
Osservatorio Compass – Black Friday

Budget più alti (€360) e tanta voglia di acquistare: arriva il Black Friday della ripartenza. Gli italiani sono sempre più attenti agli sconti e ne approfittano per anticipare lo shopping di Natale

Focus Elettronica: lo smartphone traina il settore e lascia ben sperare i dealer sia per il Black Friday che per Natale

Milano, 25 novembre 2021 – Si avvicina il **Black Friday della ripartenza**. Dopo un anno in sordina, dovuto alle restrizioni della pandemia, esercenti e consumatori si preparano per questa speciale occasione di shopping con uno spirito rinnovato. Ben il **74% degli italiani è, infatti, intenzionato a fare almeno un acquisto**. Un dato molto più alto rispetto al 2020 (in crescita di +9 p.p.) ma che non deve sorprendere: ormai tutti, o quasi (99%), conoscono l'evento e, tra gli sconti e il Natale alle porte, sono tanti i motivi per approfittarne. Quest'anno **aumenta anche il budget stanziato dalle famiglie** che ammonta a circa **€360**, facendo registrare un **+27% sul 2020**. Sono queste le principali evidenze emerse dall'**Osservatorio Compass**, la ricerca condotta dalla **società del credito al consumo del Gruppo Mediobanca**, con un focus aggiuntivo dedicato al settore dell'elettronica e degli elettrodomestici e su nuove forme di pagamento come il Buy Now Pay Later.

Come si comportano gli italiani nei giorni precedenti il Black Friday? Quasi la metà (47%) **monitora i prezzi dei prodotti individuati** e poco più di un terzo (34%) **visita frequentemente il sito del negozio** identificato come il migliore per i propri acquisti. In tanti poi determinano un budget e si procurano i volantini. **Ma dopo la “fase di studio”, dove comprano?** Tra chi acquista per l'occasione, otto su dieci (81%) lo farà online, anche se in molti rimangono legati all'esperienza fisica dell'acquisto in negozio (61%) con una preferenza per i centri commerciali (38%) e i centri specializzati (36%).

Pochi dubbi sui motivi che spingono ad approfittare del Black Friday. Tra gli italiani intenzionati a farlo, il **59% farà un regalo, anche per se stessi, che altrimenti sarebbe stato fuori budget**. Tuttavia per molti (56%) è diventato un'occasione per **anticipare l'acquisto dei regali di Natale**, principalmente per sfruttare sconti e promozioni del periodo. Anche qui l'aumento di 6 p.p. rispetto al 2020 racconta come nell'immaginario dei consumatori il Black Friday rappresenti l'inizio dello **shopping natalizio**. Non solo regali però: cresce anche la percentuale di chi acquista per **sostituire un prodotto vecchio** (43% vs. 38% del 2020).

Il budget è aumentato fino a toccare quota €360. Nel dettaglio, 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%)**, con il 21% che non ha ancora deciso quanto spendere.

*“Maggiore propensione all'acquisto e budget più alti. Basterebbero questi due fattori per capire la profonda differenza rispetto allo scorso anno – ha dichiarato **Luigi Pace, Direttore Centrale Marketing & Innovation di Compass**. I consumatori si dimostrano poi sempre più attenti, anche quando la loro disponibilità economica cresce. Monitorare i prezzi, visitare i siti e gli store in vista del Black Friday sta diventando una consuetudine. Le soluzioni di credito al consumo permettono di gestire con più accortezza le finanze familiari e approfittare più serenamente degli sconti per acquistare regali o sostituire prodotti obsoleti. In più noi di Compass, siamo orgogliosi di agevolare il desiderio di spesa degli italiani con Pagolight, il nostro prodotto semplice e digitale di “Buy Now Pay Later”, per favorire gli acquisti supportando la ripresa economica”*

UNA NUOVA FORMA DI CREDITO: IL BUY NOW PAY LATER

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. Gli italiani hanno iniziato a familiarizzare con questo strumento e **il 36% si dice interessato**. Per più della metà (58%) può essere un aiuto nei momenti in cui si concentrano più spese, ma può anche dare la tranquillità di poter pagare con calma un acquisto da utilizzare nell'immediato (55%). Non a caso i principali vantaggi percepiti sono proprio la **possibilità di rateizzare** (25%) e la **comodità/praticità** (14%). Rimangono alcune barriere legate per lo più alle abitudini di acquisto: alcuni preferiscono, infatti, **pagare tutto subito** (17%) o **comprare solo se ha la disponibilità economica immediata** (12%).

FOCUS ELETTRONICA ED ELETTRODOMESTICI

Da sempre l'elettronica attrae i consumatori durante il Black Friday. Lo sanno bene gli esercenti, che si **aspettano vendite in aumento (per il 39% del campione)** e che indicano **la telefonia come il principale prodotto a trainare le vendite del settore** (63%), seguita da pc/tablet e televisori (entrambi al 25%). La stessa dinamica (60%) si registra tra i prodotti per i quali i consumatori ricorrono al credito al consumo. Ottime anche le attese per il Natale, con il 52% dei dealer che **si aspetta vendite in aumento** e un **budget stimato di €360** da spendere interamente tra prodotti elettronici ed elettrodomestici.

Che ormai il Black Friday non duri solo un giorno ma un'intera settimana è cosa nota. **Ma gli sconti vengono applicati soltanto in quella settimana?** È così per il 47% dei convenzionati, mentre il 14% preferisce, invece, anticipare le promozioni di qualche settimana e il 30% non ne applica affatto, spalmandoli su tutto l'anno. Secondo i dealer intervistati, inoltre, **più di 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. Il prodotto più acquistato del Black Friday? **Il prodotto d'eccellenza sarà lo smartphone** (62%) seguito da TV (16%), PC e Tablet (13%).

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 13,3 miliardi di crediti in essere ed opera attualmente attraverso oltre 44.000 esercizi commerciali affiliati e oltre 4.400 sportelli bancari, coordinati da un network di circa 280 punti vendita presenti su tutto il territorio nazionale; ha sede direzionale in Milano ed ha stretto nel tempo oltre 370 accordi di partnership nel settore bancario, assicurativo, della distribuzione e con reti agenziali.

Per ulteriori informazioni:

Media Relations Gruppo Mediobanca

Simona Rendo – Paola Bianco

Tel +39-02-8829914/766

simona.rendo@mediobanca.com / paola.bianco@mediobanca.com
