

Dall'analisi realizzata dall'Ente in collaborazione con Format Research emerge che oltre l'80% dei consumatori lucani quest'anno farà meno regali

Confcommercio Potenza: avviata l'indagine sugli acquisti natalizi

POTENZA. Oltre l'80 % dei consumatori lucani ritiene che il Natale 2022 sarà vissuto in maniera più dimessa e di conseguenza farà meno acquisti, soprattutto regali, rispetto a Natale 2021.

La sfiducia dei consumatori per l'imminente Natale è dovuta principalmente alla preoccupazione «per l'aumento dei costi dei prodotti alimentari e delle bollette». È questa la tendenza che emerge da un'indagine sui consumi di Natale realizzata da Confcommercio in collaborazione con Format Research.

In sintesi i risultati dell'indagine mette in evidenza come un terzo dei consumatori non farà acquisti principalmente per risparmiare, per il peggioramento della propria condizione economica o per l'aumento dei prezzi a causa dell'inflazione; in ogni caso, in cima alla lista dei regali più diffusi si confermano i prodotti enogastronomici (70%), seguiti da giocattoli (49%), libri ed ebook (48%), abbigliamento (47%), prodotti per la cura della persona (41%); tra i regali che registrano l'incremento maggiore rispetto all'anno scorso si segnalano i prodotti per animali (+8,4%); per chi sceglierà di acquistare online i regali, si confermano in cima alla lista anche quest'anno carte regalo (77,8%) e abbonamenti streaming (76,4%); al di là dei regali rivolti al proprio nucleo familiare, il 50,3% farà regali ad amici e conoscenti e ad acquistarli saranno prevalentemente i coniugi in coppia. Quanto al budget di spesa stanziato per gli acquisti, il 60% spenderà tra 100 e 300 euro, mentre 1 consumatore su 3 non supererà i 100 euro; della tredicesima, comunque, solo una piccola parte sarà destinata ai regali, mentre il grosso se ne andrà per spese per la casa, tasse e bollette; tra i canali di acquisto preferiti, Internet

si conferma al primo posto (64,6%), anche se in calo per la prima volta dal 2009, mentre salgono le preferenze per i negozi di vicinato (dal 42,5% al 45%).

In ogni caso, tra chi ha deciso di mettere qualcosa sotto l'albero, i prodotti alimentari si confermano al primo posto tra i regali (75,2%) seguiti da libri (55%) e giocattoli (54,4%), categorie tutte in crescita rispetto all'anno scorso; bene anche i capi di abbigliamento (42%), seppur in leggero calo rispetto al 2020, e le carte regalo (41%). Tra i prodotti in maggiore crescita rispetto allo scorso Natale, si segnalano gli smartphone (+10%). Meno di 300 euro il budget per gli acquisti.

«In uno scenario particolarmente complesso ci conforta – commenta il presidente di Confcommercio Potenza Fausto De Mare – la fiducia rinnovata per i negozi di vicinato. Una scelta che ci ripaga dell'impegno profuso da anni per riavvicinare i cittadini agli esercizi del proprio comune in modo da fronteggiare la competizione del commercio on line che per queste festività segna comunque un rallentamento oltre a fronteggiare la concorrenza dei centri commerciali, specie delle regioni limitrofe, che da sempre attraggono i consumatori lucani». «La nostra non è certo una semplice difesa di categoria. - conclude De Mare - I negozi di vicinato sono fondamentali per l'economia e l'occupazione locale. Non sottovalutiamo una tendenza sempre più diffusa: si attende la stagione dei saldi agli inizi del nuovo anno per acquisti importanti magari rinviati specie per abbigliamento e calzature ma sempre in negozi di vicinato. Confcommercio c'è dalla parte di piccoli imprenditori e consumatori ai quali rinnova consulenza ed assistenza».



De Mare

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3015



Superficie 36 %