

Utilizziamo i cookie per personalizzare contenuti e annunci, per fornire funzionalità dei social media e per analizzare i negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Cliccando su ACCETTATO acconsenti all'uso dei cookie. [AC](#)

L'ANALISI

# GLI ACQUISTI DI NATALE TEMPO DEL COVID

Indagine Confcommercio: quest'anno la spesa complessiva cala del 18%. Forte crescita per gli piattaforme streaming e buoni per acquisti on line. Si confermano al top generi alimentari e g



Il pesantissimo impatto del Covid sul reddito familiare ha segnato profondamente le attitudin fotografia del momento l'ha scattata **Confcommercio** con un'**indagine sui consumi di Natale**

Utilizziamo i cookie per personalizzare contenuti e annunci, per fornire funzionalità dei social media e per analizzare i  
negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Cliccando su ACCETTATO acconsenti all'uso dei cookie. **AC**

## COSA REGALERANNO GLI ITALIANI IN OCCASIONE DEL

**I generi alimentari si confermano anche per il 2020 la tipologia di regalo più diffusa:** il 68,0% che effettuerà un regalo di questo genere; seguono giocattoli (51,2%), libri ed ebook (47,2%), ab la cura della persona (36%). Tra i prodotti acquistati che registrano un forte calo, a causa delle pandemia, spiccano soprattutto i biglietti per spettacoli e concerti (-25,9%) e i trattamenti di b (-25%); anche i viaggi, con un calo di quasi il 5%, risultano penalizzati dall'attuale situazione; s l'aumento dei regali "digitali" che possono essere acquistati senza doversi recare presso i negc **abbonamenti a piattaforme streaming** (Netflix, Amazon, etc.) +10,5% e **buoni regalo per ac**

	2020	2019
 Generi alimentari	68,0	73,3
 Giocattoli e giochi per bambini	51,2	55,0
 Libri ed ebook	47,2	45,5
 Capi di abbigliamento	45,0	47,1
 Prodotti per la cura della persona	36,0	34,5
 Carte regalo o buoni regalo digitali	33,4	26,2
 Vino e liquori	31,0	29,0
 Abbonamenti a piattaforme streaming	25,5	15,0
 Film, dvd e musica digitale	21,0	16,6
 Trattamenti di bellezza (massaggi, sedute in SPA)	18,0	43,0
 Giochi elettronici	18,0	14,6
 Computer, accessori pc	12,0	13,1
 Calzature	11,0	14,5
 Smartphone	11,0	13,3
 Gioielli	10,4	14,8
 Prodotti per animali	8,4	9,1
 Tablet/ kindle	6,0	7,1
 Prodotti per la pratica sportiva	6,0	9,7
 Biglietti per concerti e spettacoli*	4,6	30,5
 Articoli per la casa, mobili e oggettistica	4,0	1,3
 Elettrodomestici	3,3	5,5
 Viaggi e pacchetti prepagati*	2,0	6,6

Valori percentuali

## IL PERIODO PER FARE I REGALI

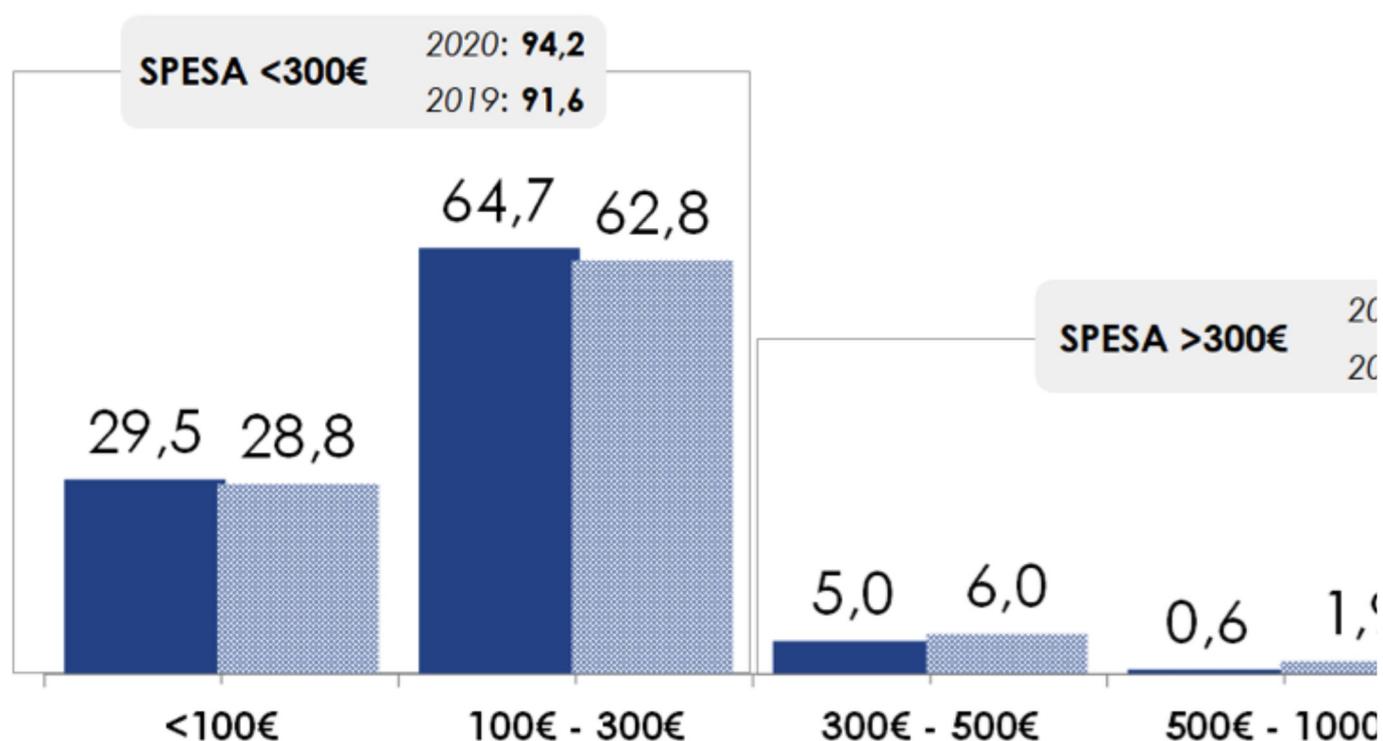
Utilizziamo i cookie per personalizzare contenuti e annunci, per fornire funzionalità dei social media e per analizzare i  
negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Cliccando su ACCETTATO acconsenti all'uso dei cookie. [AC](#)

Strategia e una caccia ai regali tra il 10 e il 15 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 al 2019 (7,9 miliardi)**. In termini pro capite, si spenderanno 164 euro, cifra leggermente inferiore a quella

Con riferimento al budget stanziato, **aumentano i consumatori che spenderanno meno di 100€** (erano il 91,6% nel 2019) e si riduce in modo vistoso la percentuale dei consumatori che spende **più di 300€** (variazione percentuale rispetto al 2019). Comportamenti che, nel complesso, diminuiscono il



## UTILIZZO DELLA TREDICESIMA

Tra coloro che percepiscono la tredicesima (il 71,4% dei consumatori), il 27,3% la metterà da parte per i regali, il **27,1% la utilizzerà per le spese per la casa e la famiglia**, mentre il 17,3% la utilizzerà per acquistare beni di consumo e il 12,9% ci pagherà tasse e bollette.

Utilizziamo i cookie per personalizzare contenuti e annunci, per fornire funzionalità dei social media e per analizzare negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Cliccando su ACCETTATO acconsenti all'uso dei cookie. **AC**

