

# **Regali di Natale, budget confermato. Ecco chi sale e chi scende**

written by Redazione  
5 Dicembre 2016





Per il Natale 2016, gli italiani regaleranno in prevalenza generi alimentari, giocattoli e giochi per bambini, capi di abbigliamento, libri, prodotti per la cura della persona, vino, calzature, telefoni cellulari e smartphone. I generi alimentari si confermano anche per il 2016 la tipologia di regalo più diffusa: il 73,7% (contro il 74,7% del 2015) del campione dell'indagine realizzata da Confcommercio in collaborazione con Format-Reserach ha affermato che effettuerà un regalo di questo genere.

Tra i prodotti maggiormente acquistati nel 2016 salgono rispetto al 2015 i giocattoli per i bambini (46,7% contro il 45,4% del 2015), capi d'abbigliamento (46,3% contro il 46,2% del 2015), i libri (41,7% contro il 36,4% del 2015), i prodotti per la cura della persona (34,9% nel 2016, erano il 30,6% nel 2015), il vino (27,8% contro il 26,4% del 2015) e le calzature (17,1% nel 2016, erano il 15,5% nel 2015). In aumento anche la percentuale dei consumatori che pensano di acquistare gioielli e bijoux (10,8% contro il 7,8% del 2015). In diminuzione cellulari, smartphone e articoli tecnologici: accessori per il pc, tablet, stampanti, etc.

Forse anche per un senso di incertezza per l'attuale situazione - rileva l'indagine - si faranno più regali ai propri familiari (il 68,6% contro il 67,8% del 2015) e a se stessi (44,4% contro il 37,1% dello scorso anno) e un po' meno a conoscenti, amici

e parenti lontani (il 30,5% contro il 32,5), anche se, ed è un segnale positivo, quest'anno si riduce di quasi 20 punti la percentuale di chi attenderà gli ultimissimi giorni a ridosso delle festività per acquistare i regali (dal 37,3% al 18,6%).

Quanto al budget di spesa previsto, la stragrande maggioranza dei consumatori (93,3%) cercherà di non superare complessivamente i 300 euro (sostanzialmente in linea con l'anno scorso), cifra che potrebbe aumentare anche per effetto dell'abolizione della Tasi.

Gli acquisti saranno effettuati in prevalenza presso i punti vendita della grande distribuzione (75,6%) e i negozi tradizionali (56%), ma è in forte crescita l'utilizzo del web, un canale di acquisto a cui nel 2009 si rivolgeva appena il 3,8% degli italiani. Dopo tre anni, nel 2012 la percentuale è salita al 28,3%, nel 2015 al 39,6% e oggi si attesta al al 44%.

>> [L'indagine](#)