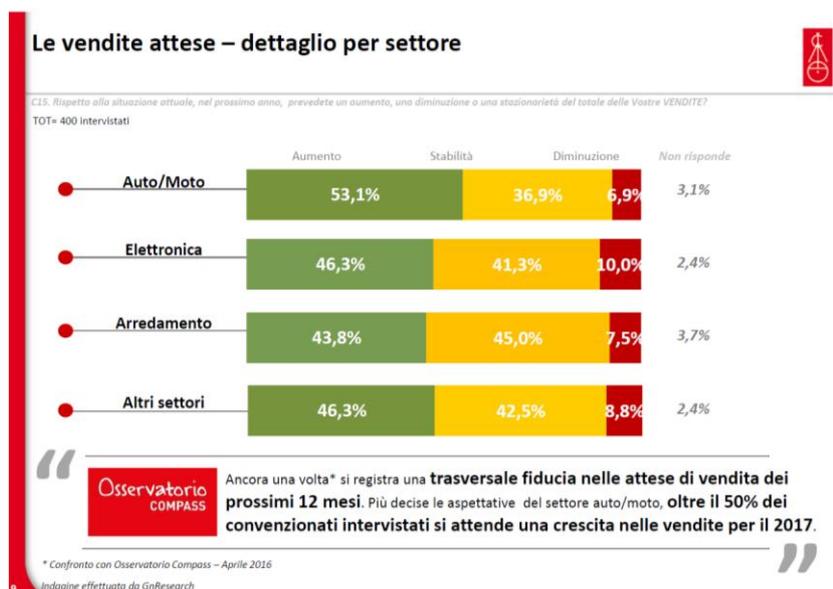


Osservatorio Compass: ripartono a doppia cifra le vendite di automobili e motocicli con il supporto del credito al consumo

Immatricolazioni di autovetture e motocicli in ripresa: il 2016 registra una significativa crescita per entrambi i comparti, segno di una decisa ripresa del mercato, anche se rimangono lontani i volumi registrati pre-crisi

Milano, 12 dicembre 2016 – Il settore della mobilità a quattro e due ruote resta perno fondamentale del sistema produttivo italiano: un comparto vitale come conferma anche il quinto **Osservatorio Compass** sui venditori convenzionati.

A registrare la maggiore attesa di crescita nei prossimi 12 mesi è proprio il comparto auto/moto con oltre la metà degli intervistati (53,1%) che prevede una crescita nelle vendite.



Una fiducia confermata dalla forte impennata dei finanziamenti per l'acquisto di auto e moto che, nel **I semestre 2016**, hanno registrato un significativo +24% rispetto allo scorso anno, con **un erogato complessivo a fine anno che si stima arrivi a circa 14 Mld di €**. A beneficiare maggiormente del supporto del credito al consumo sono le **nuove immatricolazioni**: ben il 66% dei privati, infatti, ha richiesto un finanziamento per acquistare una vettura nuova e il 47% per un motociclo.

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



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

66,2%

Quota di prestiti finalizzati motocicli su immatricolazioni - I sem 2016

47,0%

“

Osservatorio COMPASS

L'impatto delle vendite finanziate presso i punti vendita dei mezzi nuovi arriva a rappresentare il **66% nel primo semestre 2016** (47% sul comparto motocicli) a conferma dell'importante sostegno del credito al consumo alle vendite nel settore della mobilità.

”

24 Elaborazione interna su dati Crij, Consumi Istat, Unrae, Ancma

“Si riconferma il ruolo fondamentale che il **credito al consumo ricopre a supporto delle vendite in molti settori** - dichiara **Luigi Pace, Direttore Centrale Marketing e Customer Management** - E questo vale maggiormente per l'acquisto di auto e motocicli poiché il **56% dei clienti che hanno fatto ricorso a un finanziamento avrebbero in alternativa rinunciato a effettuare l'acquisto.**”

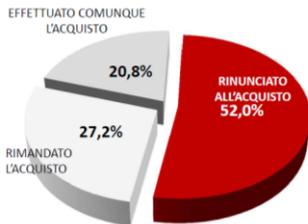
Questo trend è confermato in tutti i settori e, considerando l'intero mercato, rimane superiore al 50% la percentuale di coloro che non avrebbero portato a termine un acquisto senza il supporto del credito al consumo.

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= 2002 intervistati

Totale



Dettaglio per settore

	AUTO	ELETRONICA	ARREDAMENTO	ALTRI SETTORI
Base	595	463	414	530
Rinunciato all'acquisto	56,3%	55,3%	42,5%	50,8%
Rimandato l'acquisto	21,5%	26,3%	35,7%	28,1%
Effettuato comunque l'acquisto	22,2%	18,4%	21,7%	21,1%

“

Osservatorio COMPASS

Nel percepito dei convenzionati **oltre la metà dei clienti che ha fatto ricorso al credito al consumo avrebbe in alternativa rinunciato ad effettuare la spesa**; tale percentuale appare più decisa nei settori tradizionalmente più avvezzi al credito al consumo.

”

15 Indagine effettuata da GInResearch

Gli italiani non rinunciano all'automobile, ma scelgono vetture meno care e con consumi ridotti

L'autovettura di proprietà resta il mezzo di spostamento preferito degli italiani (69%) che mediamente la usano per 2,68 spostamenti pro-capite al giorno, con una durata media di circa 1 ora per spostamento.

Nel I semestre 2016, le immatricolazioni delle autovetture, in ripresa del 19,4%, sono ancora fortemente orientate alle **fasce più economiche**, con oltre il 60% di city car e

utilitarie acquistate. Il **risparmio** per **circa un italiano su due** (49%) è infatti la **leva più importante** per valutare l'acquisto di un'auto, non solo al momento dell'acquisto, ma soprattutto per la gestione e manutenzione ordinaria del mezzo. Anche i bassi consumi influenzano la scelta dei clienti (24%), ma quasi tre italiani su dieci (28%) non intendono rinunciare allo stile e all'estetica quando decidono quale modello acquistare.

Acquisto dell'auto: i driver di scelta del cliente



T1. Negli ultimi anni è profondamente mutata la natura della domanda di automotive tra le fasce più giovani del mercato: un tempo i giovani cercavano nell'automobile principalmente stile e potenza. Oggi, secondo lei, quali sono le richieste da soddisfare?
TOT= 209 intervistati nel 2015, 160 nel 2016



Osservatorio
COMPASS

Si conferma il **risparmio** la leva più importante per valutare l'acquisto di un'auto, non solo in termini di valore al momento dell'acquisto vero e proprio, ma anche successivamente per la gestione e manutenzione ordinaria del mezzo.

Segue a distanza lo **stile** e l'estetica dell'automobile. Altro elemento che emerge è l'attenzione ai **bassi consumi**, che, secondo i convenzionati, influenza la scelta del **24%** dei clienti.

28 Indagine effettuata da GfResearch - interviste su convenzionati auto e moto

Praticità ed economicità guidano anche la scelta dei motocicli: oltre la metà delle immatricolazioni nel primo semestre è riconducibile a scooter.

Innovazione fa rima con riduzione (dei consumi e dei costi): ibrido, noleggio a lungo termine e car-sharing, i nuovi trend. Grande attenzione dei clienti per il controllo del veicolo da remoto

Guardando ai principali trend innovativi che stanno caratterizzando il settore, al primo posto c'è indubbiamente la scelta di puntare su **motori elettrici/ibridi** sia nel comparto del motociclo (51,2%) sia in quello dell'automotive (48,8%) per ridurre le emissioni. L'attenzione per l'ambiente si coniuga anche con la volontà di ridurre i costi: il **noleggio a lungo termine** è, infatti, indicato come un ulteriore trend d'innovazione sul fronte auto (30%) e su quello moto (23,1%).

Anche il servizio di **car sharing**, seppur limitato a contesti urbani piuttosto circoscritti, comincia ad essere indicato come un futuro orizzonte di sviluppo del settore e non sembra spaventare i convenzionati auto che, nell'84% dei casi, sostengono di non aver subito danni nelle vendite.

Motori ecologici e noleggio non sono le uniche tendenze del settore. In un mondo sempre più connesso, i clienti guardano con interesse alle **applicazioni che consentono di gestire e controllare i veicoli da remoto**, rendendoli sempre più connessi e multimediali (lo afferma il 46% dei convenzionati auto e moto).



Il settore del credito al consumo: uno sguardo d'insieme

Il settore del credito a consumo crede fortemente nell'**andamento positivo proprio e dell'intero Paese**. Per i prossimi 12 mesi, solo il 20% teme un peggioramento dell'attuale congiuntura, contro un **40,5% che crede nella ripresa economica**; allo stesso modo, ben il **48,5% dei convenzionati intervistati prevede un aumento nelle vendite** e solo l'8% teme una riduzione del proprio fatturato. Una fiducia basata sul buon andamento del **primo semestre del 2016** che ha visto una crescita importante in termini di finanziato (**+21,0%** rispetto al primo semestre del 2015), per un totale di **9 mld di €** di erogato, di cui ben 7,2 mld di € hanno riguardato i finanziamenti per l'acquisto di auto e moto.

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