

Sabato, 12 dicembre 2020

**CONFCOMMERCIO**
IMPRESE PER L'ITALIA

online



L'ANALISI

GLI ACQUISTI DI NATALE AL TEMPO DEL COVID

Indagine Confcommercio: quest'anno la spesa complessiva cala del 18%. Forte crescita per gli acquisti di abbonamenti a piattaforme streaming e buoni per acquisti on line. Come da tradizione si confermano al top generi alimentari e giocattoli.



12 dicembre 2020

Il pesantissimo impatto del Covid sul reddito familiare ha segnato profondamente le attitudini d'acquisto degli italiani. La fotografia del momento l'ha scattata **Confcommercio** con un'**indagine sui consumi di Natale** dopo quella realizzata dall'**Ufficio Studi su consumi e tredicesime**. L'atmosfera di incertezza ha "colpito" la consolidata abitudine di cominciare a fare regali a fine novembre e che **la spesa complessiva per i regali di Natale è calata del 18%**.

COSA REGALERANNO GLI ITALIANI IN OCCASIONE DEL NATALE 2020

I generi alimentari si confermano anche per il 2020 la tipologia di regalo più diffusa: il 68% dei rispondenti ha affermato che effettuerà un regalo di questo genere; seguono giocattoli (51,2%), libri ed ebook (47,2%), abbigliamento (45%) e prodotti per la cura della persona (36%). Tra i prodotti acquistati che registrano un forte calo, a causa delle restrizioni imposte dalla pandemia, spiccano soprattutto i biglietti per spettacoli e concerti (-25,9%) e i trattamenti di bellezza e massaggi presso le Spa (-25%); anche i viaggi, con un calo di quasi il 5%, risultano penalizzati dall'attuale situazione; sul versante opposto, spicca l'aumento dei regali "digitali" che possono essere acquistati senza doversi recare presso i negozi fisici: in particolare, **abbonamenti a piattaforme streaming** (Netflix, Amazon, etc.) +10,5% e **buoni regalo per acquistare online** (+7,2%).

| | 2020 | 2019 | Var. | |
|---------------------------------------------------|------|------|-------|---|
| Generi alimentari | 68,0 | 73,3 | -5,3 | ↓ |
| Giocattoli e giochi per bambini | 51,2 | 55,0 | -3,8 | ↓ |
| Libri ed ebook | 47,2 | 45,5 | +1,7 | ↑ |
| Capi di abbigliamento | 45,0 | 47,1 | -2,1 | ↓ |
| Prodotti per la cura della persona | 36,0 | 34,5 | +1,5 | ↑ |
| Carte regalo o buoni regalo digitali | 33,4 | 26,2 | +7,2 | ↑ |
| Vino e liquori | 31,0 | 29,0 | +2,0 | ↑ |
| Abbonamenti a piattaforme streaming | 25,5 | 15,0 | +10,5 | ↑ |
| Film, dvd e musica digitale | 21,0 | 16,6 | +4,4 | ↑ |
| Trattamenti di bellezza (massaggi, sedute in SPA) | 18,0 | 43,0 | -25,0 | ↓ |
| Giochi elettronici | 18,0 | 14,6 | +3,4 | ↑ |
| Computer, accessori pc | 12,0 | 13,1 | -1,1 | ↓ |
| Calzature | 11,0 | 14,5 | -3,5 | ↓ |
| Smartphone | 11,0 | 13,3 | -2,3 | ↓ |
| Gioielli | 10,4 | 14,8 | -4,4 | ↓ |
| Prodotti per animali | 8,4 | 9,1 | -0,7 | ↓ |
| Tablet/ kindle | 6,0 | 7,1 | -1,1 | ↓ |
| Prodotti per la pratica sportiva | 6,0 | 9,7 | -3,7 | ↓ |
| Biglietti per concerti e spettacoli* | 4,6 | 30,5 | -25,9 | ↓ |
| Articoli per la casa, mobili e oggettistica | 4,0 | 1,3 | +2,7 | ↑ |
| Elettrodomestici | 3,3 | 5,5 | -2,2 | ↓ |
| Viaggi e pacchetti prepagati* | 2,0 | 6,6 | -4,6 | ↓ |

Valori percentuali

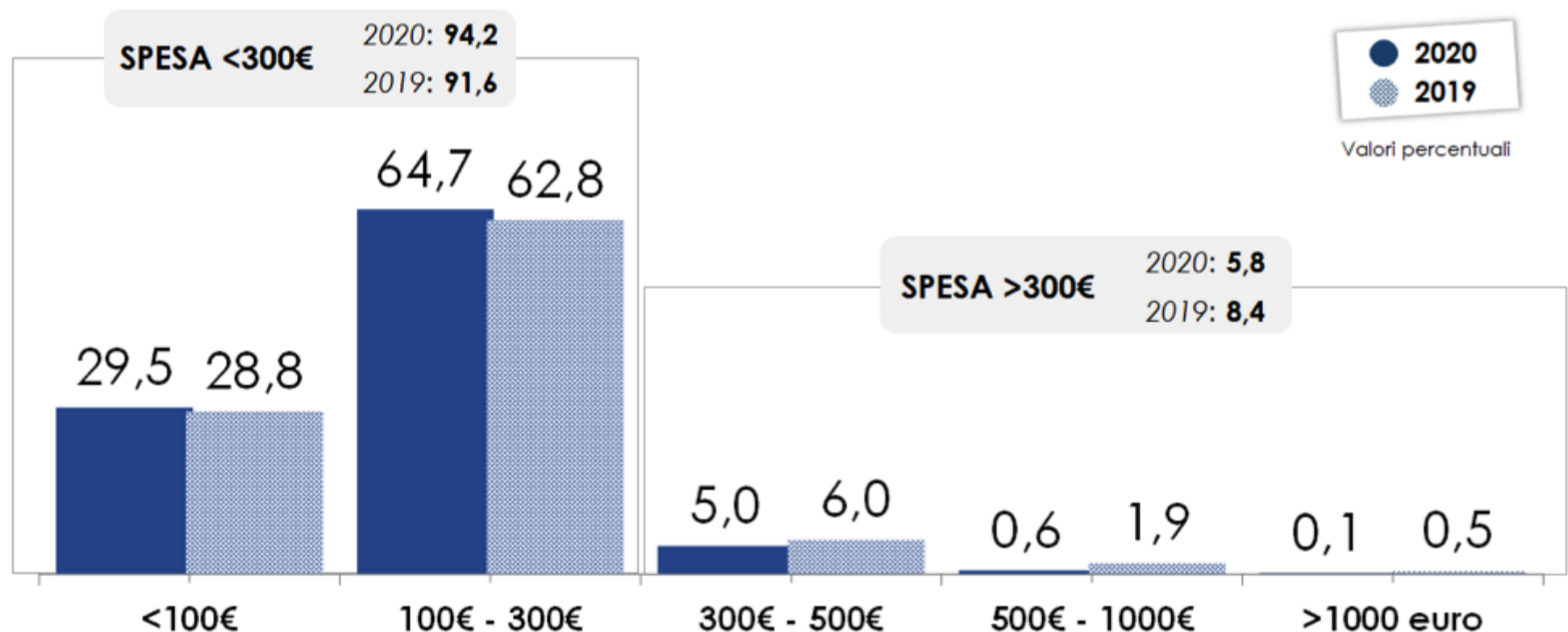
IL PERIODO PER FARE I REGALI

Quest'anno, soprattutto a causa della crisi e dell'incertezza di molti consumatori che attendono di sapere cosa accadrà nelle loro zone e, quindi, quali possibilità di "movimento" avranno per festeggiare il prossimo Natale, si inverte la tendenza ad anticipare l'acquisto dei regali approfittando delle campagne scontistiche di fine novembre (come il Black Friday e il Cyber Monday): **la quota di acquisti effettuati tra il 16 e il 30 novembre si riduce, infatti, dal 26% al 20%**, mentre aumentano i consumatori che preferiscono la prima metà di dicembre per l'acquisto dei regali (60,9% contro il 51,3% del 2019). Solo il 15,8% si dedicherà alla "caccia" al regalo tra il 16 e il 31 dicembre.

LA CIFRA CHE SI INTENDE SPENDERE PER GLI ACQUISTI

Quest'anno per i regali **si spenderanno complessivamente 7,3 miliardi, in calo del 18% rispetto allo scorso anno (8,9 miliardi)**. In termini pro capite, si spenderanno 164 euro, cifra leggermente inferiore a quella del Natale 2019 (169 euro).

Con riferimento al budget stanziato, **aumentano i consumatori che spenderanno meno di 300 euro per i regali** (94,2% erano il 91,6% nel 2019) e si riduce in modo vistoso la percentuale dei consumatori che spenderanno oltre i 300 euro (-31% la variazione percentuale rispetto al 2019). Comportamenti che, nel complesso, diminuiscono il valore degli acquisti.



UTILIZZO DELLA TREDICESIMA

Tra coloro che percepiscono la tredicesima (il 71,4% dei consumatori), il 27,3% la metterà da parte sotto forma di risparmio, **il 27,1% la utilizzerà per le spese per la casa e la famiglia**, mentre il 17,3% la utilizzerà per acquistare i regali di Natale e il 12,9% ci pagherà tasse e bollette.

