

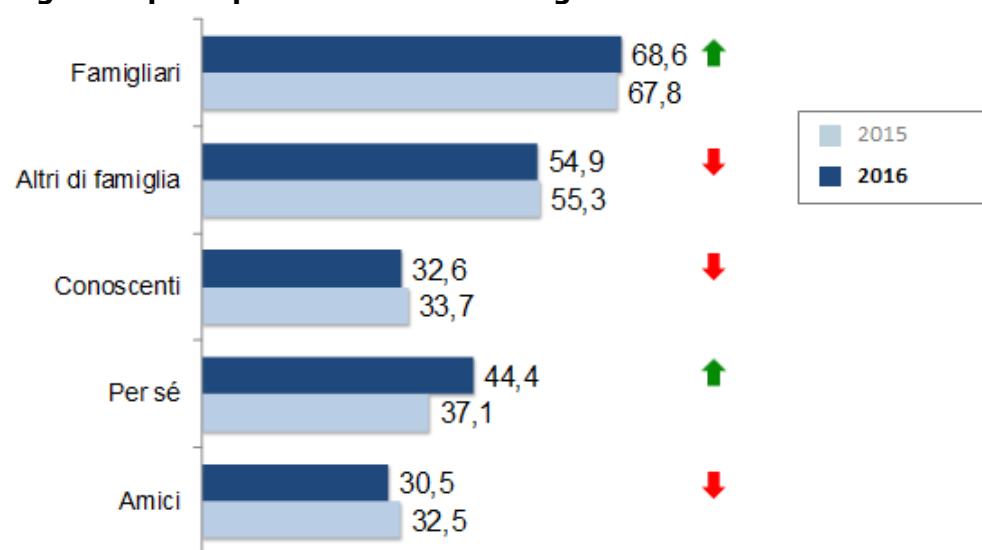
Fig. 1 - Quali tra i seguenti articoli pensa di acquistare per il prossimo Natale 2016 per fare i regali...?

	2016	2015	
Generi alimentari	73,7	74,7	↓
Giocattoli e giochi per i bambini	46,7	45,4	↑
Capi d'abbigliamento	46,3	46,2	↑
Libri	41,7	36,4	↑
Prodotti per la cura della persona	34,9	30,6	↑
Vino	27,8	26,4	↑
Calzature	17,1	15,5	↑
Telefoni cellulari e smartphone	14,0	14,5	↓
Cd e Dvd	12,8	10,0	↑
Giochi elettronici (console, accessori)	12,2	11,9	↑
Gioielli e Bijoux	10,8	7,8	↑
Computer e Accessori PC (es. stampanti)	10,3	10,8	↓
Articoli sportivi	7,5	7,9	↓
Viaggi	4,0	4,4	↓
Elettrodomestici	3,5	3,9	↓
Altri prodotti tecnologici	3,0	3,6	↓
Tablet	3,0	3,5	↓
Mobili	1,9	2,1	↓

Fonte: indagine Confcommercio-Format "Consumi Natale 2016"

Gli acquisti per i regali di Natale saranno effettuati in prevalenza per i propri famigliari e per le "altre persone di famiglia" (fig. 2). In aumento la percentuale delle persone che acquistano a Natale regali per se stessi, mentre calano gli acquisti per parenti, conoscenti e amici.

Fig. 2 - I principali destinatari dei regali del Natale



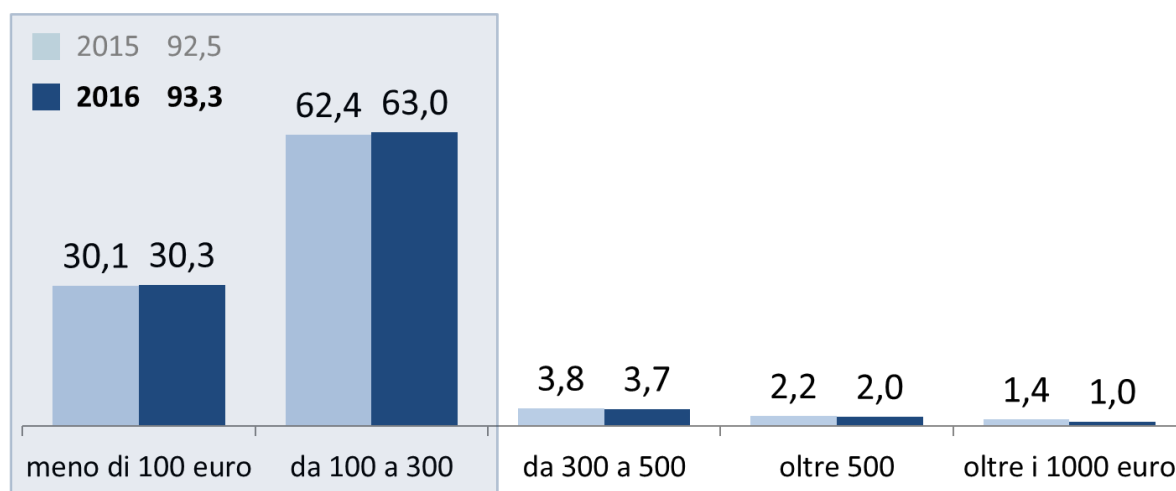
Fonte: indagine Confcommercio-Format "Consumi Natale 2016"

LA CIFRA CHE SI INTENDE SPENDERE PER GLI ACQUISTI

Il 93,3% dei consumatori (erano 92,5% nel 2015) stanzierà un budget non superiore ai 300 euro per i regali di Natale (fig. 3). Nel dettaglio, sono lievemente aumentati nel 2016 coloro che dichiarano di

essere intenzionati a spendere tra i 100 e i 300 euro, essendo il 63% (contro il 62,4% del 2015 ed il 61,9% del 2014).

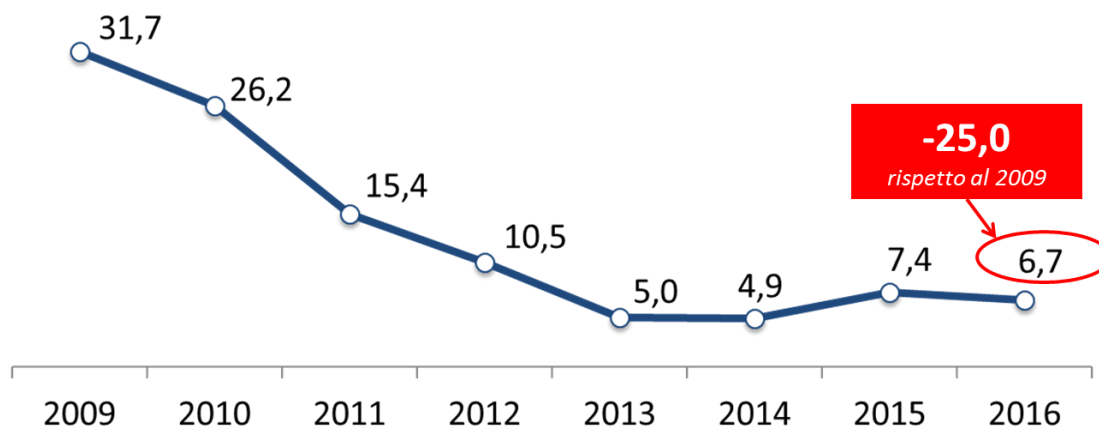
Fig. 3 - Quale cifra si aspetta di spendere per il complesso dei regali?



Fonte: indagine Confcommercio-Format "Consumi Natale 2016"

Il dato è confermato anche dalla diminuzione della percentuale dei consumatori che intendono spendere oltre i 300 euro per i regali del Natale 2016, 6,7% contro il 7,4% del 2015 (fig. 4).

Fig. 4 - Budget superiore ai 300 euro per i regali di Natale (serie storica dal 2009 al 2016)



Fonte: indagine Confcommercio-Format "Consumi Natale 2016"

COME SARANNO PAGATI I REGALI DI NATALE

La quasi totalità dei consumatori pagherà immediatamente i propri acquisti senza ricorrere a nessuna forma di rateizzazione della spesa. Il 47,0% pagherà i propri acquisti prevalentemente in contanti, il 30% in prevalenza tramite bancomat ed il 23% in prevalenza con la carta di credito.

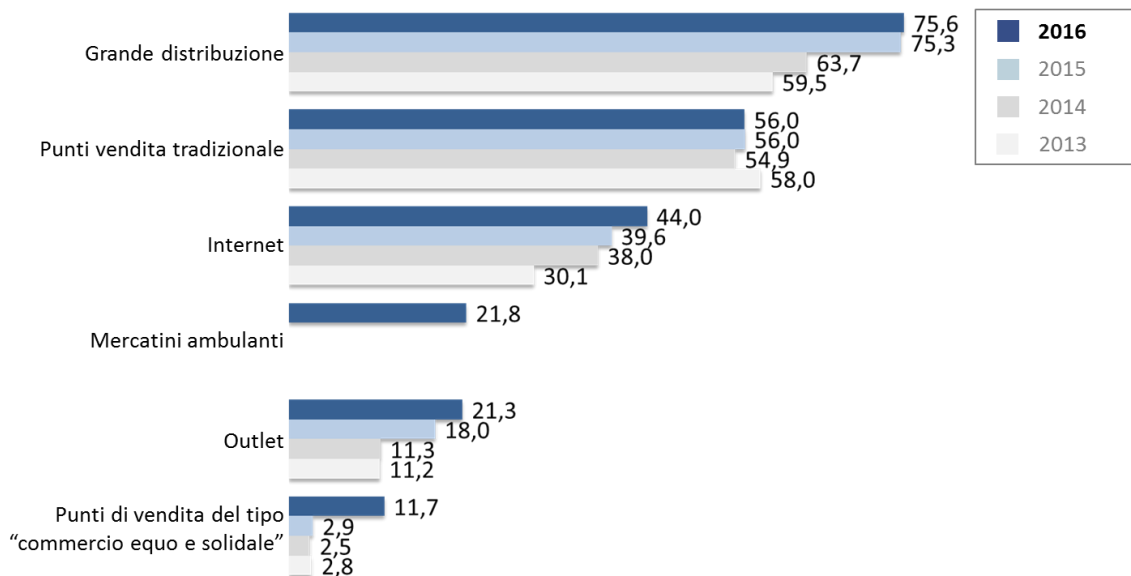
IL PERIODO PER FARE I REGALI

Sette consumatori su dieci si apprestano a fare i propri acquisti di Natale nel mese di dicembre. Diminuisce di quasi venti punti percentuali (dal 37,3% al 18,6%) la quota di coloro che attenderanno gli ultimissimi giorni, a ridosso delle festività, per effettuare i regali natalizi.

DOVE FARE I REGALI

Gli acquisti per i regali di Natale saranno effettuati in prevalenza presso i punti di vendita della grande distribuzione organizzata (fig. 5). Stabile, rispetto al 2015, l'utilizzo dei punti di vendita tradizionali della distribuzione al dettaglio.

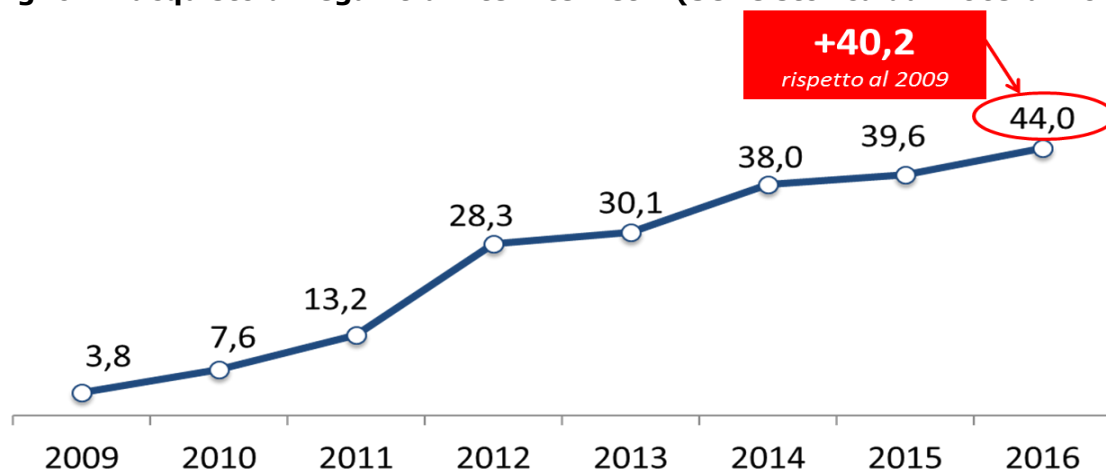
Fig. 5 - In quali tipologie di punti vendita effettuerà gli acquisti durante il prossimo periodo natalizio?



Fonte: indagine Confcommercio-Format "Consumi Natale 2016"

La crescita più sostenuta si ravvisa nell'acquisto dei regali sul web che anche per il 2016 si conferma come canale di acquisto in grande aumento rispetto agli altri canali (fig. 6): gli italiani che ricorrevano a questa modalità per effettuare i regali di Natale erano soltanto il 3,8% nel 2009, dopo tre anni, nel 2012, questa percentuale era già salita al 28,3%, nel 2015 al 39,6% e oggi in occasione del Natale 2016 l'acquisto sul web interesserà il 44% dei consumatori.

Fig. 6 - L'acquisto di regali tramite internet... (Serie storica dal 2009 al 2016)



Fonte: indagine Confcommercio-Format "Consumi Natale 2016"

Nota metodologica

L'indagine sui consumi degli italiani in occasione delle prossime festività natalizie 2016 è stata effettuata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo dei consumatori italiani >18 anni (1.146 interviste a buon fine). Margine di fiducia: +3,0%. L'indagine è stata svolta dall'Istituto di ricerca Format Research, tramite interviste telefoniche (sistema Cati), nel periodo 7-15 novembre 2016.
www.agcom.it. www.formatresearch.com