

BLACK FRIDAY: QUEST'ANNO 3 ITALIANI SU 4 FARANNO ACQUISTI, IL 39% IN PIU' DEL 2018

Secondo l'Osservatorio Mensile Findomestic, per il "Black Friday 2019" oltre la metà degli italiani ha previsto di spendere fino a 300 euro, il 13% tra i 500 e i 1.000 euro.

Tre italiani su quattro hanno intenzione di fare acquisti durante il "Black Friday 2019" – la giornata che a livello globale è dedicata a sconti e promozioni - il 39% in più di chi ha acquistato almeno un prodotto nel 2018. E' quanto emerso dal nuovo Osservatorio mensile di Findomestic, società di credito al consumo del Gruppo BNP Paribas. Sono soprattutto i residenti nel Centro (77%) e Sud Italia (80%) a dirsi pronti a spendere il prossimo 29 novembre.

FINO A 1.000 EURO DI BUDGET PREVISTO. Secondo l'Osservatorio, realizzato in collaborazione con Doxa, oltre la metà degli intervistati (52%) prevede di spendere fino a 300 euro per gli acquisti nel giorno del "Black Friday". Fissato per il 29 novembre, mai come quest'anno il "Venerdì Nero" e il successivo "Cyber Monday" di lunedì 2 dicembre saranno utilizzati per risparmiare anche in vista dei regali di Natale. Il 41% di chi ha intenzione di fare acquisti li farà anche per conto di altri e l'avvicinarsi delle festività di fine d'anno è uno dei motivi che porta prevedere una spesa tra i 300 e i 500 euro da parte di 1/4 degli italiani mentre il 13% spenderà da 500 a 1000 euro.

OCCHI PUNTATI SULL'ABBIGLIAMENTO. L'abbigliamento, confermando il dato degli acquisti dichiarato dagli intervistati per il Black Friday 2018, è quello a cui puntano gli italiani per il Black Friday anche nel 2019: il 51% lo mette al primo posto nella lista dei desideri seguito dagli elettrodomestici (26%). Gli smartphone si fermano al 3° posto (23%), ma acquisiscono tre posizioni rispetto al 2018, e si collocano quasi alla pari di cosmetici e profumeria (22%).

ANCHE PER GLI ITALIANI IL BLACK FRIDAY E' ORMAI UNA REALTA'. Nato in America con il significato di "venerdì nero" per il traffico che si andava a creare nelle strade dello shopping, il Black Friday è atteso e conosciuto anche dalla quasi totalità degli italiani: secondo l'Osservatorio Findomestic il 97% ne ha sentito parlare e quasi il 60% ha effettuato almeno un acquisto nelle edizioni precedenti. Per il 29% degli intervistati, i saldi invernali arrivano troppo tardi mentre per il 31% il Black Friday non ha eguali in termini di sconti, un'occasione da non perdere.

OSSERVATORIO MENSILE FINDOMESTIC: AD OTTOBRE CALO GENERALE PER LE INTENZIONI D'ACQUISTO
In confronto a settembre l'ultimo mese è in negativo per auto, tecnologia, elettrodomestici e viaggi. Rispetto allo scorso anno in crescita solo i settori casa ed efficienza energetica.

L'Osservatorio mensile Findomestic di novembre, realizzato dalla società di credito al consumo del gruppo BNP Paribas in collaborazione con Doxa, evidenzia un calo delle intenzioni d'acquisto in tutti i settori analizzati. Auto nuove, usate o motocicli superano il punto percentuale in meno, ma ne risentono anche il settore tecnologico, quello degli elettrodomestici e soprattutto viaggi e vacanze (-4,9 punti percentuali). Stabile il settore casa così come la fiducia degli italiani nei confronti del Paese e riguardo alla situazione del proprio nucleo familiare.

AUTO O MOTO POSSONO ATTENDERE. Che si tratti di auto nuove (-1,2), usate (-1,3), motocicli (-1) o e-bike (-1), in ottobre le intenzioni d'acquisto di veicoli fanno registrare un calo generalizzato di circa 1 punto percentuale. L'intenzione di spesa media per comperare un'auto nuova supera i 19.800 euro, mentre per un'usata 6.324 euro.

LANGUONO LE RISTRUTTURAZIONI. Tra settembre e ottobre 2019 la propensione all'acquisto del settore casa è rimasta sostanzialmente stabile: se per case e appartamenti (- 0,2 p.p) e mobili non ha subito cambiamenti, è in calo di 0,5 p.p. l'intenzione di impegnarsi in una ristrutturazione.

400 EURO PER UNO SMARTPHONE NUOVO. Telefonia a -1,1 punti percentuali rispetto a settembre 2019, PC e accessori a -2,0 p.p, tablet e e-book a -0,5 e fotocamere e videocamere a -1,6 p.p.: le intenzioni d'acquisto del comparto tecnologico disegnano una parabola discendente. Per un computer – ha rilevato l'Osservatorio – si pensa di spendere mediamente 555 euro, mentre per un nuovo telefono mediamente 400 euro, 351 per una fotocamera/videocamera e 303 per un tablet.

TV, PICCOLI E GRANDI ELETTRODOMESTICI LONTANI DAL SEGNO PIU'. La propensione all'acquisto di elettronica di consumo è in forte calo rispetto al mese precedente: TV 1,9 punti percentuali in meno, Hi-fi -2,7 e piccoli e grandi elettrodomestici -1,6. Per i piccoli elettrodomestici gli italiani pensano di spendere mediamente 193 euro, un esborso lontano da quello per TV (592 euro) o grandi elettrodomestici (831€).

L'EFFICIENZA ENERGETICA NON È UNA PRORITA'. Ottobre non è stato il mese in cui gli italiani hanno pensato all'acquisto di soluzioni per l'efficienza energetica: se impianti fotovoltaici e solari termici rimangono stabili, l'intenzione di acquistare stufe e caldaie e nuovi infissi/serramenti sono calate di 0,6 p.p. e 0,8 p.p.

VIAGGI E VACANZE? NESSUN PROGRAMMA. Il diffuso trend congiunturale negativo non ha risparmiato il "tempo libero": l'arrivo dell'autunno ha infatti comportato un crollo di 4,9 p.p. delle intenzioni d'acquisto di viaggi e vacanze e un calo dell'1,9 p.p. di attrezzature per il fai-da-te.

RISPETTO A OTTOBRE 2018 SOLO LA CASA IN POSITIVO. L'analisi tendenziale* non smentisce i trend di quella congiunturale. L'intenzione d'acquisto di veicoli - tra auto nuove e motocicli - è in calo di mezzo punto percentuale e solo le auto usate mantengono stabilità. La telefonia scende di 1,4 punti percentuali e analogamente PC e accessori (-1,5 p.p.). È marcata la discesa delle intenzioni d'acquisto di TV e Hi-Fi che a ottobre 2019 fanno registrare -2,6 p.p. rispetto a ottobre 2018. Il settore del tempo libero non ha fatto registrare particolari scossoni con stabilità per viaggi e vacanze e attrezzature e fai-da-te e un calo di 1,3 p.p. per attrezzature e abbigliamento sportivo. In controtendenza positiva il settore casa: +0,8 p.p. le intenzioni d'acquisto di case e appartamenti e +1 p.p. per i mobili.

**(rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente)*



Findomestic Banca opera al servizio di oltre due milioni di clienti, ai quali si rivolge per proporre soluzioni di credito, assicurative e di risparmio. Presente in tutta Italia, Findomestic ispira la propria attività ai principi della Responsabilità Sociale, promuovendo un approccio al credito sostenibile e responsabile, per sviluppare una relazione di lungo periodo con il Cliente, con i Partner, e con tutti i suoi stakeholders. Partecipata al 100% da BNP Paribas Personal Finance, Findomestic è parte del Gruppo BNP Paribas presente in più di 70 paesi, con oltre 189.000 collaboratori, dei quali oltre 146.000 in Europa.

Ufficio stampa SEC SPA

via Ferrante Aporti, 8 – Milano

Angelo Vitale – vitale@secrp.com - 338/6907474