

---

## **Anche a Natale la famiglia al primo posto. Metà del budget è per un solo familiare: gli uomini pensano al partner, le mamme ai figli. Sotto l'albero soprattutto abbigliamento e libri, ma c'è chi preferirebbe un viaggio. Cresce l'e-commerce, predominante in alcuni settori**

*Compass, società del credito al consumo del Gruppo Mediobanca, pubblica l'Osservatorio dedicato al Natale. Leggero calo per il budget medio (322€). Circa metà degli italiani (46%) spenderà fino a 250€.*

**Milano, 5 dicembre 2019** – Anche quest'anno la persona più importante a cui fare il regalo di Natale per gli italiani è il proprio **partner** (40%), con gli **uomini** (48%) che si mostrano più "romantici" rispetto alle **donne**, specialmente le mamme, più propense a far felici i **figli** (37%). Tra gli **under 35** vince sempre la coppia, con il 47% che metterà al centro il partner, anche se molti penseranno ai **genitori** (23%). Che sia per il compagno di vita, per i bambini o per gli altri familiari, **in media circa metà (176€) del budget totale sarà comunque speso per la persona più importante, nella quasi totalità dei casi per un familiare.** È quanto emerge dall'**Osservatorio Compass**, società di credito al consumo del **Gruppo Mediobanca**, dedicato al Natale.

**Quanto spenderanno gli italiani?** In media **322€**, in leggero calo rispetto ai 330€ del 2018. La maggior parte spenderà **fino a 250€** (46%), ma c'è chi si spingerà oltre, arrivando a spendere **tra i 251€ e i 500€** (26%) e **tra i 501€ e 750€** (9%). I più fortunati potranno arrivare **fino ai 1000€** (4%) o addirittura **oltrepassare questa soglia** (2%). Oltre metà delle famiglie italiane spenderà, in ogni caso, **quanto lo scorso anno** (58%), anche se qualcuno potrà **permettersi qualche sfizio in più** (18%). Aumenta la quota di budget destinata all'**elettronica/elettrodomestici** e all'**abbigliamento**, a cui si riserva complessivamente circa il 60% del totale.

**Cosa vorrebbero trovare sotto l'albero?** Per molti italiani questo Natale sarà un'occasione per rinnovare il proprio guardaroba: **abbigliamento, calzature e accessori** sono sempre tra i regali preferiti (41%), specialmente per gli **under 35** (51%). Tanti sperano però di viaggiare e di ricevere in dono dei **biglietti aerei** (29%), mentre altri vorrebbero un **prodotto informatico** (23%), **prodotti di telefonia** (20%) oppure **libri e riviste** (20%), che fanno gola soprattutto agli **over 55** (24%).

**E cosa regaleranno?** Anche qui spiccano **abbigliamento, calzature e accessori** (46%), che gli italiani amano donare oltre che ricevere. Al secondo posto **libri e riviste** (23%), seguiti dai **prodotti per la cura della persona** (20%), dai **giochi per bambini** (18%) e dai **prodotti alimentari** (17%). A livello generazionale emergono alcune differenze: tra gli **under 35** cresce chi opterà per **prodotti per la cura della persona** (26%), mentre gli **over 55** puntano molto su **libri e riviste** (29%) e sui **prodotti alimentari** (23%). Capitolo **high-tech**: secondo i convenzionati, sarà lo smartphone il prodotto elettronico più acquistato (83%), molto più dei **pc/tablet** (44%) e dei **televisori** (42%). Nel 63% dei casi, per l'acquisto di un nuovo telefono si ricorrerà, inoltre, al **credito al consumo**.

**Dove acquisteranno?** Circa un terzo degli italiani comprerà i propri regali **esclusivamente online** (32%), in aumento rispetto al 30% del 2018. È soprattutto per i beni "immateriali" che si preferisce l'acquisto su internet, ad esempio: **biglietti per concerti ed eventi** (con l'80% che li acquisterà online), **viaggi** e **biglietti aerei** (76%), **videogiochi** (75%). Ma non solo per quelli: anche i **prodotti di telefonia** (63%), i grandi **elettrodomestici per la cottura** (58%), **libri e riviste** (55%) e i **televisori** (55%) vedono una preponderanza dall'acquisto online. Nei negozi fisici si acquistano prevalentemente **prodotti alimentari** (83%), **abbigliamento** (66%), **prodotti per la cura della persona** (58%) e **grandi elettrodomestici da lavaggio** (56%). **I motivi?** Sono tanti, tra i più

---

---

importanti: la **possibilità di vedere e provare il prodotto** (37%), di **averlo subito a disposizione** (19%) e di **trovare offerte vantaggiose** (16%).

*“Per gli italiani la famiglia è fondamentale e sembra non ci sia occasione migliore del Natale per dimostrarlo.” – ha commentato **Luigi Pace, Direttore Centrale Marketing e Innovation di Compass**. “Il budget per i regali è, infatti, quasi interamente dedicato alla famiglia, con una sola persona, solitamente il partner, per cui spenderne circa metà. Per alcuni regali, specialmente quelli più impegnativi, abbiamo osservato poi un alto ricorso al credito al consumo, che riguarda soprattutto il comparto dell’elettronica e, in particolare, degli smartphone. Il loro prezzo talvolta elevato potrebbe frenarne l’acquisto e quindi per molti il prestito rappresenta la soluzione ideale per realizzare i propri desideri. Monitorare le tendenze e i comportamenti d’acquisto degli italiani ci aiuta quindi a capire le necessità sempre in evoluzione dei nostri clienti e a fornire loro un servizio all’avanguardia che gli permetta di concretizzare i desideri personali e di tutta la famiglia.”*

**Ma com’è andato il 2019 per gli italiani?** Il 2019 è stato un anno complesso nel percepito degli intervistati, con particolare riguardo alla situazione generale dell’Italia. Solo per il 16% l’economia nazionale è migliorata nell’ultimo anno, mentre per ben il 40% è peggiorata. Evidenze che si confermano, nonostante qualche differenza, quando l’analisi si sposta alla situazione economica della famiglia: il 19% ritiene che la propria famiglia stia meglio rispetto al 2018, il 30% peggio. In generale gli intervistati si esprimono con maggiore criticità all’aumentare dell’età. **E per il 2020 cosa prevedono?** Quando interrogati sul futuro, gli italiani tendono a essere più ottimisti: il 28% pensa che l’economia Italiana migliorerà nel 2020, così come il 32% lo pensa delle finanze della propria famiglia. Ma c’è anche chi crede possano entrambe peggiorare, il 29% lo pensa del Paese, il 18% del nucleo familiare. In generale gli italiani desiderano che si attenui la crisi economica (21%), specialmente gli over 55 (32%), stare più tempo con la famiglia (15%) e trovare un lavoro (14%), auspicio prevalente tra gli under 35 (22%). Tra i progetti da realizzare per la propria famiglia spiccano: fare un viaggio (26%), acquistare un’auto o moto (19%) e comprare casa (14%).

Per ulteriori informazioni:

**Media Relations Gruppo Mediobanca**

Tel +39-02-88291

[media.relations@mediobanca.com](mailto:media.relations@mediobanca.com)

---