

---

## Osservatorio Compass – Natale

**Un Natale più tradizionale e più rispettoso dell'ambiente. Gli italiani mettono al primo posto la famiglia e spenderanno in media €373 a testa (+33% sul 2020). Sotto l'albero soprattutto abbigliamento e libri, ma con la ripartenza torna la voglia di viaggiare e di orientarsi verso doni "green".**

**Focus Elettronica: la telefonia traina il settore a Natale. Per l'anno nuovo fari puntati sulle TV**

**Milano, 15 dicembre 2021** – Per gli italiani Natale vuol dire sempre famiglia. Dopo le festività dello scorso anno all'insegna della sobrietà imposta dalle restrizioni, c'è grande voglia di un Natale tradizionale, dedicato appunto ai famigliari (67%), ma che sia anche libero, divertente e "green". Proprio così: la sostenibilità entra a far parte dei criteri d'acquisto dei regali e il 35% si orienterà in modo deciso verso doni che rispettano l'ambiente. Sotto l'albero trionferanno abbigliamento, calzature e accessori che oltre a essere i più desiderati (44%) saranno anche i più acquistati (51%). Cresce il budget, pari in media a €373, in aumento di oltre il 30% rispetto ai €280 del 2020. Gran parte (72%) sarà dedicato al regalo per una persona speciale. Sono queste le principali evidenze dell'**Osservatorio Compass**, la ricerca dedicata al Natale condotta dalla **società del credito al consumo del Gruppo Mediobanca**, con un focus sul settore dell'elettronica e degli elettrodomestici.

Rispetto al 2020 è ripartito, in generale, il desiderio sia di donare che di ricevere regali. Se, come detto, **abbigliamento, calzature e accessori** sono il "must" del 2021 tra i **doni più desiderati** (44%), tornano di moda anche le esperienze, come **viaggi e biglietti aerei**, che si posizionano al secondo posto (31%), prima dei **prodotti di telefonia** (25%), di **libri e riviste** (23%) e dei **prodotti informatici** (21%). E da regalare agli altri? Dopo i capi d'**abbigliamento** (51%) ci si orienterà su **libri e riviste** (23%), prodotti per la **cura della persona** (21%), **giochi per bambini** (21%) e **prodotti alimentari** (19%).

Il budget dei regali di Natale rappresenta il termometro ideale per misurare lo stato di salute dell'economia delle famiglie. Quest'anno le notizie sono positive: la spesa media totale si aggirerà sui €373 a testa, in aumento del 33% rispetto ai €280 del 2020. In particolare, 1 intervistato su 3 (33%) spenderà **tra €250 e €500**, il 15% **fino a €150**, il 20% **tra i €150 e i €250**, il 4% **tra i €500 e i €750**, e ben il 7% **oltre €750**. In tanti, però, (21%) non hanno ancora definito un budget preciso. Dati incoraggianti, specialmente se si pensa che veniamo da un **Natale 2020** sottotono, con il 57% degli intervistati che ha fatto meno regali rispetto al 2019 destinando il denaro non speso, tra le altre cose, alle **esigenze della famiglia** (36%), al **risparmio** (35%) e ad altre **incombenze** non pianificate (26%).

Ma i regali sono tutti uguali? Assolutamente no, per il 34% il dono più importante spetterà ai propri **figli**, seguiti dal partner (33%) e dai genitori (11%). Si tratta di un regalo così significativo che impegnerà il 72% del budget totale, in media di €269.

L'attenzione degli italiani quest'anno non si rivolgerà solo alle persone ma anche all'**ambiente**. Una nuova consapevolezza sul cambiamento climatico sembra orientare le scelte degli italiani anche per ciò che riguarda i regali. Circa 1 su 3 (35%) dichiara di volersi orientare su doni che rispettano i criteri di sostenibilità e del basso impatto ambientale, con il 5% che acquisterà esclusivamente regali "green".

*"Anche quest'anno famiglia e tradizione sono i veri regali che gli italiani vorrebbero trovare sotto l'albero e i dati del nostro Osservatorio lo confermano – ha commentato **Luigi Pace, Direttore Centrale Marketing & Innovation di Compass**. Veniamo da un Natale 2020 insolito,*

---

---

*caratterizzato da budget ridotti e una minore propensione all'acquisto. Quest'anno invece la situazione si è ribaltata e gli italiani sono disposti a spendere molto di più, specialmente per la persona che ritengono più speciale, con una certa preferenza per l'abbigliamento. È incoraggiante vedere come l'ondata di ottimismo della ripresa stia riattivando la voglia di fare e ricevere regali e come l'attenzione all'ambiente stia a poco a poco diventando una priorità. Compass vuole favorire questo spirito, offrendo il proprio supporto alle famiglie che cercano soluzioni semplici, innovative e accessibili per realizzare i propri progetti.”*

## **FOCUS ELETTRONICA ED ELETTRODOMESTICI**

L'elettronica rimane sempre uno dei comparti più gettonati durante il Natale. Lo sanno bene i dealer, che si **aspettano vendite in aumento (per il 52% 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. Il **budget** da spendere interamente tra prodotti elettronici ed elettrodomestici è stimato in circa **€360**, in calo del 12% rispetto a €411 del 2020. Guardando ai prossimi 12 mesi, complice il nuovo switch-off del digitale terrestre, le TV saranno tra gli acquisti più diffusi, mentre saranno probabilmente inferiori le esigenze in termini di Pc/Tablet e fitness, già assolve durante il lockdown.

Nella **disputa “acquisto fisico o online”** i comportamenti rimangono stabili e con una predilezione per il digitale. Il 54% degli italiani acquisterà, infatti, i regali elettronici su internet, mentre il 45% in negozio. Non mancano gli intervistati che preferiscono una formula “ibrida”, e cioè che si informano scegliendo un canale e poi acquistano altrove. I principali driver che portano ad acquistare nei negozi fisici piuttosto che in quelli online rimangono sostanzialmente invariati: poter vedere il prodotto per il canale fisico (63%), il risparmio economico per quello digitale (78%).

Anche nel comparto **elettronica ed elettrodomestici** l'impegno verso i **consumi green** si sta facendo strada nelle scelte di acquisto: 1 italiano su 2 cerca modelli green che costino poco (50%), il 41% rinuncia ad acquistare prodotti ad elevato impatto ambientale anche se interessanti, circa terzo già oggi cerca di acquistare solo green (38%).

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

---