

## F&A News del 25 Novembre 2020.

### Black Friday 2020: gli italiani spenderanno di più ma saranno meno impulsivi

#### Abbigliamento, Piccoli Elettrodomestici e Libri i prodotti più desiderati

*A pochi giorni dal Black Friday, sale al 61% la percentuale di chi ha intenzione di fare acquisti approfittando delle promozioni di questi giorni. Gli italiani pianificano di spendere di più rispetto al 2019 e tra i prodotti più desiderati ci sono l'abbigliamento, i piccoli elettrodomestici e i libri. Rispetto allo scorso anno però i consumatori saranno meno impulsivi e più attenti alla qualità. Uno dei settori più importanti per il Black Friday sarà ancora quello della Tecnologia: gli acquisti quest'anno saranno trainati da fenomeni come lo smartworking e la didattica a distanza, la maggiore attenzione alla salute e al benessere e la crescita del tempo dedicato alla cucina.*

Secondo i dati più recenti che emergono dall'indagine GfK Black Friday 2020 ben il 61% degli italiani ha intenzione di fare acquisti durante le promozioni del Black Friday 2020. Un dato in crescita rispetto alla rilevazione precedente, che risale a settembre 2020, quando

si attestava al 54%. Un segno che, con l'avvicinarsi della data, cresce anche l'attrattiva di questo evento promozionale.

Come già rilevato per le passate edizioni, il Black Friday è un appuntamento molto apprezzato in particolare tra chi è solito fare acquisti online e tra i più giovani. Quest'anno però la crescita di interesse maggiore nei confronti del Black Friday si registra tra i Baby Boomers.

#### Ma come sarà diverso il Black Friday 2020 nell'anno del COVID-19?

In generale, nell'immaginario degli italiani questo evento rimane ancora molto legato al concetto di convenienza e alla possibilità di comprare prodotti che di solito non ci si potrebbe permettere.

Rispetto allo scorso anno, però, i consumatori italiani sembrano essere meno impulsivi e più attenti a quello che acquistano: non vogliono comprare qualcosa tanto per farlo, ma sono più selettivi e più attenti alla qualità. Questo è un trend che si rileva anche tra quei consumatori che sono maggiormente abituati a fare acquisti online e che rispetto al passato sembrano fare acquisti più "razionali" e meno legati all'impulsività o alle promozioni del momento.

Quest'anno inoltre gli italiani hanno intenzione di informarsi bene prima di decidere cosa acquistare e dove, proprio per evitare di fare acquisti sbagliati. A conferma di questo, ben il 64% dichiara che comprerà solo su siti e/o negozi di cui si fida e che conosce già bene.

## I prodotti più desiderati per il Black Friday 2020

Tra le oltre 30 categorie di prodotti indagate dall'indagine GfK, al primo posto tra i prodotti più desiderati ci sono ancora una volta l'Abbigliamento e gli Accessori, che mantengono stabile la propria posizione rispetto al 2019. Seguono in classifica i Piccoli Elettrodomestici – che sono sempre più desiderati anche per effetto del tempo crescente trascorso in casa - e i Libri, che guadagnano diverse posizioni rispetto allo scorso anno. In generale, quest'anno gli italiani esprimono l'intenzione di diversificare maggiormente gli acquisti rispetto allo scorso anno, spalmandoli su più categorie di prodotto.

Cresce anche il budget medio stanziato per gli acquisti del Black Friday, che passa dai 195 euro dello scorso anno ai 210 euro di quest'anno, con differenze però significative tra le diverse categorie di consumatori.

Infine, rispetto agli scorsi anni, quello 2020 sarà sicuramente un Black Friday più omnichannel per quanto riguarda l'esperienza di acquisto nel suo complesso, sia nella fase di ricerca di informazioni sia in quella di finalizzazione dell'acquisto. Infatti, il 62% degli intervistati dichiara che deciderà il canale di acquisto (sia fisico che digitale) che utilizzerà per i propri acquisti sulla base delle offerte e delle opportunità del momento.

## Tecnologia di consumo: i trend che guideranno il Black Friday

Ormai da qualche anno, il Black Friday è il più importante evento promozionale dell'anno per il mercato dei beni tecnologici e durevoli. Lo scorso anno le vendite sono cresciute del +12% nei principali paesi europei\*\* e anche quest'anno GfK prevede una crescita del mercato, che sarà guidata da alcuni trend che riguardano i consumatori e i nuovi bisogni emersi nel corso del 2020:

- **Studio e lavoro da casa:** secondo quanto emerge dall'indagine GfK Consumer Life, a livello internazionale 7 su 10 tra lavoratori e studenti hanno lavorato da casa almeno una volta alla settimana quest'estate. Questo ha portato a un'impennata delle vendite di prodotti IT e Attrezzature per l'ufficio e GfK prevede che questo trend continuerà anche nei prossimi mesi, con una crescita del +15% a valore a fine anno.
- **Salute, benessere e igiene:** l'attenzione a queste tematiche - in crescita già da alcuni anni - ha subito un'accelerazione a causa della pandemia. GfK si aspetta che durante il Black Friday e nelle settimane prima di Natale crescano molto le vendite di smartwatch, fitness trackers e di attrezzature per cucinare in maniera più sana, come ad esempio i forni con funzione vapore o i frullatori. Secondo i risultati dello studio GfK Consumer Life 2020, 1 persona su 2 è alla ricerca di

prodotti o servizi che aiutino ad avere uno stile di vita più sano.

- **Mangiare a casa:** oggi le persone passano più tempo in casa e quindi dedicano anche più tempo alla cucina e alle pulizie. Secondo l'indagine GfK Consumer Life, nel 2020 è cresciuta del 10% la percentuale di chi cucina per divertimento in casa almeno una volta alla settimana. Questo è confermato dalle rilevazioni GfK: tra maggio e luglio 2020 le vendite di dispositivi per la preparazione del cibo sono più che raddoppiate in tutti i Paesi (tranne la Cina). Negli ultimi mesi sono crescite anche le vendite di robot da cucina e macchine per il caffè, tutti prodotti che presumibilmente saranno molto richiesti anche nella settimana del Black Friday.

Nel 2020, 2 consumatori su 5 hanno trascorso più tempo online: l'emergenza COVID-19 ha accelerato la digitalizzazione in tutti gli strati della popolazione, portando molte persone a usare per la prima volta l'e-commerce. Secondo lo studio GfK Consumer Pulse Report, due consumatori su cinque dichiarano di aver trascorso più tempo su internet quest'anno. La crescita degli acquisti online è continuata anche dopo la fine del lockdown, anche se a ritmi inferiori.

*\* Fonte: Indagine GfK Black Friday 2020. Periodo di rilevazione: dal 28 Ottobre al 5 novembre 2020*

*\*\* Dati riferiti ai seguenti Paesi: Germania, Francia, Italia, Regno Unito, Spagna, Russia, Polonia, Brasile, Turchia.*