



COMPASS
GRUPPO MEDIOBANCA

Maggio 2022

Speciale Auto

Osservatorio
COMPASS

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

L'Osservatorio Compass in cifre: speciale Auto

I giovani 18-30 anni
che ritengono ancora
l'auto come uno status
symbol

64%

Il primo driver che
guida il consumatore
nella scelta dell'auto,
oltre al prezzo

**Consumi
carburante**

Gli italiani che
prenderebbero in
considerazione
l'acquisto di un'auto
ibrida

63%

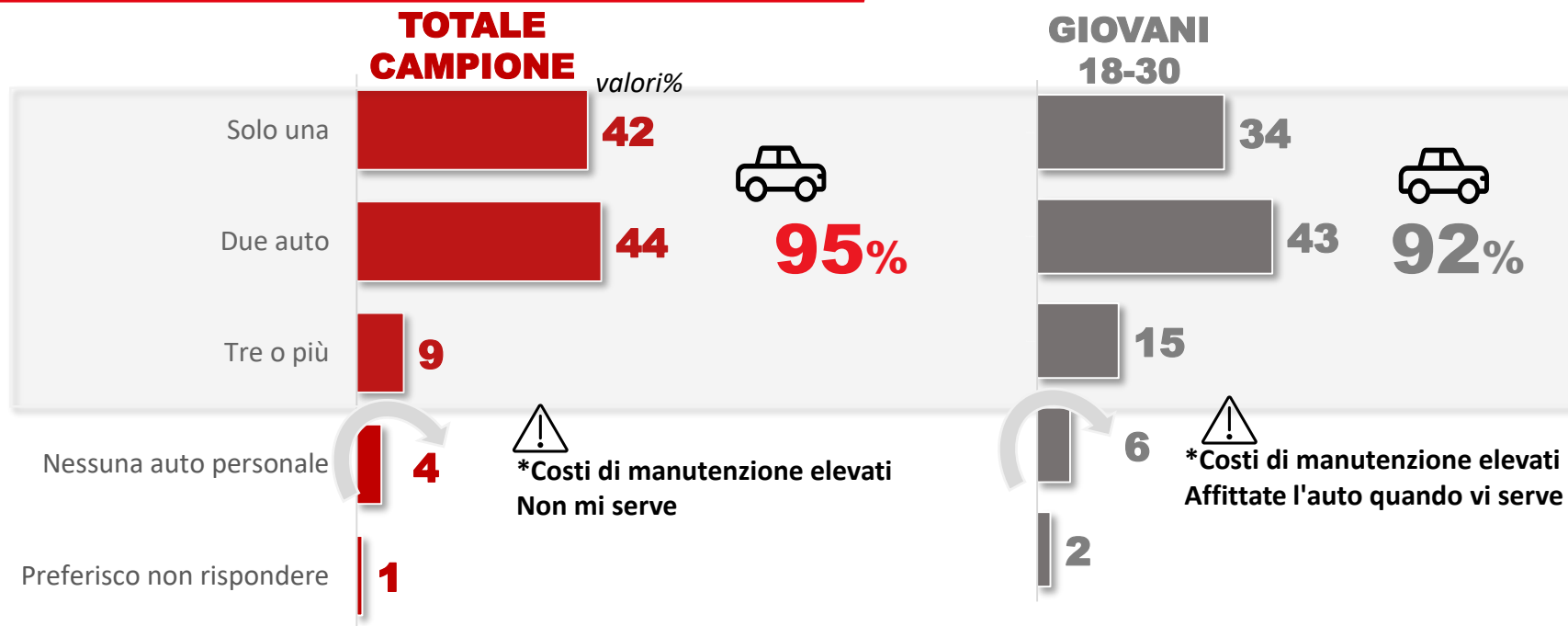
I giovani 18-30 anni
che si affiderebbero al
canale digitale per
l'acquisto dell'auto

23%

Abitudini e approcci degli italiani verso l'auto

Gli italiani e il possesso delle auto

Quante auto avete in famiglia?



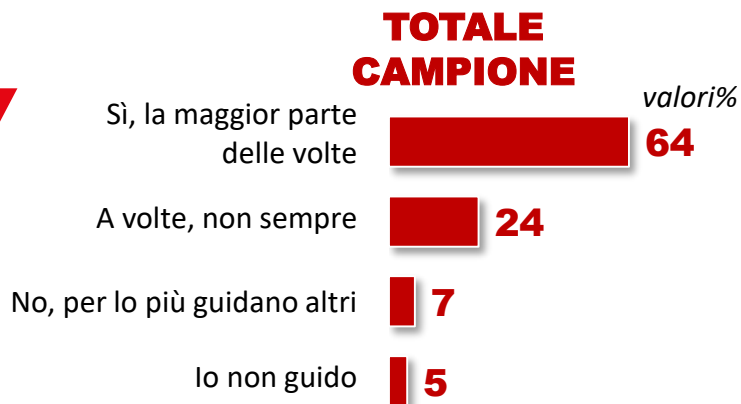
**Basi contenute, si restituisce solo un'indicazione qualitativa*

Osservatorio
COMPASS

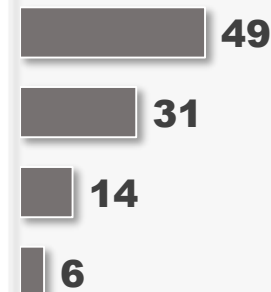
La quasi totalità degli italiani ha almeno un'auto in famiglia, il 44% dichiara di possederne due.

Gli italiani e lo stile di mobilità

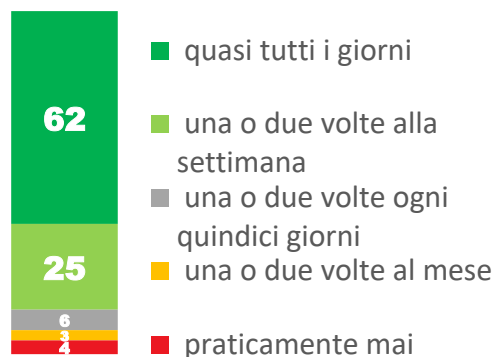
Quando ti sposti in auto, di solito guidi tu?



GIOVANI 18-30



Quanto usi l'auto (guidando o come passeggero)?

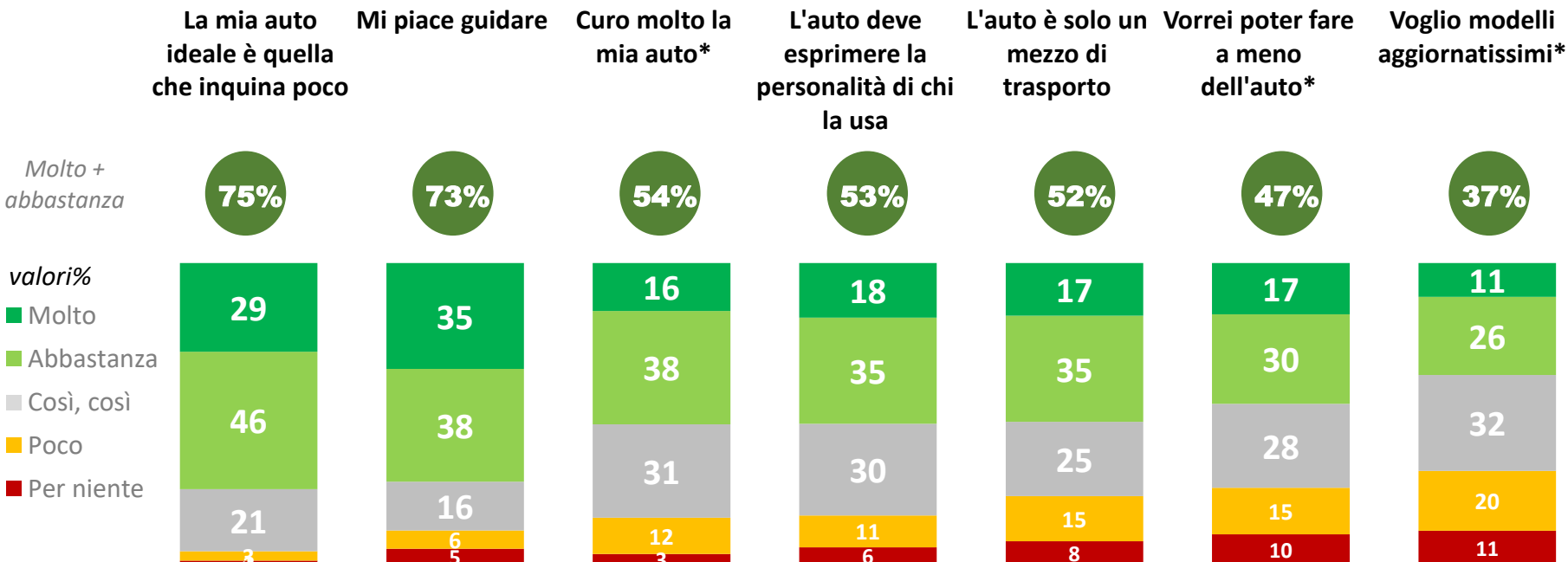


Osservatorio
COMPASS

6 italiani su 10 dichiarano di essere alla guida quotidianamente, questo vale anche per i più giovani, sebbene siano meno spesso loro alla guida.

L'auto nell'immaginario degli italiani

Quanto sei d'accordo con...

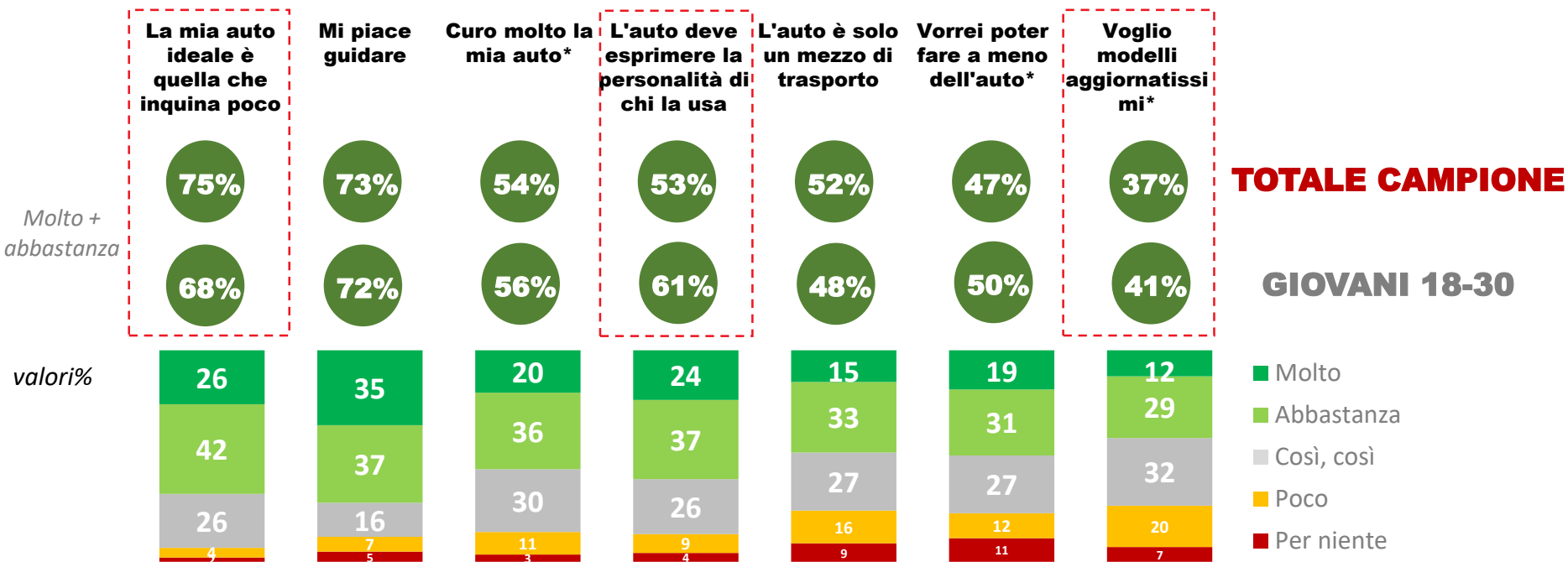


Osservatorio
COMPASS

L'auto deve alimentare il piacere di guidare, meno di 1/3 degli intervistati sposa indiscriminatamente il fatto che l'auto ideale sia quella che inquina poco: questo è un aspetto considerato, ma forse da solo ancora non basta.

L'auto nell'immaginario degli italiani: focus sui giovani 18-30

Quanto sei d'accordo con...

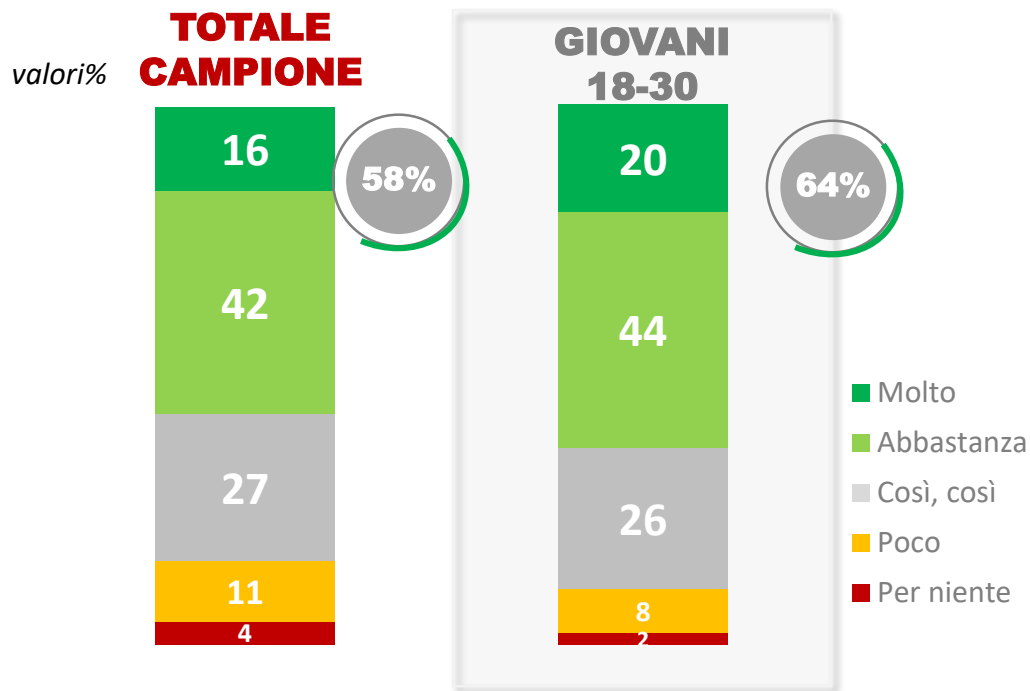


Osservatorio
COMPASS

I giovani 18-30 anni si distinguono in modo netto rispetto al resto degli intervistati per l'approccio che hanno verso il mondo dell'auto: sono molto più aspirazionali e meno attenti agli impatti ambientali.

L'auto come status symbol

L'auto oggi è ancora uno status symbol?



Per i suoi 18 anni, che cosa vorrebbe un giovane oggi?

	TOTALE CAMPIONE	GIOVANI 18-30
1. Un'auto nuova	36%	37%
2. Un'auto usata	24%	20%
3. Un viaggio	16%	12%

Osservatorio
COMPASS

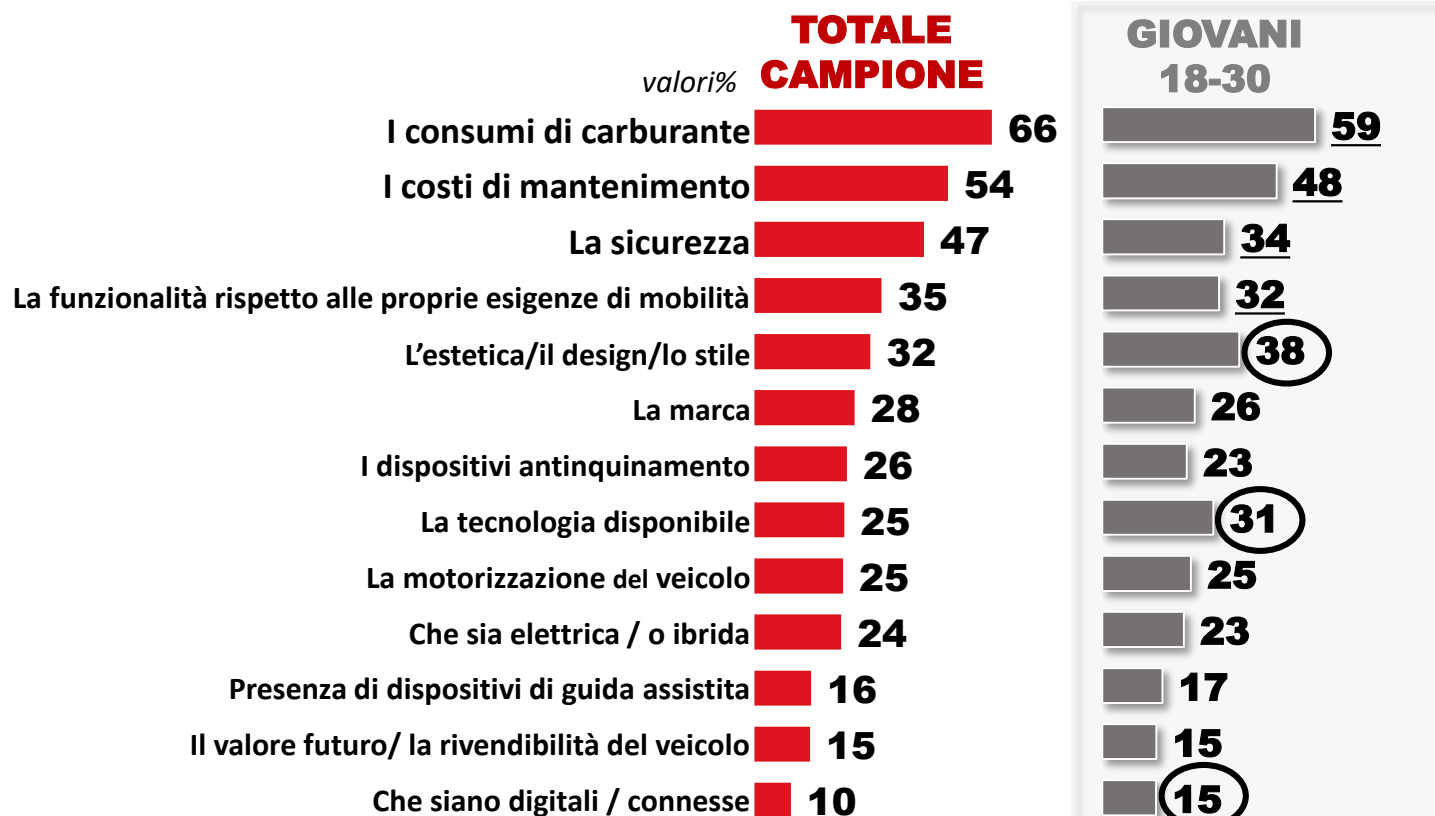
L'auto continua ad essere ritenuta uno status symbol (58% molto + abbastanza), ancora più forte per il target dei giovani 18-30 anni, arrivando al 64%.

Nell'immaginario degli adulti sui desideri di chi festeggia i 18 anni, l'auto si conferma essere il principale.

I driver di scelta nell'acquisto di un'auto

A4. Quali sono i principali criteri, oltre al prezzo, che prendi/prenderesti in considerazione quando si tratta di acquistare un'auto?

Oltre al prezzo, cosa valuti quando acquisti un'auto?

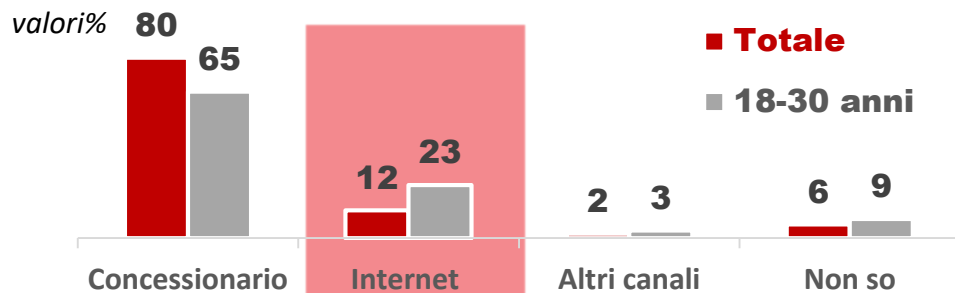


Osservatorio
COMPASS

Il consumo di carburante e i costi di mantenimento sono prioritari nella scelta dell'auto. Al terzo posto la sicurezza. Gli under 30 sembrano mostrare più attenzione ad estetica/design e tecnologia, a discapito dei consumi/costi.

Gli italiani e il comportamento in fase di scelta

Se dovessi acquistare un'auto oggi dove andresti?



Comportamento di acquisto in caso di auto USATA ONLINE...

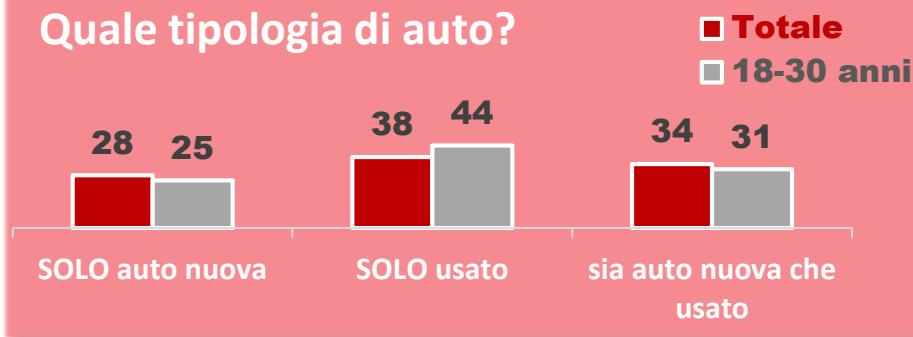
Acquisterei solo se possibile vedere e provare l'auto prima

83%

Mi fiderei del concessionario/della casa madre online

17%

Quale tipologia di auto?

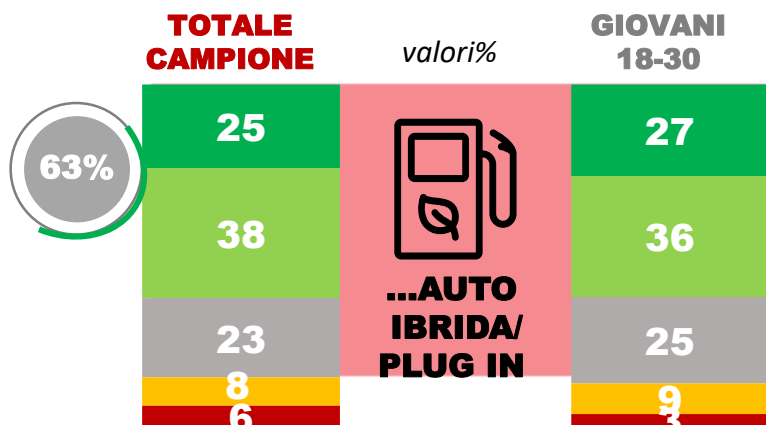


Osservatorio
COMPASS

Per 8 italiani su 10 la scelta relativa al canale d'acquisto dell'auto è a favore del concessionario, solo il 12% sceglierebbe di acquistare un'auto online, anche se questa quota cresce fra i giovani. Nel caso dell'usato l'acquisto via web è ancora legato alla possibilità di vedere e provare l'auto prima di concludere.

L'intenzione di acquisto per il veicolo ecologico

Se dovessi acquistare un'auto, quanto saresti propenso verso...



- Molto
- Abbastanza
- Così, così
- Poco
- Per niente

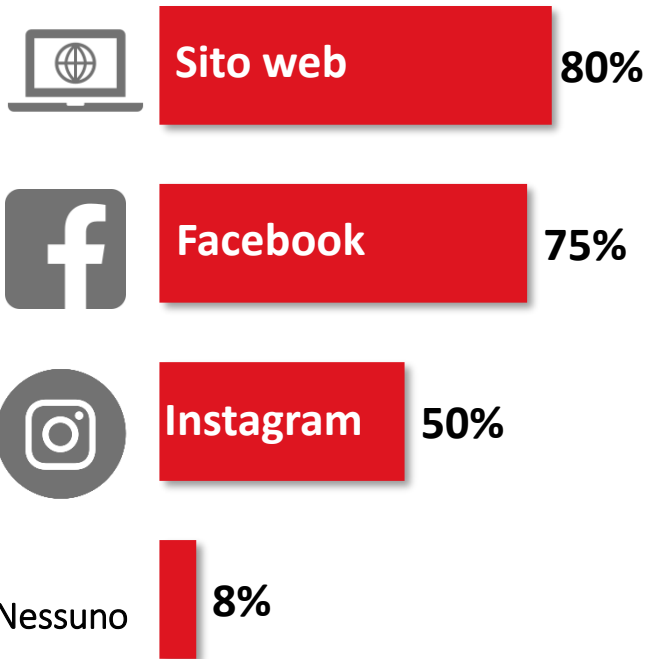


Il 63% degli italiani è aperto a scegliere un veicolo ibrido, l'acquisto di un'auto totalmente elettrica attiva qualche perplessità in più: potrebbe essere considerata dal 38% degli italiani e dal 44% dei giovani.

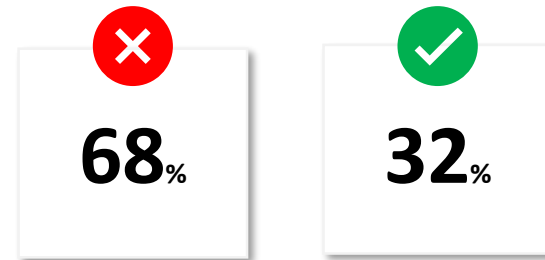
Il mondo dell'online per i dealer auto/moto

La presenza dei canali digitali nel settore dell'auto

La sua azienda è presente online? Su quali canali?



Possibilità di acquisti online...



92%
I dealer auto
presenti online

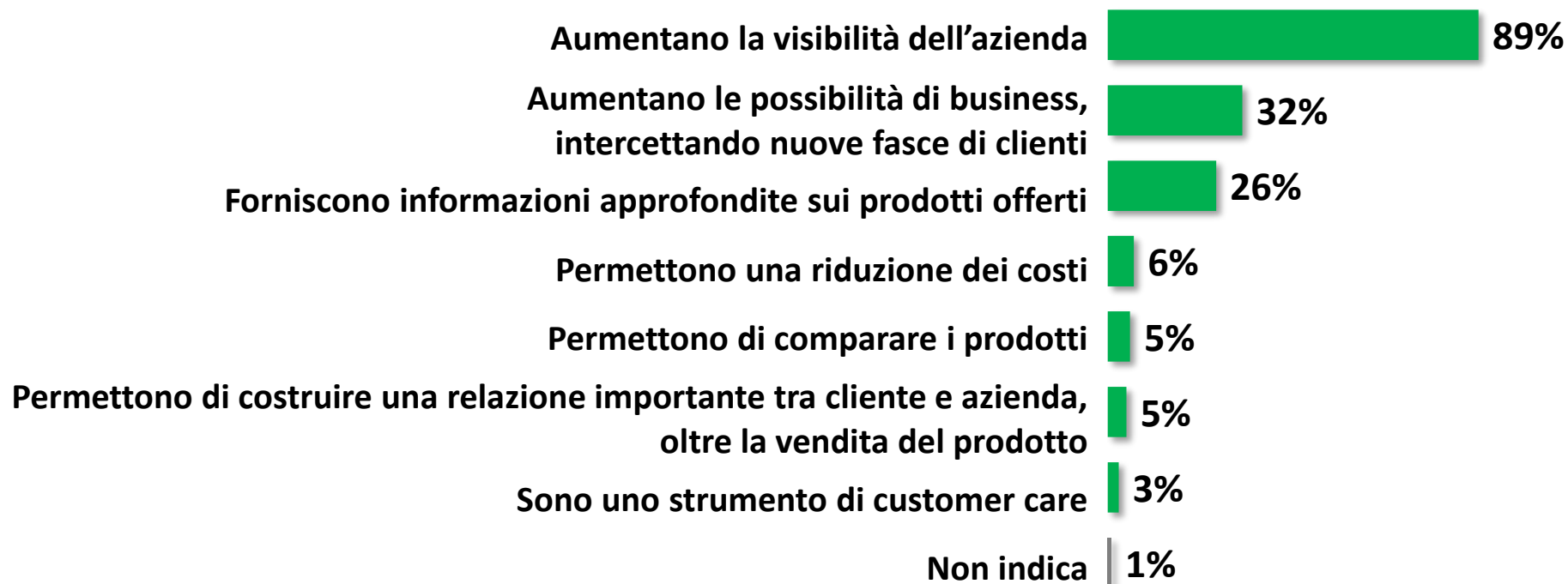
Circa 2
I canali in media
attivati

Osservatorio
COMPASS

Il 92% dei dealer intervistati del settore dell'auto è presente online: l'80% ha un sito web, mentre il 75% ha una pagina Facebook dedicata alla propria attività.

I vantaggi dei canali social per il proprio business

Quali vantaggi possono fornire?



Osservatorio
COMPASS

Secondo i dealer intervistati del settore auto, la principale motivazione che li ha spinti ad essere presente nel mondo digital è data dalla maggiore visibilità. Oltre il 30% considera i canali online uno strumento per intercettare nuove fasce di clientela.

Il processo di acquisto tra online e offline nel settore auto

61%

I clienti che preferiscono acquistare sul punto vendita fisico, dopo aver raccolto informazioni online

Secondo la sua esperienza, perché i clienti continuano a comprare sul punto vendita fisico?

Domanda a risposta multipla

- | | | |
|-----------|---|------------|
| 1. | Professionalità ed esperienza del venditore | 75% |
| 2. | Per toccare con mano il prodotto | 50% |
| 3. | Per assistenza post-vendita | 27% |

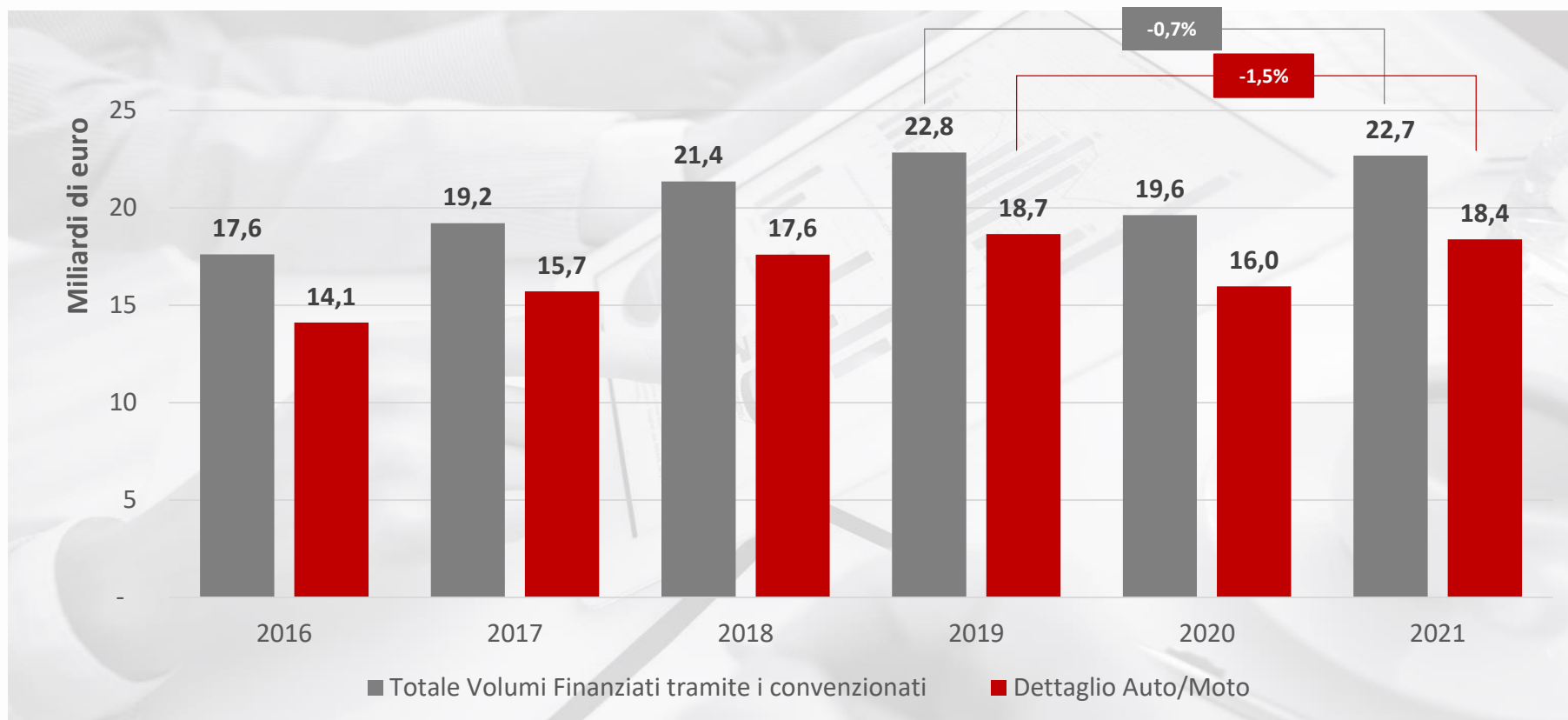
**Osservatorio
COMPASS**

La professionalità e l'esperienza del venditore, la possibilità di vedere e provare il prodotto e l'assistenza post-vendita sono le principali motivazioni, secondo i dealer del mondo auto, che spingono i clienti a rivolgersi presso il punto vendita fisico. L'incidenza dell'online sulla scelta di acquisto ha un ruolo di fonte informativa.

Indagine effettuata da Teleperformance Italia – 120 dealer appartenenti al settore auto/moto

Il mercato dei prestiti finalizzati auto/moto

Andamento dei flussi di erogato tramite convenzionati

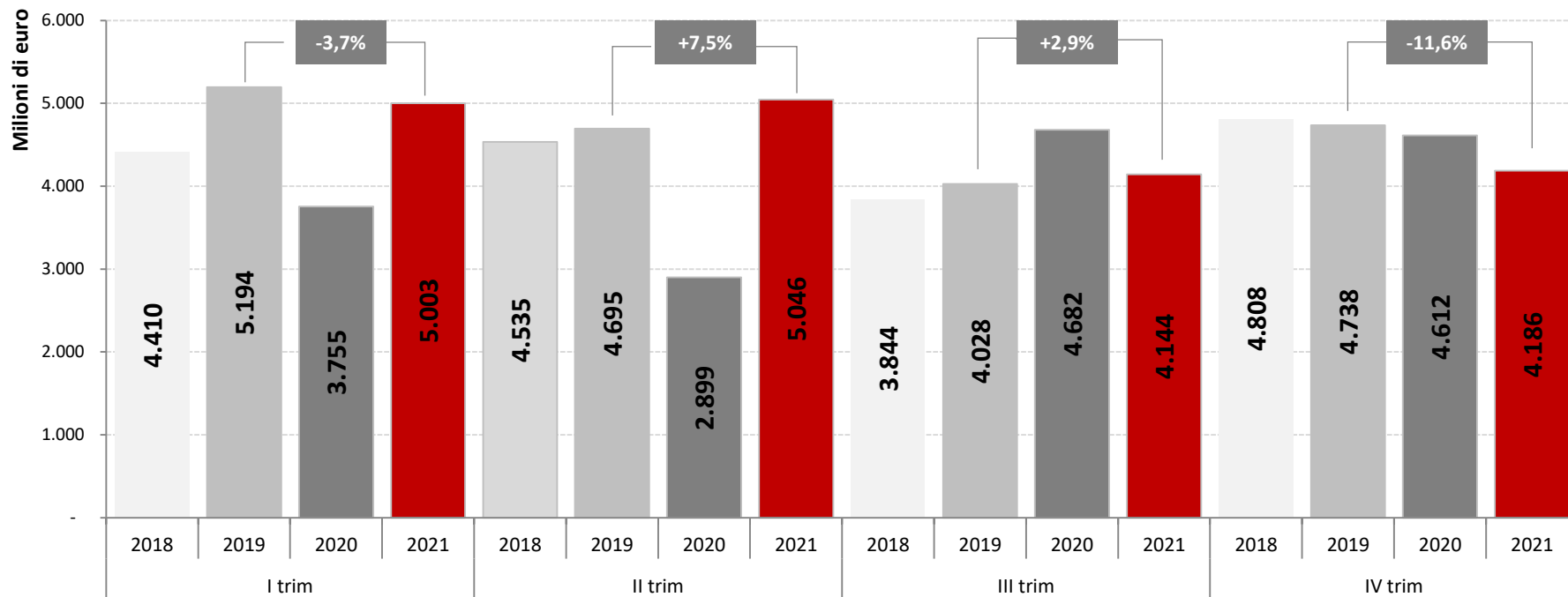


Osservatorio
COMPASS

L'andamento annuale dei flussi di credito al consumo, erogati tramite convenzionati, mostra un deciso recupero nel 2021 rispetto al 2020, tuttavia la ripresa non ha ancora raggiunto i livelli registrati nel 2019 (-0,7%). Il settore dell'auto/moto, che rappresenta circa l'80% dei volumi, registra le stesse dinamiche (-1,5%).

Elaborazione interna su dati Crif

Andamento trimestrale del credito al consumo nel settore auto/moto



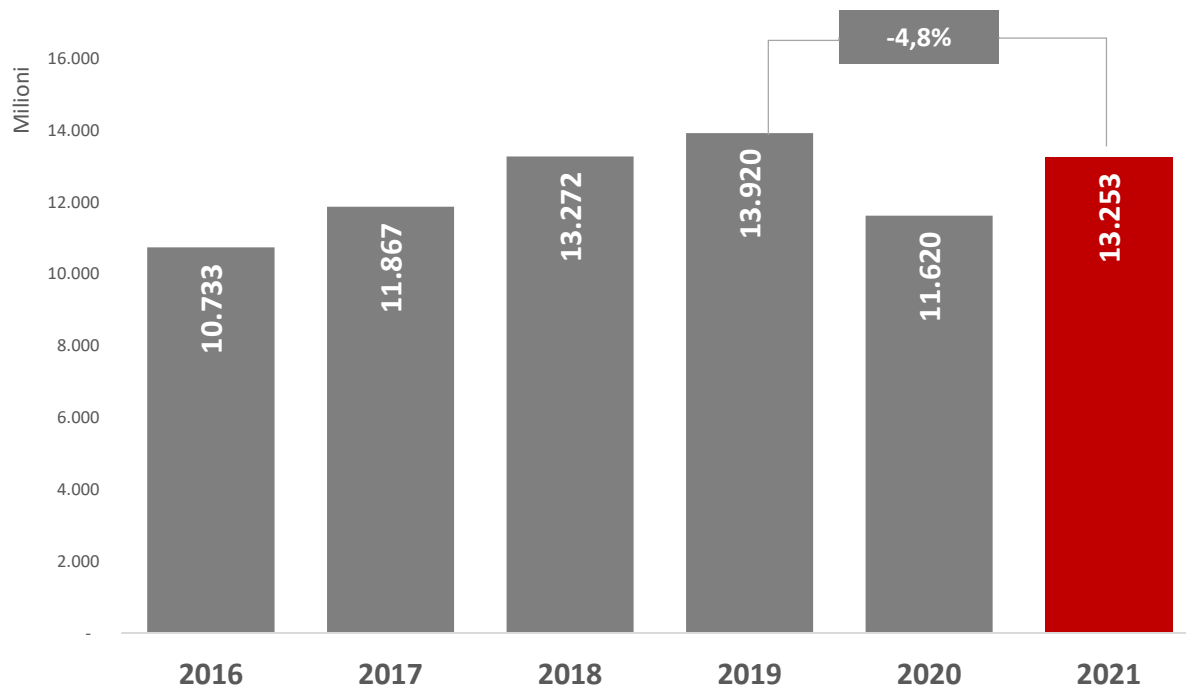
Osservatorio
COMPASS

Nella vista trimestrale, il settore auto/moto ha visto un deciso recupero rispetto al 2019 tra Aprile e Settembre 2021. Nel quarto trimestre 2021 i volumi hanno registrato una battuta di atterro, con una variazione del -11,6% rispetto allo stesso periodo del 2019.

Elaborazione interna su dati Crif

Erogato annuo

AUTO NUOVA



Numero operazioni finanziate

834mila

+10,1% vs 2020

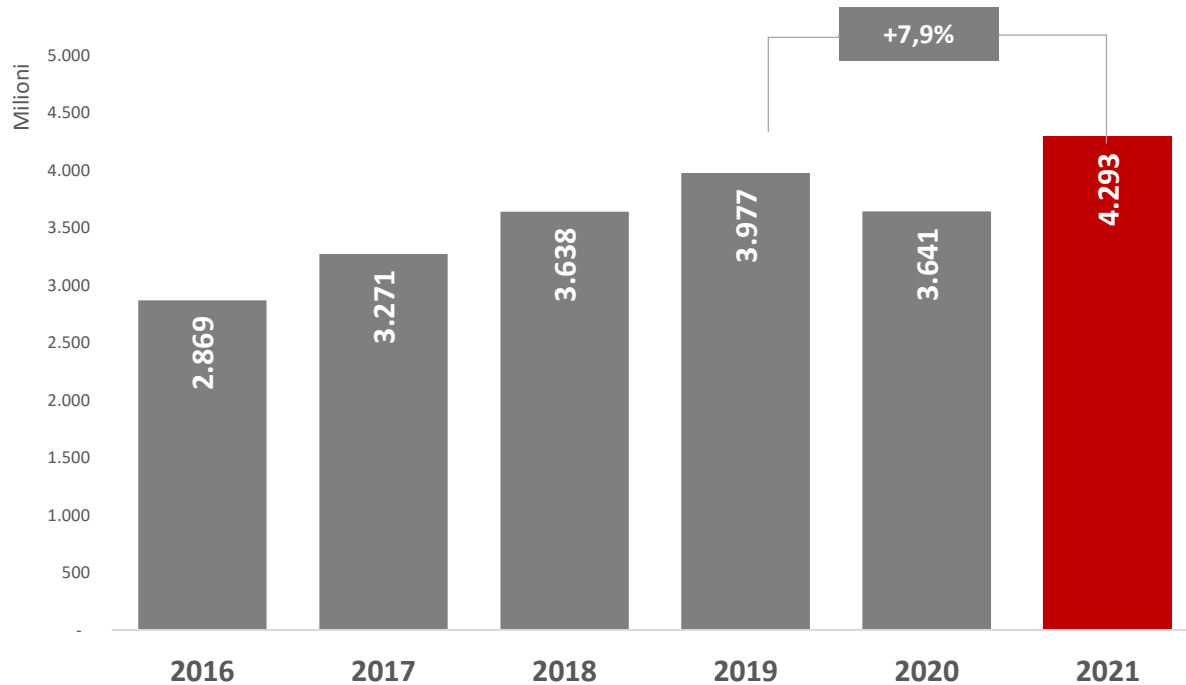
Ticket medio

15.886€

+3,6% vs 2020

Elaborazione interna su dati Crif, dati sul 2021

Erogato annuo



AUTO USATA

Numero operazioni finanziate

333mila
+14,5% vs 2020

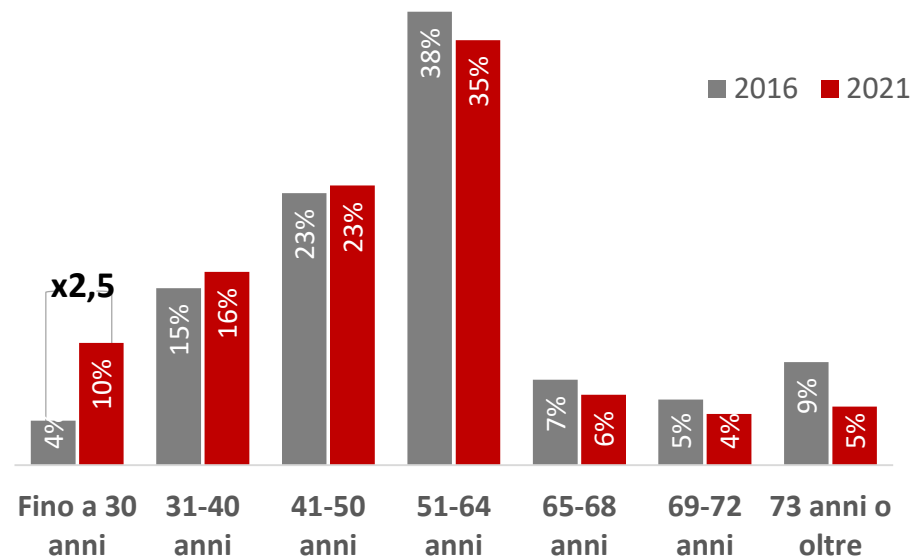
Ticket medio

12.887€
+3,6% vs 2020

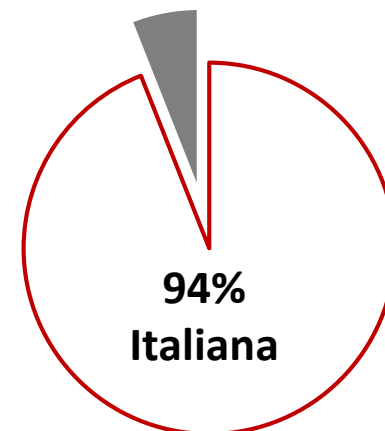
Elaborazione interna su dati Crif, dati sul 2021

I clienti finanziati del comparto auto/moto

N. pratiche erogate per classi di età dei clienti



N. pratiche erogate per nazionalità della clientela



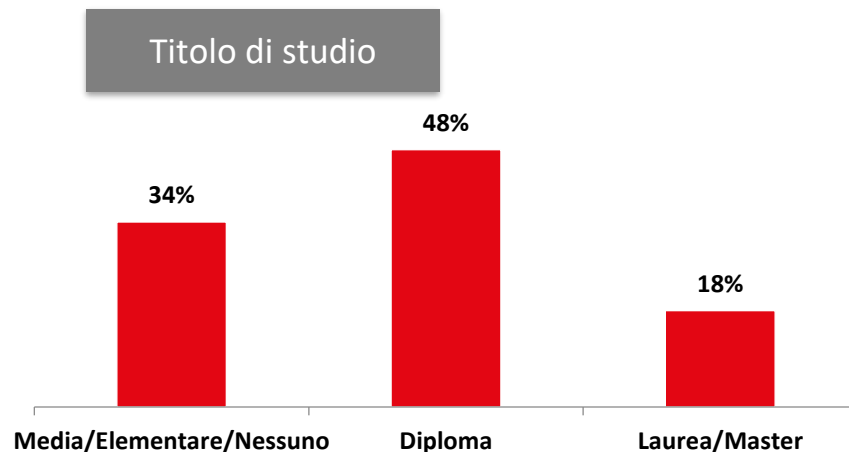
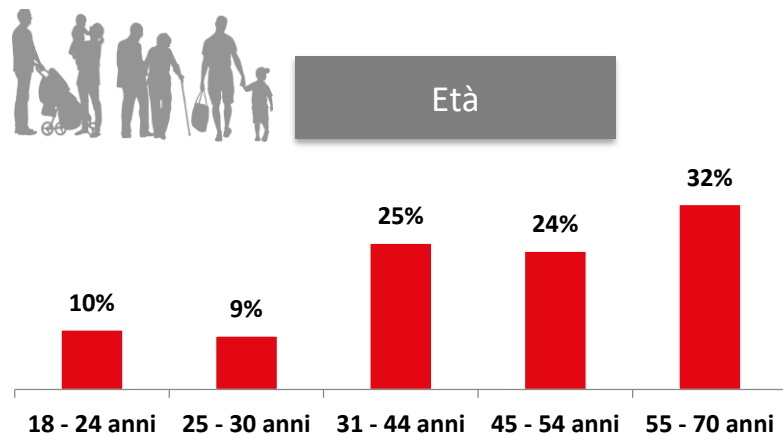
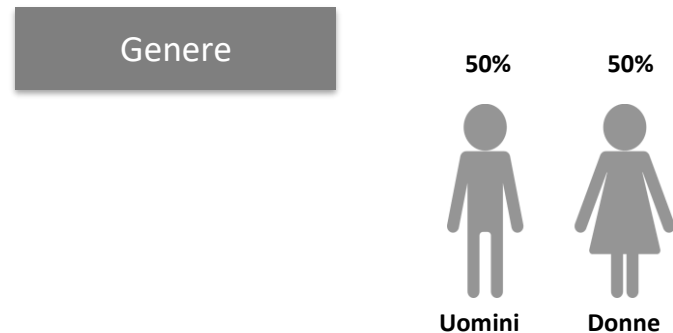
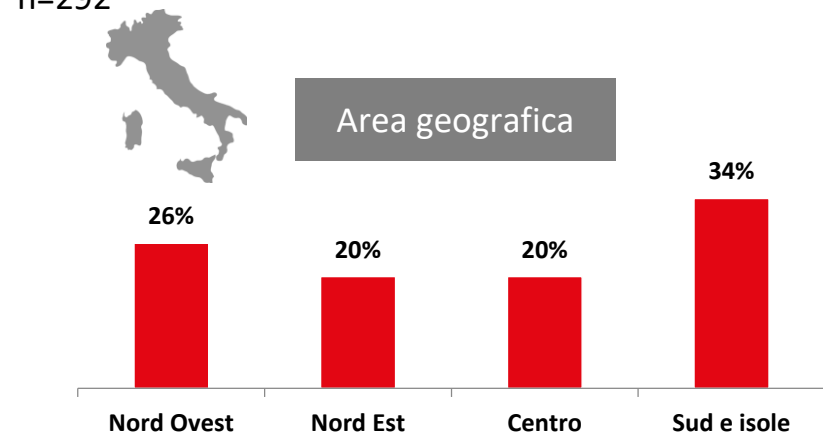
Osservatorio
COMPASS

Analizzando i finanziamenti per fasce di età della clientela, si evidenzia una forte crescita sulle fasce di popolazione più giovane, mentre si riduce la presenza degli over 50 anni. Stabile nel tempo invece la ripartizione per nazionalità della clientela: il 94% dei finanziamenti auto e moto tramite convenzionati riguarda clienti di nazionalità italiana.

Elaborazione interna su dati Crif

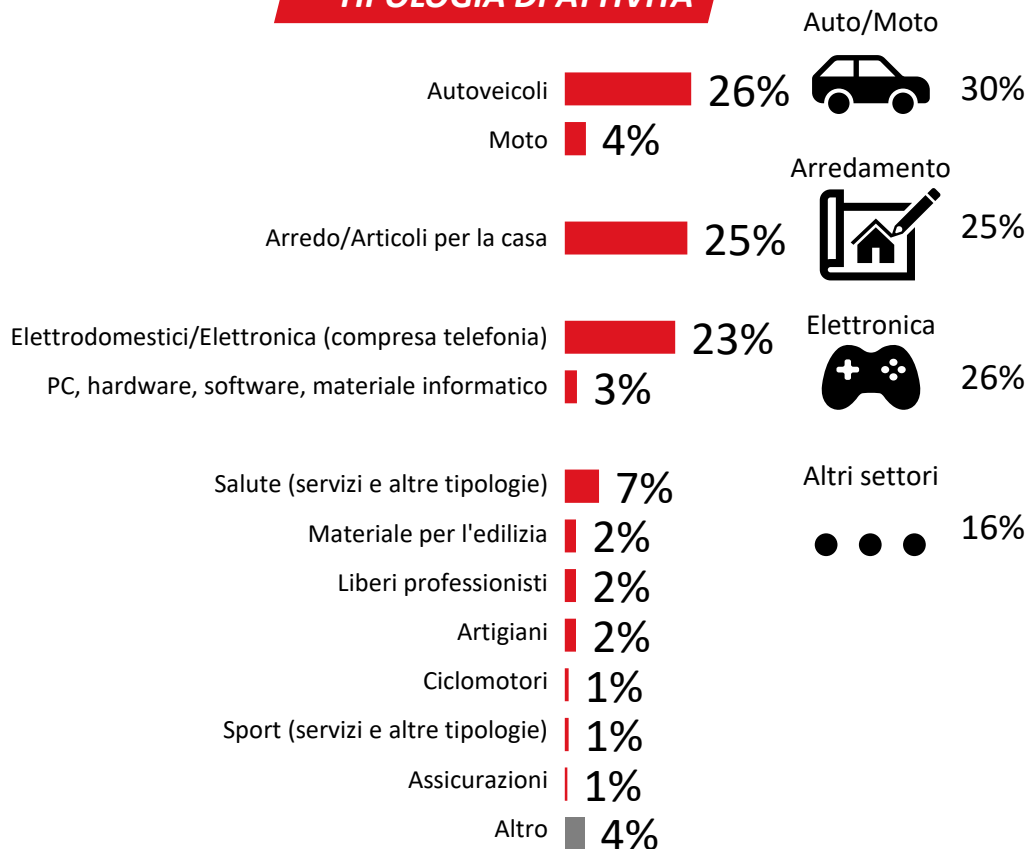
Note metodologiche - Indagine BVA-Doxa

Indagine effettuata da BVA Doxa con sistema CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) su un campione rappresentativo della popolazione italiana di età compresa tra i 18 e i 70 anni stratificato per sesso, età e area geografica. In totale sono state eseguite 1.011 interviste nel periodo 5 – 14 Aprile 2022. Target giovani 18-30anni n=292

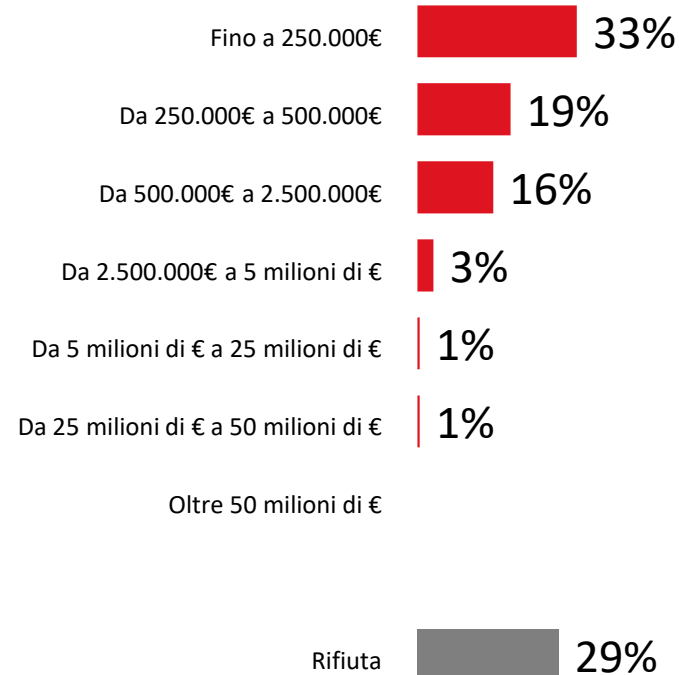


Note metodologiche - Indagine Teleperformance Italia

TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ

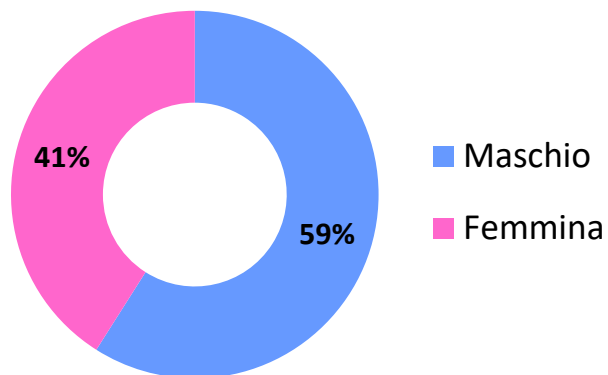


FATTURATO

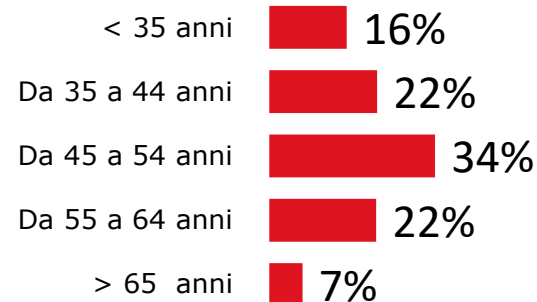


Note metodologiche - Indagine Teleperformance Italia

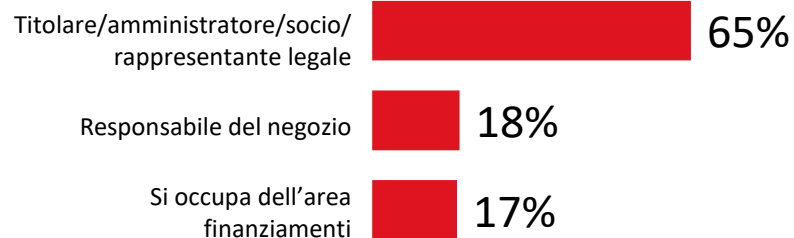
GENERE



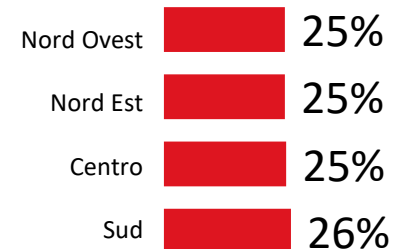
ETÀ



QUALIFICA PROFESSIONALE



AREA GEO





COMPASS
GRUPPO MEDIOBANCA

