



COMPASS
GRUPPO MEDIOBANCA

Novembre 2021

Flash!

**Speciale
Black Friday**

Osservatorio
COMPASS

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

L'Osservatorio Compass in cifre: speciale Black Friday

Le persone che dichiarano di conoscere il Black Friday

99%

I dealer dell'elettronica che si attendono un miglioramento delle vendite per il Black Friday, rispetto al 2020

39%

Gli acquisti online tra chi dichiara che effettuerà delle spese in occasione del Black Friday

81%

Il budget medio dedicato agli acquisti per il Black Friday

360€

Black Friday 2021

Black Friday 2021: conoscenza dell'evento e intenzione di acquisto



« il dichiarato dei consumatori »

Conoscenza dell'evento del Black Friday tra gli intervistati:

99%

97% nel 2020

94% nel 2019

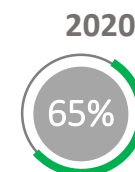
Pensi di fare acquisti per il Black Friday?

(risposta multipla)

- Sì certamente
- Sì probabilmente
- No probabilmente
- No certamente
- Non so/Dipende



74%



Osservatorio
COMPASS

Cresce, dopo il calo nel 2020, la quota di italiani che ipotizzano di fare acquisti durante il Black Friday (7 su 10), di questi circa un quarto lo farà con certezza, solo il 4% dichiara di non essere interessato a fare acquisti durante le giornate degli sconti nel mese di novembre.

Parliamo del Black Friday. Conosci il Black Friday, ossia il venerdì di fine novembre in cui sono praticati grandi sconti soprattutto online? Quest'anno il Black Friday sarà il 26 novembre, e per quella data molti centri commerciali e siti online intendono proporre sconti su diversi articoli. Pensi di fare acquisti per il Black Friday?

Base totale campione n=1.000; valori %

Black Friday 2021: il principale canale di acquisto e l'organizzazione che precede l'acquisto



« il dichiarato dei consumatori »

Dove pensi di fare acquisti?

(risposta multipla)



di cui:

- **CENTRO COMMERCIALE** 38%
- **CENTRO SPECIALIZZATO** 36%
- **NEGOZIO** 4%

Non sa 4%

Come ti organizzerai nei giorni precedenti il Black Friday?

(risposta multipla)



Osservatorio
COMPASS

Gli italiani continuano a dividersi tra store fisici e online e **per 8 italiani su 10 la maggior parte degli acquisti saranno effettuati ancora tramite shopping online**. Per avvicinarsi ai giorni caldi del BF il **47% terrà monitorati prezzi e siti** per riuscire ad approfittare delle promozioni.

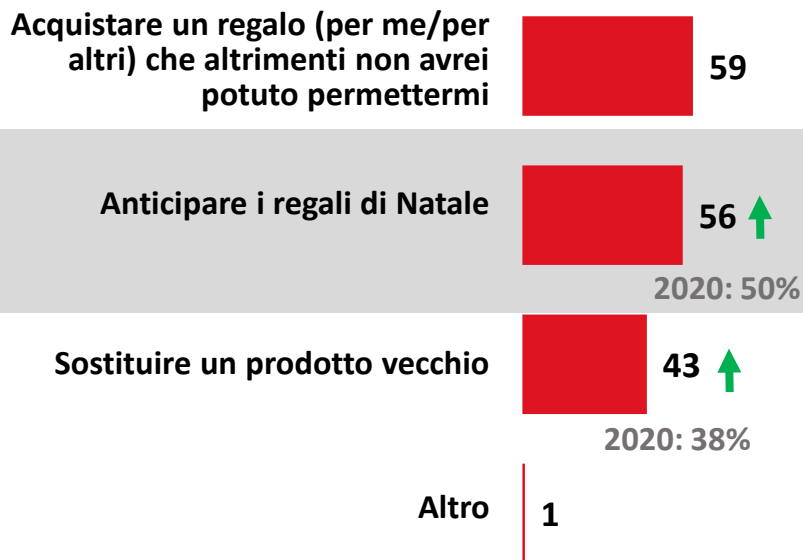
Dove pensi di fare acquisti per il Black Friday? Considerata la situazione attuale, come ti organizzerai nei giorni precedenti il Black Friday? Base faranno acquisti o non hanno ancora deciso n=868; valori %

Black Friday 2021: finalità degli acquisti



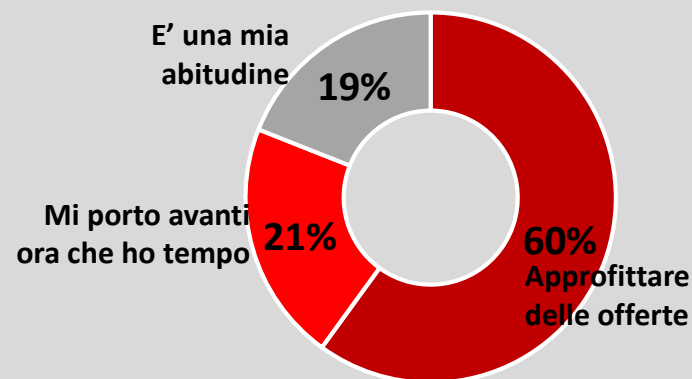
« il dichiarato dei consumatori »

Approfitterai del Black Friday per...?



Non sa indicare 5%

Perché anticipare i regali di Natale?



Osservatorio
COMPASS

Il 59% degli italiani intenzionati a fare shopping durante il Black Friday approfitterà dell'occasione per acquistare un regalo, anche per se stessi, che altrimenti sarebbe stato fuori budget, mentre il 56% dichiara che approfitterà delle offerte per anticipare l'acquisto dei regali di Natale, principalmente per sfruttare sconti e promozioni del periodo.

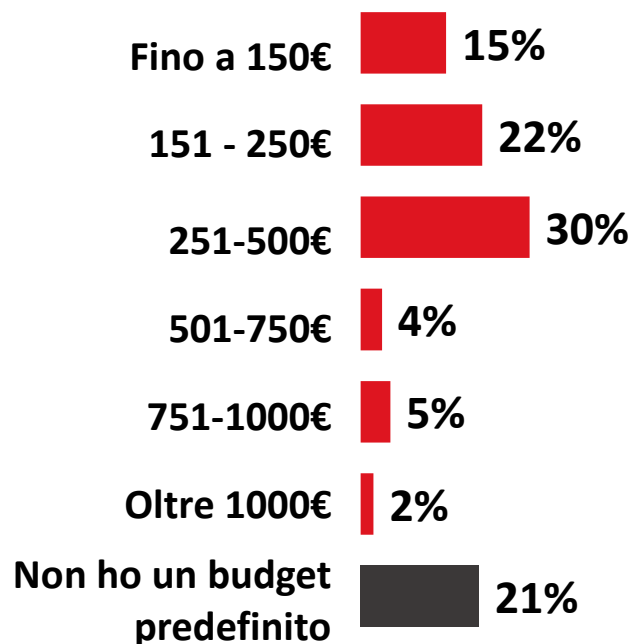
Il giorno del Black Friday approfitti delle offerte per... Qual è il principale motivo per cui hai già iniziato a comprare i regali di Natale? Base faranno acquisti o non hanno ancora deciso n=868; valori %; Base anticipano i regali di Natale n=485, valori%

Black Friday 2021: il budget di spesa



« il dichiarato dei consumatori »

Quanto pensi di spendere per il Black Friday?



360€

Il budget stimato da parte degli italiani intervistati per gli acquisti per il Black Friday

2020	2019
284€	306€

Osservatorio
COMPASS

Fra quanti prefigurano un budget, la cifra media totale si aggira sui 360 euro a testa. Il 15 % spenderà fino a 150 euro, il 22% tra i 150 euro e i 250 euro, il 30% tra 250 euro e 500 euro, il 4% tra i 500 e i 750 euro. Pochi gli italiani che spenderanno oltre 750 euro (9%). Il 21% non ha definito un budget preciso.

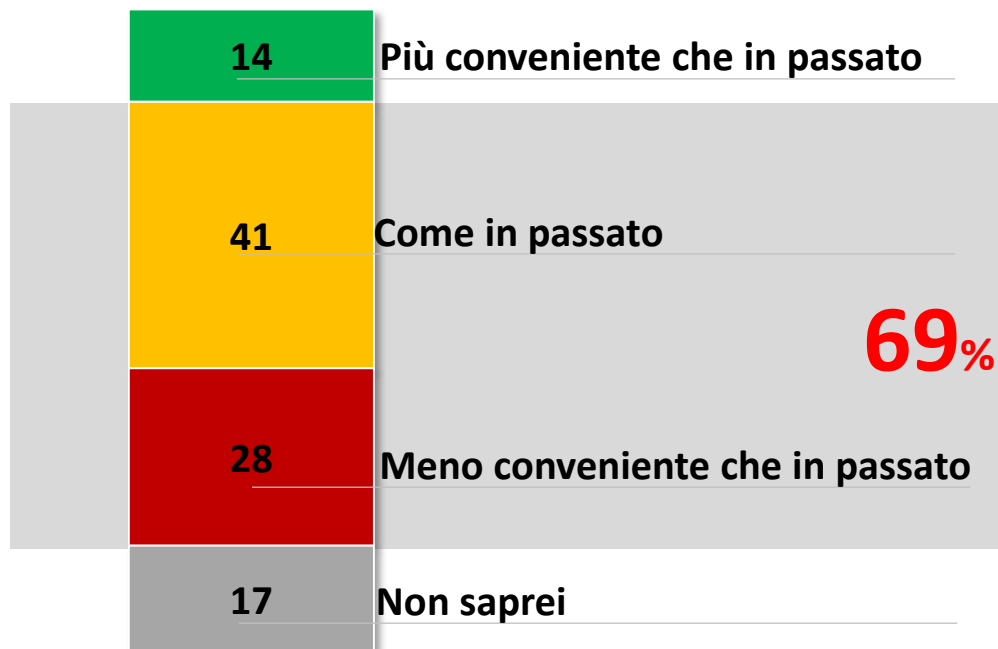
Qual è il tuo budget di spesa per il Black Friday? Quanto pensi si spendere nel complesso?
Base faranno acquisti o non hanno ancora deciso n=868; valori %;

Black Friday 2021: la convenienza rispetto al passato

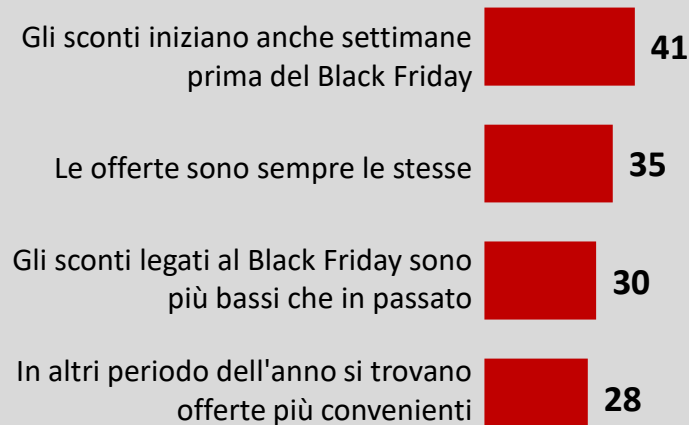
Secondo te, il Black Friday è ancora conveniente?



« il dichiarato dei consumatori »



Perché NON E' PIU' conveniente rispetto al passato? (risposta multipla)



Osservatorio
COMPASS

Il 59% degli italiani intenzionati a fare shopping durante il Black Friday approfitterà dell'occasione per acquistare un regalo, mentre il 56% dichiara che approfitterà delle offerte per anticipare l'acquisto dei regali di Natale.

Secondo te oggi il Black Friday è più o meno conveniente che in passato? Base totale campione n=1000, valori %

Perché secondo te oggi il Black Friday NON È PIÙ conveniente che in passato?

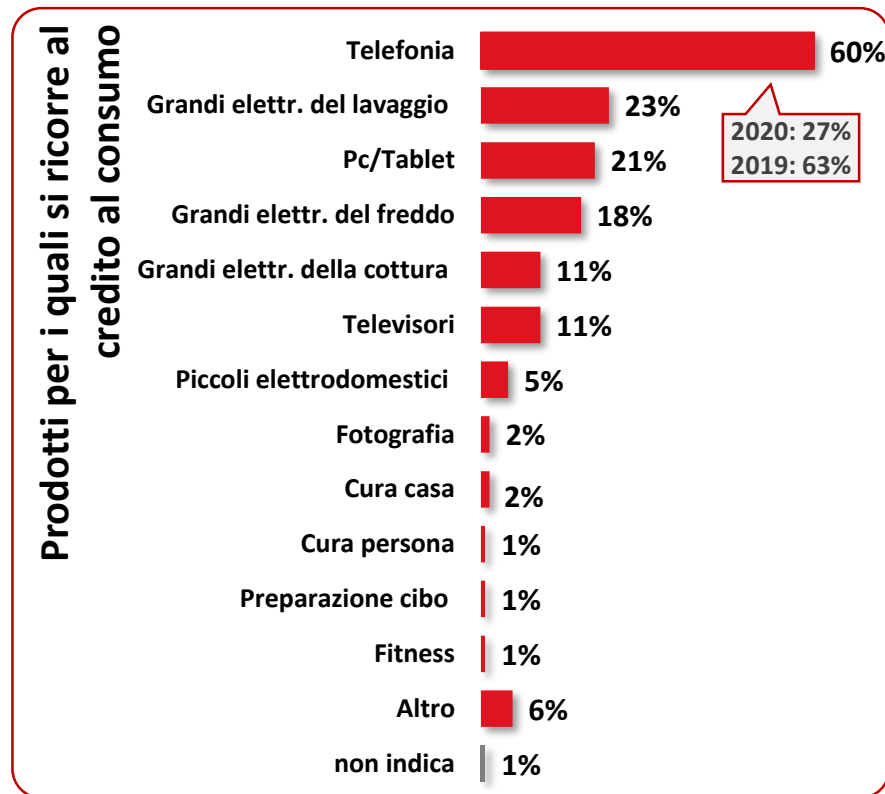
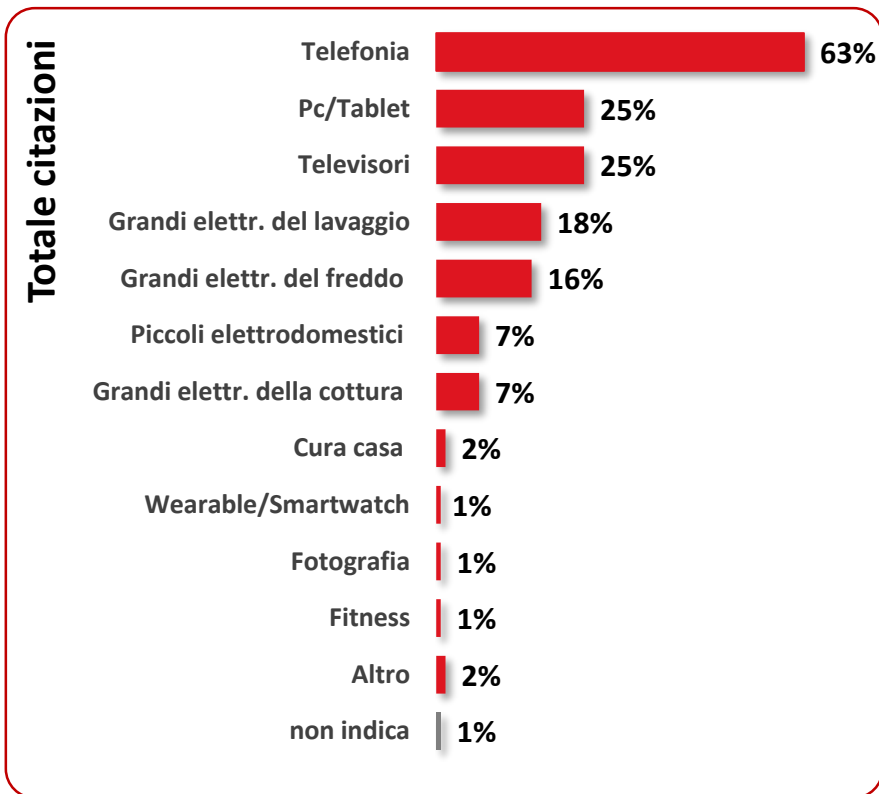
Base meno conveniente, n=689, valori %

**Black Friday 2021:
focus su Elettronica
ed Elettrodomestici**

Focus Elettronica ed Elettrodomestici: i prodotti che trainano le vendite del settore



« la parola dei convenzionati »



Osservatorio
COMPASS

Torna ad essere la telefonia il principale prodotto che traina le vendite del settore, che raccoglie il 63% delle citazioni dei dealer intervistati, grazie anche al recente lancio dei nuovi modelli top di gamma dei leader di mercato. La stessa dinamica (60%) si registra tra i prodotti per i quali i consumatori finali ricorrono al finanziamento.

A suo parere, in generale, quali sono i prodotti che trainano il comparto? E poi?

E per quali tipologie di prodotto i suoi clienti ricorrono maggiormente al credito al consumo?

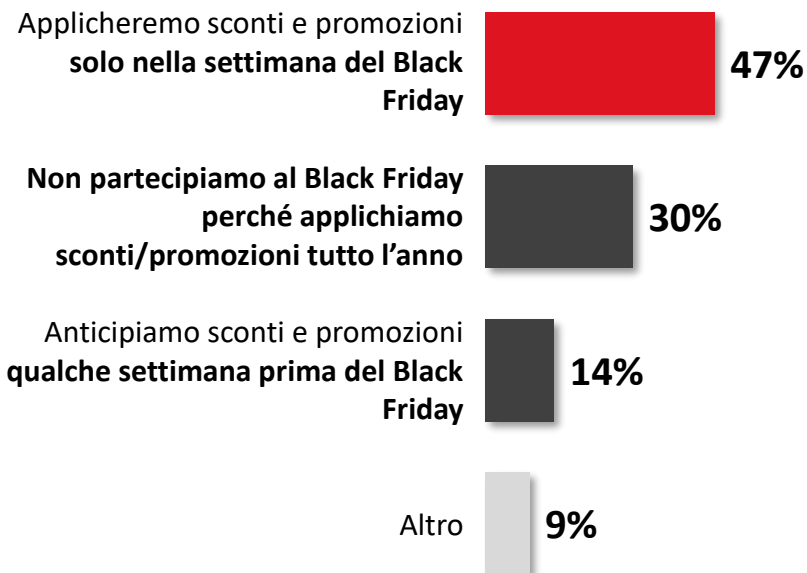
10 Base totale campione n=122 dealer appartenenti al settore Elettronica ed elettrodomestici

Focus Elettronica ed Elettrodomestici: le strategie commerciali messe in atto per il Black Friday

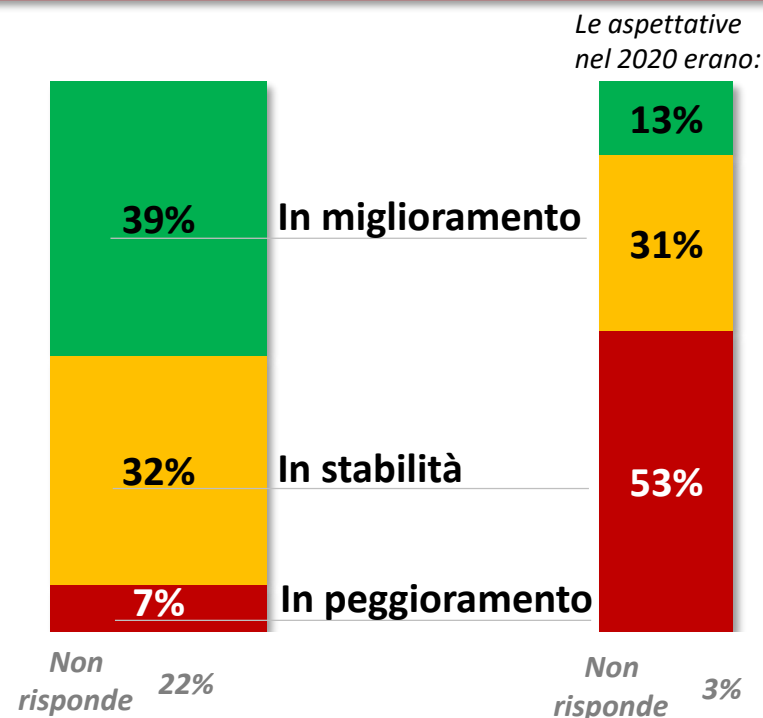
« la parola dei convenzionati »



Strategie promozionali adottate...



Aspettative di vendita rispetto al 2020...



Osservatorio
COMPASS

Il Black Friday, nel settore dell'elettronica ed elettrodomestici, sembrerebbe non concentrarsi più solo nella settimana che contempla l'ultimo venerdì del mese di novembre ma di ampliarsi alle settimane precedenti (14% delle risposte) se non addirittura ad altri momenti dell'anno, caratterizzati da forti sconti (il 30% dei rispondenti). Le attese sono molto positive, in termini di vendite: quasi il 40% si aspetta un miglioramento del proprio volume d'affari, oltre al 32% che prevede una certa stabilità rispetto al 2020.

Per il mercato dell'elettronica ed elettrodomestici in particolare l'ultimo trimestre dell'anno è il più importante in termini di fatturato. Quali strategie pensa di adottare per il black Friday?

Come prevede che andranno le vendite legate al Black Friday? E quale sarà il budget medio di spesa per il Black Friday?

11 Base totale campione n=122 dealer appartenenti al settore Elettronica ed elettrodomestici

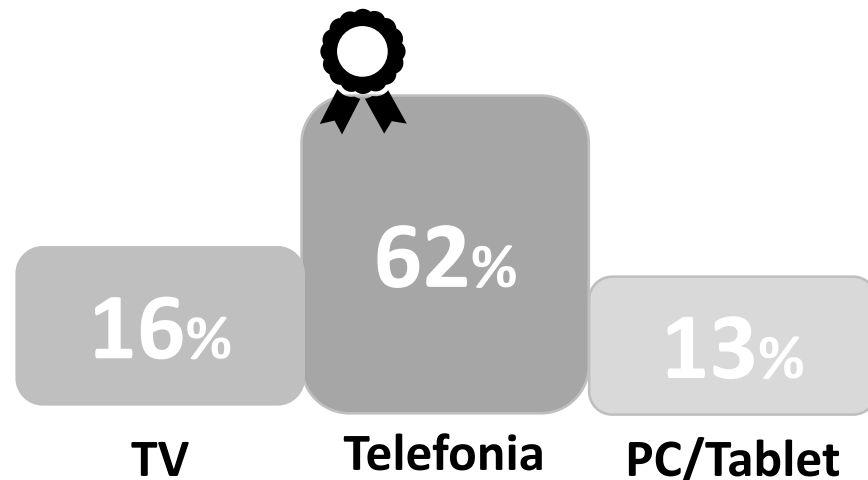
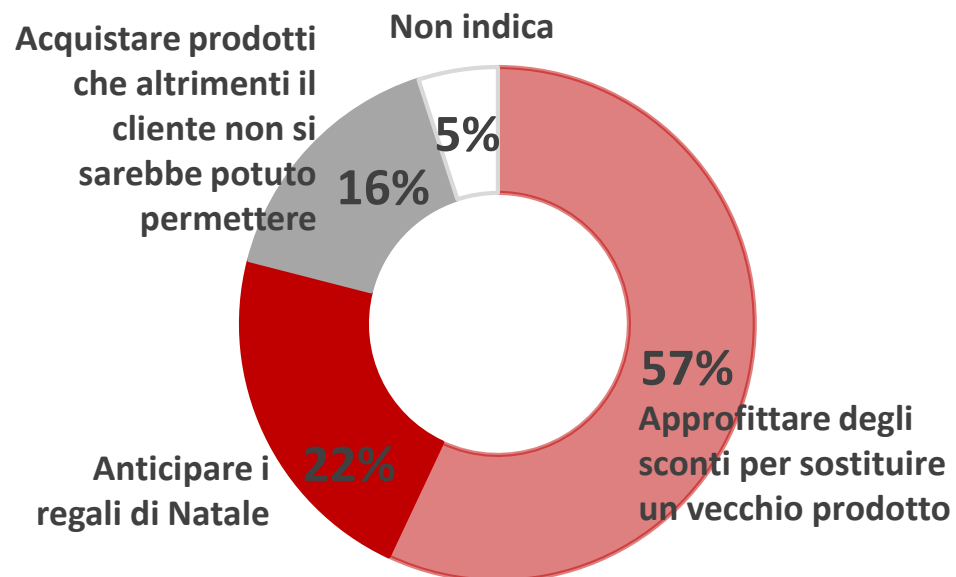
Focus Elettronica ed Elettrodomestici: il comportamento d'acquisto dei clienti secondo i dealer

« la parola dei convenzionati »



E' un'occasione per...

I prodotti più acquistati per il Black Friday:



Osservatorio
COMPASS

Secondo i dealer intervistati, **oltre 1 cliente su 2 approfitterà delle offerte del periodo per sostituire un vecchio prodotto**, il 22% per anticipare i regali tecnologici natalizi e il 16% per concedersi qualche «extra» che altrimenti, senza promozioni, sarebbe stato fuori budget. **Anche per il Black Friday il prodotto d'eccellenza sarà lo smartphone**, seguito da Tv e PC/Tablet.

Secondo la sua esperienza, il Black Friday è un'occasione per...

Quale sarà a suo parere la tipologia di prodotto più acquistata nel suo punto vendita per il Black Friday? E poi quale altra? E infine?

12 Base totale campione n=122 dealer appartenenti al settore Elettronica ed elettrodomestici

Indagine Teleperformance TS Italia – Novembre 2021

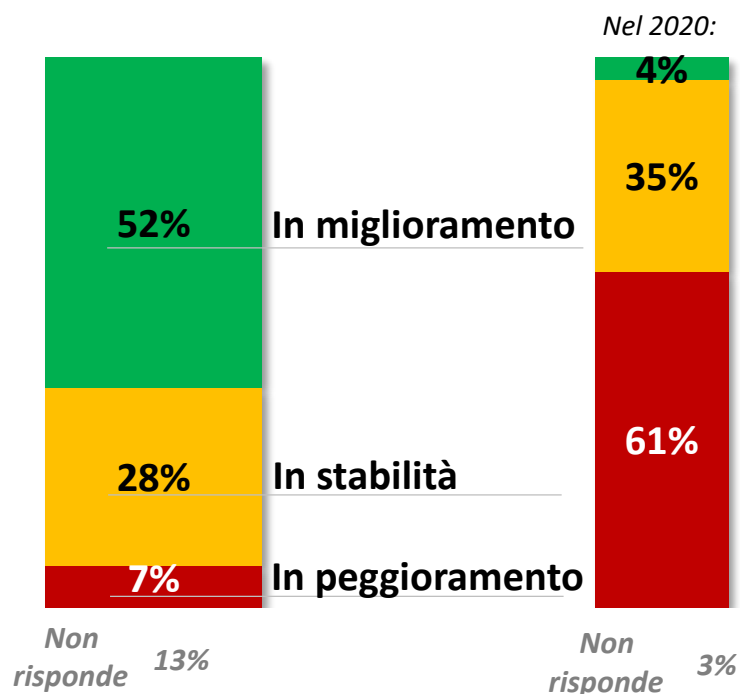
 **COMPASS**
GRUPPO MEDIOBANCA

Focus Elettronica ed Elettrodomestici: le previsioni di vendita per il Natale

« la parola dei convenzionati »



Le aspettative di vendita rispetto al 2020:



360€
Il budget stimato di spesa per gli acquisti natalizi da parte degli operatori di mercato per l'elettronica ed elettrodomestici

2020	2019
411€	337€

Osservatorio
COMPASS

Anche le aspettative sulle vendite legate al Natale sono molto positive: oltre 1 intervistato su 2 esprime un giudizio in miglioramento rispetto allo scorso anno, mentre solo il 7% si attende un calo nel proprio giro d'affari. La situazione appare completamente ribaltata rispetto a 12 mesi fa.

Con riferimento invece alle festività natalizie, quale sarà a suo parere la tipologia di prodotto più acquistata nel suo punto vendita per effettuare i regali di natale? E poi quale altra? E infine? Come prevede che andranno le vendite legate agli acquisti natalizi? E secondo la sua esperienza quale sarà il budget medio di spesa per i regali di Natale?

13 Base totale campione n=122 dealer appartenenti al settore Elettronica ed elettrodomestici

Indagine Teleperformance TS Italia – Novembre 2021

 **COMPASS**
GRUPPO MEOBANCA

Nuove forme di credito: il Buy Now Pay Later

Il Buy Now Pay Later: l'interesse degli italiani verso il fenomeno

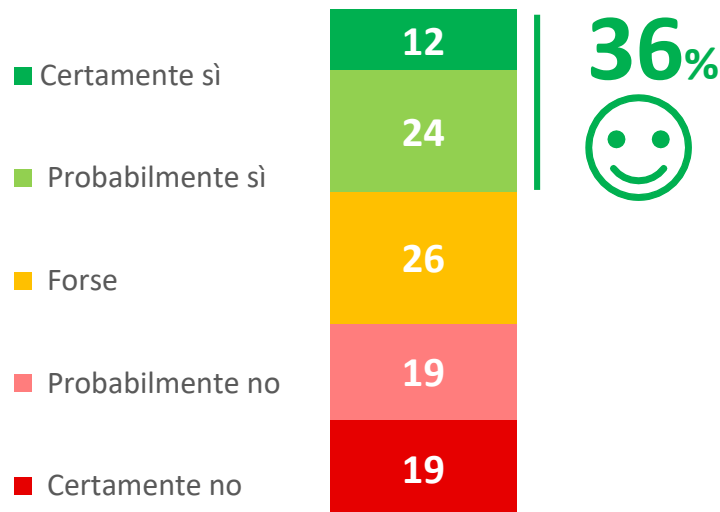


« il dichiarato dei consumatori »

Negli ultimi tempi numerosi punti vendita e catene stanno offrendo ai propri clienti (sia online sia in negozio) una nuova forma di pagamento, chiamata Buy Now Pay Later (acquista ora e paga dopo). Tramite il BNPL acquisti i prodotti di tuo interesse e li paghi, in modo sicuro, in pochi mesi, senza pagare interessi e senza altri costi aggiuntivi.

Prenderesti in considerazione questa nuova forma di pagamento?

Valori %



Osservatorio
COMPASS

Su un fenomeno nuovo come il Buy Now Pay Later (Acquista ora e paga dopo) l'interesse degli italiani è vivace: un 12% è certamente propenso verso il servizio e un 24% probabilmente lo considererebbe.

Base totale campione n=1.000 consumatori finali, valori%

Il Buy Now Pay Later: i driver di adesione



« il dichiarato dei consumatori »

Valori %



Quali sono i vantaggi?

Per chi prenderebbe in considerazione il servizio (base n=365)

Osservatorio
COMPASS

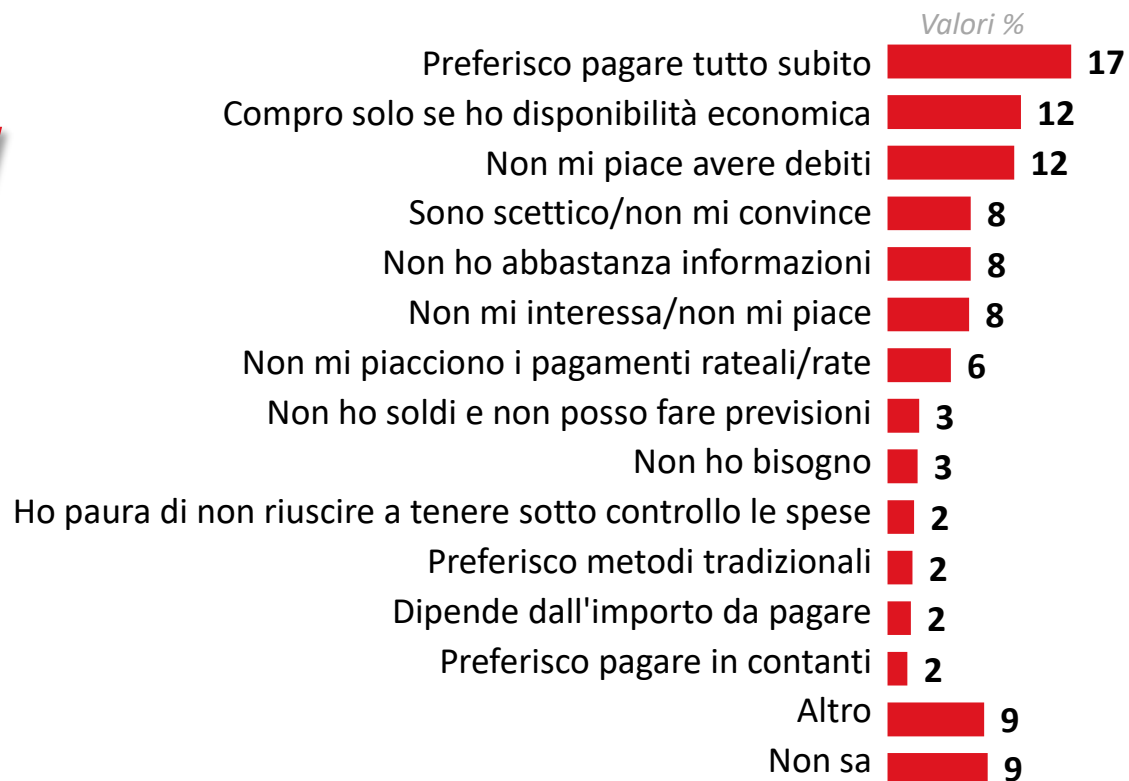
Su un fenomeno nuovo come il Buy Now Pay Later (Acquista ora e paga dopo) l'interesse degli italiani è vivace: un 12% è certamente propenso verso il servizio e un 24% probabilmente lo considererebbe.

Il Buy Now Pay Later: le barriere di sottoscrizione



« il dichiarato dei consumatori »

**Quali sono le barriere
per chi è dubbioso o
restio al servizio?
(base n=664)**



Osservatorio
COMPASS

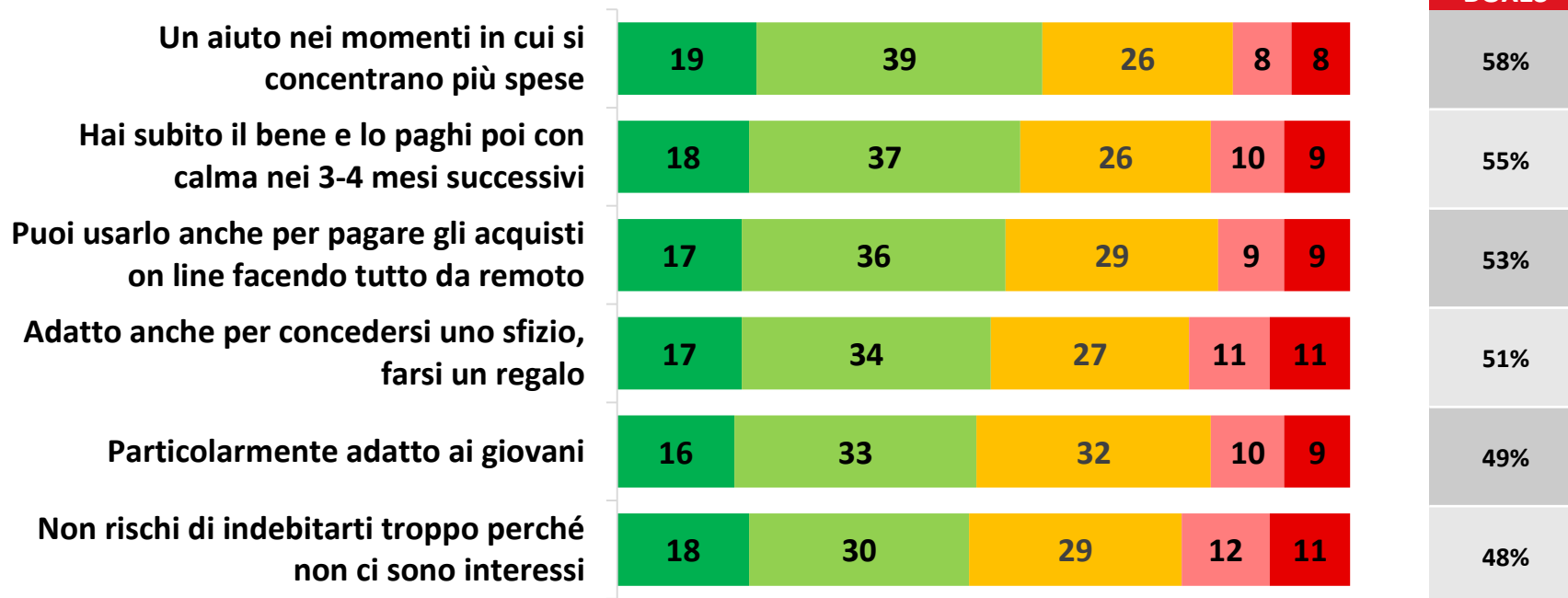
Le barriere sono quelle già note verso la rateizzazione dei pagamenti, in questo caso forse accentuate anche dal fatto che una forma poco nota verso la quale va creata ancora familiarità.

Il Buy Now Pay Later: atteggiamenti verso il servizio



« il dichiarato dei consumatori »

■ Molto d'accordo ■ Abbastanza d'accordo ■ Così Così ■ Poco d'accordo ■ Per niente d'accordo



Osservatorio
COMPASS

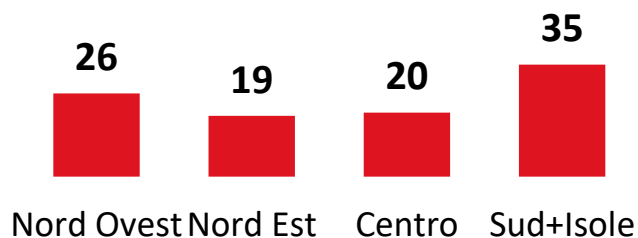
Buy Now Pay Later anzitutto per i più (58%) può essere un aiuto nei momenti in cui si concentrano più spese, ma da anche la serenità di poter pagare con un impegno breve in termini di tempo gli acquisti fatti (55%).

*Alcuni intervistati ci hanno detto quali sono secondo loro i vantaggi del Buy Now Pay Later (Acquista ora e paga dopo) che lo rendono interessante. Per l'idea che ti sei fatto di questo tipo di pagamento quanto sei d'accordo con ciascuno di essi?
Base totale campione n=1000, valori %*

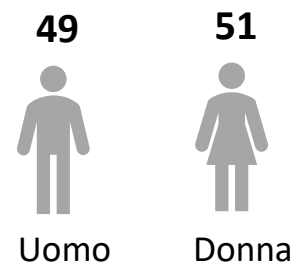
Note metodologiche - Indagine Doxa

- Indagine Cawi (Computer-Assisted Web Interviewing) effettuata da Doxa nel mese di Novembre 2021 a 1.000 individui rappresentanti della popolazione Italiana 18-70 anni digitalizzata, stratificati per le principali caratteristiche socio-demografiche (genere, età, area geografica). *Valori %*

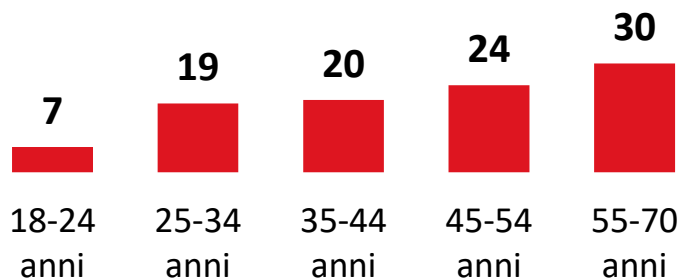
AREA GEOGRAFICA



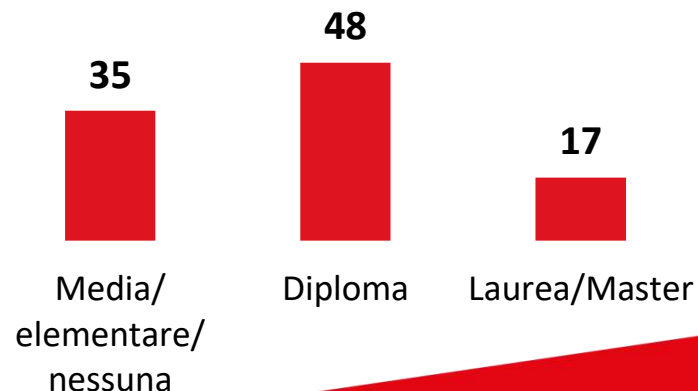
SESSO



ETA'



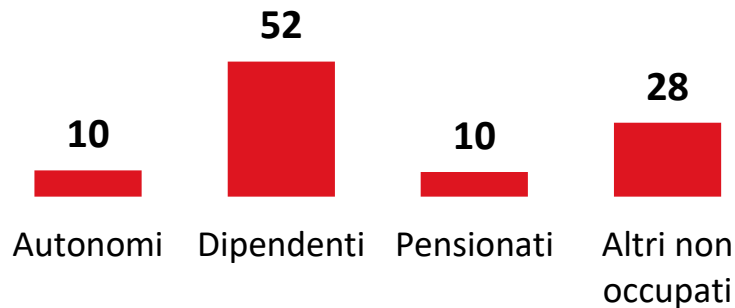
TITOLO STUDIO



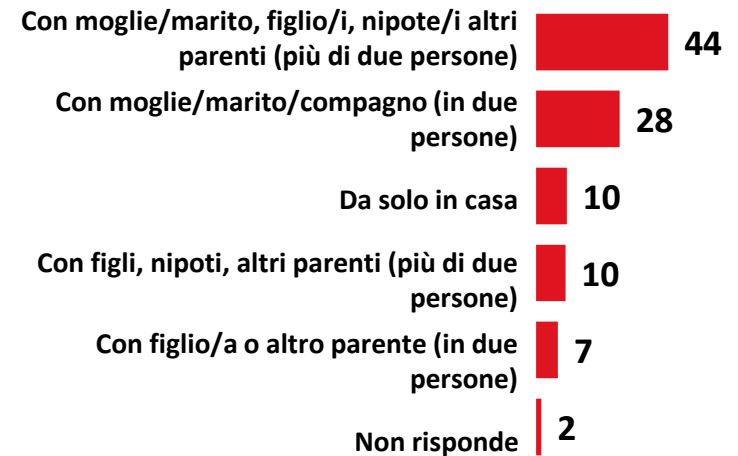
Note metodologiche - Indagine Doxa

- Indagine Cawi (Computer-Assisted Web Interviewing) effettuata da Doxa nel mese di Novembre 2021 a 1.000 individui rappresentanti della popolazione Italiana 18-70 anni digitalizzata, stratificati per le principali caratteristiche socio-demografiche (genere, età, area geografica). *Valori %*

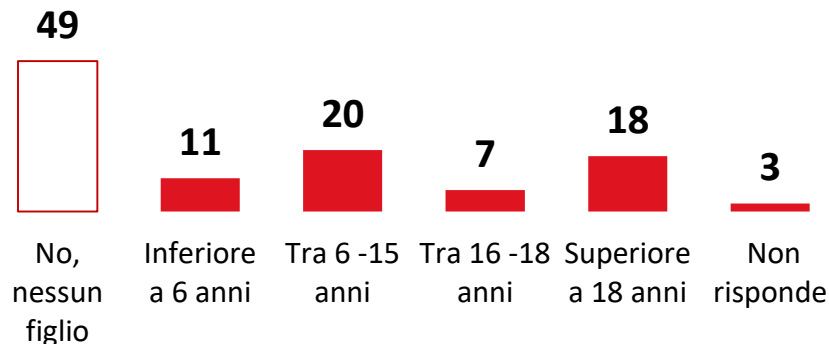
PROFESSIONE



NUCLEO FAMILIARE



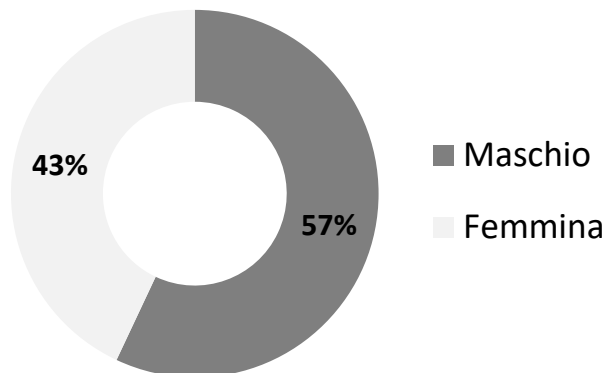
FIGLI CONVIVENTI



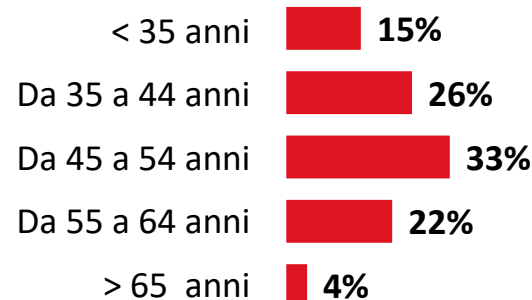
Note metodologiche - Indagine Teleperformance TS Italia

- Indagine telefonica effettuata da Teleperformance TS Italia su un campione di 400 dealer Compass a Novembre 2021

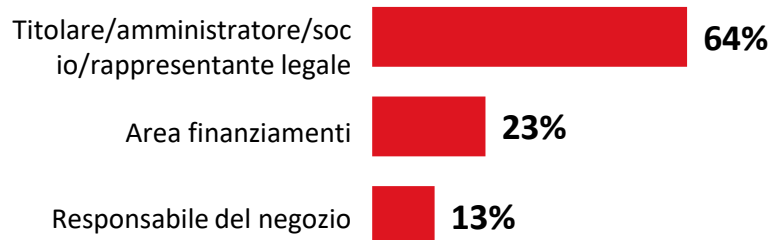
GENERE



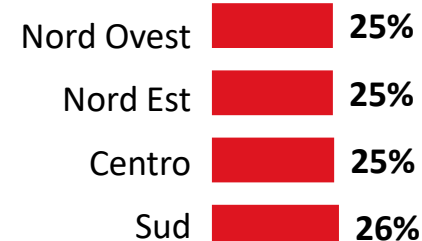
ETÀ



QUALIFICA PROFESSIONALE



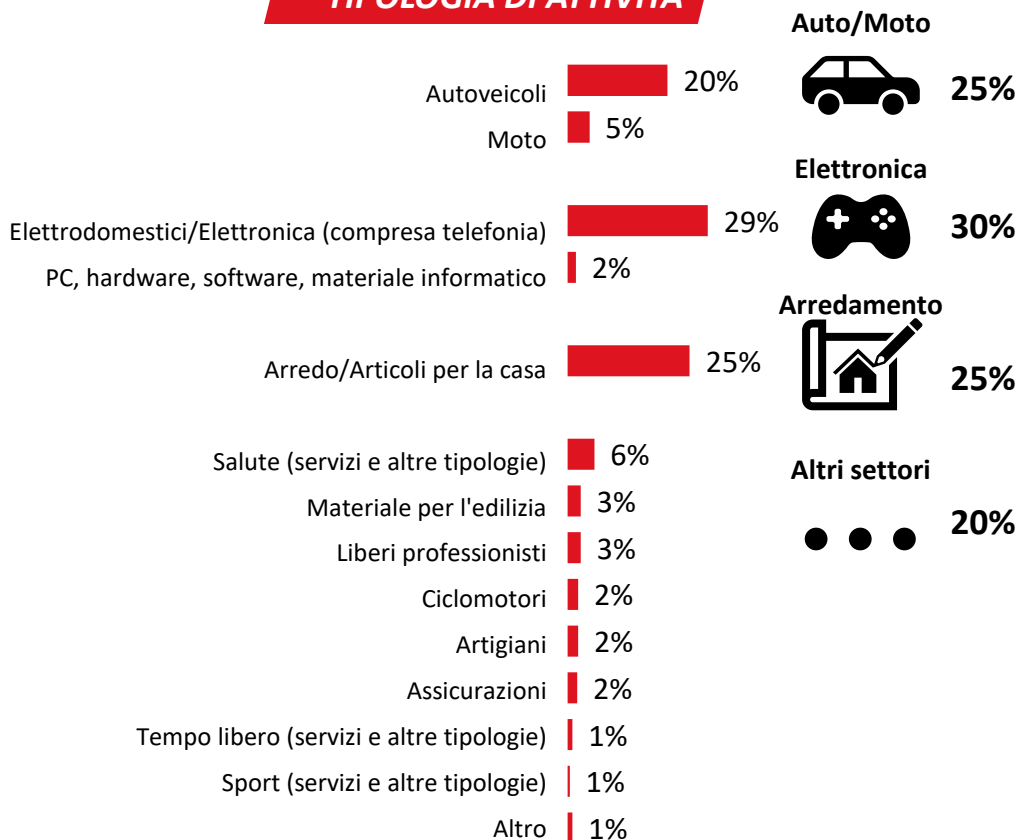
AREA GEO



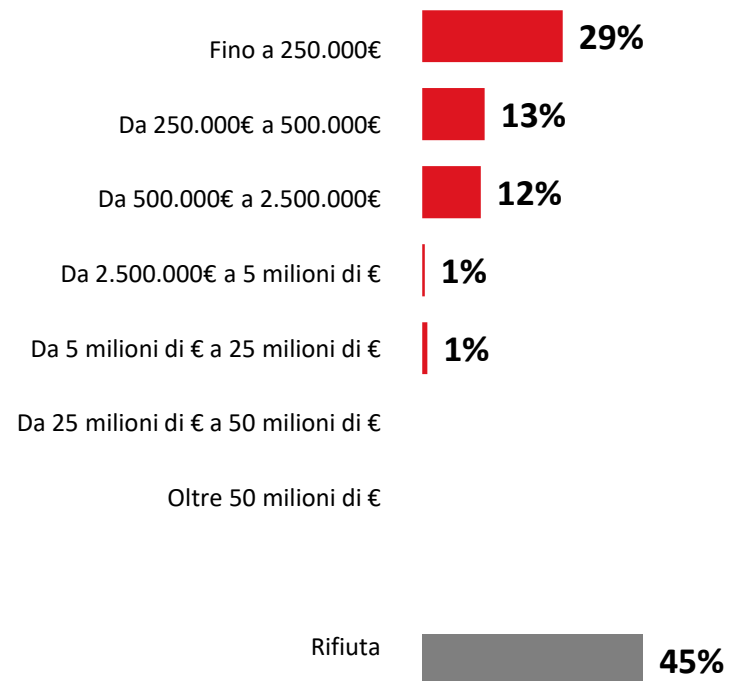
Note metodologiche - Indagine Teleperformance TS Italia

- Indagine telefonica effettuata da Teleperformance TS Italia su un campione di 400 dealer Compass a Novembre 2021

TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ



FATTURATO





COMPASS
GRUPPO MEDIOBANCA

