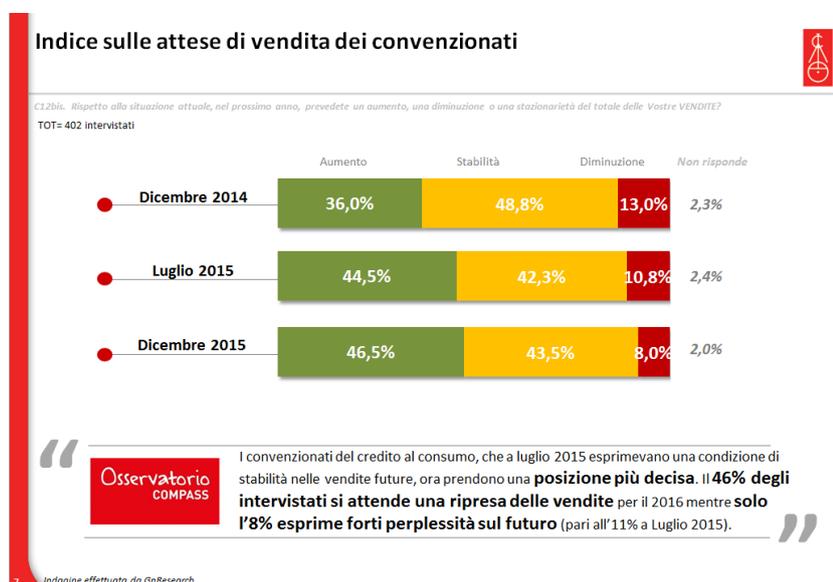


## Osservatorio Compass: è l'elettronica il settore che guida i consumi

*La terza edizione dell'Osservatorio Compass ribadisce il ruolo primario del credito al consumo, con il settore dell'elettronica a fare da traino alle vendite*

**Milano, febbraio 2016** – Forte ottimismo per il 2016 secondo i primi dati del terzo Osservatorio Compass sui venditori convenzionati: **il 46,5% degli intervistati si attende una ripresa delle vendite per il 2016**, dopo la condizione di maggiore stabilità espressa a luglio 2015.



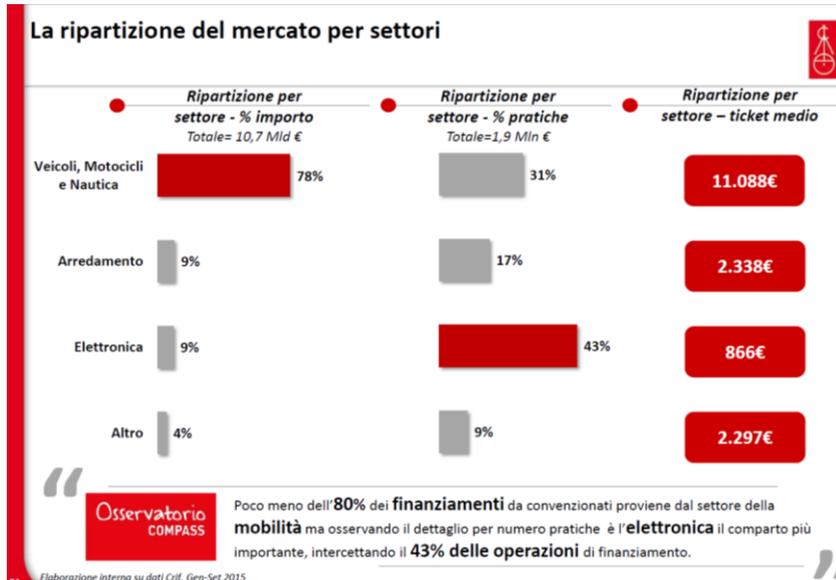
Guardando al 2015, le percezioni sull'**andamento delle vendite nel secondo semestre sono differenti in base al settore considerato**: mentre i convenzionati del settore auto e arredamento hanno vissuto l'ultima parte dell'anno con un giro d'affari sostanzialmente stabile, per l'elettronica la crescita è più marcata.

In termini di importi finanziati, i primi nove mesi del 2015 evidenziano una crescita dei volumi di erogato del 13,1% rispetto allo stesso periodo del 2014. In particolare, il terzo trimestre del 2015 è stato il periodo che ha registrato un maggiore aumento in termini relativi rispetto allo scorso anno (+16.6%). **Si stima un 2015 con una crescita del 12% rispetto al 2014, con il settore della mobilità che cresce del 14,5% e si posiziona al primo posto per i volumi di erogato totali (78%).**

**L'elettronica torna a crescere** a un ritmo sostenuto: infatti i primi nove mesi dell'anno registrano una crescita dell'11,3% rispetto allo stesso periodo del 2014, toccando il livello massimo mai registrato prima nel periodo di osservazione e riportando così i volumi al 2011. **Osservando il dettaglio per numero pratiche, è questo il comparto più importante, con il 43% delle operazioni di finanziamento.**

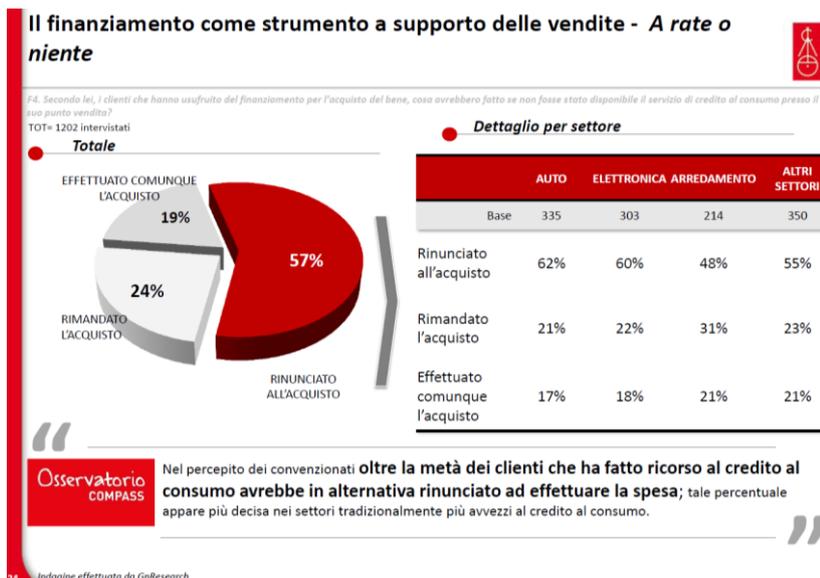
L'arredamento cresce a doppia cifra (+10,2%), anche se non riesce a riconquistare il

terreno perso negli ultimi due anni, e rappresenta il 9% del mercato per volumi erogati.



## Focus sul settore Elettronica

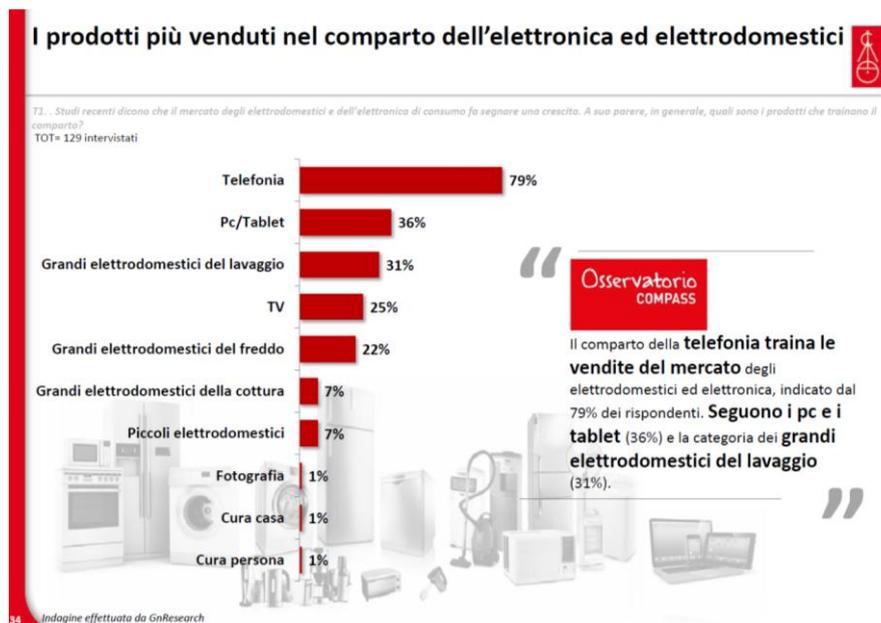
**Il settore dell’elettronica**, cui è dedicato il focus dell’Osservatorio sui convenzionati, mette in luce ancora una volta il ruolo primario del credito al consumo negli acquisti: oltre la metà dei clienti che hanno finanziato un acquisto (60% rispetto a una media di mercato pari al 57%), avrebbe rinunciato a effettuare la spesa senza questa alternativa. Più del 20% avrebbe, invece, rimandato l’acquisto.



“Il nostro osservatorio mette ancora una volta in evidenza come il **credito al consumo svolga un ruolo di primaria importanza nel supportare le vendite di tutti i settori** - dichiara **Francesco Caso, Direttore Generale di Compass** - confermando ancora una

volta che, senza il sostegno di questi servizi, oltre la metà dei consumatori avrebbe rinunciato all'acquisto e oltre il 20% lo avrebbe almeno rimandato”.

Nello specifico, **nel settore dell'elettronica registra la leadership il comparto della telefonia, che traina le vendite secondo il 79% dei rispondenti**. Seguono i pc e i tablet (36%) e gli elettrodomestici del lavaggio (31%). La telefonia, oltre ad essere la categoria più venduta è anche la più finanziata, grazie alle promozioni e piani tariffari strutturati per un'offerta dilazionata nel tempo. Seguono gli elettrodomestici del freddo e del lavaggio.



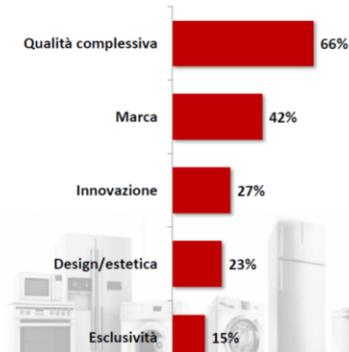
Il settore è caratterizzato da un trend molto importante, ossia la percezione dell'aumento significativo della concorrenza dei venditori online, grazie - in particolar modo - ai prezzi ridotti rispetto al canale fisico. Ciononostante, oltre l'85% dei convenzionati intervistati pensa che la maggior parte dei propri clienti, dopo essersi **informata tramite il canale web, preferisca comunque acquistare presso il punto vendita fisico**.

Tra le motivazioni che spingono i clienti a scegliere di acquistare sul punto vendita fisico risulta fondamentale il rapporto con il venditore e la possibilità di toccare con mano il prodotto. Altro elemento discriminante è la disponibilità immediata del bene. Anche la competenza del venditore rimane fondamentale, nonostante la crescente importanza del ruolo del web tra i canali di informazione scelti dai clienti.

La qualità complessiva del prodotto è l'elemento che viene considerato più rilevante, ma non solo: secondo i convenzionati intervistati, la presenza di promozioni sul punto vendita rappresenta una forte leva competitiva (ogni 100 prodotti venduti, 48 vengono acquistati proprio grazie alla presenza di sconti e promozioni).

## I driver di scelta per l'acquisto del prodotto

T13. Secondo Lei qual è l'elemento che il Cliente prende maggiormente in considerazione nell'acquisto di un prodotto? E poi quale altro? Ed infine?  
TOT= 129 intervistati



Osservatorio  
COMPASS

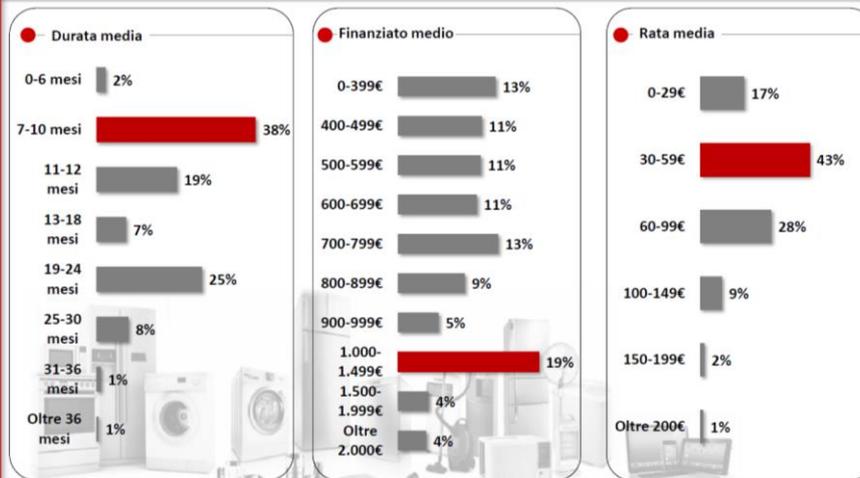
È la **qualità complessiva** del prodotto l'**elemento** che viene considerato **più rilevante** per l'acquisto del bene.

Questo attributo evidenzia come ci sia una **valutazione globale di più aspetti**, come la qualità intrinseca del prodotto ma anche il giusto rapporto qualità/prezzo.

41 Indagine effettuata da GnrResearch

I finanziamenti richiesti per l'acquisto di beni nel campo dell'elettronica sono solitamente di media durata, dai 7 ai 10 mesi nel 38% dei casi e dai 19 ai 24 mesi nel 25% dei casi, e di importo medio, tra i 1.000 e i 1.500 euro nel 20% dei casi, con una rata compresa tra i 30 e i 59 euro per quasi la metà delle richieste approvate.

## Il ricorso al finanziamento – elettronica ed elettrodomestici



Elaborazione interna su dati Crif, Gen-Set 2015, calcolo della distribuzione effettuato sul numero di pratiche liquidate nel periodo di osservazione

## Compass Banca

Compass Banca, Gruppo Mediobanca, inizia la sua attività nel credito al consumo nel 1960. Oggi è una grande realtà finanziaria: oltre 10 miliardi euro di crediti in essere, più di 100 accordi di partnership nel settore bancario, assicurativo e della distribuzione, 2.3 milioni di clienti, 347.000 titolari di carte di credito (dati al 30/6/2015, comprensivi dell'operatività della controllata Futuro). Oggi Compass conta 164 filiali dirette sul territorio. Dopo essere diventata Istituto di Moneta

*Elettronica nel 2013, dal 1 Ottobre 2015 Compass si è trasformata in Banca, diventando Compass Banca S.p.A.. Da sempre proiettata verso il futuro, Compass Banca sostiene con qualità e affidabilità i progetti degli italiani, attraverso gli strumenti di credito, di pagamento e assicurativi.*

Per ulteriori informazioni:

**Media Relations Gruppo Mediobanca**

Paola Salvatori – Anna Barbaglio

Tel +39-02-8829012/898

[paola.salvatori@mediobanca.com](mailto:paola.salvatori@mediobanca.com)

[anna.barbaglio@mediobanca.com](mailto:anna.barbaglio@mediobanca.com)

---