

Osservatorio Compass

Consumi, per il 2018 cresce la fiducia da parte delle famiglie italiane e dei venditori.

In crescita anche la propensione a non rinunciare, dilazionando le spese: nel I° sem. 2017 il credito al consumo erogato tramite convenzionati segna +8,6%

- *A Natale l'abbigliamento, le calzature e gli accessori sono i prodotti in assoluto da regalare, ma alla persona "più cara" vincono l'elettronica e gli elettrodomestici, con gli smartphone di ultima generazione in testa*
- *Settore dell'elettronica e degli elettrodomestici: impatto del web sul calo del giro d'affari dei canali fisici per mancate vendite, alto il fenomeno dello **Showrooming** ma buone le prospettive per il prossimo anno*

Milano, 18 dicembre 2017 – Se per le famiglie italiane il 2017 è stato un anno di transizione con più ombre che luci, le prospettive per il 2018 sono più rosee non solo sotto il profilo macroeconomico del Paese, ma soprattutto in merito alla **propria situazione economica**, con il **37% dei consumatori che prevede un miglioramento e solo il 13% un peggioramento**. Segnali incoraggianti arrivano anche dalle attese di vendita per i prossimi 12 mesi dei venditori - in aumento per quasi uno su due (45,8%) - e dalle performance del credito al consumo, che ha registrato una crescita importante dei volumi finanziati tramite i punti vendita convenzionati, raggiungendo nei primi sei mesi del 2017 il valore di **9,8 mld di euro**, +8,6% rispetto allo stesso periodo del 2016 e +31,8% rispetto al 2015. Segnale che gli Italiani non sono più disposti a rinunciare, preferendo dilazionare la spesa.

Lo rileva l'ultima edizione dell'**Osservatorio Compass**, la ricerca condotta dalla società del Gruppo Mediobanca, che oltre a mettere in evidenza la ripresa della fiducia e l'importanza del credito al consumo in risposta ai bisogni dei consumatori, ha voluto anche focalizzare l'attenzione sui trend emergenti in tema di acquisti.

E quale miglior momento se non quello di monitorare le vendite nel periodo natalizio? Se a livello generale tra i prodotti da regalare vincono l'**abbigliamento, le calzature e gli accessori** (per il 67%) e i **libri e le riviste** (38%), la situazione cambia quando il destinatario è la persona "più cara". Al vertice, infatti, salgono i prodotti di **elettronica / elettrodomestici** scelti da un terzo dei consumatori (33%).

Ma quale sarà il regalo high-tech più richiesto per il Natale? Secondo i convenzionati intervistati, sotto l'albero di chi regalerà prodotti tecnologici ci sarà senza dubbio uno **smartphone** (per il 56%), con i nuovissimi modelli **delle due società leader del settore**. Seguono i **prodotti informatici** (14%) e i **piccoli elettrodomestici** per la preparazione del cibo (10%). Solo il 9%, invece, si orienterà su **TV e Smart TV**.

Quanto impatta il web sulle vendite? Secondo i punti vendita, il calo sul proprio giro d'affari a causa delle "mancate vendite" è di ben il 34% e la categoria che più subisce la concorrenza della "rete" è la **telefonia**. Inoltre, il fenomeno dello **showrooming** resta alto, con il 21% dei consumatori che entra in un negozio fisico solo per informarsi e valutare i prodotti ma acquistandoli

successivamente on-line.

Nonostante questo, anche nel settore dell'**elettronica e degli elettrodomestici** non mancano segnali positivi. Le attese di vendita per i prossimi dodici mesi sono in crescita per quattro venditori convenzionati su dieci e la stessa quota ha intenzione, nel prossimo biennio, di investire e realizzare progetti legati allo sviluppo del proprio business. Inoltre, per il prossimo anno quasi il 30% degli italiani intervistati ha previsto di dedicare un budget di spesa più elevato per l'acquisto di prodotti di elettronica ed elettrodomestici.

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 2,3 milioni di clienti attivi e 12,5 miliardi di crediti in essere ed opera attualmente attraverso circa 30.000 esercizi commerciali affiliati e 6.350 sportelli bancari, coordinati da un network di 170 punti vendita presenti su tutto il territorio nazionale; ha sede direzionale in Milano ed ha stretto nel tempo oltre 150 accordi di partnership nel settore bancario, assicurativo e della distribuzione.

Per ulteriori informazioni:

Media Relations Gruppo Mediobanca

Stefano Tassone – Simona Rendo

Tel +39-02-8829319/914

stefano.tassone@mediobanca.com

simona.rendo@mediobanca.com
