

INDAGINE DI CONFCOMMERCIO

Regali di Natale più generosi dopo quattro anni di magra

Triplica il numero di chi intende spendere oltre 300 euro per questo rito. Il 73% non ci rinuncerà, il budget medio sarà di 186 euro, 30 in più del 2022

**I PRODOTTI
GASTRONOMICI
RESTANO
I PIÙ SCELTI
DAVANTI
A GIOCATTOLI**

CESENA

Per la prima volta dal 2019, i regali di Natale dovrebbero tornare a crescere di numero e di costo. Emerge da un'indagine di Confcommercio-Format sui consumi di Natale: il 73,2% delle persone sembrano intenzionate a non rinunciare ai tradizionali doni di fine anno, contro il 72,7% del 2022.

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%).

A fare il punto è il direttore della Confcommercio cesenate, Giorgio Piastra, che aggiunge che «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».

Interessante anche la tendenza prevista per quanto ri-

guarda il budget a disposizione per gli acquisti. Aumenta infatti, ed è un dato sorprendente, forse condizionato però dall'inflazione alle stelle, la quota di chi è intenzionato a spendere oltre 300 euro: dal 2,8% dei consumatori si sale all'8,3%. Per i regali quest'anno si dovrebbero spendere mediamente 186 euro pro capite, circa 30 in più del 2022.

Si attingerà però poco dalla tredicesima: solo una piccola parte di questo bonus salariale sarà destinata ai regali (il 18,5%), mentre il grosso se ne andrà per pagare tasse e bollette (24,9%) e per le spese per la casa (23,7%).

Tra i canali di acquisto preferiti, Internet si conferma al primo posto e in aumento del 6% rispetto all'anno scorso, ma cresce anche la schiera di quelli intenzionati a recarsi nei negozi di vicinato (dal 45% al 48,3%) e nei punti vendita della distribuzione organizzata (dal 53% al 67,7%).

In questi numeri Piastra scorre «segnali che alimentano una ragionevole fiducia per quel che concerne le vendite natalizie nelle molteplici gamme merceologiche». E ce ne sarebbe davvero bisogno, perché tanti piccoli commercianti sono allo stremo.



Shopping natalizio

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 8017



Superficie 27 %