamento della spesa.

Più del 50% utilizza il canale web per la raccolta di informazioni sul prestito. Trend in crescita rispetto all'anno passato

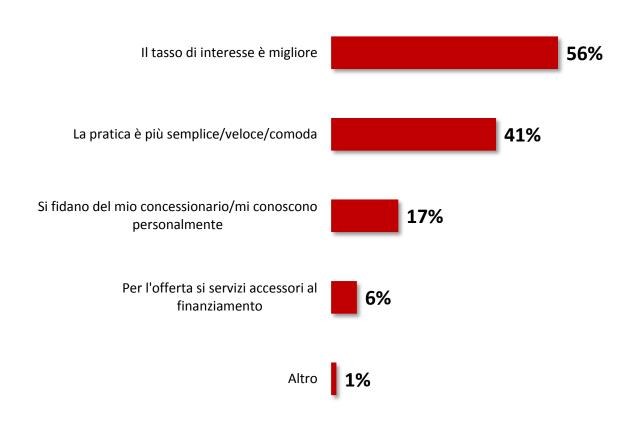


I motivi di scelta del finanziamento con il dealer



*OC. Per quali motivi, i vostri clienti, dopo aver cercato informazioni su altri finanziamenti preferiscono comunque sottoscrivere il prestito proposto nel suo punto vendita?

TOT= 78 intervistati





Più della metà dei

clienti ha sottoscritto il finanziamento direttamente presso la concessionaria auto perché ha ritenuto migliore il tasso di interesse proposto rispetto ad altri preventivi. Segue poi la praticità: la possibilità di far coincidere il finanziamento con l'acquisto del bene rende più semplice la gestione

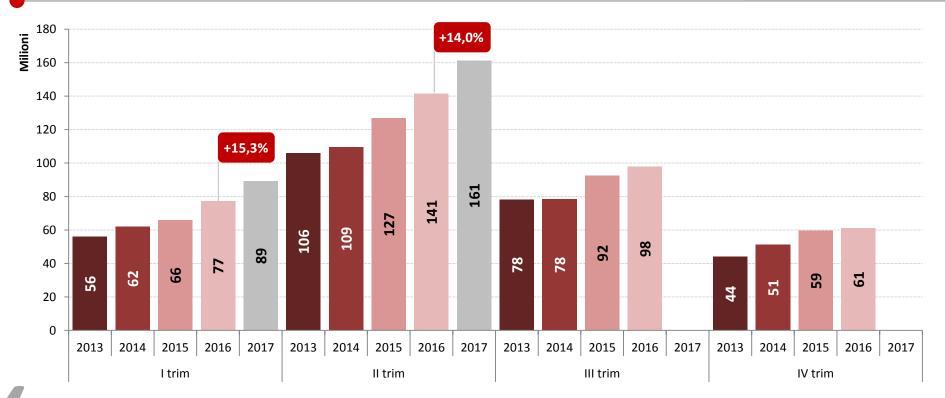
operativa del servizio offerto.



Andamento dei flussi di erogato per semestre – Motocicli







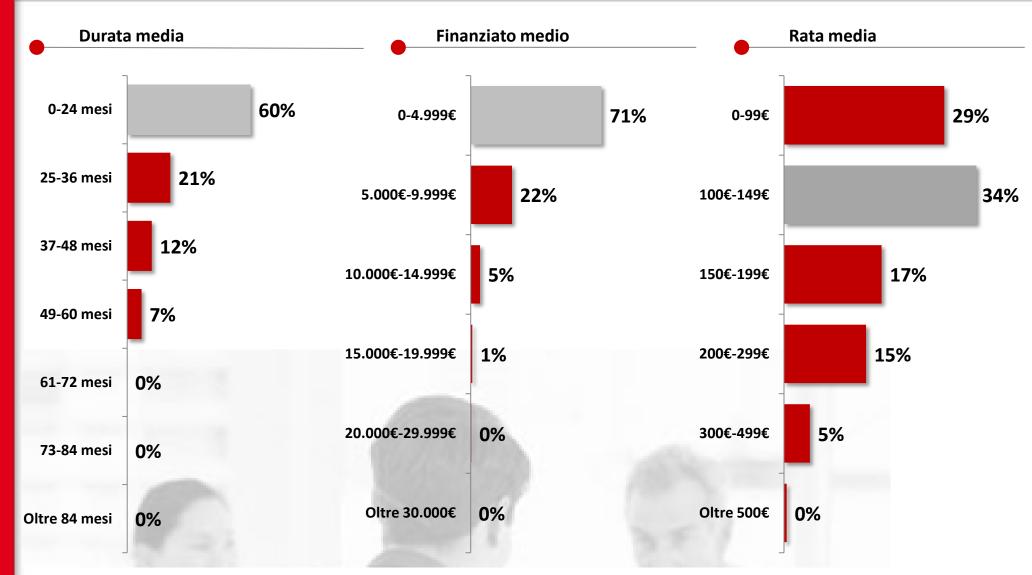


Continua il trend di ripresa del comparto dei finanziamenti ai motocicli. In particolare, il secondo trimestre, stagionalmente il più importante per il settore, registra una crescita a doppia cifra (+14,0% vs II trim 2016).



Offerta – dettaglio motocicli





Note metodologiche (1/2)



- 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)
- ▲ Motocicli: nella ripartizione dei dati crif il settore motocicli è comprensivo dei ciclomotori e biciclette
- ▲ 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 (2/2)



▲ Indagine effettuata da GnResearch, interviste CATI a un campione composto da 400 convenzionati COMPASS così distribuiti:

	Totale	Auto	Elettronica	Arredamento	Altro
Base	400	160	80	80	80
Nord Ovest	25,0%	26,9%	16,3%	27,5%	27,4%
Nord Est	24,3%	27,4%	15,0%	26,3%	25,0%
Centro	23,5%	24,4%	23,8%	18,8%	26,3%
Sud	27,2%	21,3%	44,9%	27,4%	21,3%
Titolare/ Amministratore	64,0%	60,6%	67,5%	68,7%	62,4%
Responsabile del negozio	10,7%	11,9%	8,8%	7,5%	13,8%
Area finanziamenti	25,3%	27,5%	23,7%	23,8%	23,8%
Uomo	65,2%	69,4%	71,2%	68,7%	47,5%
Donna	34,8%	30,6%	28,8%	31,3%	52,5%
	_	_			
ETÀ MEDIA	45	44	44	47	44