



**COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

## Speciale Natale- Elettronica ed elettrodomestici

Osservatorio  
COMPASS

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

Dicembre 2021

# L'Osservatorio Compass in cifre: speciale Natale 2021

**Gli italiani mettono al primo posto il Natale tradizionale**

**TRADIZIONALE**



**Gli italiani che desiderano un Natale con la famiglia e i propri cari**

**67%**

**Gli italiani che opteranno per un regalo di Natale a basso impatto ambientale**

**35%**

**Il budget medio di spesa dedicato agli acquisti natalizi**

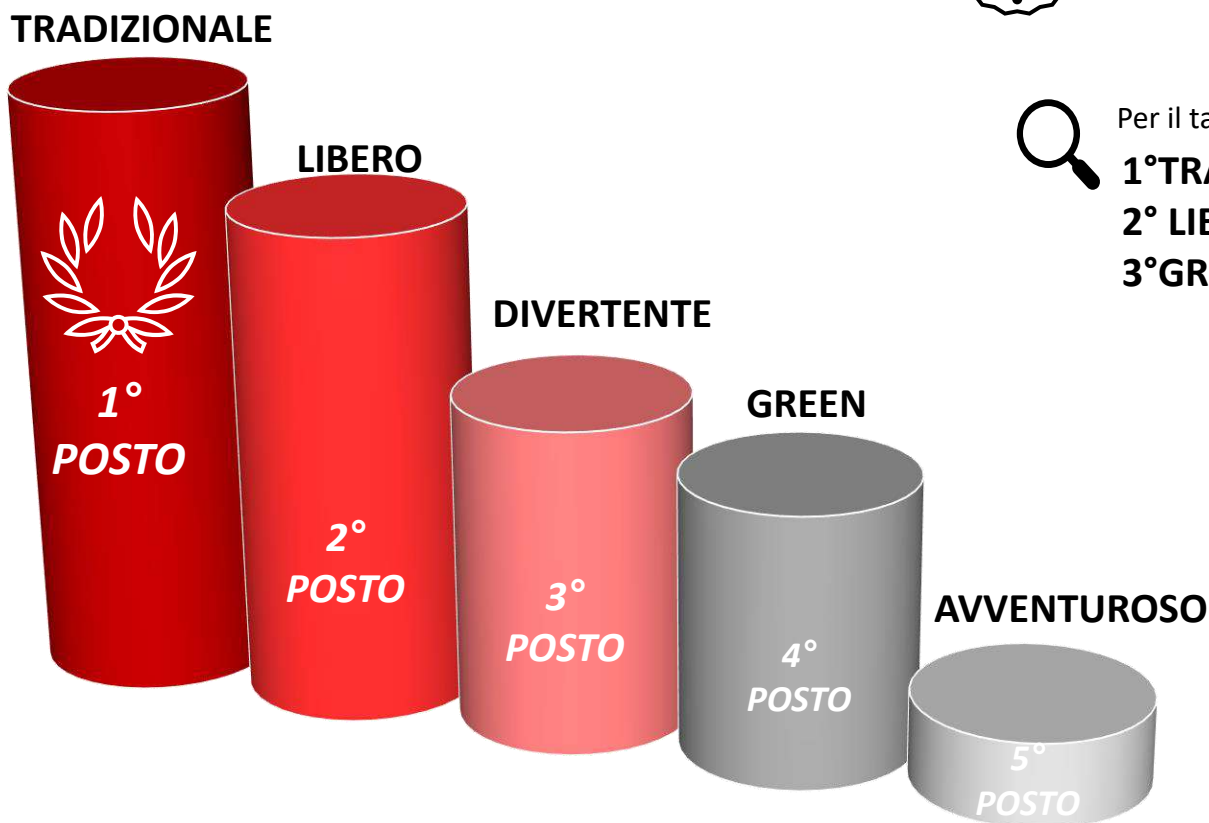
**373€**

**Natale 2021**

# Il Natale che gli Italiani desiderano...



« il dichiarato dei consumatori »



Per il target 18-34 anni:

1° TRADIZIONALE

2° LIBERO

3° GREEN

Osservatorio  
COMPASS

Gli italiani desiderano un Natale tradizionale, da passare in famiglia, libero e che sia divertente. Tra le fasce più giovani viene dato più rilievo ad un Natale green, più rispettoso della natura e dell'ambiente.

*C01 Quest'anno che Natale vorresti? Metti in ordine le proposte seguenti da quello che vorresti di più a quello che ti interessa di meno  
Base totale campione n=1000, valori %*

# Sentiment verso Natale 2021



« il dichiarato dei consumatori »

Moltissimo +  
molto

■ Moltissimo ■ Molto ■ Così Così ■ Poco ■ Per niente ■ Non saprei

valori %

Sarà un Natale **più dedicato alla famiglia**  
e alle persone care



2020



Sarà un Natale **più sobrio**



Sarà un Natale **più dedicato ai bambini**



Sarà un Natale vissuto **più spiritualmente**



Sarà un Natale **libero da abitudini futili**  
dettate da vecchie convenzioni



n.d.

Osservatorio  
COMPASS

Dopo le restrizione dello scorso anno, cresce la voglia di poter avere un Natale in famiglia e l'orientamento alla sobrietà rientra.

CO Parliamo del prossimo Natale, quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni, indica se moltissimo, molto, così così, poco o per niente. Base totale campione n=1000, valori %

# Sotto l'albero di Natale 2021: i top 5



« il dichiarato dei consumatori »

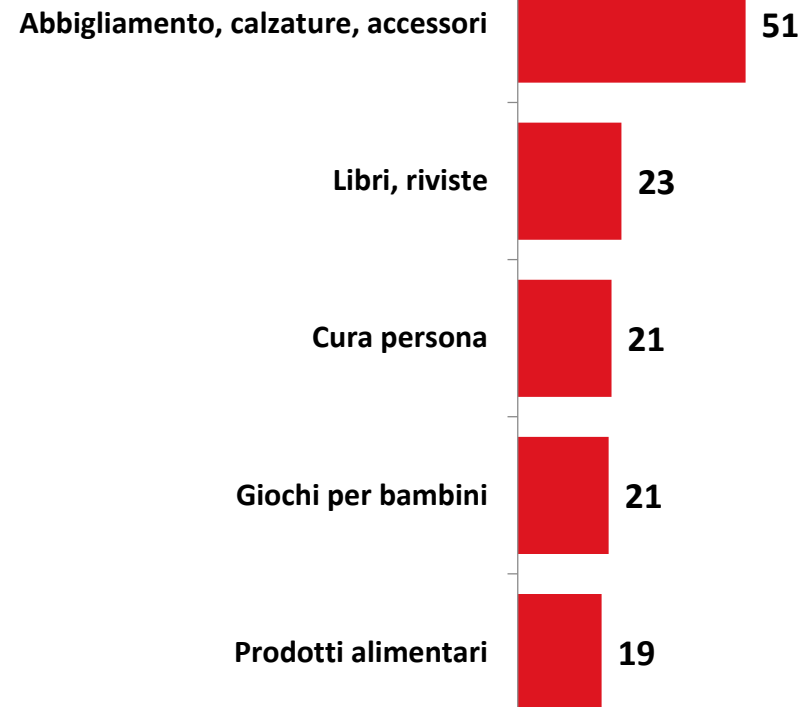
## Top 5: Regali che si vorrebbe ricevere

valori %, risposta multipla



## Top 5: Regali che si faranno

valori %, risposta multipla



Osservatorio  
COMPASS

Riprende la voglia di regali per gli italiani intervistati, sia da ricevere sia da fare. In cima alle preferenze si conferma l'abbigliamento, le scarpe e gli accessori. Ma torna anche la voglia di esperienze come i viaggi.

C1. Quali prodotti/servizi vorresti ricevere per Natale? Sono possibili più risposte  
Base totale campione n=1000, valori %

# Che cosa vorrebbero ricevere in regalo gli italiani...

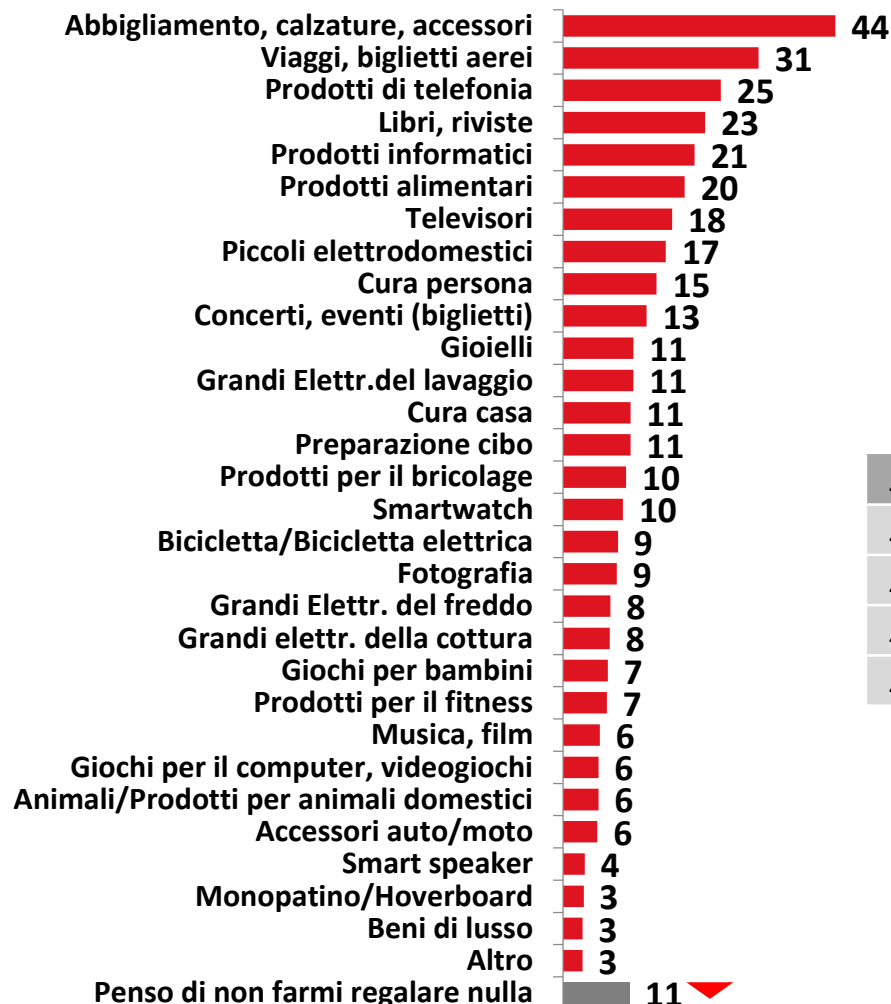


« il dichiarato dei consumatori »



Tra gli oggetti più desiderati per Natale al primo posto capeggia l'abbigliamento (44%), circa un terzo vorrebbe ricevere viaggi/biglietti aerei, il 25% vorrebbe ricevere un prodotto di telefonia. Fanalino di coda: i beni di lusso. In contrazione la quota di quanti pensano di non farsi regalare nulla.

valori %, risposta multipla



Numero medio citazioni

2021	3,7
2020	3,0
2019	3,6
2018	4,0
2017	4,8

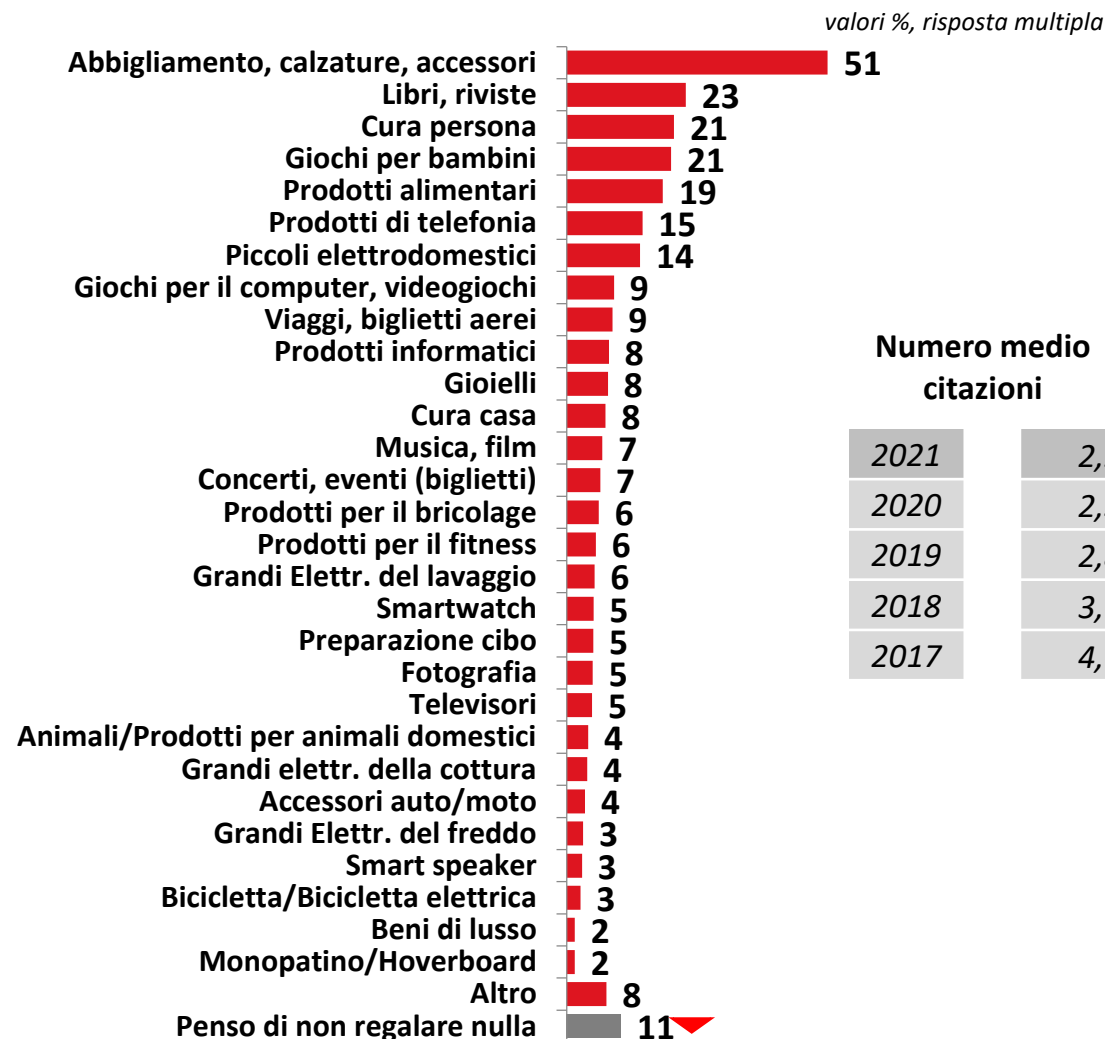


C1. Quali prodotti/servizi vorresti ricevere per Natale? Sono possibili più risposte  
Base totale campione n=1000, valori %

# ...e che cosa regaleranno?



« il dichiarato dei consumatori »



Numero medio citazioni

2021	2,9
2020	2,3
2019	2,8
2018	3,1
2017	4,1



Anche la classifica dei regali per gli altri più gettonati **vede al primo posto l'abbigliamento (51%), seguito da libri e riviste (23%), prodotti per la cura della persona (21%) e giocattoli (21%). Tornano a crescere i regali legati ad esperienze da vivere (viaggio o un eventi). In contrazione la quota di quanti pensano di non fare regali.**

C2. E quali prodotti/servizi pensi di regalare? Sono possibili più risposte  
Base totale campione n=1000, valori %

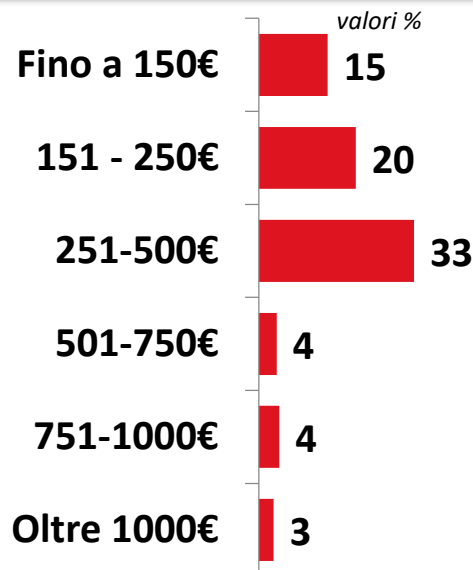


# Natale 2021: budget di spesa



« il dichiarato dei consumatori »

Qual è il tuo budget di spesa per i regali di Natale?



## 373€

Il budget stimato di spesa per gli acquisti natalizi da parte degli italiani

280€ nel 2020

Il 21% non ha un budget predefinito

Osservatorio  
COMPASS

Il budget di spesa medio totale si aggira sui 373 euro a testa. Il 15% spenderà fino a 150 euro, il 20% tra i 150 euro e i 250 euro, il 33% tra 250 euro e 500 euro, il 4% tra i 500 e i 750 euro. Pochi gli italiani che spenderanno oltre 750 euro (7%). Il 21% non ha definito un budget preciso.

C3 Qual è il tuo budget di spesa per i regali di Natale? Quanto pensi di spendere per i regali nel complesso?

Base: Faranno regali di Natale n= 893, valori %

# Il Natale 2020...com'è andata a finire?



« il dichiarato dei consumatori »

## Nel Natale 2020, rispetto al Natale 2019:

Ho fatto meno regali

57%

Ho fatto gli stessi regali

39%

Ho fatto più regali

4%

## L'utilizzo del denaro risparmiato:



Osservatorio  
COMPASS

Lo scorso anno, per Natale, quasi 2 italiani su 3 hanno ridotto i regali, destinando il denaro principalmente per esigenze della propria famiglia e al risparmio.

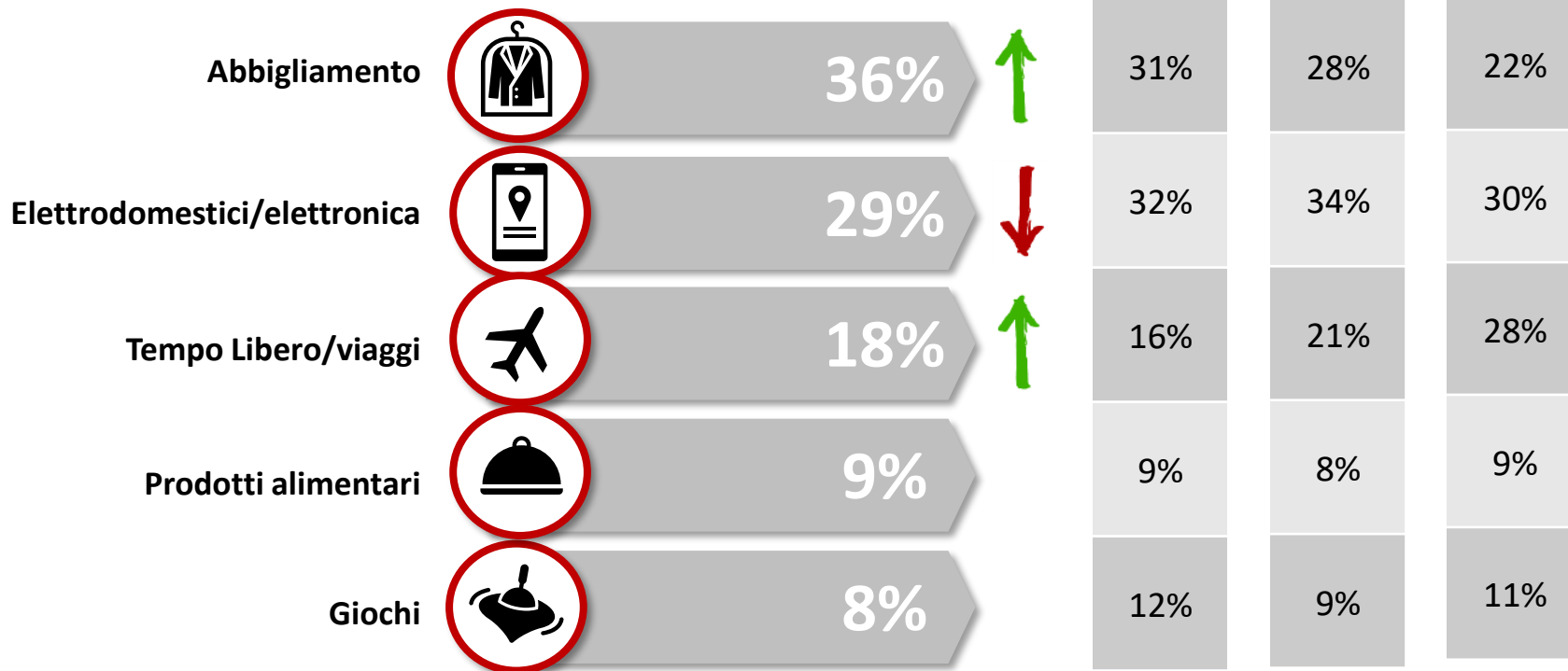
C3b. Alcuni intervistati ci hanno detto che l'anno scorso, per Natale, hanno fatto molti MENO regali rispetto agli anni precedenti.

E' capitato anche a te? C3b.1. Il denaro che non hai usato per questi regali, come lo hai usato?

Base: Faranno regali di Natale n= 893, valori %

# Natale 2021: Ripartizione del budget per categoria

Fatto 100 il budget di spesa, come si distribuisce?



Osservatorio  
COMPASS

Il budget previsto per i Regali di Natale si divide tra abbigliamento (36%), in ulteriore crescita, elettrodomestici/ prodotto di elettronica/informatica (29%). L'orientamento al viaggi/tempo libero (18%) torna a crescere, quasi raggiungendo il peso che aveva nel pre-pandemia.

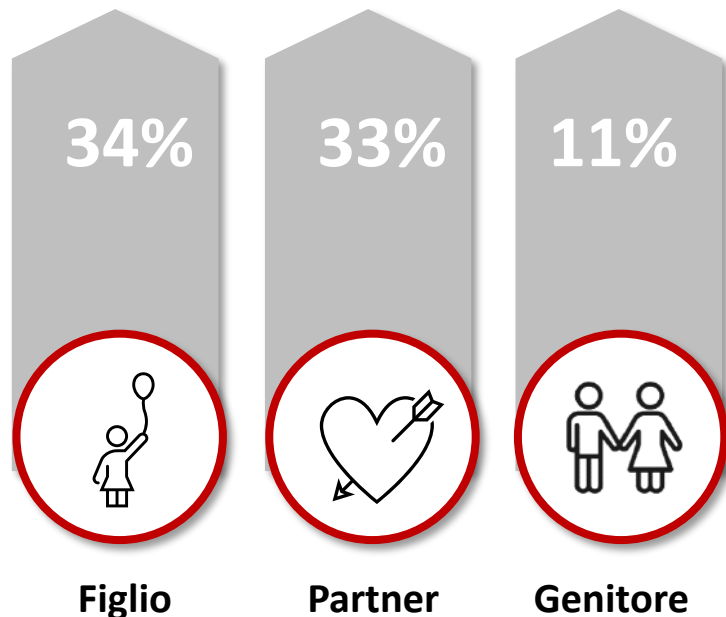
C5. Fatto 100 il tuo budget di spesa per i regali di Natale, come si distribuisce tra i prodotti/servizi che pensi di regalare?  
Base: Pensano di acquistare regali di Natale n= 861, valori %

# Il regalo più importante

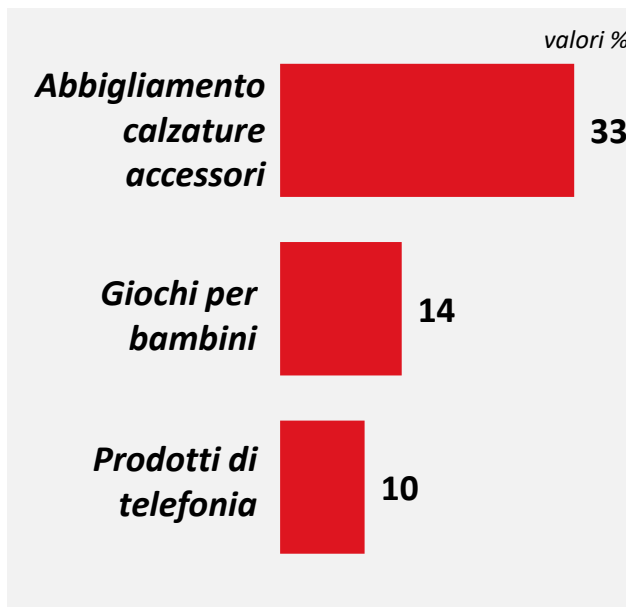


« il dichiarato dei consumatori »

Qual è la persona a cui fare il regalo più importante?



Tipologia di regalo: le top 3



**269€**  
Il budget medio

Osservatorio  
COMPASS

Per il 34% degli italiani la persona più importante a cui dedicare il regalo più prezioso è il figlio, seguito dal proprio partner. Il budget dedicato è pari a 269€ in media e le categorie di prodotto più citate sono l'abbigliamento (33% di accordi), giochi per i più piccoli (14%) e prodotti di telefonia (10%).

C8. C'è una persona più importante a cui pensi di fare il regalo di Natale? Se sì, chi è? C9. Che cosa regalerai alla persona più importante? C10. Qual è il tuo budget di spesa per questo regalo di Natale? Quanto pensi di spendere per la persona più importante?

Base: Faranno regali di Natale n= 813, valori %

# La scelta dei regali e l'impatto ambientale



« il dichiarato dei consumatori »

**Pensando ai regali di Natale, quale affermazione rispecchia meglio le tue intenzioni?**

A parità di regalo, tra un prodotto green e uno non green, scelgo il green, **ma non è determinate**

Cercherò di acquistare il **più possibile regali green**

**Guardo prevalentemente al regalo e non al fatto che sia green**

**Sono scettico** verso i prodotti definiti green  
Acquisterò **solo regali green**



**35%**

**Si orienteranno in modo deciso verso regali green**



Osservatorio  
COMPASS

Il tema dell'ambiente, nel corso dell'ultimo anno è diventato centrale. Una nuova consapevolezza di quello che sta accadendo sembra orientare le scelte degli italiani anche per ciò che riguarda la scelta dei regali: se solo il 5% considererà esclusivamente l'alternativa green, il 30% cercherà di considerare il criterio della sostenibilità e del basso impatto ambientale nell'acquisto dei regali di Natale.

*C10b. Pensando ai regali per il prossimo Natale, spesso si sceglie anche in base al fatto che siano green, ovvero prodotti a basso impatto ambientale. Quale delle seguenti affermazioni rispecchia meglio le tue intenzioni?*

13 Base: Faranno regali di Natale n= 893, valori %

Indagine BVA-Doxa – Novembre 2021

 **COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

# Focus elettronica ed elettrodomestici

# L'Osservatorio Compass in cifre: focus elettronica ed elettrodomestici

Gli italiani che dichiarano di acquistare elettronica/elettrodomestici in negozio fisico, in aumento rispetto allo scorso anno

**45%**

La categoria di prodotto che traina le vendite del settore e del Natale 2021

**Telefonia**

I dealer del settore che si attendono un miglioramento nelle vendite rispetto allo scorso Natale

**52%**

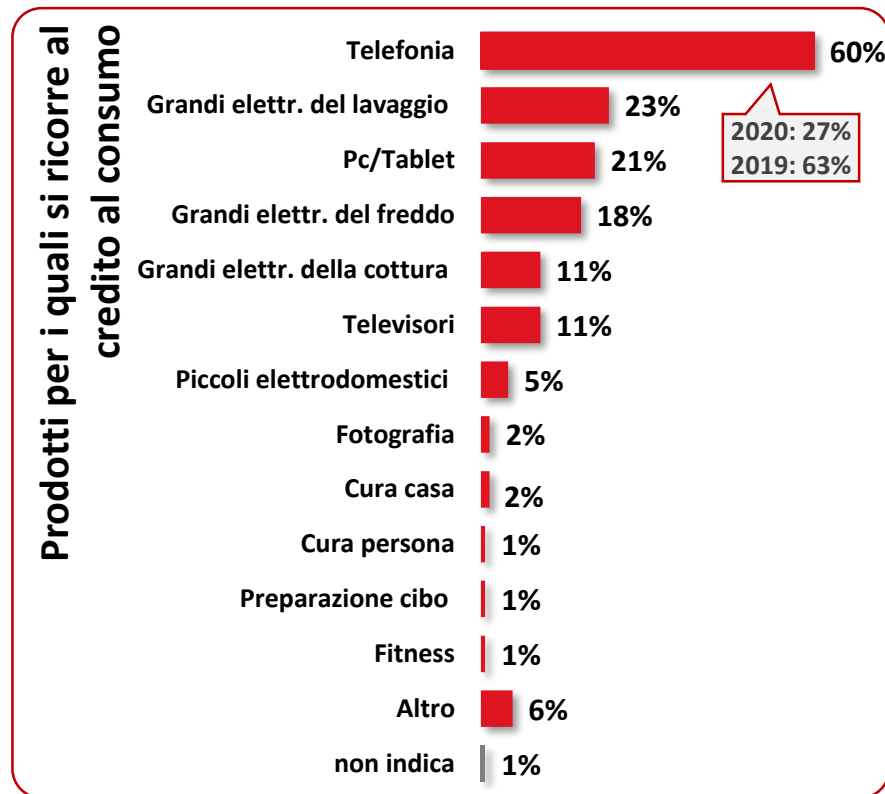
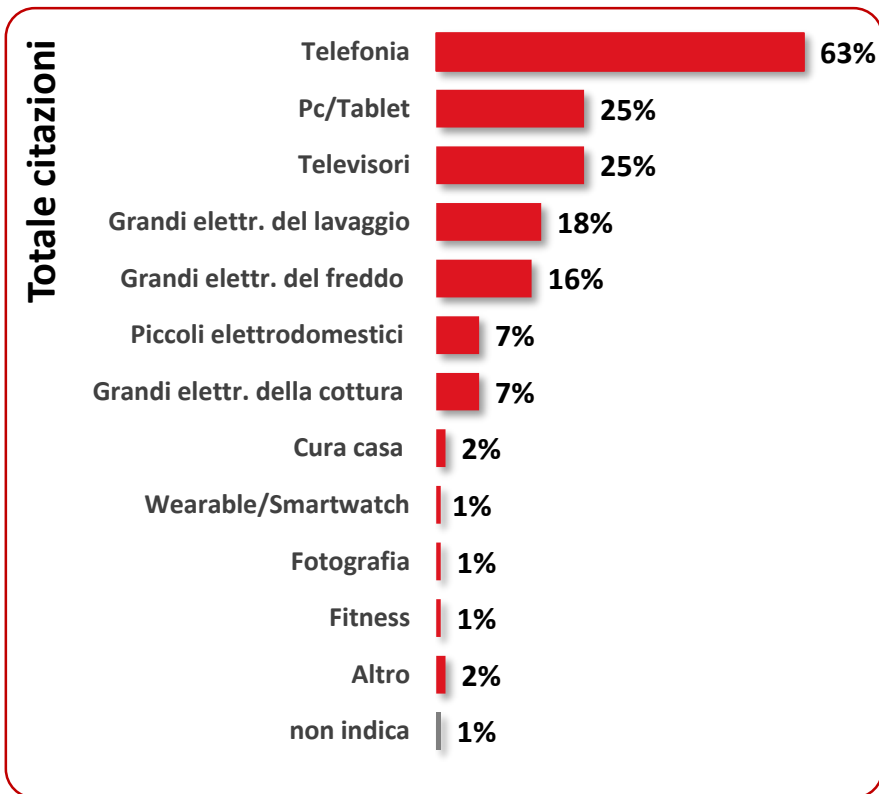
Il budget stimato di spesa per Natale secondo i dealer del settore

**360€**

# 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?

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

Indagine Teleperformance TS Italia – Novembre 2021

 **COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

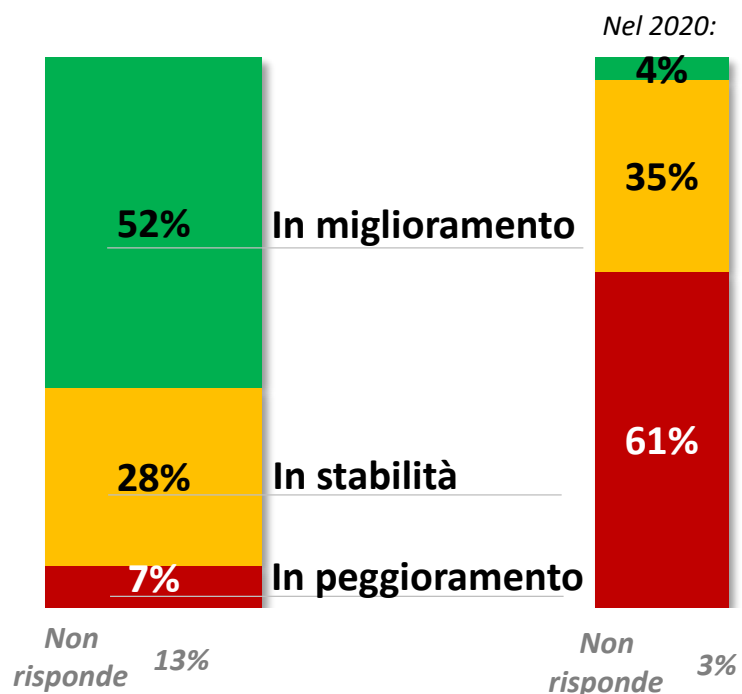


# Focus Elettronica ed Elettrodomestici: le previsioni di vendita per il Natale

« 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?

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

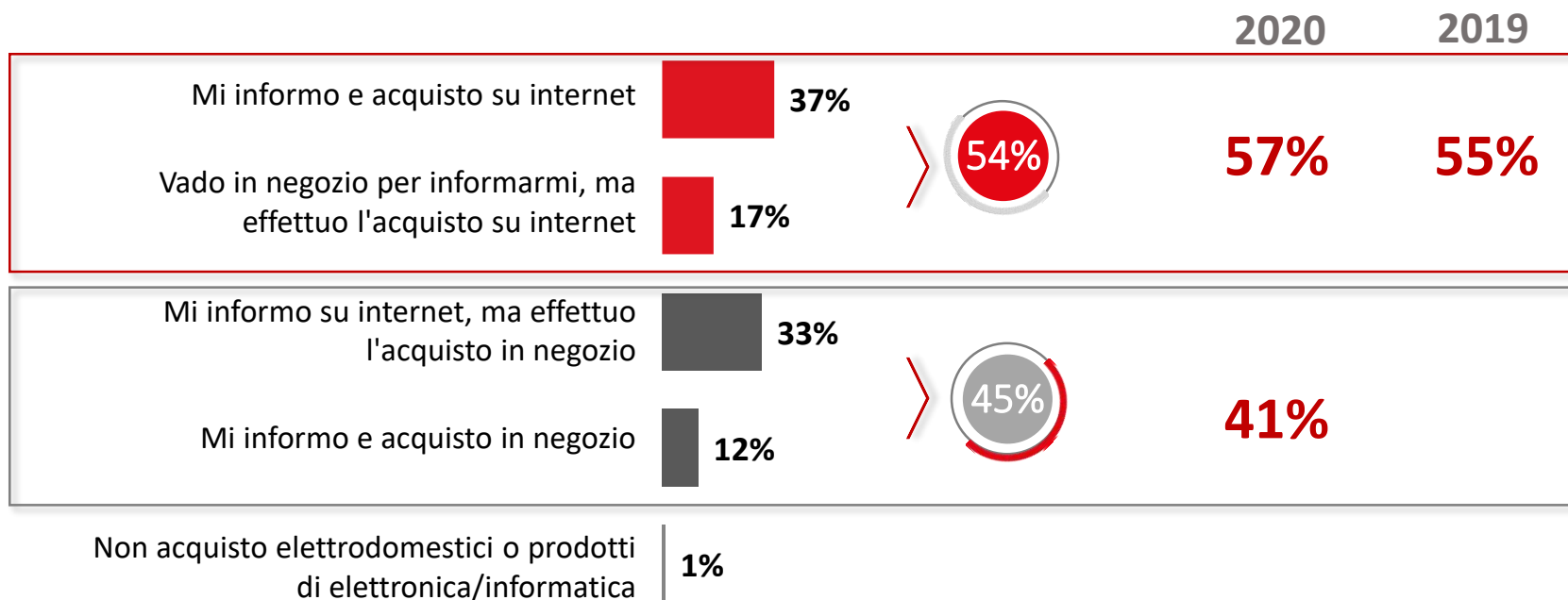
Indagine Teleperformance TS Italia – Novembre 2021

 **COMPASS**  
GRUPPO MEOBANCA

# Il canale di informazione e di acquisto per i prodotti di elettronica ed elettrodomestici



« il dichiarato dei consumatori »



Osservatorio  
COMPASS

**Stabile nel tempo il purchase journey nel quale si riconoscono gli Italiani quando affrontano l'acquisto di un elettrodomestico o prodotto di elettronica/informatica: l'online rimane il canale d'elezione, seppur in diminuzione rispetto allo scorso anno.**

D1. Pensando al tuo comportamento d'acquisto per un elettrodomestico o prodotto di elettronica/informatica, quale delle seguenti affermazioni esprime meglio il tuo comportamento?

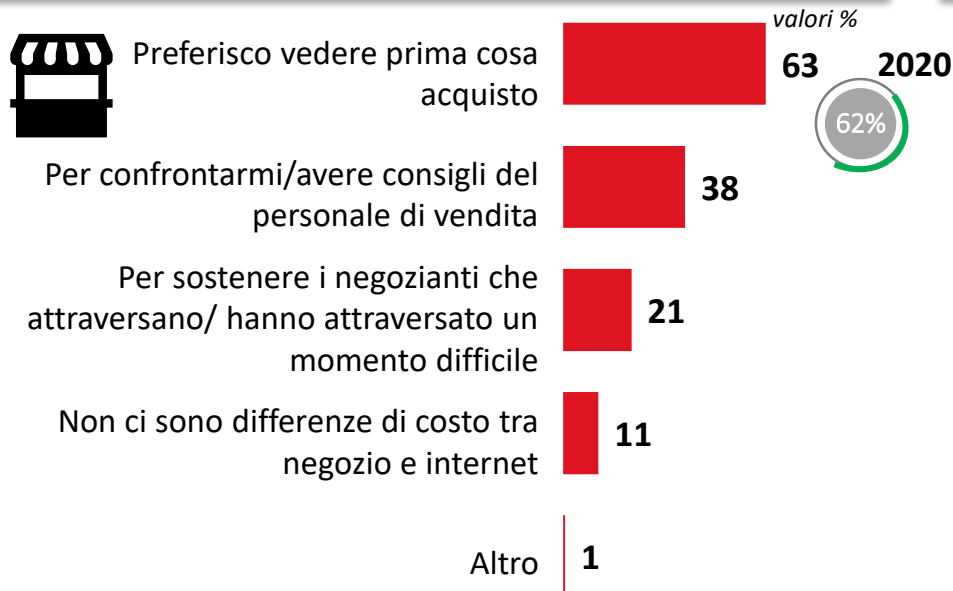
Base totale campione n=1000, valori %

# Motivazioni sottostanti alla scelta del canale di acquisto

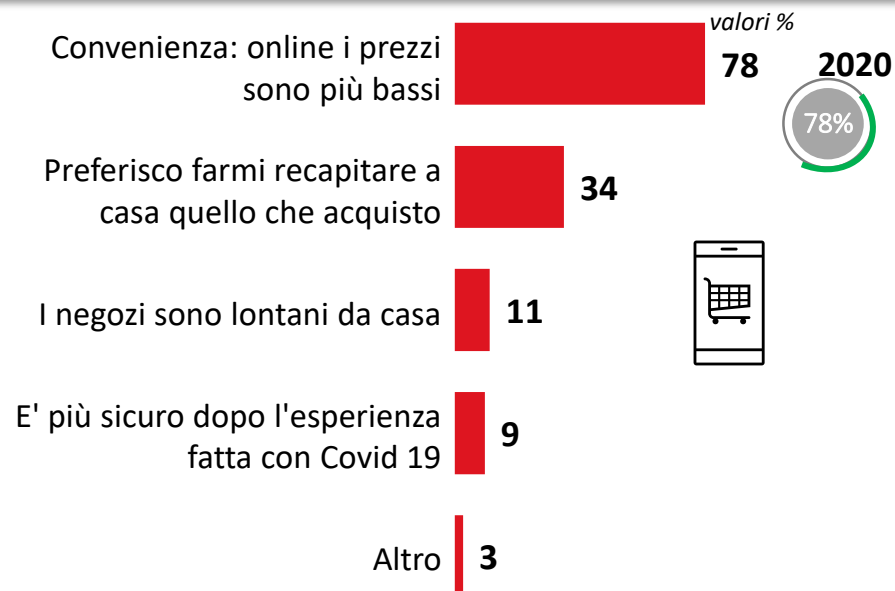


« il dichiarato dei consumatori »

## Per quale motivo preferisci acquistare in negozio?



## Per quale motivo preferisci acquistare online?



Osservatorio  
COMPASS

I **principali driver** che portano ad acquistare nei negozi fisici piuttosto che in quelli online rimangono sostanzialmente invariati: poter vedere la merce per il canale fisico, risparmio economico per quello digitale.

D2. Per quale motivo acquisti in negozio? D3. Per quale motivo acquisti online?

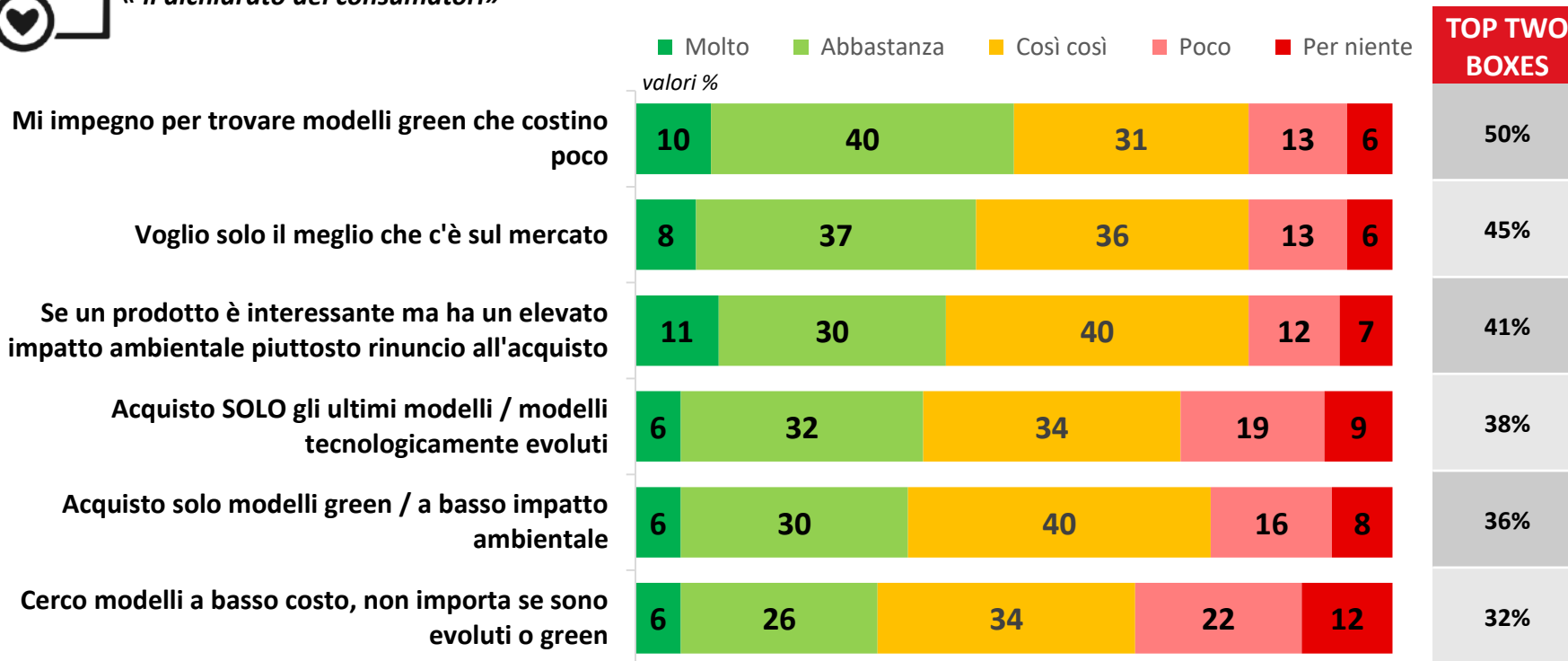
Base Acquistano elettrodomestici o prodotti di elettronica/informatica in negozio n=454, valori %

Base Acquistano elettrodomestici o prodotti di elettronica/informatica online n=534, valori %

# Il sentiment verso gli acquisti di elettronica ed elettrodomestici



« il dichiarato dei consumatori »



Osservatorio  
COMPASS

Se ancora non è totalizzante, **l'impegno verso i consumi green si sta facendo strada nelle scelte di acquisto**: un italiano su due cerca modelli green che costino poco, il 41% rinuncia ad acquistare prodotti ad elevato impatto ambientale anche se interessanti, un terzo già oggi cerca di acquistare solo green.

D8. Pensando ai prodotti di elettronica/tecnologia/elettrodomestici che acquisterai nei prossimi 12 mesi, quanto ti riconosci in ciascuna delle seguenti affermazioni ?

Base Acquistano elettrodomestici o prodotti di elettronica/informatica n=989, valori %

# Le intenzioni di acquisto nei prossimi 12 mesi



« il dichiarato dei consumatori »



Quali sono i prodotti di elettronica, tecnologia o elettrodomestici che pensi di acquistare nei prossimi 12 mesi?

4% non ha intenzione di acquistare prodotti

Osservatorio  
COMPASS

Nei prossimi mesi, complice lo switch-off alla trasmissione in HD, si acquisteranno più televisori, mentre saranno probabilmente inferiori le esigenze in termini di Pc/Tablet e Fitness già assolte durante il lock-down.

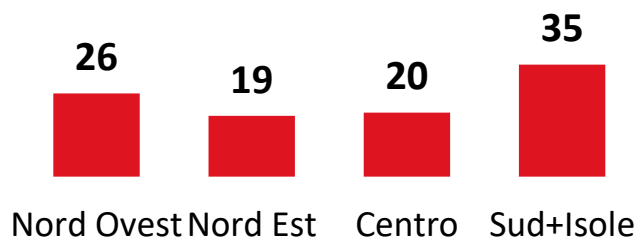
D6. A tuo parere, in generale, quali sono i prodotti di elettronica/tecnologia/elettrodomestici che acquisterai nei prossimi 12 mesi?

Base Acquistano elettrodomestici o prodotti di elettronica/informatica n=989, valori %

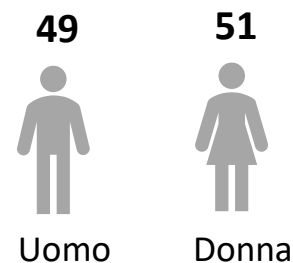
# Note metodologiche - Indagine Doxa

- 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 %*

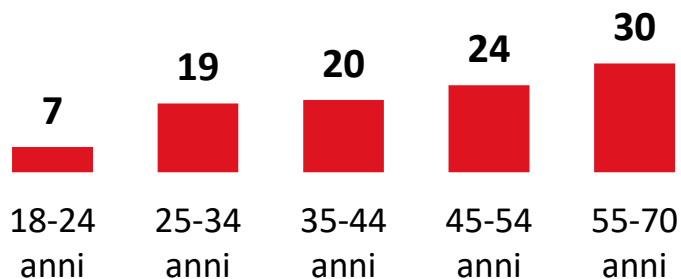
## AREA GEOGRAFICA



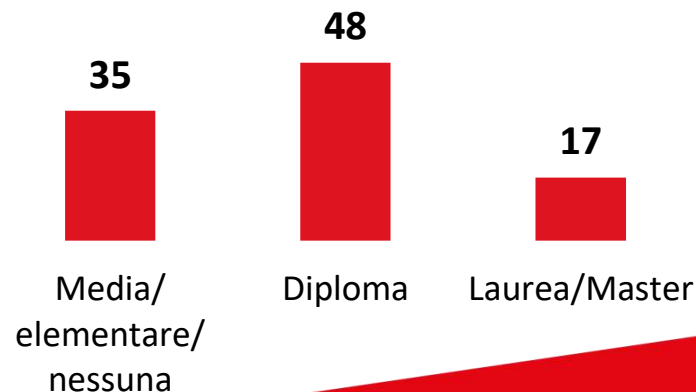
## SESSO



## ETA'



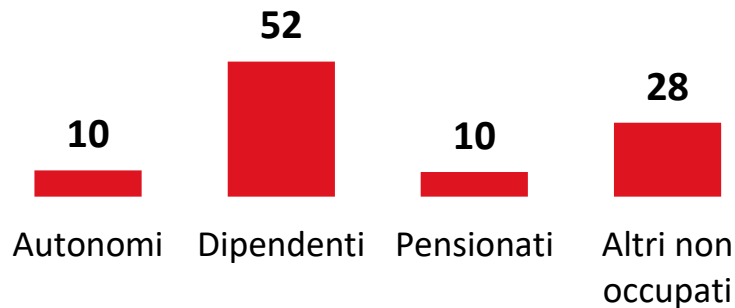
## TITOLO STUDIO



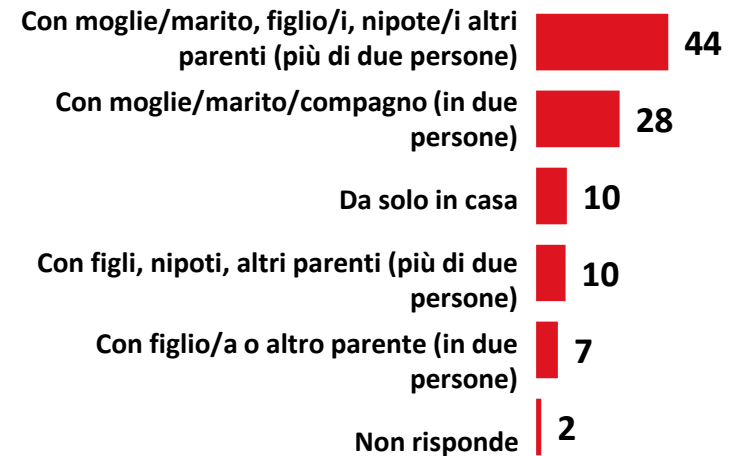
# Note metodologiche - Indagine Doxa

- 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 %*

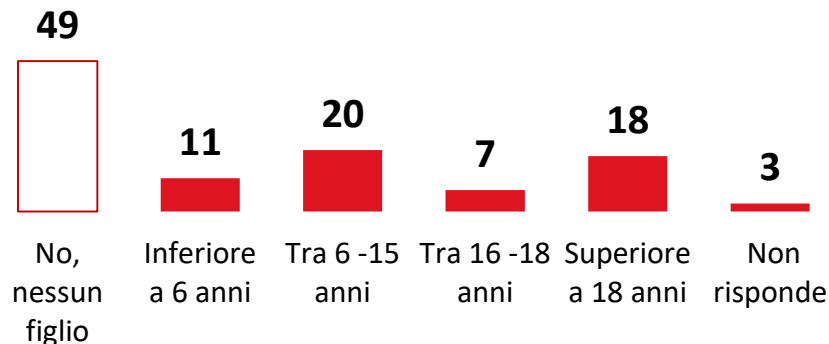
## PROFESSIONE



## NUCLEO FAMILIARE



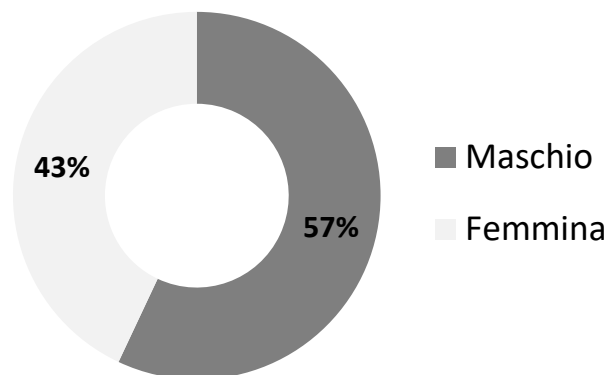
## FIGLI CONVIVENTI



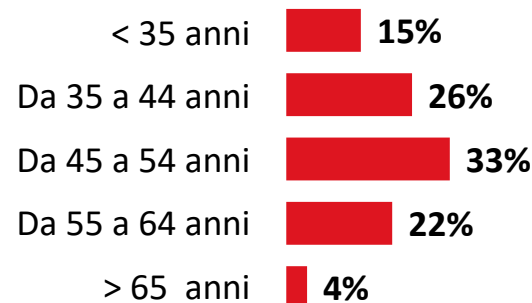
# Note metodologiche - Indagine Teleperformance TS Italia

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

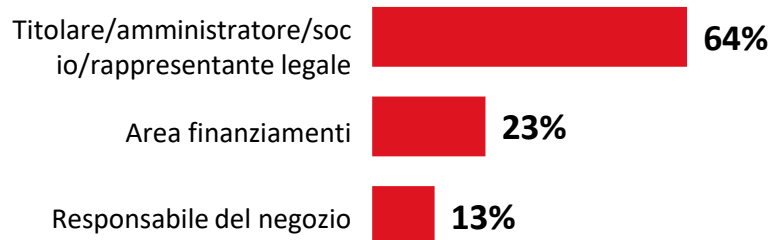
## GENERE



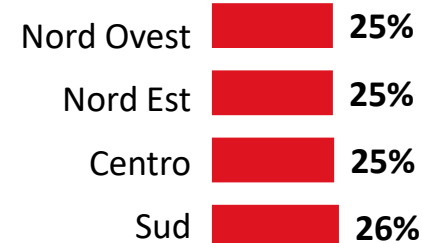
## ETÀ



## QUALIFICA PROFESSIONALE



## AREA GEO

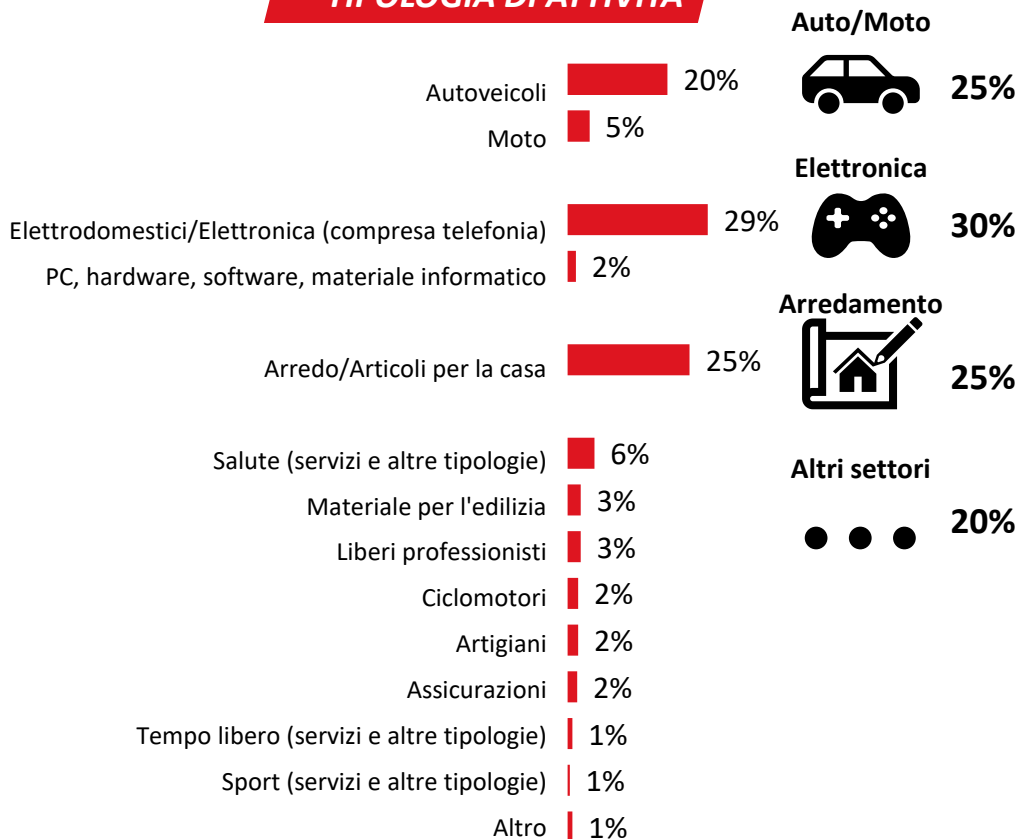




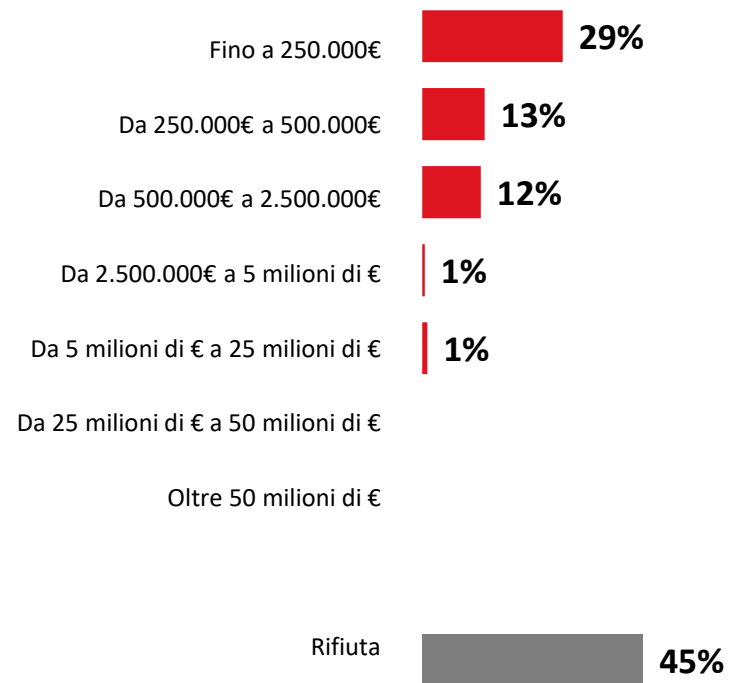
# Note metodologiche - Indagine Teleperformance TS Italia

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

## TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ



## FATTURATO





**COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

