



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

**DIREZIONE COMUNICAZIONE E IMMAGINE
UFFICIO STAMPA**

196/20

Roma, 12 dicembre 2020

Incertezza fa slittare gli acquisti alla prima metà di dicembre. Cala del 18% la spesa complessiva per i regali di Natale

CONFCOMMERCIO SU REGALI DI NATALE: ALIMENTARI E GIOCATTOLI AL TOP, CROLLANO INTRATTENIMENTO E TRATTAMENTI BELLEZZA

A causa dell'incertezza conseguente alla pandemia, perde appeal l'acquisto anticipato dei regali a fine novembre, effettuato dal 20% dei consumatori contro il 26% dell'anno scorso, e aumenta dal 51,3% al 61% la quota di chi preferisce aspettare la prima metà di dicembre; tra chi farà i regali (il 74,2% dei consumatori) generi alimentari (68%) e giocattoli (51,2%), seppure in flessione rispetto allo scorso anno, si confermano come la tipologia più gettonata, ma a registrare la maggiore crescita rispetto al 2019 sono gli abbonamenti a piattaforme streaming (+10,5%) e i buoni regalo digitali (+7,2%); pesante calo, invece, per l'acquisto di biglietti per spettacoli e concerti (-26%) e per i trattamenti di bellezza (-25%) per le evidenti restrizioni imposte dalla pandemia; quanto al budget previsto per i regali, la spesa media pro capite sarà di 164 euro a testa, in leggero calo rispetto ai 169 euro del 2019, ma l'aumento delle spese inferiori ai 300 euro (dal 91,6% al 94,2%) e la riduzione di quelle superiori ai 300 euro (-31%), di fatto, riducono il valore degli acquisti; infatti, quest'anno la spesa complessiva per i regali di Natale è in calo del 18%, passando da quasi 9 miliardi di euro del 2019 a 7,3 del 2020; in ogni caso, solo il 17,3% della tredicesima sarà destinato ai regali, mentre la maggior parte (oltre il 67%) verrà utilizzata per spese per la casa, risparmio, tasse e bollette; c'è, poi, l'altra faccia della medaglia, ovvero un quarto della popolazione che quest'anno non acquisterà i regali soprattutto per il semplice motivo che, a causa dell'emergenza sanitaria, sarà praticamente impossibile il classico scambio sotto l'albero con parenti e amici.

Questi, in sintesi, i principali risultati di un'indagine sui consumi di Natale 2020 realizzata da Confcommercio-Imprese per l'Italia.

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 (es. Netflix) +10,5% e buoni regalo per acquistare online (+7,2%).

E' significativo (fig. 1) che le prime due tipologie di acquisti - generi alimentari e giocattoli - saldamente in testa alla classifica dei regali negli ultimi anni, per il Natale 2020 registrino, rispettivamente, una flessione del 5,3% e del 3,8%.

Fig. 1 - I prodotti che saranno regalati a Natale

	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

*pensavo di acquistarli prima delle vigenti restrizioni.

La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

Fonte: Confcommercio

IL PERIODO PER FARE I REGALI

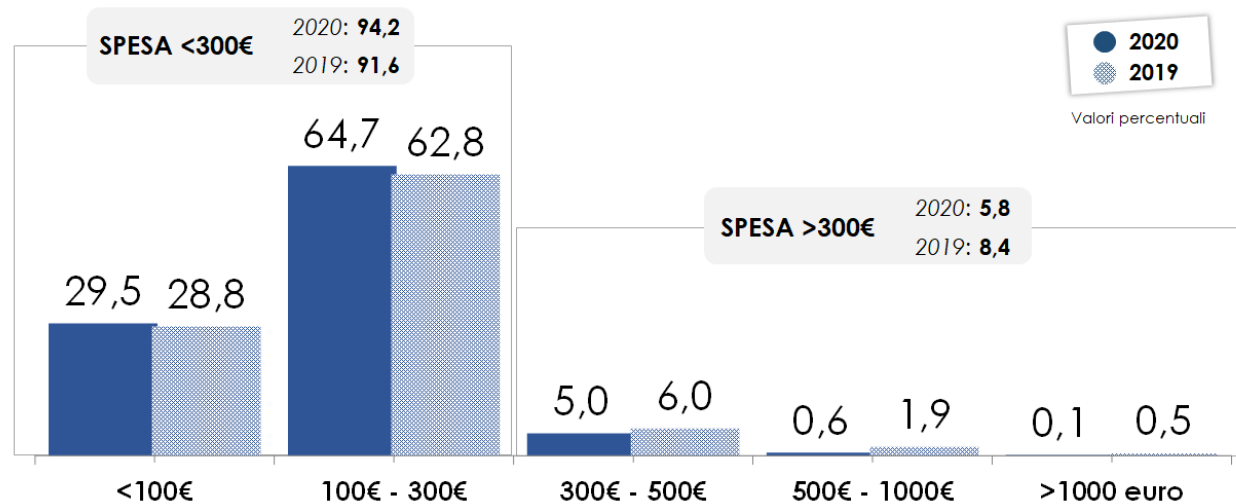
Quest'anno, soprattutto a causa della crisi e dell'incertezza di molti consumatori che attendono di sapere cosa accadrà nelle loro zone e, quindi, quali possibilità di "movimento" avranno per festeggiare il prossimo Natale, si inverte la tendenza ad anticipare l'acquisto dei regali approfittando delle 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 (fig. 2), 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.

Fig. 2 - Quale cifra si aspetta di spendere per il complesso dei regali?

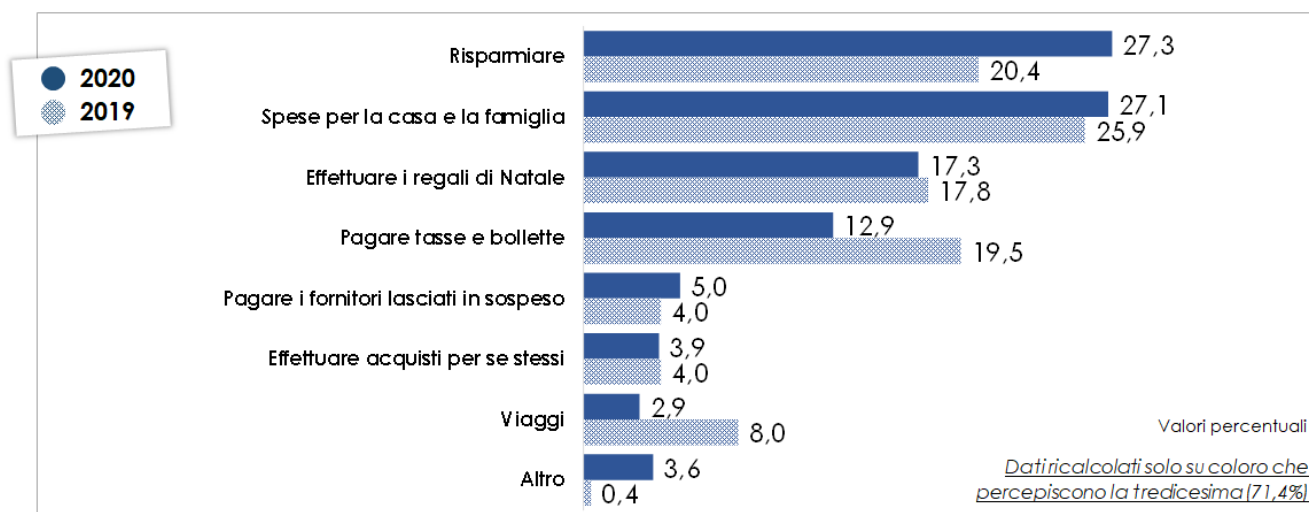


Fonte: Confcommercio

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 (fig. 3).

Fig. 3 - Come pensa di utilizzare in prevalenza la tredicesima?



Fonte: Confcommercio

Nota metodologica – L'indagine sui consumi degli italiani in occasione delle prossime festività natalizie 2020 è stata effettuata da Format research su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo dei consumatori italiani >18 anni. E' basata su una indagine di campo realizzata con il metodo delle interviste telefoniche (Sistema Cati) e via web (Sistema Cawi). Numerosità campionaria complessiva 1.483 casi (1.483 interviste a

buon fine) Anagrafiche "non reperibili" 1.656 (41,1%); "Rifiuti" 887 (22%); "Sostituzioni" 2.543 (63,2%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 2,5\%$).
Fonte delle anagrafiche: Elenchi Telefonici. L'indagine è stata effettuata nel periodo: 19-23 novembre 2020.