

# Regali di Natale: prodotti enogastronomici, giocattoli e cura persona e bellezza in testa

*Ascom stima una spesa di 174 euro pro capite (186 a livello nazionale). Cresce internet, ma i negozi non perdono il loro appeal*

Scatta ufficialmente il conto alla rovescia per i regali da scartare sotto l'albero e si affrettano le corse in cerca degli ultimi doni. Secondo la ricerca nazionale Confcommercio la spesa media che gli italiani destineranno alle strenne natalizie sarà di 186 euro a persona (in crescita rispetto ai 157 euro del 2022), quella media dei bergamaschi è inferiore: Ascom Confcommercio Bergamo stima 174 euro a residente, nonostante un budget tendenzialmente maggiore della media nazionale, ma una minore inclinazione agli acquisti per regali. Tra i pacchi più gettonati, a livello nazionale, i prodotti enogastronomici (72,7%) si confermano in cima alla lista delle preferenze, seguiti da giocattoli (50,1%), prodotti di bellezza (49,6%), abbigliamento (49,4%) e libri (41,6%); tra i regali che registrano l'incremento maggiore rispetto all'anno scorso si segnalano i prodotti per la cura della persona (+8,6%), i gioielli (+7,9%) e i trattamenti di bellezza (+6,7%); carte regalo e abbonamenti a piattaforme streaming risultano, invece, i regali più acquistati online. "La spesa per regali è più bassa rispetto a quella nazionale non tanto per la possibilità di spesa, ma per abitudini, consuetudini e predisposizione culturale- commenta Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Il bergamasco è più parsimonioso e spende più per acquisti produttivi e vacanze che per fare regali. Anche nella nostra provincia si afferma il fenomeno dei regali acquistati on line, grazie

anche all'allungamento del periodo riservato alla ricerca dei regali, che si estende a tutto il mese di novembre, specialmente in occasione del Black Friday". Se la maggioranza compra almeno uno o più prodotti sul web, resta alta la quota che si concentra nel commercio tradizionale: "I negozi non perdono il loro appeal, ma anzi contribuiscono a rendere più gratificante l'esperienza di acquisto specialmente di un dono, da vedere e toccare con mano, da presentare confezionato al meglio, oltre a rendere più agevole eventuali cambi". Cambiano anche le idee regalo: "In questi ultimi anni, accanto alla posizione privilegiata dei giocattoli che fanno felici i bambini e che si mantengono stabili, hanno guadagnato posizione i prodotti alimentari e per la cura della persona, mentre- pur recuperando qualcosa nell'ultimo anno- hanno ormai perso la leadership storica i prodotti di abbigliamento, oltre a hi-tech e tecnologia, anche se i risponditori che sfruttano l'intelligenza artificiale sono comunque apprezzati. In forte calo i libri e l'ebook, mentre crescono le carte regalo che lasciano libero il beneficiario della scelta".

## **I dati della ricerca**

### **Il regalo degli italiani**

Tra le tipologie di articoli, si regaleranno soprattutto prodotti enogastronomici (72,27%), giocattoli (50,1%), prodotti per la cura della persona (49,6%), capi di abbigliamento (49,4%), con un trend in aumento rispetto al 2022. Cresce infatti per la prima volta dal 2019 la percentuale di chi farà regali, dal 72,7% dello scorso anno al 73,2% attuale. Tra i regali acquistati online, prevalgono le carte regalo (83,4%) e gli abbonamenti streaming (77,8%), seguiti da libri ed ebook (65,2%), oltre a film, dvd e musica digitale (38,7%).

### **I canali di acquisto**

Tra i canali di acquisto preferiti, Internet si conferma al

primo posto (68,5%) e in aumento del 4% rispetto all'anno scorso, ma cresce anche l'utilizzo dei negozi di vicinato (dal 45% al 48,3%) e i punti vendita della distribuzione organizzata (dal 53% al 67,7%). Stabili gli acquisti presso outlet e spacci e quelli nei punti vendita del commercio equo e solidale.

### **La corsa agli acquisti**

Anche se in calo rispetto all'anno scorso, le prime due settimane di dicembre si confermano il periodo dove si concentrano i maggiori acquisti di regali di Natale (46,4%), ma aumenta rispetto allo scorso anno la quota di coloro che hanno già fatto gli acquisti nella seconda metà di novembre (dal 33% al 38,9%).