



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

TOSCANA

Toscana Natale 2024 | Le intenzioni di acquisto dei consumatori

Rapporto di ricerca

Firenze, 03 dicembre 2024 (2024-201tu/03)

Agenda



PRESENTAZIONE E CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE



GLI ACQUISTI PER I REGALI DI NATALE



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



METODO

Questo documento presenta i risultati dell'indagine «*Natale 2024*», svolta da **Confcommercio, Imprese per l'Italia Toscana** in collaborazione con Format Research

Obiettivi del lavoro: dati ed informazioni sulle intenzioni di acquisto e le intenzioni di spesa dei cittadini toscani in occasione delle prossime festività, tipologia di regali acquistati, i canali di acquisto, il budget destinato ai regali e la disponibilità di spesa delle famiglie toscane.

L'indagine svolta con Sistema Cati e Cawi è stata rivolta ai cittadini di età superiore ai 18 anni residenti in Toscana (*n. 384 interviste*).

I risultati dell'indagine sono stati organizzati nei seguenti kit di contenuti:

- 1) La fiducia dei consumatori toscani;
- 2) La tipologia di acquisti
- 3) I canali di acquisto ed il budget destinato ai regali di Natale.
- 4) La tempistica degli acquisti

Le interviste sono state realizzate nel mese di novembre 2024.

Considerazioni generali di sintesi |

Ancora alta la percentuale dei consumatori che ritengono che il prossimo Natale sarà vissuto in maniera dimessa rispetto al Natale precedente. Vi sono tuttavia dei segnali di miglioramento: i consumatori che la pensano in questo modo sono il 71%, una percentuale «in diminuzione» rispetto a quella dello scorso anno quando il dato era pari all'80% dei consumatori toscani

Nonostante permanga la crisi dei consumi, il Natale fa ancora da traino, aumenta infatti in vista del Natale 2024 la percentuale di coloro che dichiarano che faranno acquisti per i regali: si è passati dal 74,5% del 2023 all'82,3% del 2024.

Si regaleranno in prevalenza prodotti enogastronomici (85,3%), prodotti per la cura della persona (62,2%) e capi di abbigliamento (60,3%). **La gran parte dei consumatori (64,4%) acquisterà sia offline che online**, il 24,6%, prevede di recarsi esclusivamente nei punti vendita tradizionali. L'11% prevede invece di fare solo acquisti sul web.

Risulta in aumento nel 2024 la spesa complessiva destinata ai regali di Natale. L'85,4% dei consumatori prevede di dedicare fino a 300 euro (era il 92,6%) contro il 14,6% che invece spenderà oltre 300 euro (era il 7,4%). **La spesa media per il Natale 2024 si attesta a 213 euro per persona.**

Agenda



PRESENTAZIONE E CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE



GLI ACQUISTI PER I REGALI DI NATALE



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



METODO

Il sentiment dei consumatori toscani | Ancora alta la percentuale dei consumatori che ritengono che il prossimo Natale sarà vissuto in maniera dimessa rispetto al Natale precedente. Vi sono tuttavia dei segnali di miglioramento: i consumatori che la pensano in questo modo sono il 71%, una percentuale «in diminuzione» rispetto a quella dello scorso anno quando il dato era pari all'80% dei consumatori toscani.

Natale 2024 è ormai alle porte. Lei con quale delle seguenti affermazioni è maggiormente d'accordo?

«RISPETTO AL NATALE PASSATO, QUESTO NATALE SARÀ VISSUTO...»

IN MANIERA PIÙ DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno
meno acquisti

71,2%

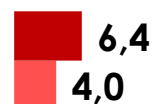
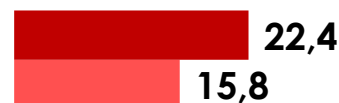
ALLO STESSO MODO,
ovvero gli italiani acquisteranno
come a Natale 2023

22,4%

IN MANIERA MENO DIMESSA,
ovvero gli italiani faranno
più acquisti

6,4%

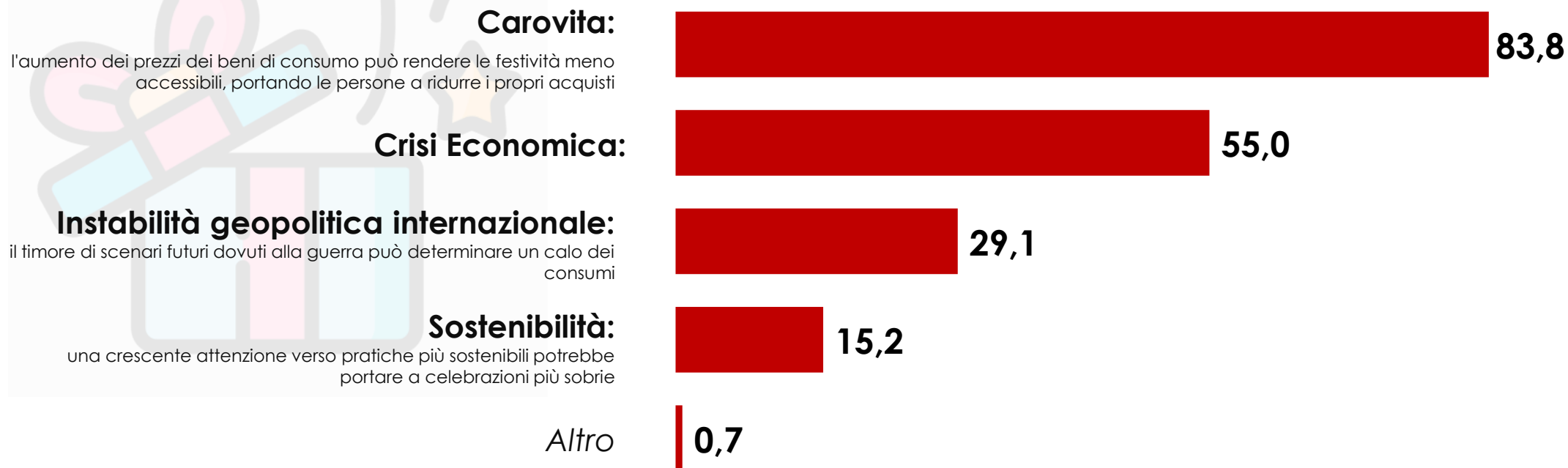
Sentiment 2024 a confronto con il 2023



2024
2023

La fiducia dei consumatori | Le ragioni di chi immagina un Natale più dimesso hanno a che fare con il caro-vita (83,8%) e la crisi economica.

(Solo per coloro che ritengono che il Natale 2024 sarà vissuto in maniera dimessa) Per quali motivi ritiene che questo Natale sarà peggiore rispetto a quello dello scorso anno?



Cosa rappresentano i regali di Natale | Il 46,8% dei toscani considera gli acquisti di Natale una spesa necessaria affrontata da sempre con piacere, il 33,4% li vede come una spesa necessaria ma di cui farebbe a meno e il 19,8% una spesa inutile.

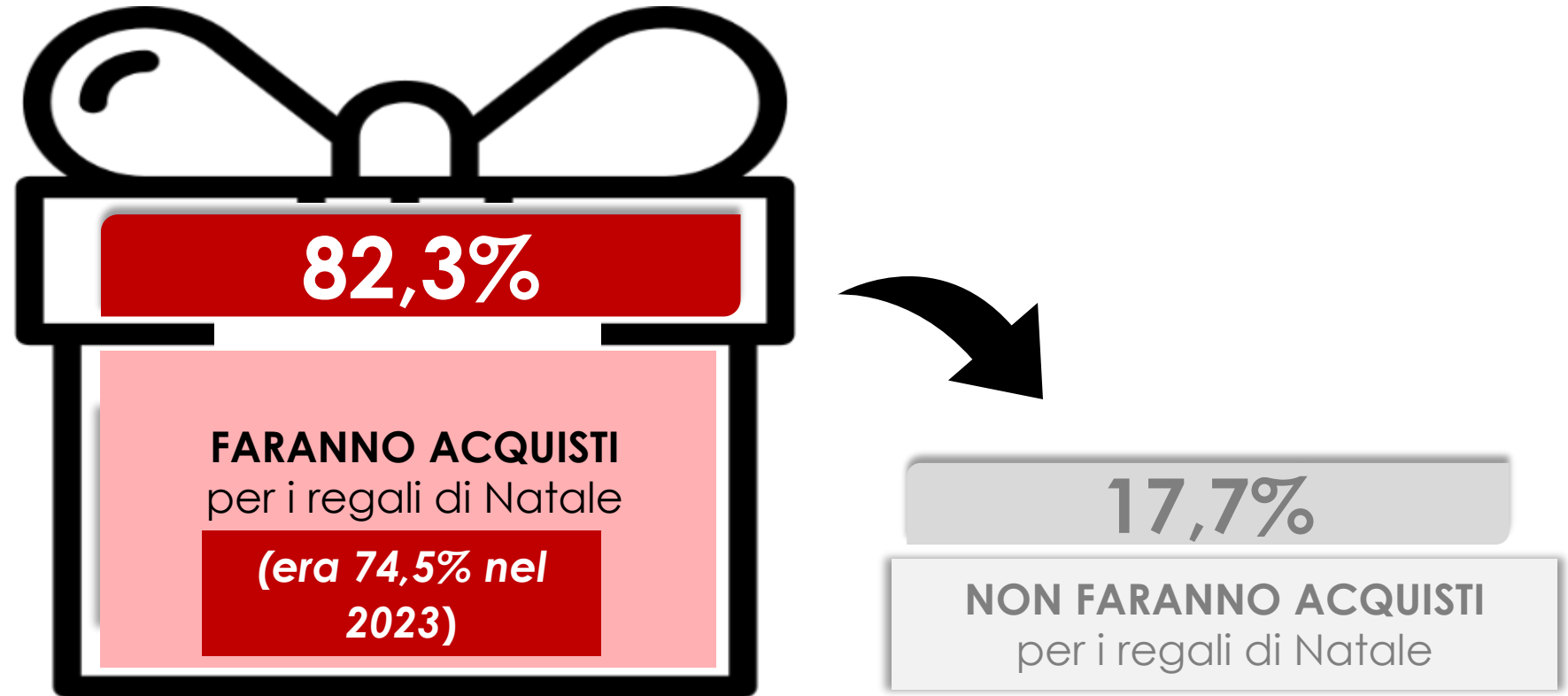
Come considera gli acquisti per i regali di Natale?



% Valori percentuali

Quanti sono coloro che faranno acquisti per i regali di Natale | Nonostante permanga la crisi dei consumi, il Natale fa ancora da traino, aumenta infatti in vista del Natale 2024 la percentuale di coloro che dichiarano che faranno acquisti per i regali: si è passati dal 74,5% del 2023 all'82,3% del 2024.

Ha in programma di fare acquisti per i regali di Natale?



Base campione: 384 casi. I dati sono riportati all'universo.

Agenda



PRESENTAZIONE E CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE



GLI ACQUISTI PER I REGALI DI NATALE



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



METODO

Cosa regaleranno i consumatori | Si regaleranno in prevalenza prodotti enogastronomici (85,3%), per la cura della persona (62,2%) e capi di abbigliamento (60,3%).



82,3%
FARANNO
ACQUISTI
per i regali di
Natale



COSA REGALERANNO?	2024	2023	VARIAZIONE 2024 su 2023
Prodotti enogastronomici	85,3	75,6	9,7 ↑
Prodotti per la cura della persona	62,2	57,3	4,9 ↑
Capi di abbigliamento	60,3	55,1	5,2 ↑
Libri ed ebook	56,2	54,9	1,3 ↑
Giocattoli e giochi per bambini	52,0	51,6	0,4 ↑
Carte regalo o buoni regalo digitali	49,9	45,4	4,5 ↑
Vino e liquori	42,6	32,6	10,0 ↑
Trattamenti di bellezza (es. massaggi, sedute in SPA)	34,9	34,9	0,0 ↑
Prodotti per animali	33,3	28,2	5,1 ↑
Giochi elettronici (console, accessori)	26,7	29,2	-2,5 ↓
Viaggi e pacchetti prepagati	24,0	21,9	2,1 ↑
Prodotti per la pratica sportiva	21,8	21,6	0,2 ↑
Computer, Accessori PC	21,0	20,0	1,0 ↑
Calzature	20,8	20,4	0,4 ↑
Film e musica digitale	20,2	22,7	-2,5 ↓
Abbonamenti a piattaforme di streaming	18,5	14,5	4,0 ↑
Articoli per la casa	16,5	16,0	0,5 ↑
Gioielli / orologi/preziosi	16,0	17,2	-1,2 ↓
Smartphone	13,1	15,7	-2,6 ↓
Biglietti per concerti e spettacoli	12,8	12,1	0,7 ↑
Tablet, kindle	12,5	12,0	0,5 ↑
Elettrodomestici	8,7	9,3	-0,6 ↓

Base campione: 316 casi. Solo i consumatori della Toscana faranno acquisti di Natale. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

Agenda



PRESENTAZIONE E CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE



GLI ACQUISTI PER I REGALI DI NATALE



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



METODO

I canali di vendita | La gran parte dei consumatori (64,4%) acquisterà sia offline che online, il 24,6%, prevede di recarsi esclusivamente nei punti vendita tradizionali. L'11% prevede invece di fare solo acquisti sul web.

Dove pensa di acquistare i regali di Natale?

64,4%

Acquisterà *sia nei negozi tradizionali (off-line) che su internet*



11,0%

Acquisterà *ESCLUSIVAMENTE su internet*

24,6%

Acquisterà *esclusivamente OFF-LINE*

Coloro che acquisteranno nei punti di vendita tradizionali.

GRANDI CENTRI COMMERCIALI

75,0%

NEGOZI DI VICINATO

42,5%

OUTLET

31,6%

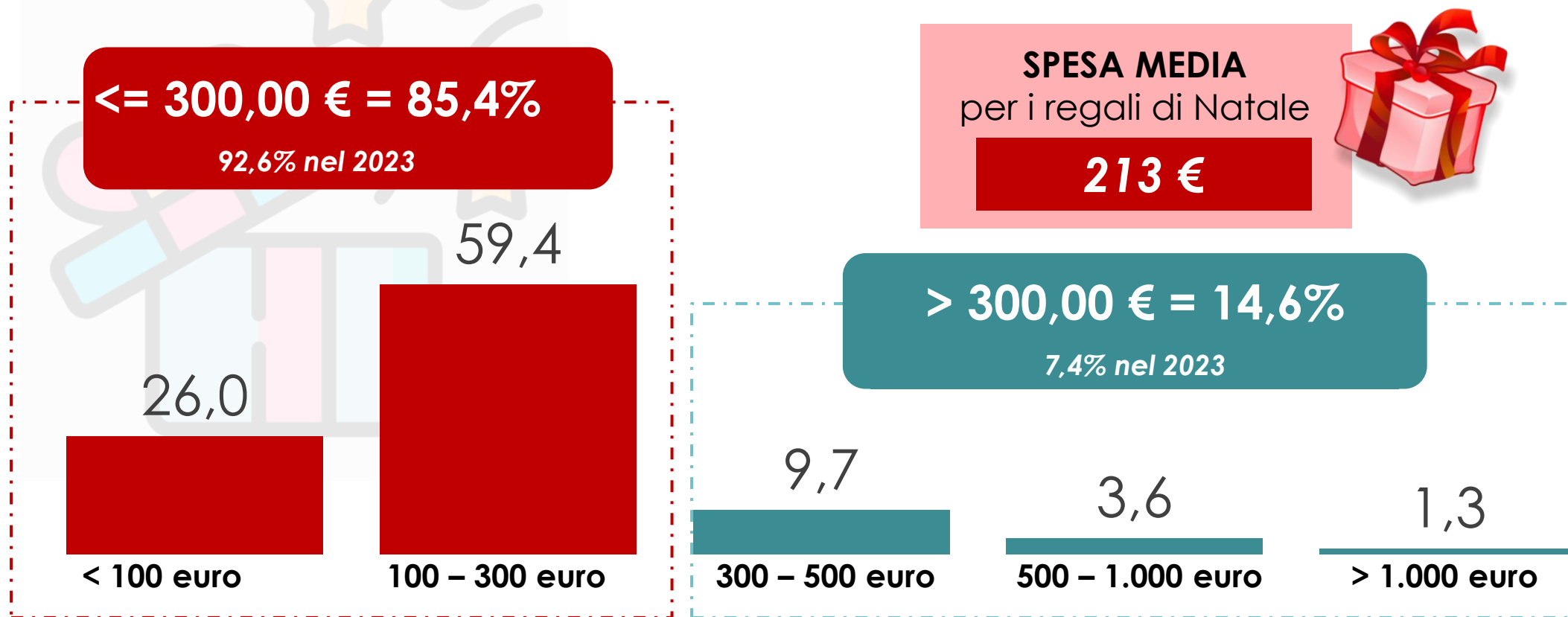
NEGOZI DI COMMERCIO EQUO-SOLIDALE

15,6%

Base campione: 281 casi. Solo coloro che acquisteranno i regali di Natale sia offline sia online. I dati sono riportati all'universo.

Budget di spesa | Risulta in aumento nel 2024 la spesa complessiva destinata ai regali di Natale. L'85,4% dei consumatori prevede di dedicare fino a 300 euro (era il 92,6%) contro il 14,6% che invece spenderà oltre 300 euro (era il 7,4%). La spesa media per il Natale 2024 si attesta a 213 euro per persona.

Complessivamente quale cifra ha intenzione di spendere per i regali di Natale 2024?



Base campione: 316 casi. Solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale. I dati sono riportati all'universo.

Agenda



PRESENTAZIONE E CONSIDERAZIONI GENERALI DI SINTESI



IL SENTIMENT DEI CONSUMATORI SUL NATALE



GLI ACQUISTI PER I REGALI DI NATALE



CANALI DI ACQUISTO E BUDGET DI SPESA



METODO

Metodo | Scheda tecnica dell'indagine.

COMMITTENTE

Confcommercio Toscana.

AUTORE

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine di opinione sui consumi dei cittadini toscani in occasione delle prossime festività natalizie 2024.

DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo della popolazione della Toscana in età superiore ai 18 anni. Domini di studio del campione: sesso (maschi, femmine), età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, >64), area geografica (Toscana).

NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva 384 casi (384 interviste a buon fine complessive). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 4,9\%$). Fonte delle anagrafiche: Elenchi Telefonici della Toscana.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*) e Cawi (*Computer assisted web interview*).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Novembre 2024.

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione Imprese italiani), e della «Legge sulla Privacy» (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003 e Regolamento UE n. 679/2016 art. 13-14).

DIRETTORE DELLA RICERCA E STAFF

Dott. Pierluigi Ascani

Dott.ssa Maria Francesca Atzeni

Metodo | Universo e campione realizzato.

UNIVERSO DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE IN TOSCANA PER SESSO E CLASSE DI ETÀ

	Maschi	Femmine	Totale
18-24	123.295	112.558	235.853
25-34	184.294	174.241	358.535
35-44	212.654	214.626	427.280
45-54	288.066	296.296	584.362
55-64	272.746	287.409	560.155
>64	419.847	538.289	958.136
Totale	1.500.902	1.623.419	3.124.321

I.stat 2024

CAMPIONE DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE IN TOSCANA PER SESSO E CLASSE DI ETÀ

	Maschi	Femmine	Totale
18-24	13	14	27
25-34	30	28	58
35-44	27	31	58
45-54	37	36	73
55-64	41	40	81
>64	48	39	87
Totale	196	188	384

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2024 © Copyright Format Research Srl



Format Research s.r.l.
Via Ugo Balzani 77, 00162 Roma, Italia
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96
info@formatresearch.com
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.

www.formatresearch.com
Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS

Format Business Intelligence s.r.l.
Via Sebastiano Caboto 22/a, 33170 Pordenone, Italia
format@pec.formatbusinessintelligence.com
cf, p. iva e reg. imp. pordenone 01786200939
rea pordenone 104460, cap. soc. € 10.000,00 i.v.