

# Osservatorio COMPASS

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

**Maggio 2018 – N.12**  
*Edizione speciale*



**COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA



**1.** Tre anni di numeri

**3.** Focus sul mondo auto

**2.** Le attese di vendita

**4.** Matrimonio e Casa



## PERCHE' UN OSSERVATORIO SUI CONVENZIONATI

“

Compass da oltre 50 anni è nel mercato del credito al consumo. Nel 1960 ha finanziato il suo primo cliente per l'acquisto di una caldaia. Da sempre collabora con imprese e imprenditori (i “convenzionati”) distribuiti su tutto il territorio Italiano. Oggi, grazie anche a loro, Compass è una tra le prime società del credito al consumo.

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

”

Francesco Caso  
Direttore Generale – Compass S.p.A.



Dal 2014 osserviamo le caratteristiche **commerciali dei convenzionati** che offrono il servizio di credito al consumo, ne **ascoltiamo le loro percezioni** rispetto al contesto macroeconomico e ne **condividiamo le ambizioni** sul futuro.

## Numeri del 2017 – Totale Italia





## TRE ANNI DI NUMERI

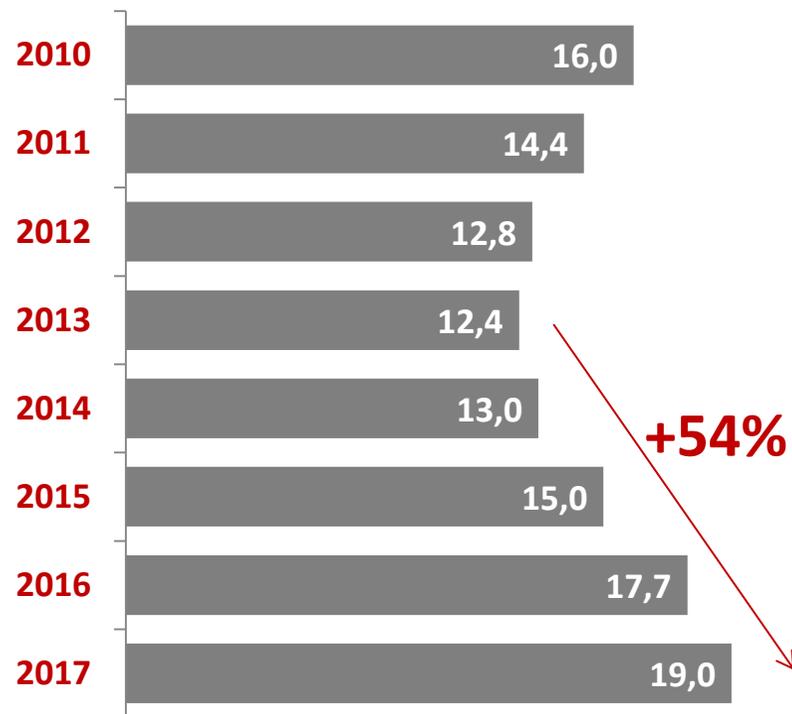
1

I numeri che hanno accompagnato questi tre anni di osservazione del mondo dei convenzionati nel credito al consumo

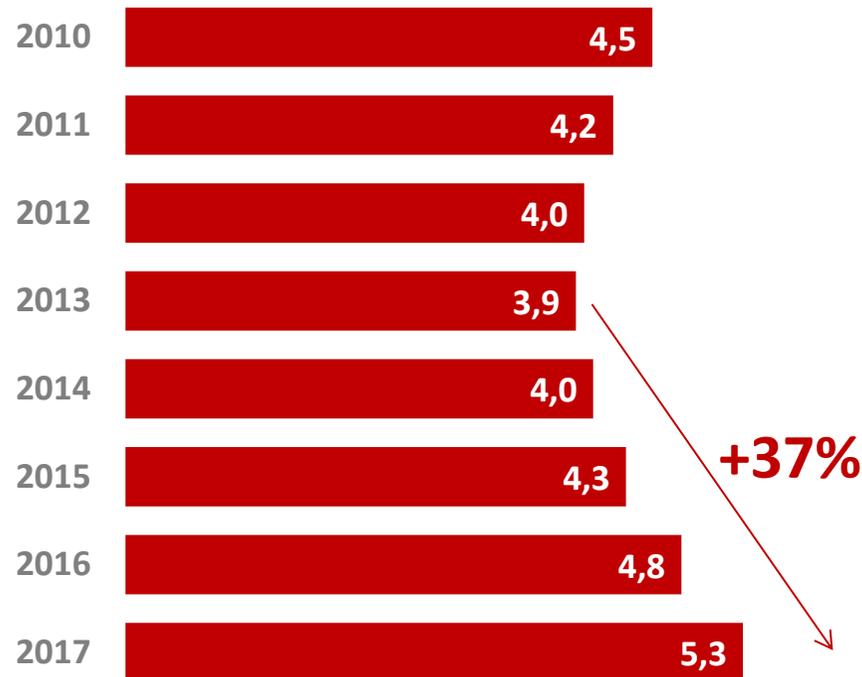
# 2017: anno da record per l'erogato tramite i convenzionati



## EROGATO – Mld€



## EROGATO MEDIO PER OPERAZIONE – Mila€



Osservatorio  
COMPASS

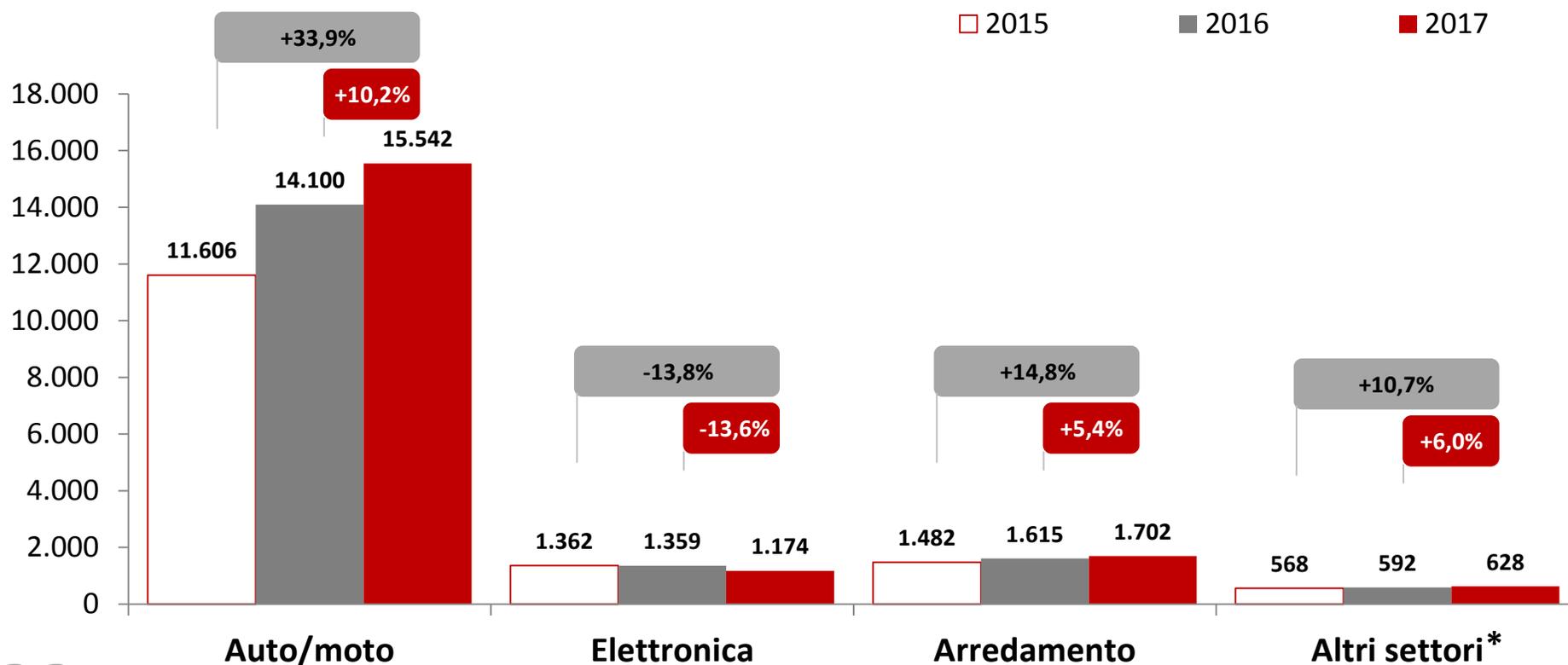
**Il 2017 si chiude segnando un nuovo record in termini di erogato** nel credito al consumo tramite convenzionati, ed arriva a superare i 19 miliardi di euro. Su questo risultato incide anche una **progressiva crescita del ticket medio** di finanziamento fortemente influenzato dallo sviluppo del comparto auto.



# Un dettaglio per settore



## EROGATO ANNUO PER SETTORE – Mln di euro



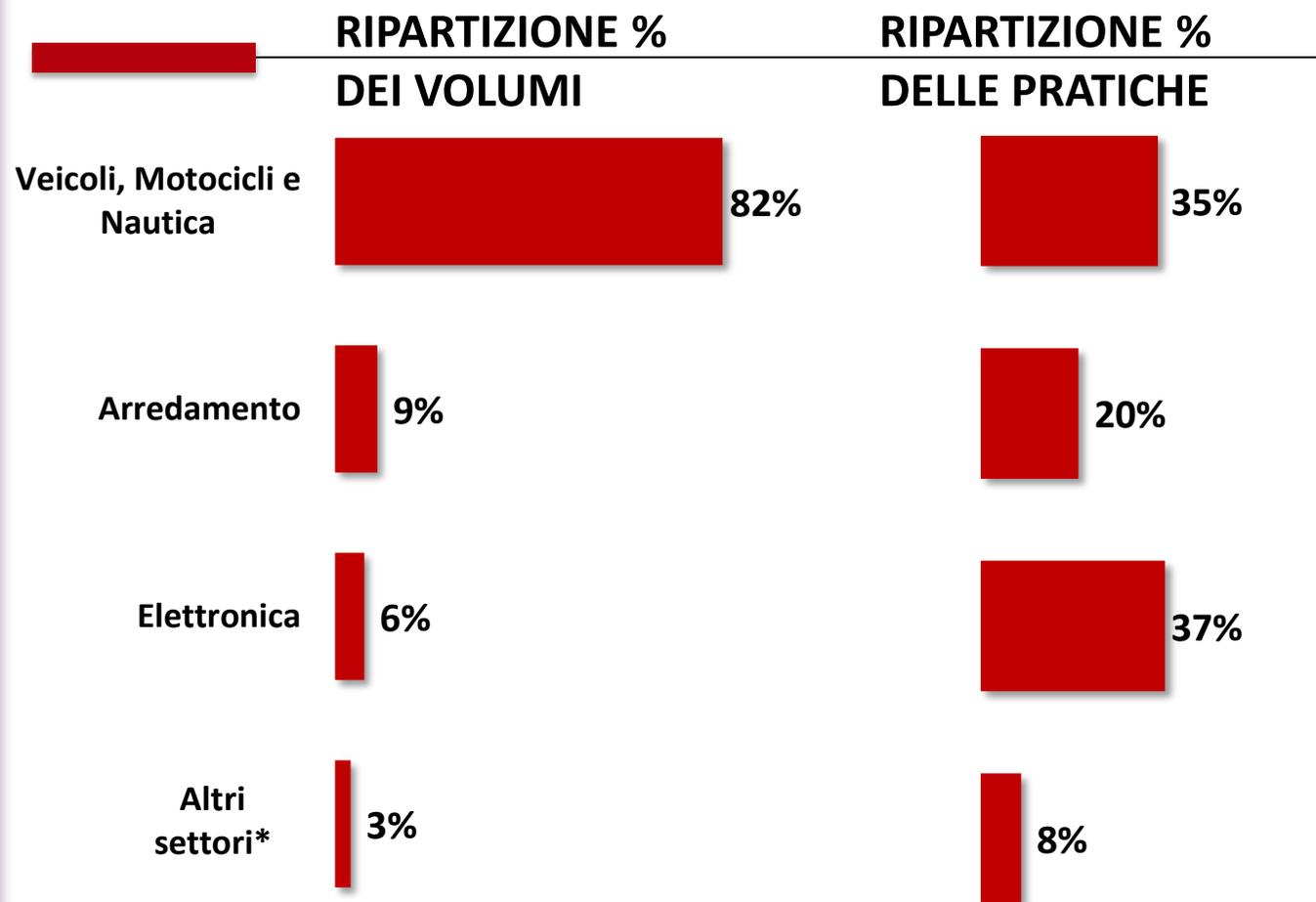
“

Osservatorio  
COMPASS

La **crescita dell'erogato anche nel 2017 è stata sostenuta in particolare dal settore dell'auto** (+10,2% nei confronti del 2016), che rappresenta oltre l'80% dei volumi erogati tramite convenzionati.

”

# Il peso dei diversi settori di offerta



Osservatorio  
COMPASS

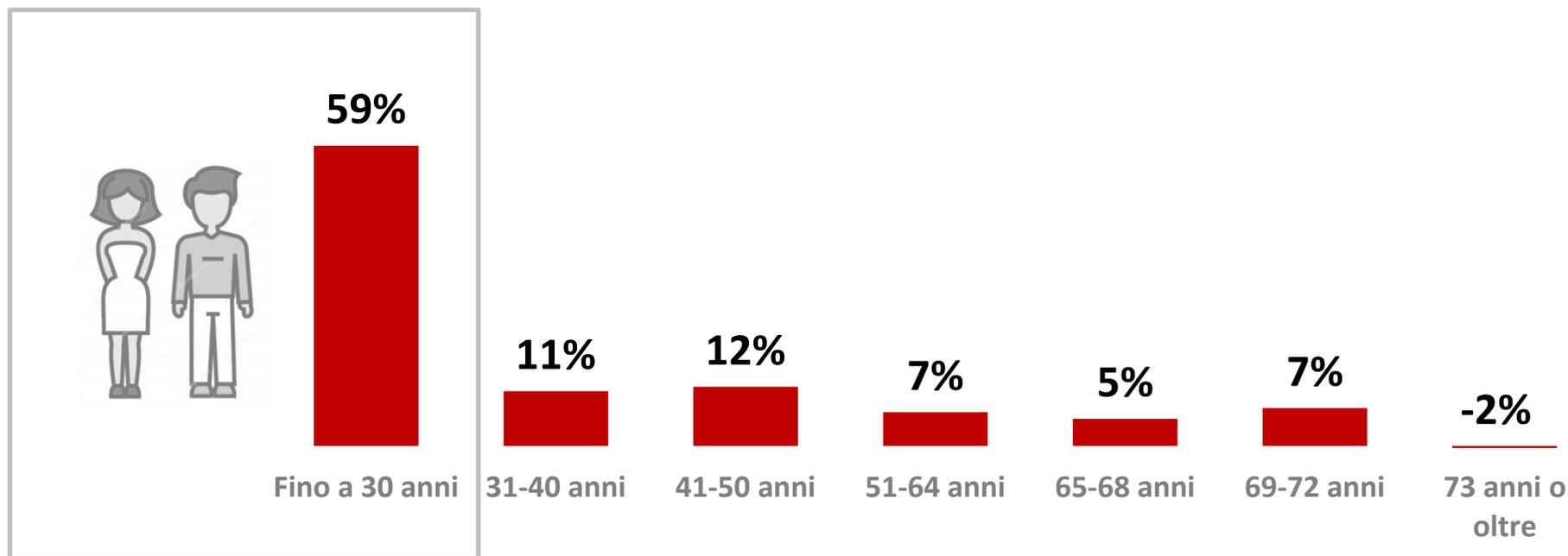
Se **in termini di erogato il comparto dei Veicoli rappresenta oltre l'80%** del mercato osservato, **rispetto al numero di pratiche è il settore dell'elettronica ad essere il più rilevante** a fronte quindi di un ticket medio decisamente inferiore rispetto al finanziamento auto.

\* Appartengono a questa categoria i convenzionati dei settori viaggi, tempo libero, wellness, salute e spese finanziarie  
Elaborazione interna su dati Crif, dati sui flussi finanziati e pratiche liquidate nel 2017



## CRESCITA DEL NUMERO DI PRATICHE PER ETA' CLIENTE

2017 vs 2013 – Var %



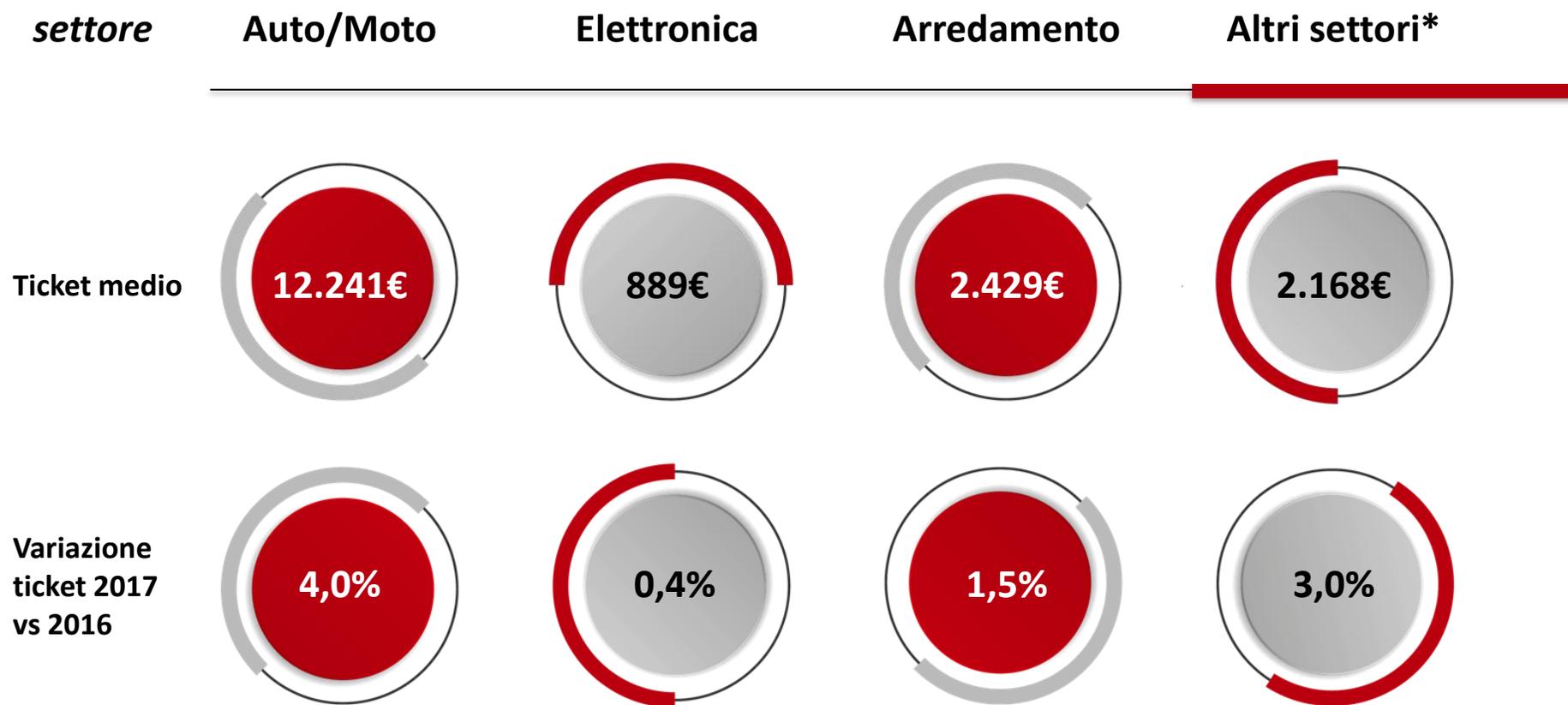
“

Osservatorio  
COMPASS

**A trainare la ripresa osservata a partire dal 2013 sono stati soprattutto i giovani** che trasversalmente in tutti i comparti hanno registrato una forte crescita sostenendo i consumi.

”

# L'erogato medio per settore



“

Osservatorio  
COMPASS

**Notevoli le differenze di erogato medio tra i comparti finanziati** tramite convenzionati. Nel corso degli ultimi anni si è osservato comunque **un generale aumento del ticket medio per tutti i settori osservati.**

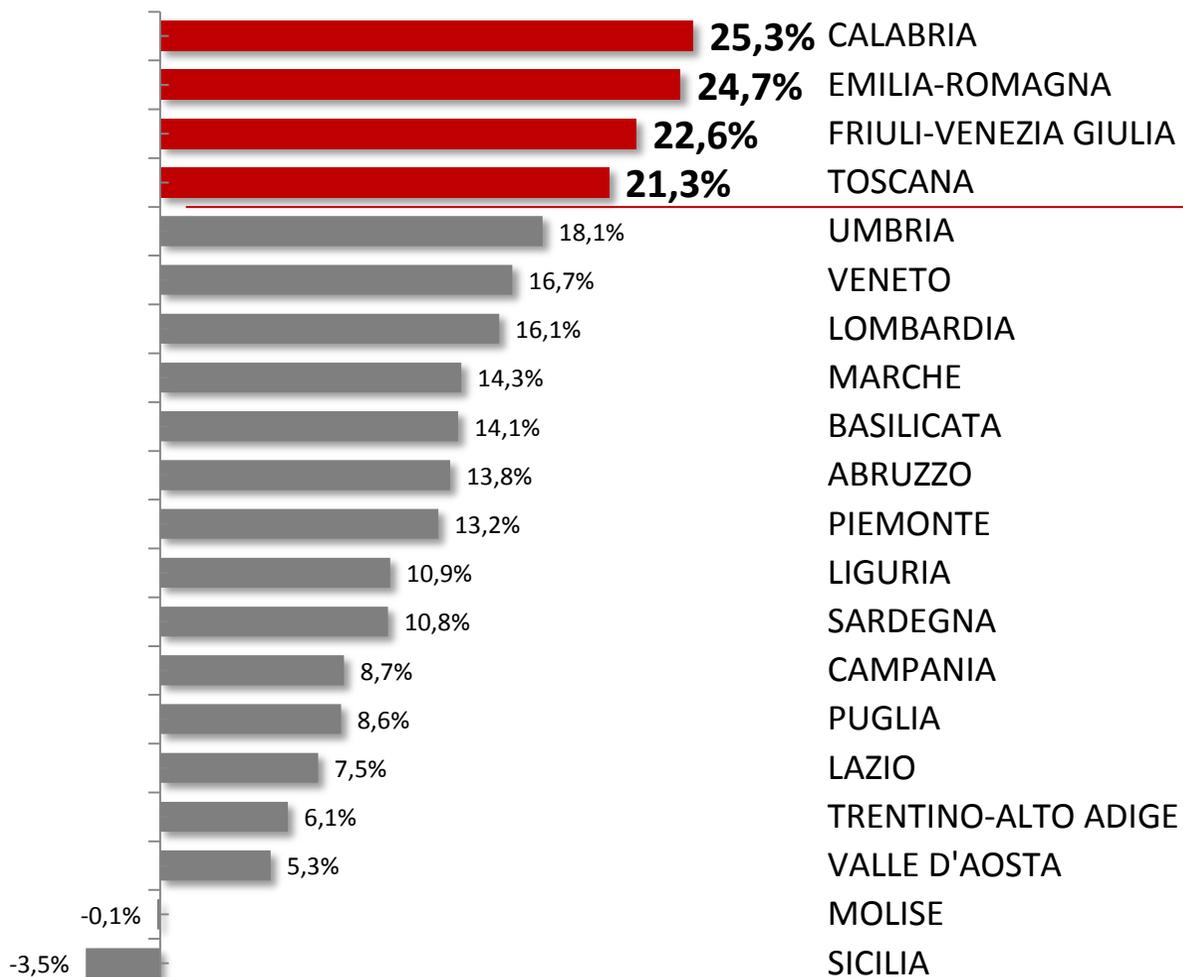
\* Appartengono a questa categoria i convenzionati dei settori viaggi, tempo libero, wellness, salute e spese finanziarie  
Elaborazione interna su dati Crif, dati 2017

”



## CRESCITA DEL NUMERO DI PRATICHE PER REGIONE

2017 vs 2013 – Var %



“ Le regioni con  
crescite più  
importanti nel  
corso degli ultimi 4  
anni.

Osservatorio  
COMPASS

# Distribuzione territoriale dei convenzionati attivi – Totale Italia



**54.686**

# convenzionati attivi\*



**16.872**

# convenzionati attivi auto/moto\*



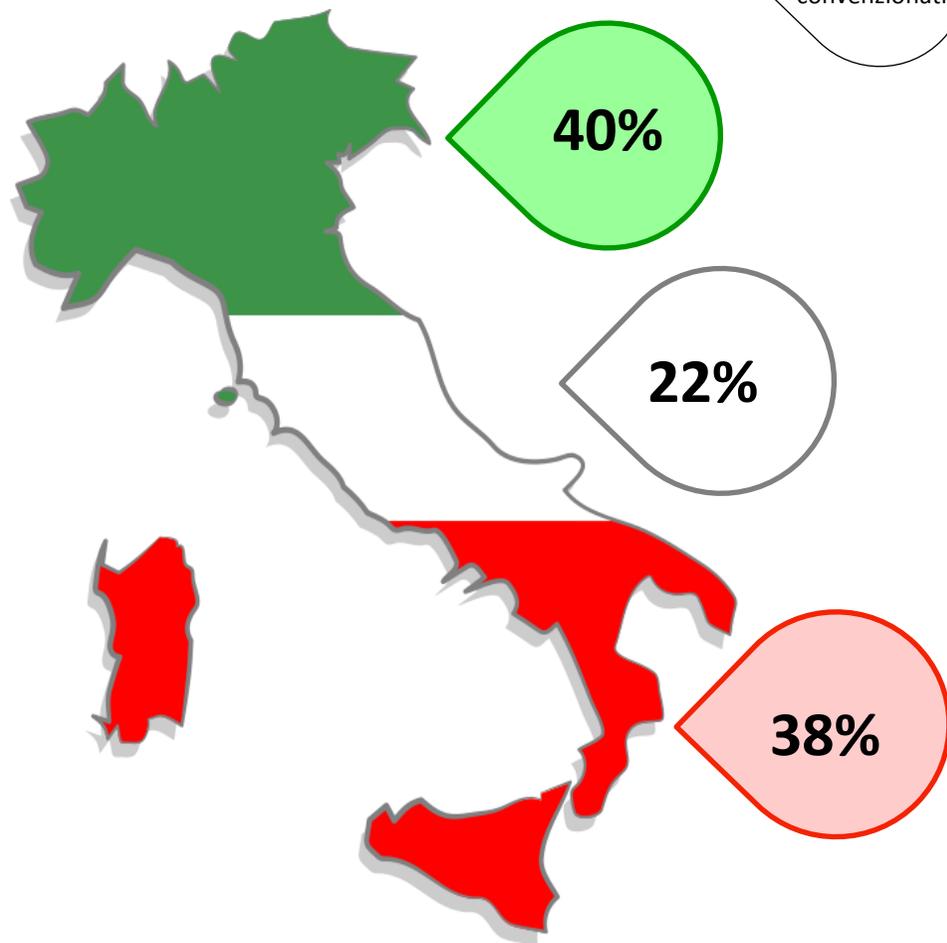
**Lombardia**

1° nel comparto auto/moto - €



**Campania**

1° nel comparto elettronica - €



\* Convenzionati che hanno liquidato almeno una pratica nel periodo di osservazione

Elaborazione interna su dati Crif, dati sui flussi finanziati nel 2017



## LE ATTESE DI VENDITA

2

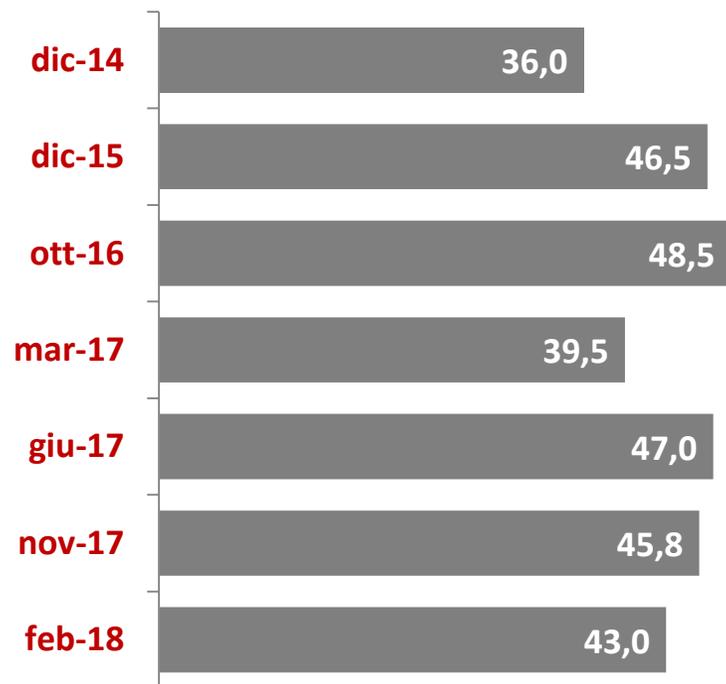
Approfondimenti sulle percezioni dei consumatori rispetto al momento macroeconomico vissuto e alle loro future aspettative

# Le attese di vendita per il prossimo anno



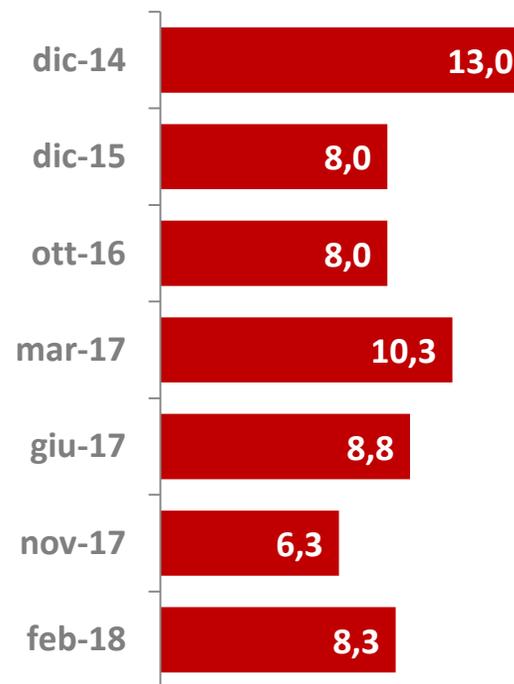
## ATTESE DI VENDITA IN AUMENTO

*% dei convenzionati*



## ATTESE DI VENDITA IN DIMINUIZIONE

*% dei convenzionati*



“

Osservatorio  
COMPASS

**Nel corso di questi anni di ascolto le prospettive di vendita dei convenzionati si sono progressivamente stabilizzate su livelli elevati.** In contemporanea la quota degli scettici, che si attendono una riduzione del proprio giro d'affari, si è ulteriormente ridotta.

”

# 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?

**Totale**

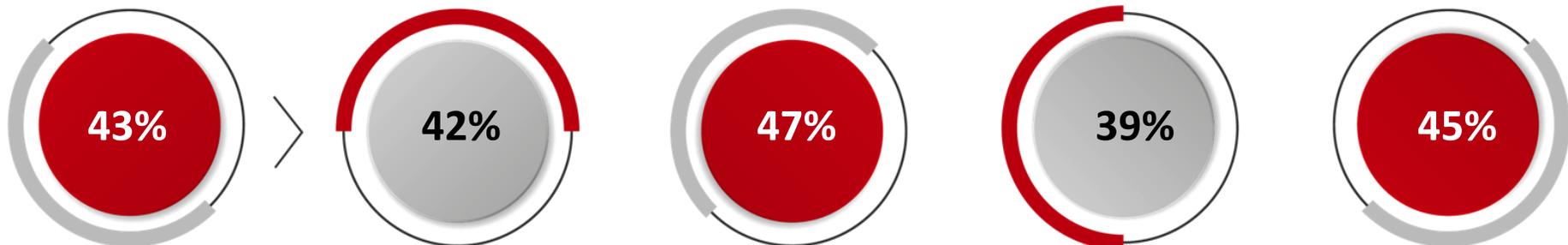
**Auto/Moto**

**Elettronica**

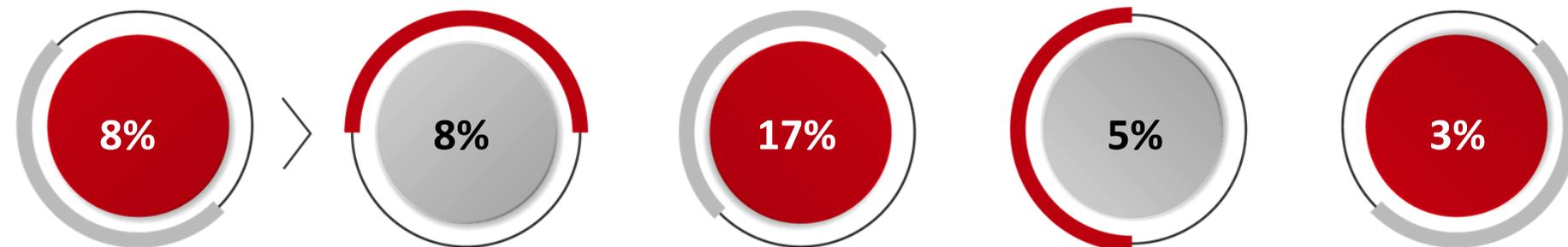
**Arredamento**

**Altri settori\***

**ATTESE DI VENDITA IN AUMENTO - % dei convenzionati**



**ATTESE DI VENDITA IN DIMINUZIONE - % dei convenzionati**



“

Osservatorio  
COMPASS

**Trasversale a tutti i settori l'aspettativa di ripresa nel giro d'affari.**

L'elettronica appare come il settore più polarizzato tra chi si attende una ripresa e chi, invece, si immagina una riduzione delle vendite nel prossimo anno.

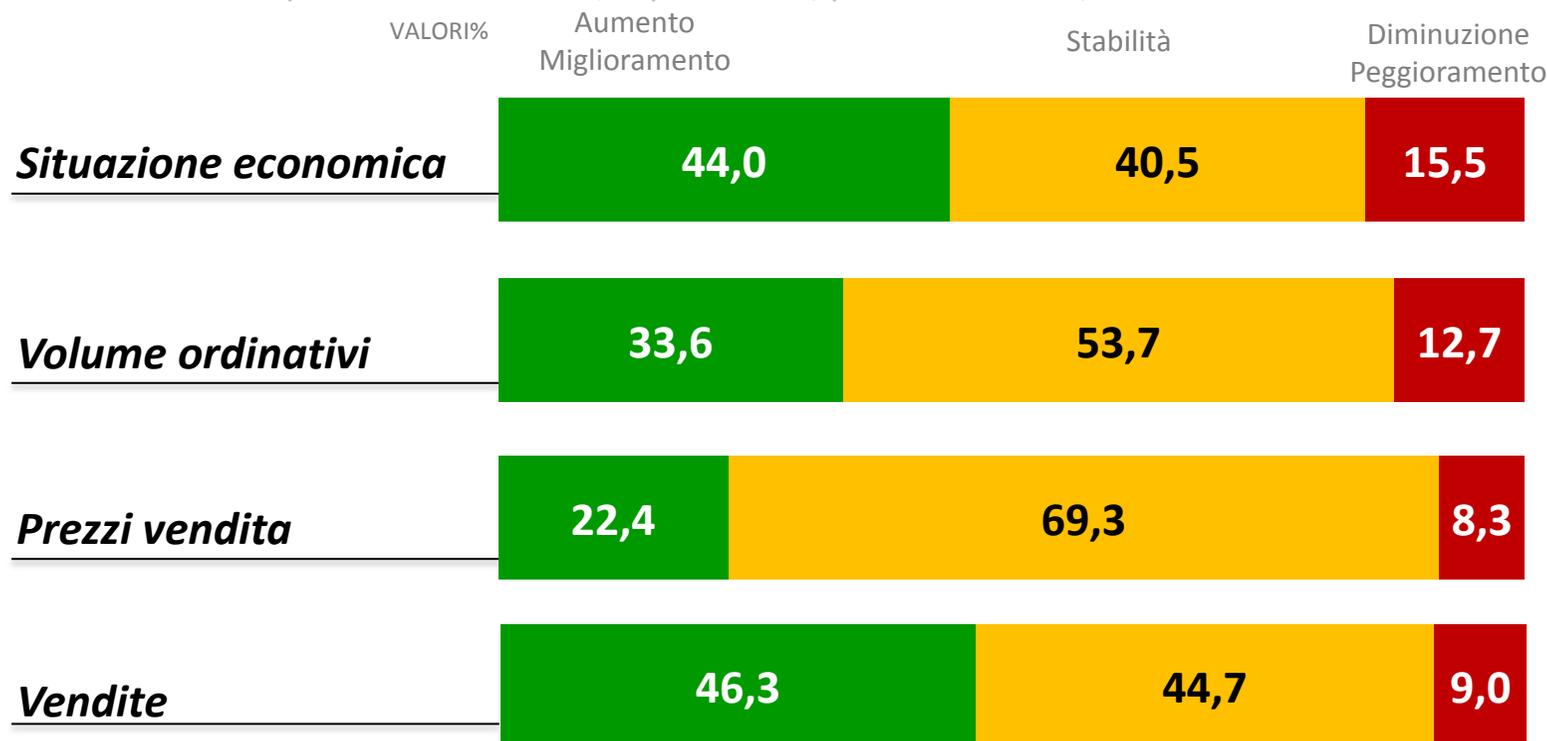
\* Appartengono a questa categoria i convenzionati dei settori viaggi, tempo libero, wellness, salute e spese finanziarie  
Indagine effettuata da GnrResearch a febbraio 2018 – 400 interviste a dealer Compass

”

# Contesto macroeconomico: la previsione rimane positiva



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?



“

Osservatorio  
COMPASS

**Il contesto macroeconomico** per i prossimi 12 mesi continua ad essere considerato **in ripresa con effetti positivi sugli ordinativi di vendita.**

”

# Elevata progettualità e voglia di investire nel proprio business



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

SI  
44%

3 su 10

Ampliare/  
ristrutturare/  
migliorare lo  
spazio di vendita  
della sede attuale

2 su 10

Creare un  
negozi  
online

1 su 10

Investire in  
marketing/  
pubblicità

1 su 10

Aprire una  
nuova sede

1 su 10

Ampliare la  
gamma dei  
prodotti  
venduti

1 su 10

Diversificare  
la linea di  
business

1 su 10

Altri tipi di  
investimento

Osservatorio  
COMPASS

Oltre il 40% dei convenzionati intervistati ha intenzione, per il prossimo biennio, di investire e realizzare progetti legati allo sviluppo del proprio business. In particolare quasi 1 su 3 ha come obiettivo di ampliare, ristrutturare o migliorare lo spazio del punto vendita.



# Il valore del credito al consumo in Italia



**22,5%**

## FINANZIAMENTO DEI BENI DUREVOLI <sup>(1)</sup>



Il canale dei convenzionati consente di finanziare oltre il 20% dei consumi di beni durevoli delle famiglie.

Valore in costante aumento negli ultimi 5 anni (pari al 17,9% nel 2013)

**314€**

## EROGATO PER RESIDENTE



I flussi finanziati nel 2017 tramite convenzionati ammontano a oltre 300€ per residente in Italia, **in crescita del 7,9% rispetto al 2016**

# Il finanziamento come strumento a supporto delle vendite:

## A rate o niente!



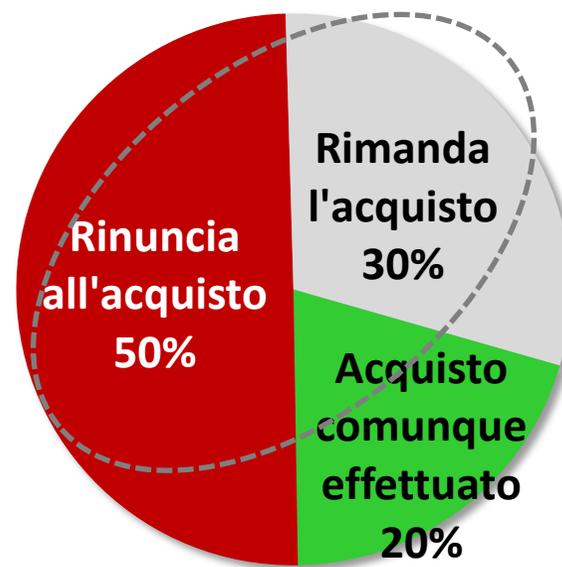
F4. Secondo lei, i clienti che hanno usufruito del finanziamento per l'acquisto del bene, cosa avrebbero fatto se non fosse stato disponibile il servizio di credito al consumo presso il suo punto vendita?

TOT= 2402 intervistati

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

**80%**

**GLI ACQUISTI  
NON EFFETTUATI  
SENZA CREDITO  
AL CONSUMO**





## FOCUS SUL MONDO AUTO

# 3

Il mondo auto è in forte «movimento», cambiano gli stili di consumo e i driver di scelta. Abbiamo intervistato i convenzionati ma anche i consumatori per sapere come vedono il futuro di questo settore.

# Gli stili di mobilità degli italiani



84%

## Popolazione mobile in Italia –

% italiani che esce 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

28,8

## Distanza media giornaliera percorsa pro capite –

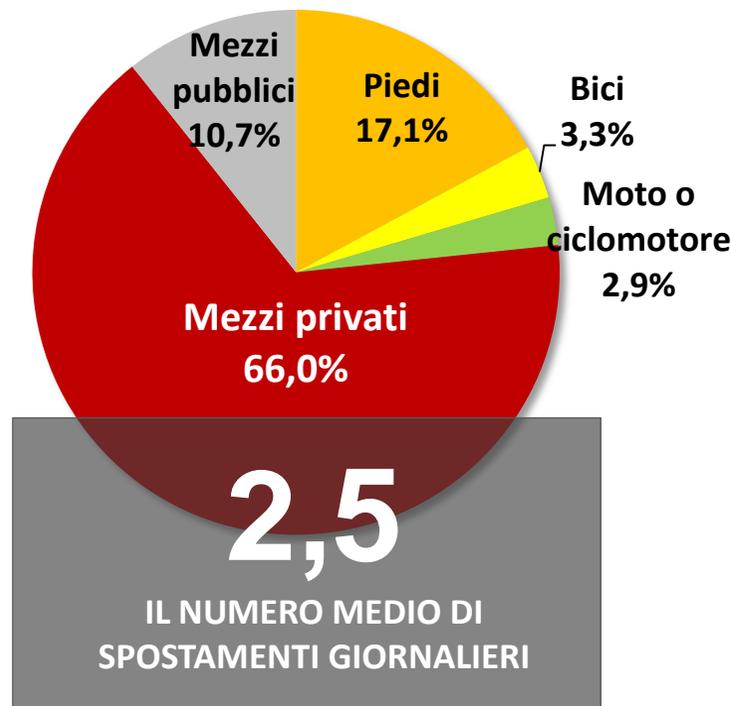
Km percorsi per tutti gli spostamenti compiuti nell'arco di una giornata media feriale

“

Osservatorio  
COMPASS

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.

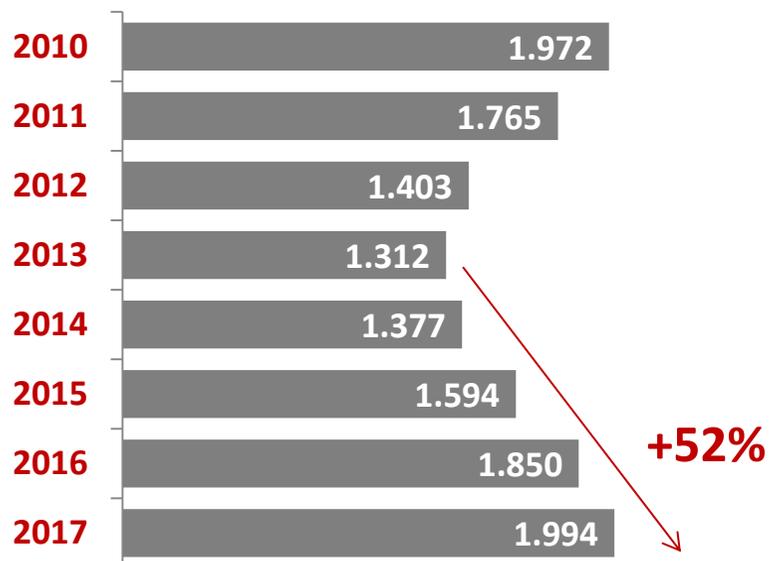
## Mezzo di trasporto utilizzato



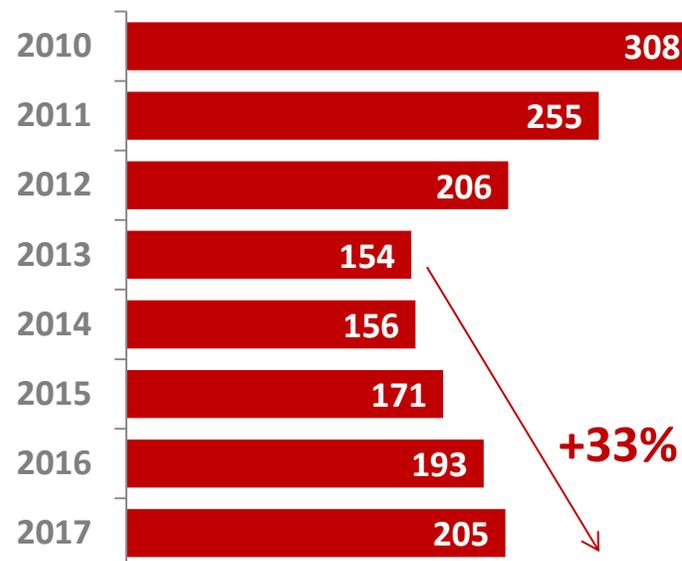
”



## Numero prime iscrizioni auto – dati/1.000



## Numero prime iscrizioni motocicli – dati/1.000



“

Osservatorio  
COMPASS

Le **prime iscrizioni di autovetture e motocicli si confermano anche per il 2017 in ripresa**, seppur ad un ritmo più contenuto. In particolare **il numero di prime iscrizioni di autovetture è cresciuto del 7,8% nei confronti del 2016** (dopo la crescita del 16% registrata nel 2016).

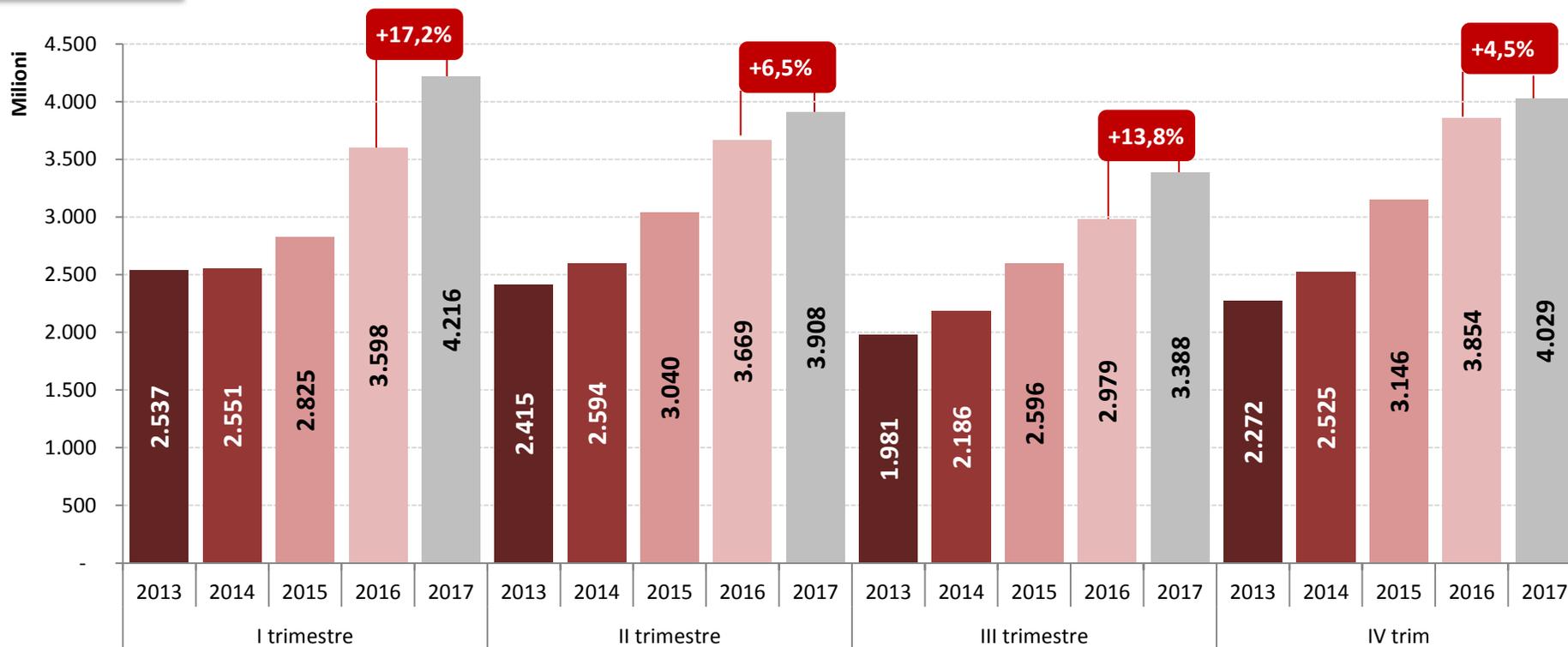
**Stesso trend di crescita, seppur a ritmi più contenuti si rileva anche nel settore dei motocicli:** +6,1% le prime iscrizioni nel 2017 (dopo il 12,8% del 2016).

”

# I finanziamenti del settore auto/moto: un anno da record



## Erogato per trimestre: volumi comparto auto/moto



Osservatorio  
COMPASS

Il quarto trimestre 2017 si chiude con oltre 4 miliardi di euro erogati per finanziamenti finalizzati all'acquisto di auto e moto, confermando la crescita costante rilevata durante tutto l'anno. In particolare il primo trimestre 2017 ha segnato il livello più alto in assoluto dal 2010.

# Quali sono i driver di scelta nell'acquisto dell'auto, la parola ai dealer



B1. Secondo te, in futuro, l'auto sarà ritenuta ancora uno status symbol?

B2. Quali sono i principali criteri, oltre al prezzo, che prendi/prenderesti in considerazione quando si tratta di acquistare un'auto o una moto?

Risposta multipla



“

Osservatorio  
COMPASS

**Come scelgono  
l'auto gli italiani?  
L'estetica al primo  
posto** – questa  
l'opinione dei  
convenzionati auto.

”

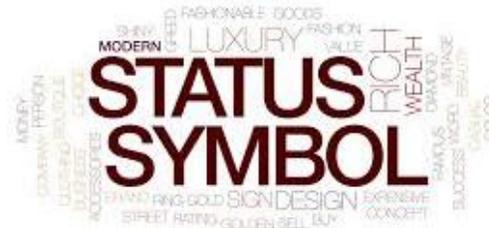
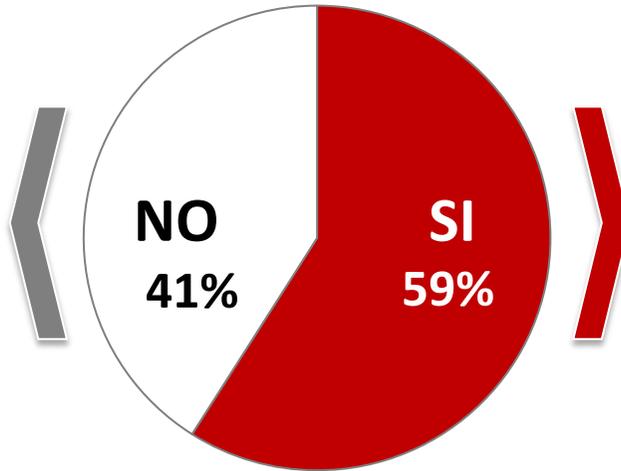
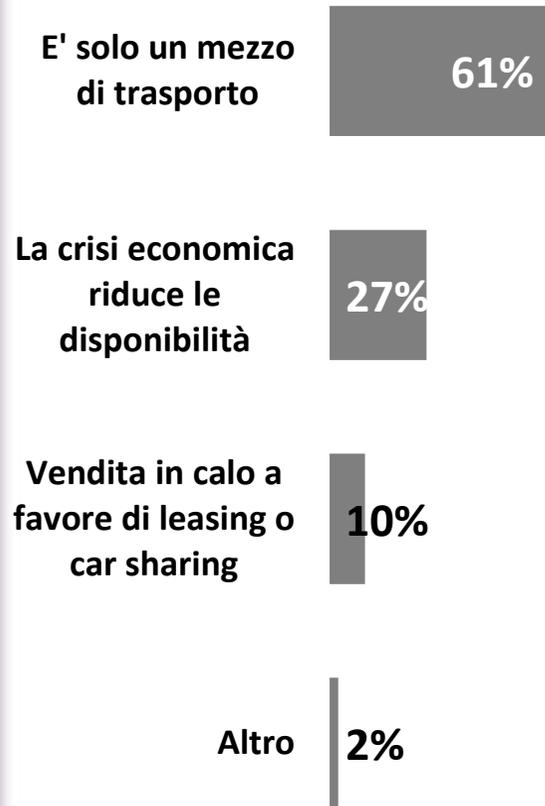


# Ma l'auto sarà in futuro ancora uno «status symbol»?

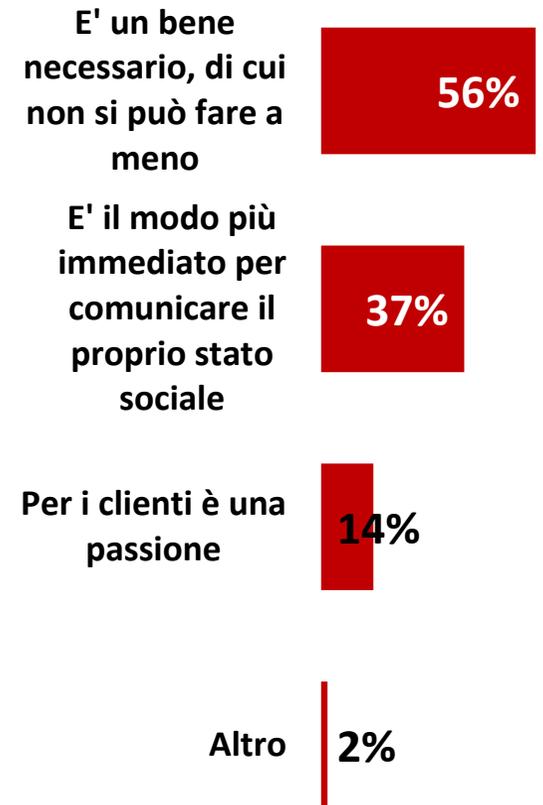
B1. Secondo la sua esperienza in futuro l'auto sarà ritenuta ancora uno status symbol? B2. Perché sì? B3. Perché no?

Risposta multipla

## Perché NO



## Perché SI



# Le innovazioni tecnologiche nel mondo dell'auto



B3. Secondo te, quali saranno le principali innovazioni tecnologiche che definiranno l'automobile del futuro? Risposta multipla

41%

AUTOMOBILE COMPLETAMENTE CONNESSA  
CON SMARTPHONE O TABLET

41%

SISTEMI AUTOMATIZZATI CON PRIORITÀ RISPETTO  
AI COMANDI UMANI (ES. NELLE SITUAZIONI DI EMERGENZA)

39%

VEICOLO AUTONOMO IN ALCUNE SITUAZIONI  
(ES. NELLE MANOVRE DI PARCHEGGIO)

25%

MONITORAGGIO DI ALCUNI PARAMETRI  
VITALI DEL CONDUCENTE

21%

VEICOLI SENZA CHIAVI, CON RICONOSCIMENTO  
FACCIALE O VOCALE

13%

ARRESTO DEL MOTORE DA REMOTO  
(ES. IN CASO DI FURTO DEL VEICOLO)

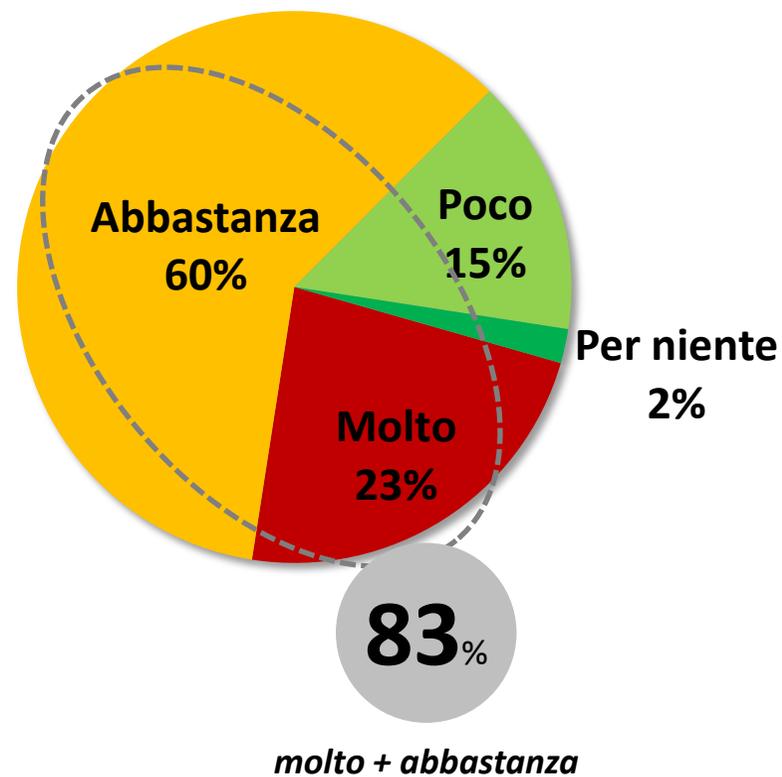


Osservatorio  
COMPASS

**La connessione**  
rispetto ai diversi *device*  
**ma anche la**  
**sicurezza sono gli**  
**aspetti** in primo piano  
in termini **di**  
**innovazione**  
**tecnologica per**  
**l'auto.**

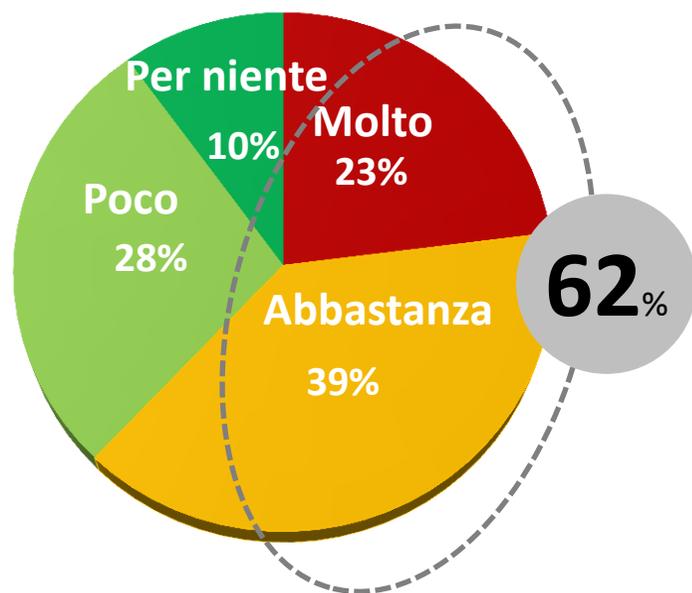


**Il noleggio a lungo termine a privati sarà un servizio sempre più richiesto? Avrà impatti sul settore?**

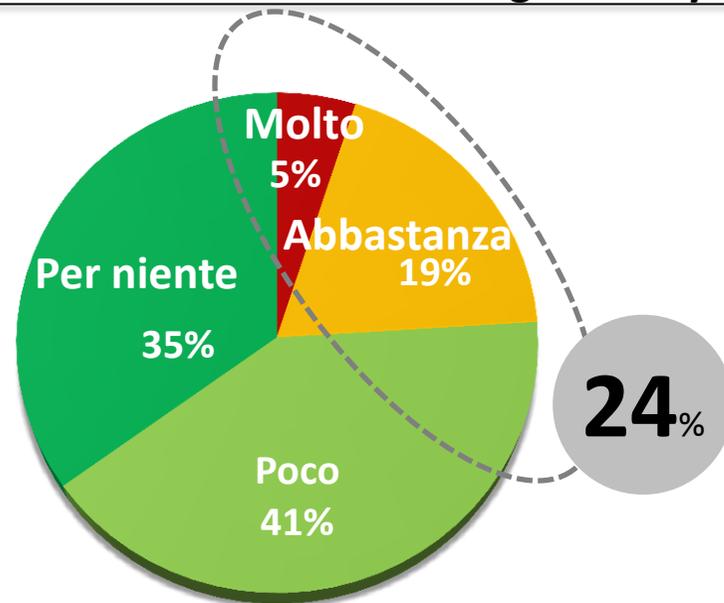




**Il noleggio a lungo termine a privati sarà un servizio sempre più richiesto? Avrà impatti sul settore?**



**E i servizi di sharing mobility?**



“

Osservatorio  
COMPASS

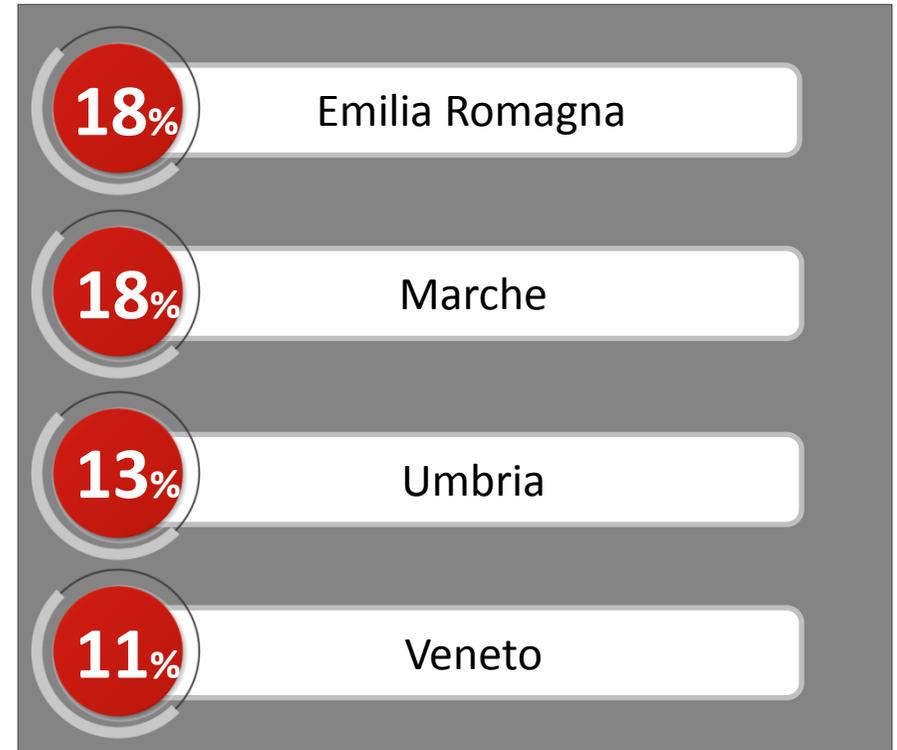
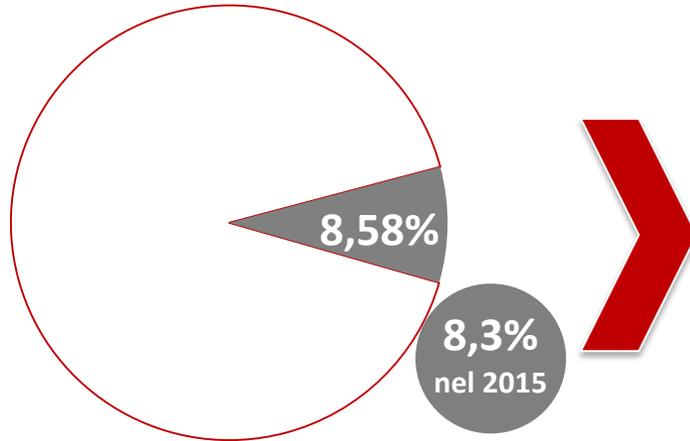
Il **noleggio a lungo termine a privati** appare come un **fenomeno con importanti risvolti nel comparto auto** mentre i convenzionati non si esprimono con altrettanta decisione rispetto alla *sharing mobility*.

”



## Le auto ecologiche \*

Peso % sul totale parco autovetture nel 2016



\* Auto con alimentazione a GPL, metano, elettriche ed ibride

Osservatorio  
COMPASS

In Italia **il parco autovetture ecologiche è in costante aumento**, circa 1 su 10 del totale auto circolante. Analizzando la distribuzione per Regione, **l'Emilia Romagna e le Marche risultano quelle con la percentuale più elevata di autovetture ecologiche rispetto al totale**, seguite da Umbria e Veneto.





## **MATRIMONIO E CASA: cosa desiderano gli italiani?**

# 4

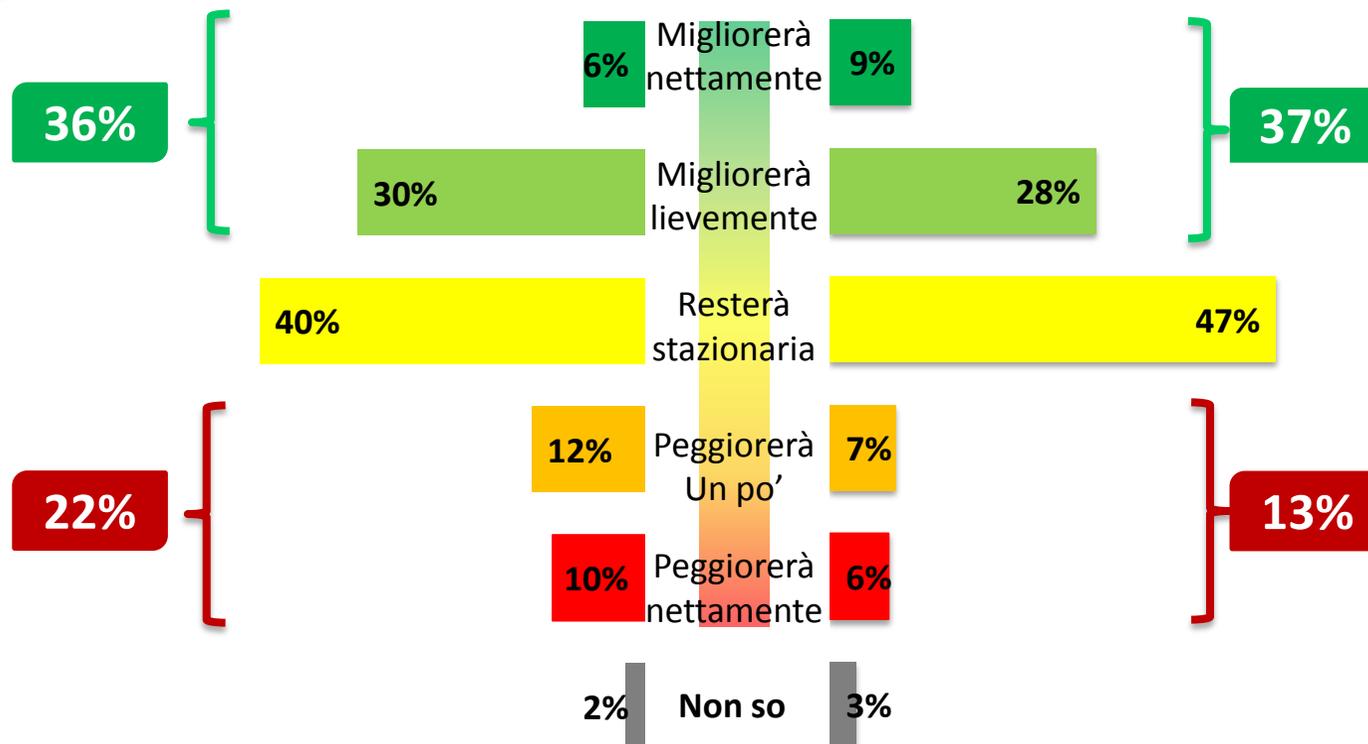
I progetti di vita degli italiani passano anche per il matrimonio e per la casa.

# Le valutazioni degli italiani per il 2018



## L'ECONOMIA GENERALE DEL PAESE

## L'ECONOMIA FAMILIARE



Osservatorio  
COMPASS

Per il 2018 gli italiani esprimono **giudizi positivi rispetto al contesto economico generale del Paese**, che è previsto in miglioramento per il 36% degli intervistati. Altrettanto positive **le valutazioni espresse per la propria situazione economica familiare** (37% i giudizi positivi, 47% di stabilità).

# I progetti programmati per il 2018



A13. Nel 2018 hai in programma di:  
Risposta multipla



“



**Prendere la valigia e partire per un viaggio importante ma anche investire nella propria abitazione, ristrutturandola o acquistando nuovi elettrodomestici e beni di arredamento.**

”

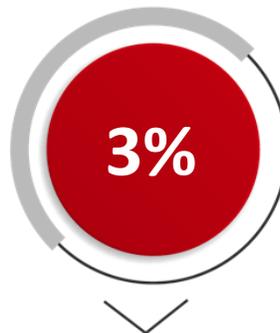
# Il matrimonio nei progetti degli italiani...s'ha da fare!



C1. Prima hai detto che nel 2018 hai in programma di sposarti. Ti sei dato un budget di spesa definito per l'organizzazione del matrimonio?

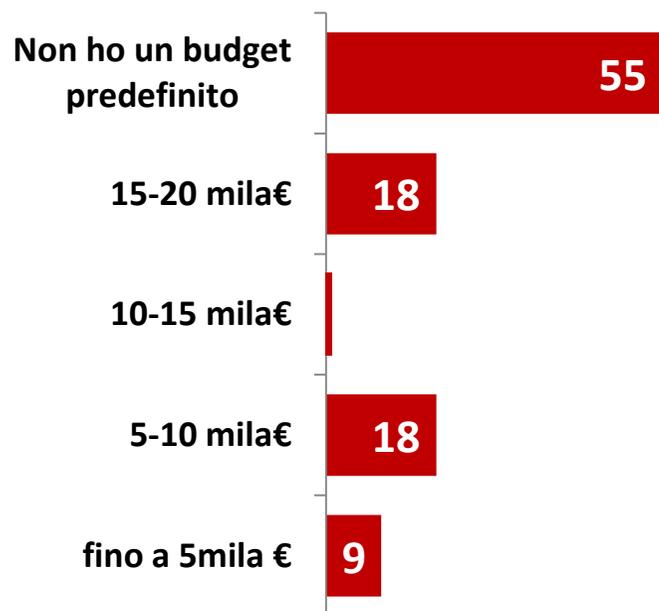
C2. E come hai affrontato/affronterai le spese per l'organizzazione del grande giorno?

**Nel 2018 le persone che hanno programmato di sposarsi**



**IL BUDGET DEDICATO ALL'EVENTO – valori %**

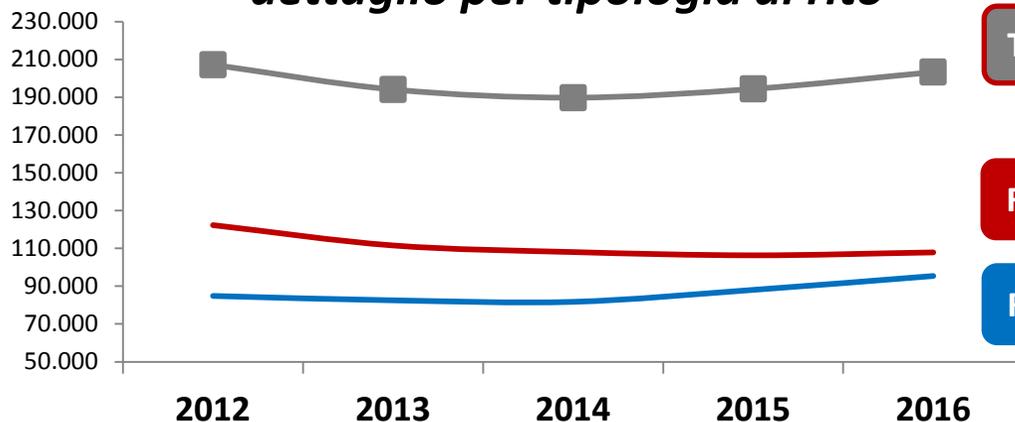
**IL REPERIMENTO DELLE RISORSE FINANZIARIE – valori %**



# Alcune evidenze sul “grande giorno”



## *I matrimoni celebrati: dettaglio per tipologia di rito*



TOTALE MATRIMONI: -1,9% vs 2012

RITO RELIGIOSO: -11,8% vs 2012

RITO CIVILE: +12,4% vs 2012



60%

DEI MATRIMONI NEL NORD OVEST SONO  
CON RITO CIVILE NEL 2016

19%

I SECONDI MATRIMONI NEL 2016

12,6%

I MATRIMONI CON ALMENO UNO  
STRANIERO

“

Osservatorio  
COMPASS

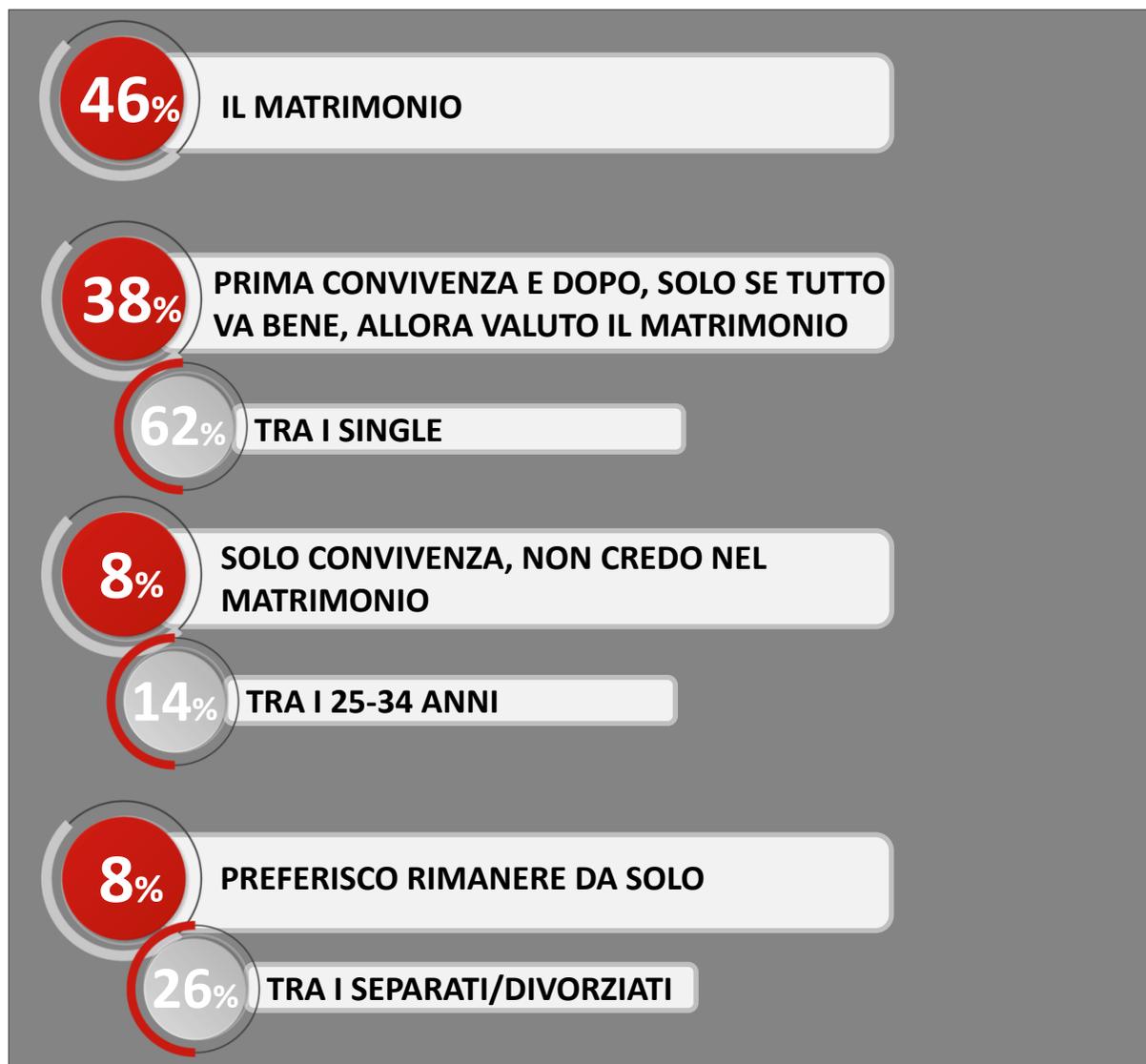
Il numero di matrimoni cresce anche nel 2016, grazie in particolare alle unioni con rito civile.

”

# Gli italiani divisi tra matrimonio e convivenza



C3. Tra matrimonio e convivenza cosa hai scelto o sceglieresti?



“

Osservatorio  
COMPASS

**Il matrimonio rappresenta ancora un momento importante nella realizzazione della vita di coppia** - questo è il pensiero del 46% degli italiani.

Per l'altra metà la convivenza rappresenta un passaggio fondamentale prima del grande passo o non considerano proprio di arrivare al matrimonio.

”

# Matrimonio: il punto di vista degli italiani (1/3)



C4. Adesso dovresti dire quanto ti trovi in accordo con le seguenti affermazioni...

Il matrimonio è...

E' fuori moda

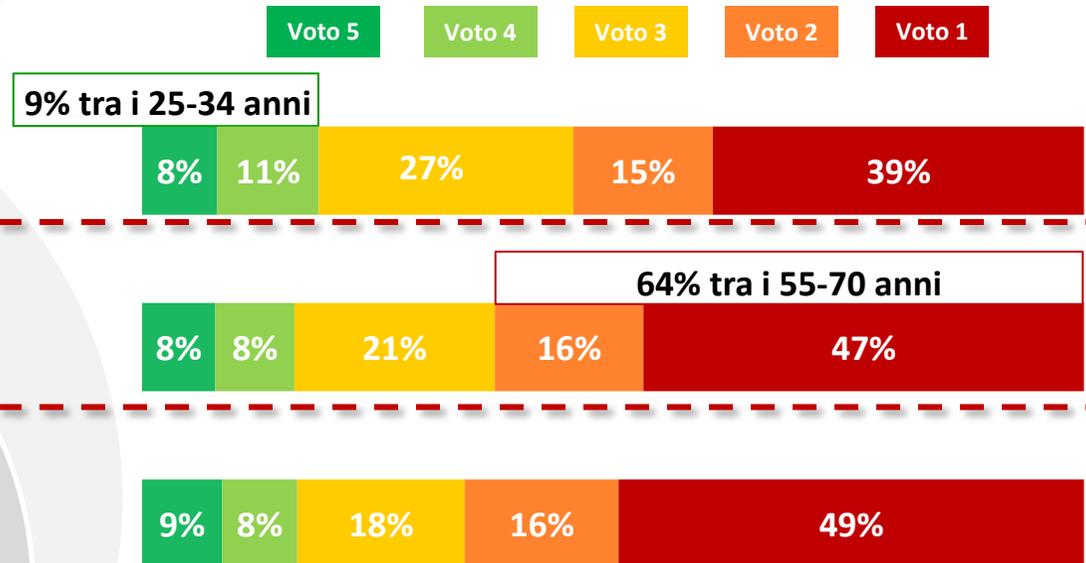
E' noioso

E' un legame troppo impegnativo



5= completamente d'accordo

1= Per niente d'accordo



“

Osservatorio  
COMPASS

Il matrimonio **non è fuori moda e nemmeno un legame troppo impegnativo** per gli italiani intervistati.

”

# Matrimonio: il punto di vista degli italiani (2/3)



C4. Adesso dovresti dire quanto ti trovi in accordo con le seguenti affermazioni...

## Il matrimonio è...

La convivenza è un "non assumersi la responsabilità"

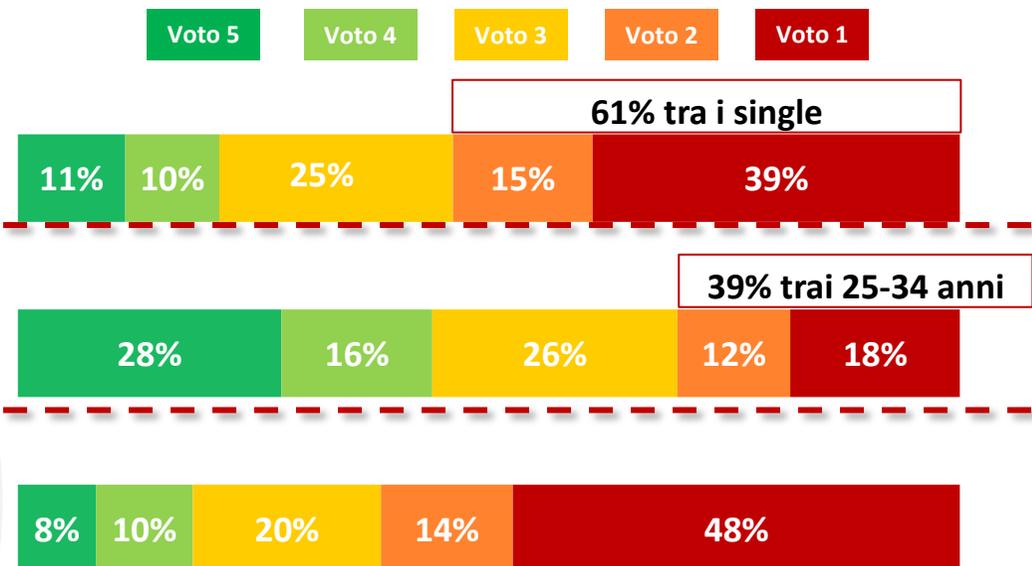
Prima il matrimonio, poi i figli

E' un modo per "uscire di casa"



5= completamente d'accordo

1= Per niente d'accordo



61% tra i single

39% tra i 25-34 anni

“

Osservatorio  
COMPASS

Il matrimonio? **Sì, ma non necessariamente senza una convivenza o dei figli prima del grande giorno.**

”

# Matrimonio: il punto di vista degli italiani (3/3)



C4. Adesso dovresti dire quanto ti trovi in accordo con le seguenti affermazioni...

5= completamente d'accordo

1= Per niente d'accordo

Il matrimonio è...

Voto 5

Voto 4

Voto 3

Voto 2

Voto 1

Mi spaventa

34% tra i single



Il sogno di una vita!

52% tra i 55-70 anni



Un atto di coraggio

54% tra i 45-54 anni



Troppo costoso

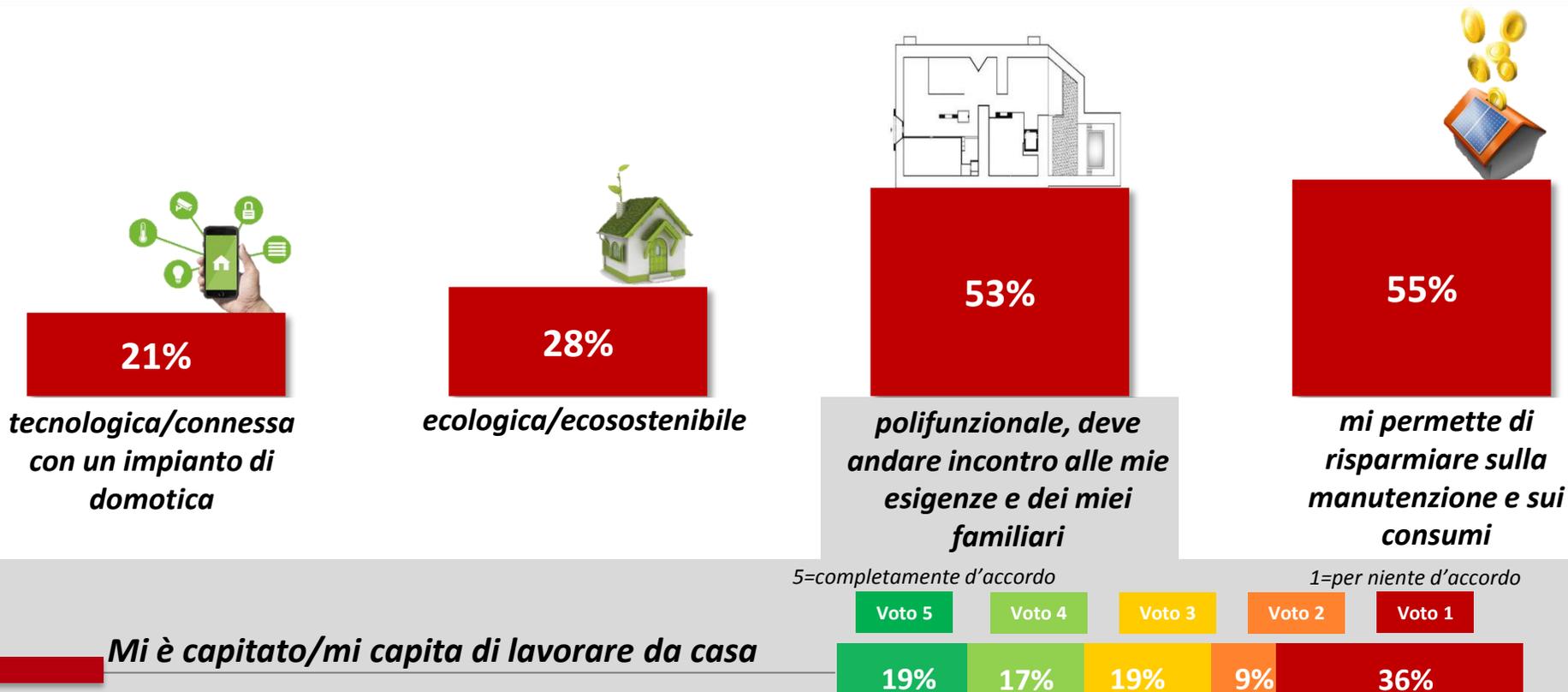


“

Osservatorio  
COMPASS

**Nel matrimonio si investe molto, non solo in termini di impegni sentimentali ma anche economici. L'organizzazione del «grande giorno» viene infatti considerata troppo costosa dalla metà degli intervistati.**

”



Osservatorio  
COMPASS

**1 italiano su 2** vorrebbe una casa che permetta di **risparmiare sui costi di manutenzione e sui consumi, ma anche polifunzionale**, con spazi adattabili alle diverse esigenze quotidiane della famiglia. Oltre il **35% degli intervistati ha dichiarato che ha lavorato o lavora da casa** - altro elemento che evidenzia come alla funzione classica della casa legata al riposo e al privato si stanno affiancando ulteriori esigenze, in primis lavorative.



36% - Moderno



30% - Scandinavo



8% - Shabby chic



8% - Rustico



5% - Vintage



4% - Tradizionale



4% - Eclettico



3% - Industriale



2% - Etnico



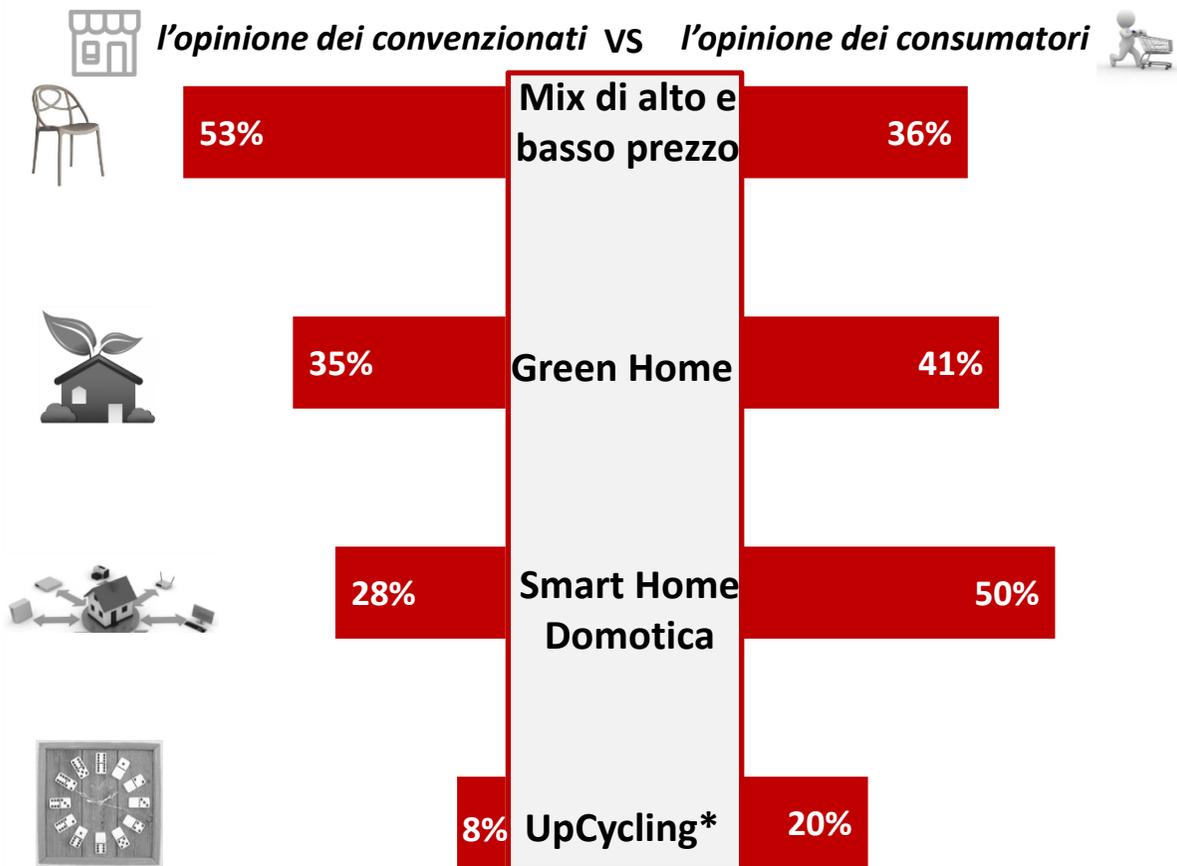
Gli **stili più comuni** in fatto di arredamento? **Moderno**, con linee esatte e precise, prediligendo i **volumi compatti, i colori puri** – così risponde il **36% delle persone intervistate.**

Seguito dallo **stile scandinavo**, che incontra il **30% dei gusti** – definito dallo stile dei Paesi del Nord Europa, con **geometrie pulite** con una **scelta cromatica chiara e naturale.**





## I trend che stanno maggiormente delineando il settore:



Tra i nuovi trend, **per la metà dei consumatori il principale elemento di innovazione del settore riguarda la sfera tecnologica con la domotica e la smart home**, mentre **il 53% dei convenzionati evidenzia il mix di abbinare un arredamento low-cost a oggetti importanti di design**, sulla scia del “mix & match” avvenuto in questi anni nella moda.

\*UpCycling: riconvertire, per mezzo della creatività, materiali o prodotti inutilizzati in materiali nuovi, prodotti innovativi, di migliore qualità e minor impatto ambientale.



- **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
- **Nuovi entranti:** per il calcolo della % dei nuovi entranti, al denominatore si sono considerati tutti i convenzionati attivi dal 2000 fino all'anno di riferimento
- **Nazionalità:** viene considerata la nazionalità di nascita del richiedente
- **Elettrodomestici bruni:** apparecchi elettronici (televisori, impianti stereo, lettori e registratori di CD e DVD e videocamere ecc); include anche la telefonia
- **Motocicli:** nella ripartizione dei dati Crif il settore motocicli è comprensivo dei ciclomotori e biciclette
- **Dimensioni relative ai convenzionati:** tutti i dati relativi ai convenzionati (erogato, numero pratiche, ticket medio, offerta) sono stati attribuiti sulla base del prodotto prevalente venduto del convenzionati
- **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

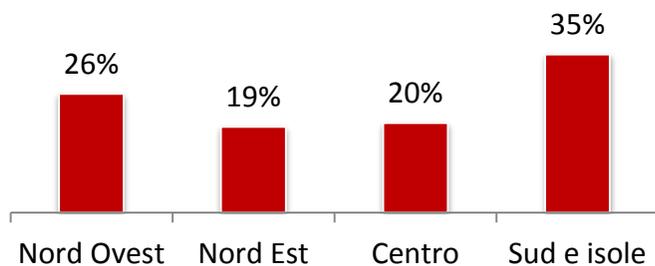


- Indagine effettuata da GnrResearch, interviste CATI a un campione composto da 400 convenzionati COMPASS così distribuiti:

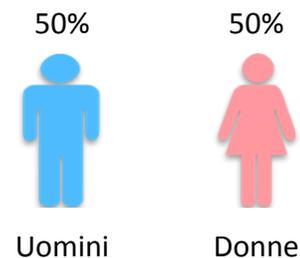
	Totale	Auto	Elettronica	Arredamento	Altro
Base	400	100	100	120	80
Nord Ovest	24,3%	25,0%	24,0%	23,3%	25,0%
Nord Est	22,5%	25,0%	19,0%	21,7%	25,0%
Centro	25,3%	25,0%	27,0%	24,2%	25,0%
Sud	27,9%	25,0%	30,0%	30,8%	25,0%
Titolare/ Amministratore	57,5%	55,0%	61,0%	58,4%	55,0%
Responsabile del negozio	19,3%	12,0%	23,0%	18,3%	25,0%
Area finanziamenti	23,2%	33,0%	16,0%	23,3%	20,0%
Uomo	57,0%	65,0%	55,0%	60,0%	45,0%
Donna	43,0%	35,0%	45,0%	40,0%	55,0%
<i>ETÀ MEDIA</i>	47	48	44	47	50

- Indagine effettuata da GnResearch sulla popolazione italiana, interviste CAWI a un campione composto da 400 rispondenti:

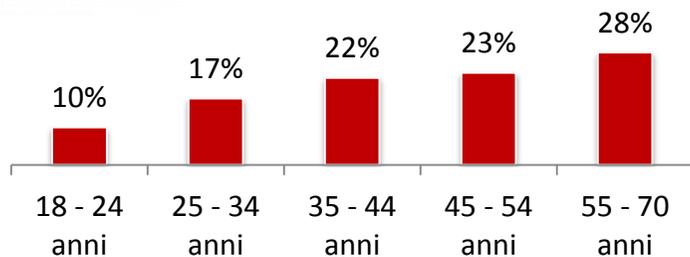
Area geografica



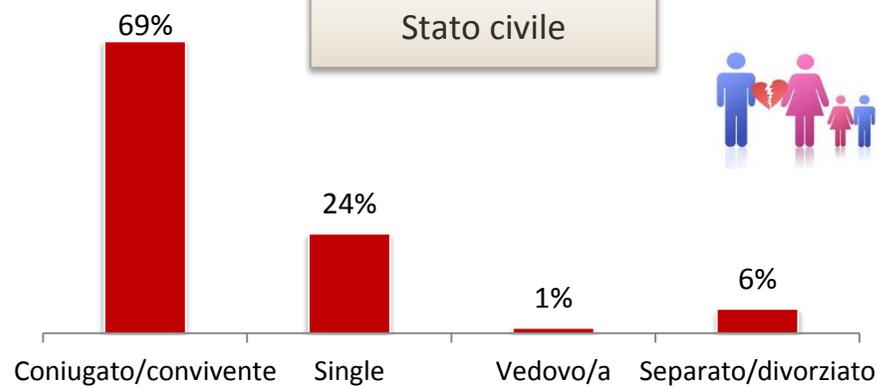
Genere



Età

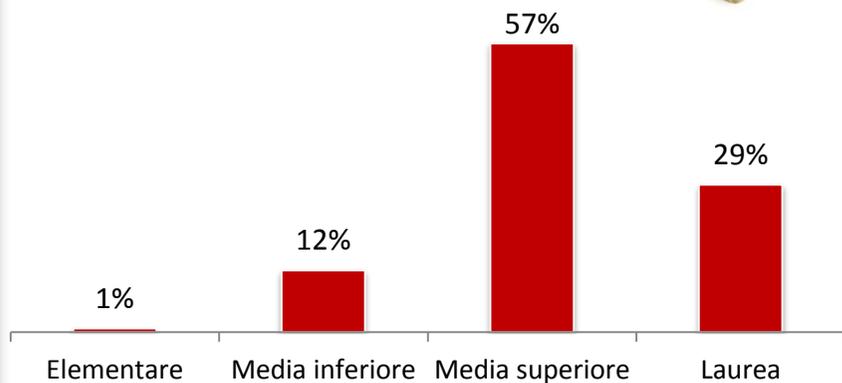


Stato civile

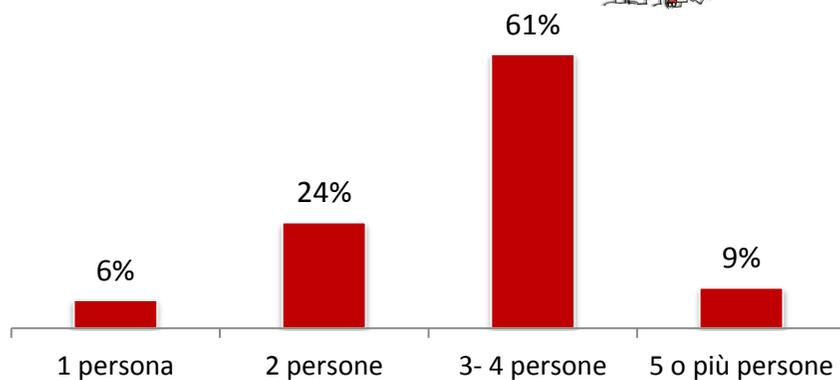




## Livello di istruzione



## Composizione nucleo familiare



## Professione / Occupazione



## Figli conviventi

