
Osservatorio Compass – Speciale Black Friday

Black Friday in lockdown? Per l'84% degli italiani l'online rimane il canale preferito

Il 42% degli italiani vuole comunque acquistare in negozio

Il 65% è pronto ad approfittare degli sconti, soprattutto per anticipare i regali di Natale. Il Black Friday avvia lo shopping natalizio, ma cala del 7% il budget familiare (€284)

- *Il 76% ha rinunciato a realizzare i propri progetti nel 2020, soprattutto per far fronte alle spese*
- *La situazione economica del Paese e della famiglia preoccupa gli italiani, che puntano sul 2021 per la ripresa*
- *Per gli esercenti fatturati in netto calo e per il 2021 continua il pessimismo*
- *Il credito al consumo è un'arma in più per risollevare i consumi*

Milano, 26 novembre 2020 – In questi ultimi mesi i negozianti sono stati colpiti profondamente dalla pandemia, generando un senso di pessimismo per il futuro (solo il 10% prevede di aumentare le vendite nel 2021). Un segnale positivo arriva dal **Black Friday**, banco di prova importante per misurare l'andamento dei consumi: se l'online si conferma il canale privilegiato (84%), sono tanti gli italiani che si affideranno al negozio fisico. Tra centri commerciali, centri specializzati e negozi, il 42% ha espresso infatti la volontà di acquistare in un punto vendita "reale", con punte del 49% tra gli over 55: segno di un Paese che ha voglia di aiutare le realtà presenti sul territorio. Questo è quanto emerge dall'**Osservatorio Compass**, la ricerca condotta dalla **società del credito al consumo del Gruppo Mediobanca**.

Che sia sul web o nel negozio sotto casa, ormai il Black Friday è diventato un appuntamento fisso per gli italiani: il 97% lo conosce e ben sei su dieci (65%) dichiarano di aver intenzione di effettuare almeno un acquisto. Anno dopo anno, questa ricorrenza viene sempre più vissuta come una **"prova tecnica" di shopping natalizio**: il 17% degli italiani ha infatti già iniziato a comprare i regali, ma solo per il 35% di essi è un'abitudine. **Cosa li spinge ad anticipare i doni?** Sicuramente il poter approfittare di sconti e promozioni che i negozi applicano in questo periodo. E il Black Friday è l'occasione perfetta: metà di coloro che faranno acquisti in questo weekend lo fa proprio **per anticipare i regali di Natale** (50%), con il 31% che dedicherà ad essi l'intero budget stanziato. Ma ci sono anche altri motivi, come **comprare beni che in altre occasioni sarebbero stati troppo costosi** (59%) e **sostituire un vecchio prodotto** (38%). In ogni caso, si tratta per lo più di **regali o acquisti utili per sé o per la propria famiglia** (39%).

Ma quanto sono intenzionati a spendere? Il budget stanziato dalle famiglie per il Black Friday risente della complessiva contrazione dei consumi. In media, è pari a **284€**, in calo del **-7%** rispetto allo scorso anno. Il 27% spenderà **fino a 150€**, il 22% tra i **150€ e i 250€**, il 23% tra **250€ e 500€**, il 7% tra i **500€ e i 750€**. Pochi gli italiani che spenderanno **oltre 750€** (3%), anche se c'è chi **non ha definito un budget preciso** (18%).

*“Il Black Friday può aiutare il Paese a far ripartire i consumi, soprattutto in vista del Natale. – dichiara **Luigi Pace, Direttore Centrale Marketing e Innovation di Compass.** Gli italiani hanno voglia di normalità e non vogliono rinunciare a mettere dei regali sotto l’albero. Per questo, nonostante un anno difficile, guardano al Black Friday come ad un’opportunità per risparmiare senza rinnegare le tradizioni. Purtroppo c’è ancora tanto pessimismo tra i consumatori e tra gli esercenti ed è proprio per questo che la missione di Compass diventa ancora più importante. La possibilità di ricorrere in maniera facile e veloce al credito al consumo può essere determinante nel risollevarne la fiducia di famiglie e imprenditori.”*

Il 2020 è stato un anno duro per tutti e ha costretto gli italiani a diverse rinunce. **Sette su dieci (76%) hanno rimandato i propri progetti**, tra cui **fare un viaggio/vacanza** (46%), **ristrutturare casa** (16%), **acquistare un’auto o una moto** (16%). E i soldi risparmiati? C’è chi ha preferito **accantonarli** (21%), anche se la fetta più ampia li ha spesi tutti (30%) o almeno in parte (45%). Per cosa? Per lo più per **far fronte ad altre spese** (85%) e per **realizzare altri progetti** (8%).

L’emergenza Covid-19 non poteva non sconfortare gli italiani: per il 79% la situazione economica generale del Paese è peggiorata e per quasi la metà (46%) lo stesso vale per quella della propria famiglia. **E le aspettative per il 2021?** Il 41% si dice preoccupato per la tenuta dell’economia nazionale, il 24% per la situazione economica familiare. **Ma c’è anche chi guarda al prossimo anno con fiducia:** un terzo degli intervistati (31%) crede che le cose andranno meglio in Italia, pochi meno (24%) si dicono ottimisti per il futuro economico della famiglia.

Cosa ne pensano gli esercenti? Come anticipato, sono loro probabilmente la categoria più colpita dalla pandemia e i dati lo confermano. Per il 46% il fatturato del secondo semestre 2020 è in contrazione, per il 51% è stabile e solo per il 3% è aumentato. E per il 2021 c’è ancora tanto pessimismo. Solo il 10% prevede di aumentare le vendite, il 38% pensa rimarranno sullo stesso livello e addirittura il 52% prevede ulteriori cali.

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 / paola.bianco@mediobanca.com
