

## Consumatori cauti negli acquisti di Natale. Sconti nel fashion, i più attesi

Di **Redazione** — 28 Nov 2024



Ph: Unsplash

Il 58% dei consumatori italiani pianifica di fare acquisti per le festività, ma la maggioranza si dichiara cauta nelle spese e attenta alle proprie finanze. È quanto emerge dalla nuova ricerca 'EY Festive Season Survey' di **EY Italia** che ha coinvolto 13 mila consumatori a livello globale, di cui 500 in Italia, esplorando comportamenti e intenzioni di acquisto durante il periodo pre-natalizio, con un focus particolare sui canali di shopping e sulle preferenze di spesa.

Nonostante il periodo di incertezza economica, il 71% dei consumatori italiani dichiara di essere entusiasta della stagione dei saldi e attende con ansia le promozioni; questo ha spinto i rivenditori a partire con gli sconti già a novembre, prima della stagione festiva e addirittura prima del consueto Black Friday di novembre. Tuttavia, c'è un 8% di consumatori che dichiara di non essere intenzionato a fare acquisti per la stagione festiva. C'è, poi, un 31%

dei rispondenti preoccupato per le proprie possibilità di spesa per la stagione festiva, mentre il 48% afferma di aver già risparmiato per far fronte agli acquisti.

La moda, nello specifico l'abbigliamento e gli accessori, dominano la classifica delle categorie per le quali si attendono le promozioni più corpose (64%), seguita da tecnologia ed elettronica (55%), beauty (31%) ed altro.

**Stefano Vittucci**, consumer & health sector leader di EY Italia, ha dichiarato: "I dati dell'EY Festive Season Survey evidenziano come i consumatori italiani stiano adottando un approccio strategico agli acquisti per le festività, bilanciando gli aspetti economici con il desiderio di partecipare alla stagione dei saldi. È interessante notare come oltre la metà degli italiani attende le promozioni per fare acquisti, e il 44% in particolare approfitterà del Black Friday per i prezzi competitivi, con una preferenza per le categorie abbigliamento e accessori, e con un occhio di riguardo anche alla sostenibilità (52%) e allo spreco alimentare (82%)".

In termini di canali prediletti per gli acquisti, gli italiani continuano a prediligere sia l'acquisto online che offline, e nello specifico il 51% degli intervistati afferma di tenere come criterio quello che offre il miglior prezzo, seguito dalle promozioni (35%) e dalla disponibilità dei prodotti (29%). I negozi fisici continuano a essere preferiti per l'acquisto di prodotti durante le festività (69%), seguiti dal canale dei rivenditori online (65%). Il 30% dei consumatori si affida invece a siti web e app dei retailer. Per gli acquisti online, i rispondenti mostrano una forte preferenza per le opzioni di consegna flessibili e convenienti: in particolare, il 27% preferisce ritirare i propri acquisti in un punto di ritiro, mentre il 26% opta per la consegna nello stesso giorno se gratuita o per una data di consegna predefinita.

Inoltre, il 35% dei consumatori intende utilizzare l'opzione buy now-pay later, mentre il 34% pianifica di finanziare gli acquisti con il credito da rimborsare nel tempo. È quindi importante per le aziende offrire soluzioni di pagamento flessibili e promozioni accattivanti per rispondere alle esigenze dei consumatori più attenti al budget.



Invia



Condividi



Invia

