

## **Osservatorio Compass – Speciale Natale Elettronica ed Elettrodomestici**

**Natale 2020: per gli italiani sarà più sobrio e in famiglia. L'84% prevede di fare almeno un regalo, ma diminuisce il budget medio.**

**Pessimisti gli esercenti del settore elettronica ed elettrodomestici: il 61% prevede un calo delle vendite nel periodo di Natale, con il web che incide del 27% in mancate vendite**

- *Cala a €280 il budget medio di spesa per i regali di Natale. Alla persona più importante dedicati oltre i due terzi (€187).*
- Il 32% pensa di effettuare acquisti esclusivamente online
- Abbigliamento, libri e riviste e giochi per bambini, i più acquistati, ma la maggior parte del budget andrà agli elettrodomestici e ai prodotti di elettronica/informatica.
- *Tra i desideri del 2021 emerge la fine della pandemia e torna la voglia di viaggiare*
- *Crescerà per il 46% dei dealer intervistati il ruolo del credito al consumo nel 2021*

**Milano, 14 dicembre 2020** – La pandemia ha influenzato la vita di tutti e anche il Natale sarà inevitabilmente diverso, più sobrio, per molti più triste e rivolto principalmente alla famiglia e alle persone più care (per il 60%). Ma nonostante questo non si rinuncia del tutto ai regali, dato che solo il 16% non ne acquisterà.

Sarà comunque un Natale più parsimonioso, sia per il budget previsto, che si è ridotto rispetto allo scorso anno a una media di **€280** (-13%), sia per il **numero dei regali** (2,3), in calo per un italiano su due.

Come per il Black Friday, gli acquisti si effettueranno principalmente online, con quasi un terzo (32%) che utilizzerà esclusivamente questo canale.

Pessimisti gli esercenti del settore elettronica ed elettrodomestici: il 61% prevede un calo delle vendite nel periodo di Natale rispetto allo stesso periodo del 2019, con la concorrenza del web che incide del 27% in mancate vendite.

Il desiderio degli italiani per il 2021? In assoluto che finisca la pandemia (74%), che arrivi il vaccino (48%) e che si attenui la crisi economica.

Questo è quanto emerge dall'**Osservatorio Compass**, la ricerca promossa dalla **società del credito al consumo del Gruppo Mediobanca** per indagare il comportamento di acquisto degli italiani in occasione del Natale.

**Cosa si regalerà a Natale e a chi?** Al primo posto, il 42% indica l'**abbigliamento, le calzature e gli accessori**, seguiti dai **libri e riviste** (22%), **giochi per bambini** (20%), **prodotti per la cura della persona** (17%), **alimentari** (16%) e **telefonia** (13%). Ma se si guarda al budget dedicato per tipologia di regali, si spenderà di più per gli **elettrodomestici** e i **prodotti di elettronica/informatica** (32%) e per l'**abbigliamento** (31%). Il viaggio come regalo ha registrato ovviamente una flessione, ma resta sempre un desiderio importante per le famiglie: la metà di chi ha già pianificato nel 2021 almeno un progetto economico manifesta la voglia di evadere organizzando una vacanza.

La persona più importante a cui dedicare i propri regali sono i **figli** (34%), e i **partner** (33%); in misura minore **genitori** (10%), altri **parenti** (11%) e **amici** (2%). A loro spetteranno in media oltre due terzi del budget (€187).

---

---

**Dove acquisteranno i consumatori?** Il 32% degli intervistati dichiara che farà gli acquisti di Natale **esclusivamente online** e tra le categorie più comprate sul canale digitale troviamo **smart speaker** (86%), **viaggi e biglietti aerei** (83%), **biglietti per concerti** (74%), **smartwatch** (74%), **musica e film** (71%). In generale questo canale viene privilegiato per i prodotti elettronici più piccoli. Beni di lusso, prodotti alimentari, biciclette, gioielli e abbigliamento sono invece appannaggio dell'offline. Chi sceglie di acquistare in negozio lo fa principalmente per toccare con mano il prodotto (29% delle citazioni, che arrivano al 35% per gli over 55 anni) e per sostenere i negozianti e l'economia locale già molto provata dalla crisi economica in atto.

**Focus Elettronica ed elettrodomestici. Cosa ne pensano gli esercenti del settore?** Sono piuttosto pessimisti, con il 61% che prevede per Natale un calo delle vendite rispetto al 2019. Solamente per il 4% andrà meglio. A incidere non solo la crisi economica del Paese, ma anche la concorrenza dell'online che si prevede impatterà sul giro d'affari per il 27%.

Anche per il 2020 la telefonia si conferma il prodotto che traina le vendite del Natale (per il 55% degli intervistati). Seguono i televisori (34%) e i piccoli elettrodomestici (30%).

**Per quali acquisti si ricorre al credito al consumo nel settore dell'elettronica e degli elettrodomestici?** In primis per i grandi elettrodomestici, caratterizzati da un prezzo di listino in genere più elevato: la metà degli esercenti cita infatti, tra i prodotti cui si ricorre maggiormente ad un finanziamento, i grandi elettrodomestici per la cottura (piani cottura, forni, ecc.), i grandi elettrodomestici del freddo (frigoriferi, congelatori e cantinette) e il 45% quelli per il lavaggio. La telefonia, che negli scorsi anni guidava la classifica, oggi conta solo il 27% delle citazioni degli intervistati, probabilmente per una diversa modalità d'offerta commerciale per il segmento.

*“Gli italiani hanno voglia di normalità e anche per questo non vogliono rinunciare a un momento emotivamente importante come il Natale – dichiara Luigi Pace, Direttore Centrale Marketing e Innovation di Compass – La famiglia rimane in cima ai pensieri per i regali a cui il credito al consumo darà un importante contributo, soprattutto per i prodotti di elettronica ed elettrodomestici, più costosi ma sempre molto desiderati. Siamo convinti che anche nel 2021 il nostro settore contribuirà a sostenere i consumi aiutando la ripresa economica del Paese: per questo siamo al lavoro per studiare sempre nuove forme di finanziamento in risposta ai bisogni crescenti e in continua evoluzione dei consumatori”*

**Per il 2021 cosa si aspettano gli italiani?** Interrogati sul futuro economico dell'Italia, gli italiani rispondono con un'accesa preoccupazione (41%). La maggior parte auspica una stabilità della propria condizione familiare nel 2021 mentre solo un terzo degli intervistati si aspetta una situazione più rosea. In generale, gli italiani desiderano che finisca la pandemia (74%), che si trovi un vaccino efficace contro il Covid-19 (48%) e che si attenui la crisi economica (46%). Più forte tra gli under 35 l'intenzione di trovare lavoro (26%) e di avere un figlio (14%).

### **E come affronteranno il 2021 gli esercenti?**

Nonostante il periodo di forte crisi, con il 52% degli intervistati che prevede un ulteriore calo del fatturato nel 2021, permane una decisa intenzione di progettualità imprenditoriale: il 72% dei convenzionati intervistati ha dichiarato di avere come obiettivo per il prossimo biennio di realizzare almeno un progetto per lo sviluppo del proprio business. In particolare, il 29% effettuerà investimenti di marketing e pubblicità, il 19% in nuove tecnologie rivolte alla clientela. Il 17% si dedicherà allo sviluppo di un canale digitale di vendita.

---

---

## **PROFILO Compass Banca**

Compass Banca S.p.A. è la società di credito al consumo del Gruppo Mediobanca. Tra le prime società di credito al consumo operanti in Italia, conta oggi 2,5 milioni di clienti attivi e 13,5 miliardi di crediti in essere ed opera attualmente attraverso oltre 39.000 esercizi commerciali affiliati e 4.700 sportelli bancari, coordinati da un network di 260 punti vendita presenti su tutto il territorio nazionale; ha sede direzionale in Milano ed ha stretto nel tempo oltre 230 accordi di partnership nel settore bancario, assicurativo e della distribuzione.

*Per ulteriori informazioni:*

**Media Relations Gruppo Mediobanca**

*Simona Rendo – Paola Bianco*

Tel +39-02-8829914/766

[simona.rendo@mediobanca.com](mailto:simona.rendo@mediobanca.com) / [paola.bianco@mediobanca.com](mailto:paola.bianco@mediobanca.com)

---