

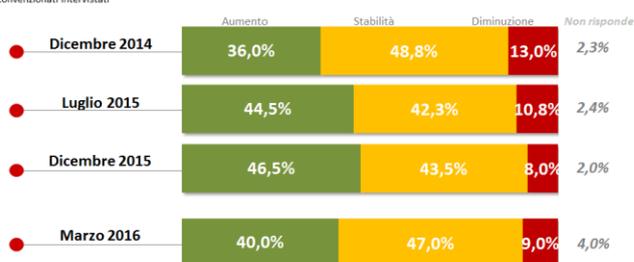
Osservatorio Compass: l'arredamento torna a crescere a doppia cifra

La quarta edizione dell'Osservatorio Compass conferma ancora una volta il ruolo del credito al consumo a supporto delle vendite, con l'arredamento che recupera gran parte del gap accumulato negli ultimi anni

Milano, aprile 2016 – Continua l'ottimismo nei confronti delle vendite attese con una fiducia trasversale in tutti i settori, secondo i dati del quarto Osservatorio Compass sui venditori convenzionati: **il 40% degli intervistati si aspetta una ripresa e anche nel settore dell'arredamento, che ha risentito maggiormente del periodo di difficoltà, il 37% dei rispondenti prevede una crescita del business.**

Indice sulle attese di vendita dei convenzionati

C1296. Rispetto alla situazione attuale, nel prossimo anno, prevedete un aumento, una diminuzione o una stazionarietà del totale delle Vostre VENDITE?
TOT= 400 convenzionati intervistati



Si riducono i convenzionati che prevedono una ripresa nelle vendite per il prossimo anno invertendo, così il trend in crescita osservato da dicembre 2014. Circa la **metà degli intervistati si attende una stabilità nelle vendite** nei prossimi 12 mesi, mentre il **40% prevede una ripresa.**

Indagine effettuata da GnrResearch

Le vendite attese – dettaglio per settore

C1296. Rispetto alla situazione attuale, nel prossimo anno, prevedete un aumento, una diminuzione o una stazionarietà del totale delle Vostre VENDITE?
TOT= 400 convenzionati intervistati



Ancora una volta* si registra una **trasversale fiducia nelle vendite dei prossimi 12 mesi.** Anche il settore dell'arredamento, che ha risentito maggiormente del periodo di difficoltà, prevede per il 37% degli intervistati una crescita del proprio business.

* Confronto con Osservatorio Compass – Gennaio 2016

Indagine effettuata da GnrResearch

Il dato è in leggero calo rispetto a quello di inizio anno (quando il 46% degli intervistati si

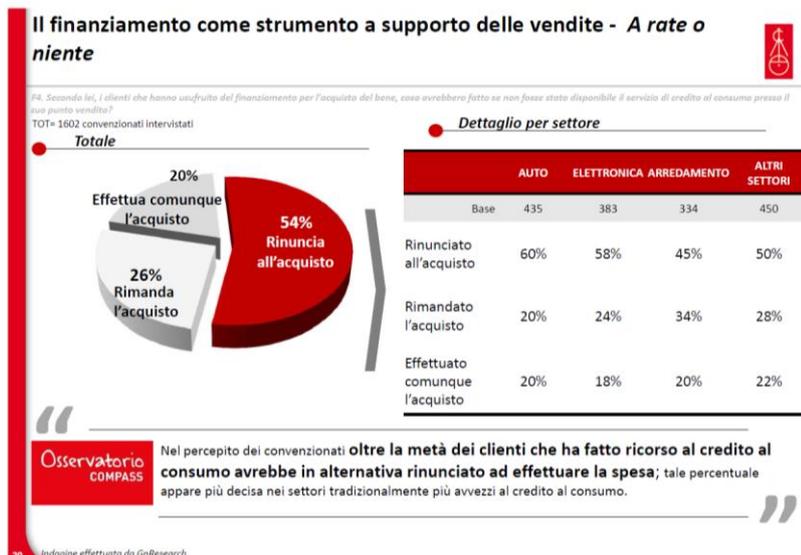
aspettava un periodo di vendite in crescita).

“Questo dato va inquadrato nell’andamento particolarmente positivo del 2015 – continua Caso - con una ripresa del 16,1% negli importi finanziati, pari a € 15 miliardi di euro: una crescita mai registrata dal 2010.

Il settore della mobilità come sempre fa da traino, in crescita del 18,4%, seguito dall’elettronica con un +11,8%. Ma è il settore dell’**arredamento a registrare il trend di maggior successo rispetto al passato: con una crescita dell’11,1% recupera gran parte del gap accumulato nel corso degli ultimi anni.**

Il credito al consumo continua a ricoprire un ruolo di importanza primaria negli acquisti: il 54% dei clienti che hanno finanziato un acquisto avrebbe rinunciato a effettuare la spesa senza questa alternativa. Più del 25% avrebbe, invece, rimandato l’acquisto.

*“Il nostro osservatorio conferma nuovamente che il **credito al consumo ricopre un ruolo di fondamentale importanza per supportare le vendite di tutti i settori** - dichiara **Francesco Caso, Direttore Generale di Compass** - Oltre ai clienti che senza il supporto di questi servizi rinuncerebbero all’acquisto, infatti, cresce anche il numero di clienti che lo rimanderebbe nel tempo: nel settore dell’arredamento questa percentuale sale addirittura al 34%”.*



Focus sul settore Arredamento

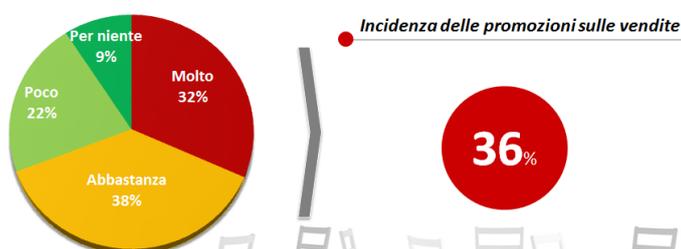
Questo settore assume un’importanza particolare se consideriamo che, da un’intervista effettuata coinvolgendo i consumatori italiani, è emerso che **al secondo e terzo posto nella lista dei progetti per il 2016 ci sono la ristrutturazione (18% delle preferenze) e l’acquisto (13%) della casa**. Per gli over 54, la ristrutturazione sale al 25% delle preferenze.

Dal punto di vista dei convenzionati, questo si traduce in opportunità da cogliere considerando anche diverse peculiarità del settore. Primo fra tutti l'importanza degli incentivi fiscali previsti dalla Legge di Stabilità del 2016, che si stima possano incidere per quasi il 30% delle vendite. Sempre secondo i venditori convenzionati intervistati, una forte leva competitiva è rappresentata dalle promozioni sul punto vendita: ogni 100 prodotti venduti, 36 vengono acquistati con sconti e promozioni. Gli sconti praticati sul prezzo di listino sono al primo posto, seguiti dalla possibilità di dilazionare la spesa a tasso zero.

Quanto le promozioni sostengono le vendite



D2.1. Secondo la sua esperienza, la presenza delle promozioni incoraggia i suoi clienti ad effettuare l'acquisto?
D2.3. 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?
TOT= 120 convenzionati intervistati



Osservatorio
COMPASS

Secondo i convenzionati intervistati la **presenza di promozioni** sul punto vendita rappresenta **una forte leva competitiva**. Infatti, **ogni 100 prodotti venduti, 36 vengono acquistati con sconti e promozioni**.

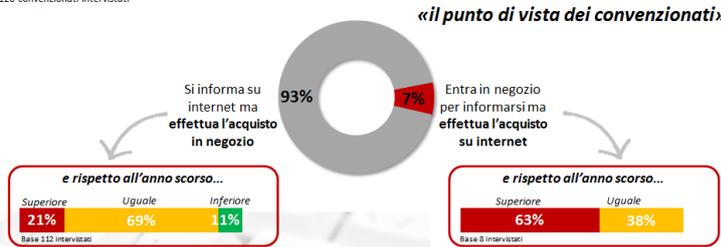
L'arredamento è un settore caratterizzato anche da diversi trend, che aiutano a comprendere meglio l'andamento delle vendite: la possibilità di arredare la propria casa inserendo alcuni oggetti importanti di design rappresenta quello principale (67% delle preferenze), seguito dalla sostenibilità ambientale (30%), dalla domotica (28%) e dall'upcycling, ossia il riciclo finalizzato a dare maggiore valore alle componenti originali (14%).

Rispetto allo scorso anno, la concorrenza dei venditori online è percepita in aumento, spinta soprattutto dai prezzi ridotti, tuttavia la quasi totalità degli intervistati pensa che i propri clienti, dopo aver raccolto informazioni sul canale web, preferiscano comunque acquistare presso il punto vendita fisico sfruttando la maggiore consulenza, il supporto al montaggio e il servizio di progettazione.

Il web vs il punto vendita fisico – il comportamento del cliente



A1.1. Pensando al comportamento d'acquisto dei suoi clienti, quale delle seguenti espressioni esprime meglio la sua opinione...
A1.2. E rispetto all'anno scorso, secondo lei la percentuale di clienti che entra in negozio per informarsi ma effettua l'acquisto su internet / si informa su internet ma effettua l'acquisto in negozio è...
TOT= 120 convenzionati intervistati



Osservatorio COMPASS

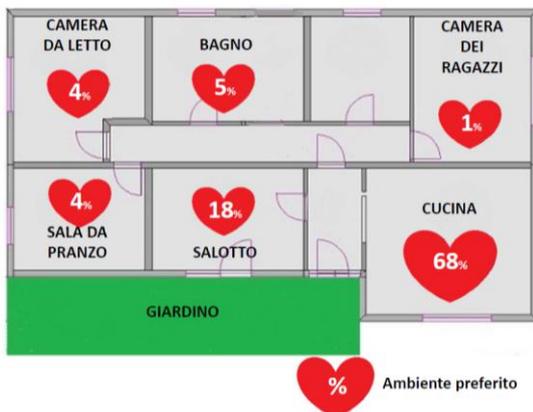
Oltre il 90% dei convenzionati intervistati pensa che la maggior parte dei propri clienti, dopo essersi informata tramite il canale web, preferisca comunque acquistare presso il punto vendita fisico.

Nel percepito dei convenzionati, l'estetica – oltre al prezzo – è l'elemento che influenza maggiormente le scelte dei consumatori. Ma qual è l'ambiente preferito e per cui si è disposti a effettuare un investimento maggiore? La cucina, secondo il 68% dei rispondenti, è il locale dove si concentrano maggiormente le attenzioni e le spese dei clienti. Al secondo posto, il salotto, scelto dal 18%. Segue il bagno, con il 5% delle preferenze. In generale, la zona giorno rappresenta decisamente l'area preferita degli italiani, che deve essere non solo funzionale, ma anche ospitale, rilassante ed elegante.

L'ambiente di casa preferito



A1.6. Secondo la sua esperienza, qual è l'ambiente della casa preferito, quello per il quale i suoi clienti sono disposti a spendere maggiormente?
TOT= 120 convenzionati intervistati



Osservatorio COMPASS

È la **cucina** l'ambiente su cui si **concentrano** maggiormente le attenzioni e le **spese** dei clienti del settore dell'arredamento. La **zona giorno** in generale, comprensiva del salotto, cucina e sala da pranzo, **rappresenta** decisamente l'area preferita dagli italiani.

E come dovrebbe essere...



R.17. Ed infine, qual è l'aggettivo ricorrente che usano i suoi clienti per descriverle come vorrebbero che fosse arredato il loro ambiente di casa preferito?
TOT= 120 convenzionati intervistati



Osservatorio
COMPASS

E' "funzionale" la parola più citata per descrivere l'ambiente di casa preferito. Appare più ampia la gamma di citazioni utilizzate per descrivere la cucina dei desideri che oltre ad essere funzionale si vorrebbe ospitale ma anche rilassate ed elegante.

Compass Banca

Compass Banca, società del Gruppo Mediobanca, inizia la sua attività nel credito al consumo nel 1960. Oggi è una delle aziende leader del settore con oltre 11 miliardi euro di crediti in essere, più di 100 accordi di partnership nel settore bancario, assicurativo e della distribuzione, oltre 40.000 dealer convenzionati e 164 filiali dirette sul territorio. Compass Banca sostiene con qualità e affidabilità le esigenze delle famiglie attraverso un'ampia offerta di prodotti di credito, strumenti di pagamento e polizze assicurative.

Per ulteriori informazioni:

Media Relations Gruppo Mediobanca

Paola Salvatori – Anna Barbaglio

Tel +39-02-8829012/898

paola.salvatori@mediobanca.com

anna.barbaglio@mediobanca.com