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**)

Format research

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

Presentazione |

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.**

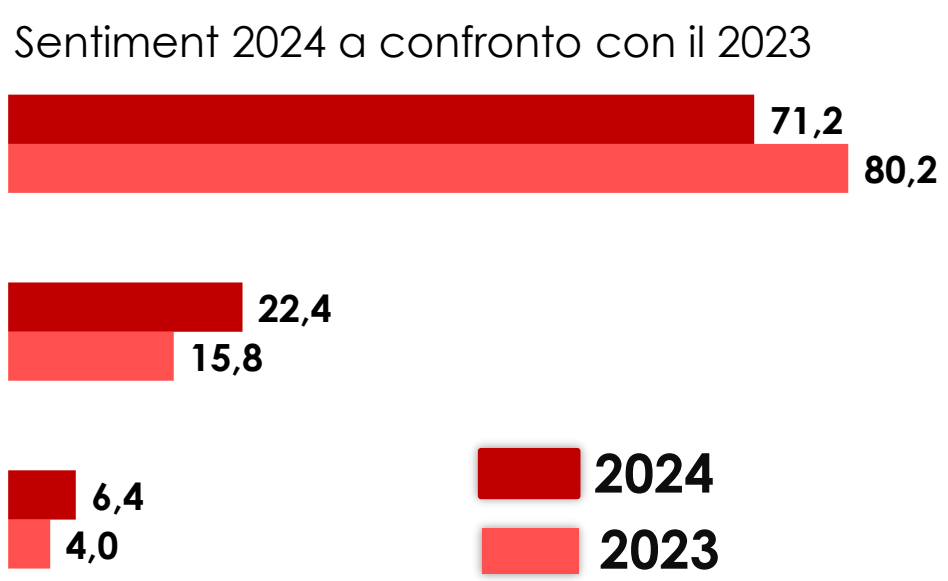
Natale 2024 è ormai alle porte. Lei con quale delle seguenti affermazioni è maggiormente d'accordo?

«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%**

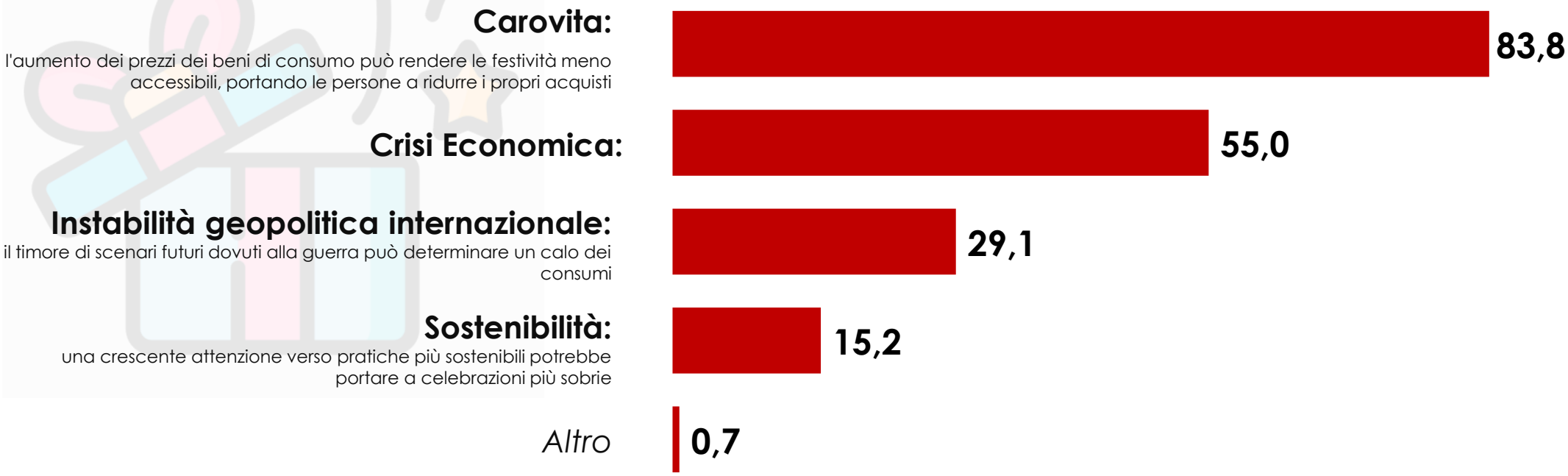
IN MANIERA MENO DIMESSA, ovvero gli italiani faranno più acquisti — **6,4%**



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

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

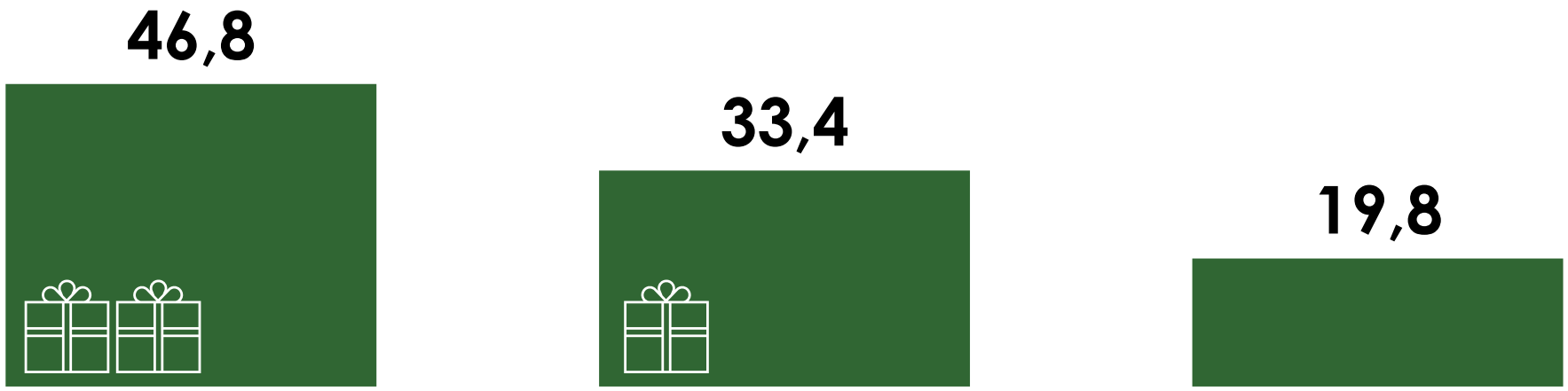
(Solo per coloro che ritengono che il Natale 2024 sarà vissuto in maniera dimessa) Per quali motivi ritiene che questo Natale sarà peggiore rispetto a quello dello scorso anno?



Base campione: 273 casi. Solo i consumatori della Toscana che hanno dichiarato che il Natale 2024 sarà vissuto in maniera più dimessa. **I dati sono riportati all'universo.**

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?

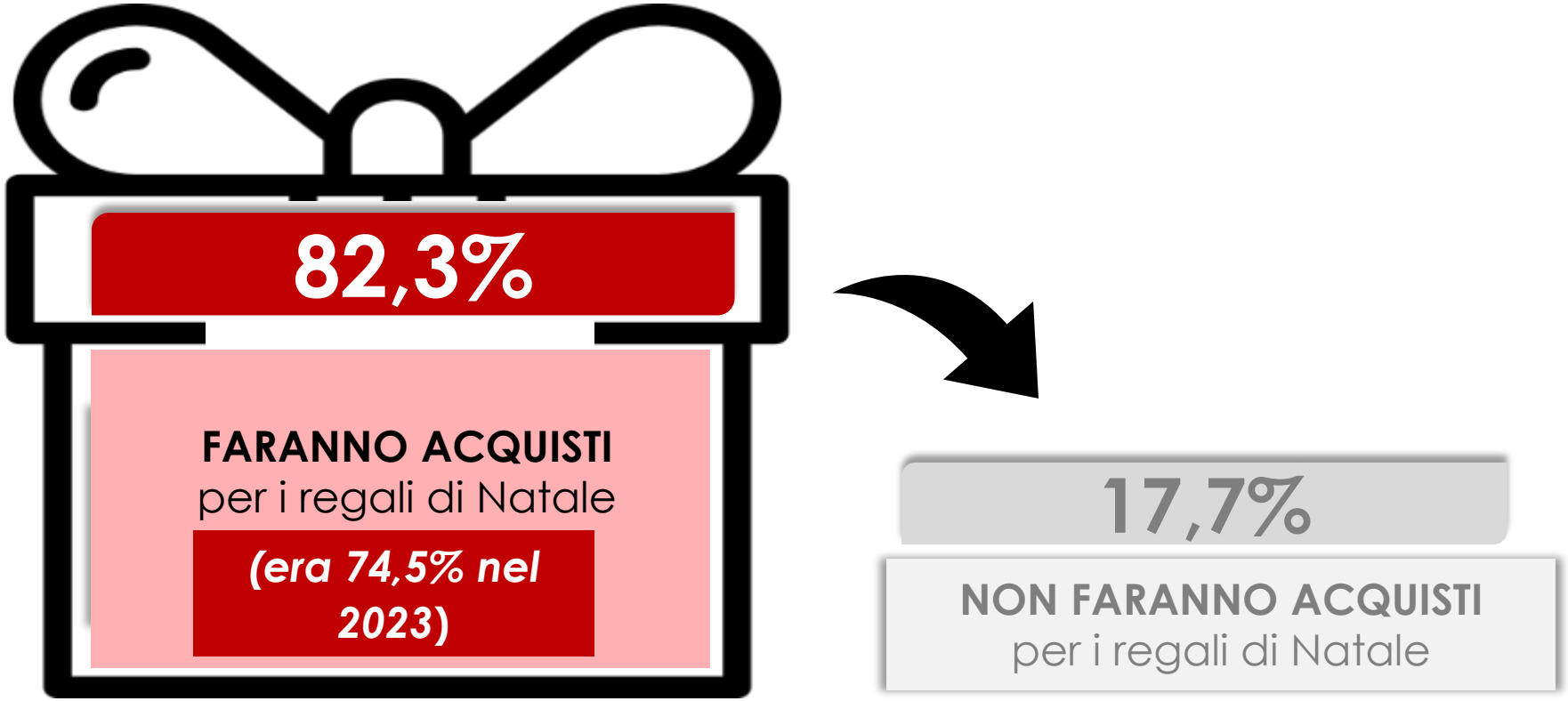


% Valori percentuali

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

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.**

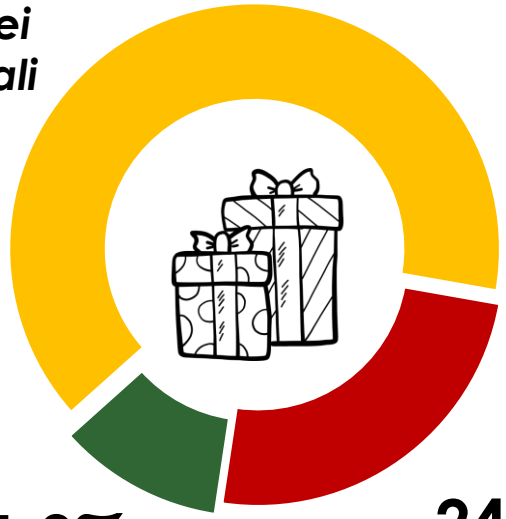
Agenda

- 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?

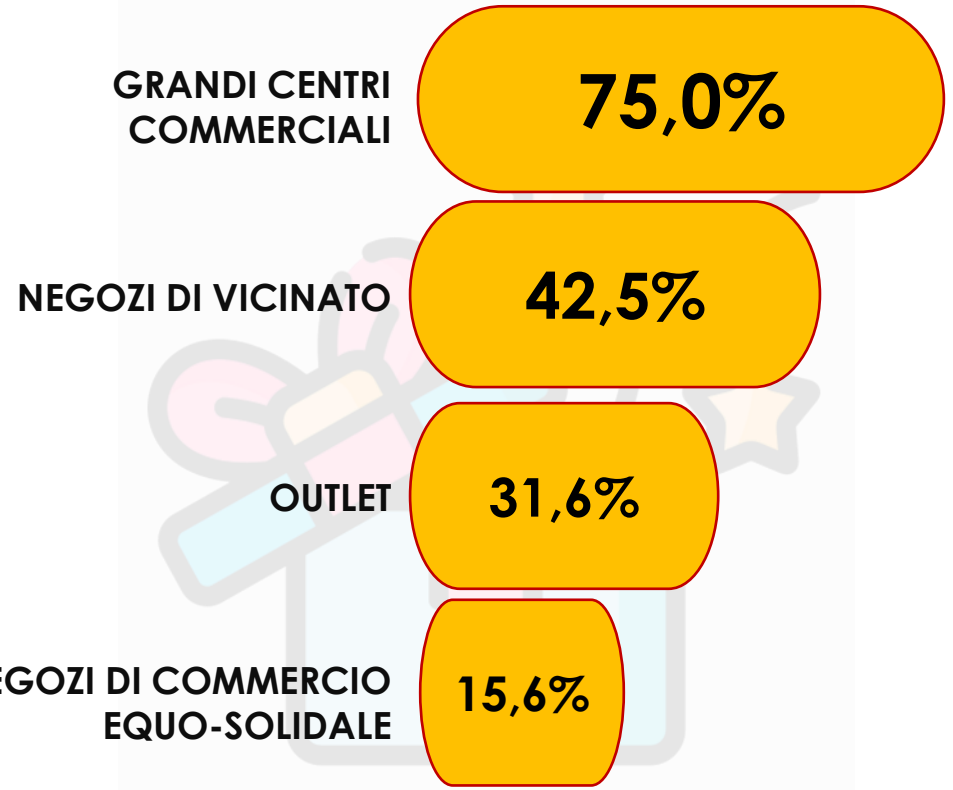
64,4%
*Acquisterà **sia nei negozi tradizionali (off-line) che su internet***



11,0%
*Acquisterà **ESCLUSIVAMENTE su internet***

24,6%
*Acquisterà esclusivamente **OFF-LINE***

Coloro che acquisteranno nei punti di vendita tradizionali.

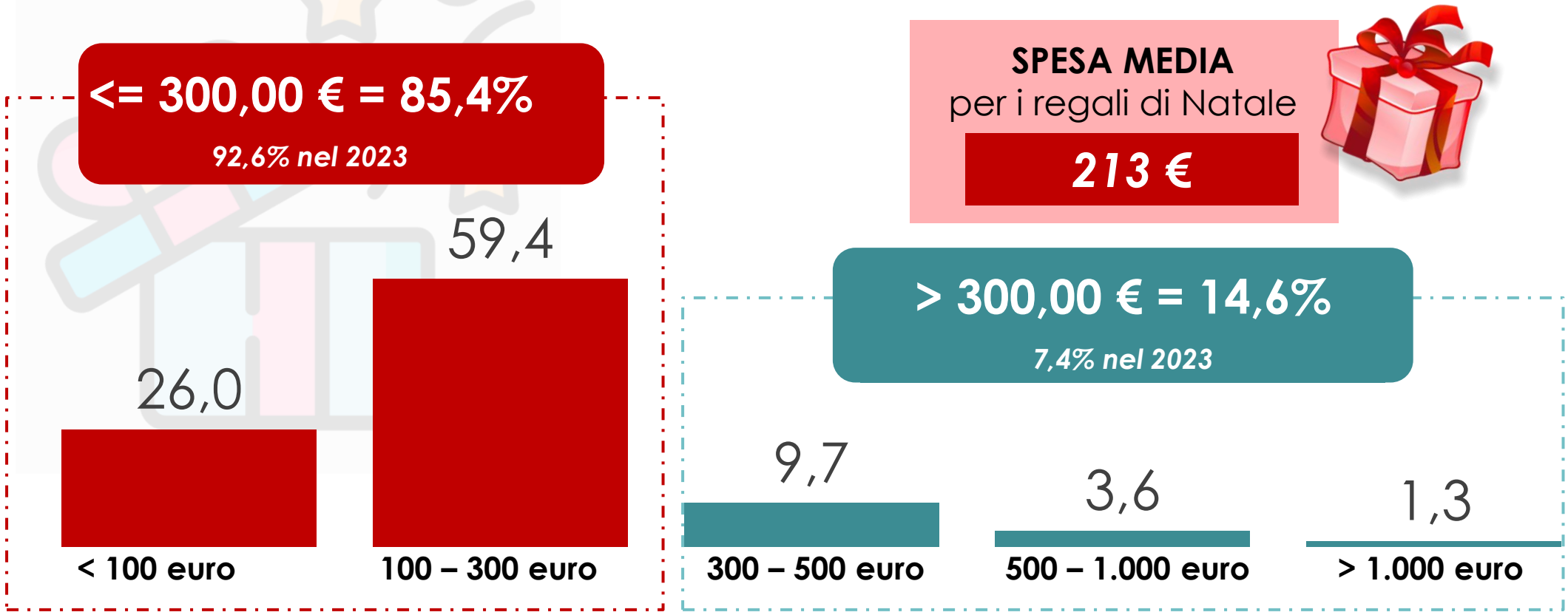


Base campione: 281 casi. Solo coloro che acquisteranno i regali di Natale sia offline sia online. **I dati sono riportati all'universo.**

Base campione: 316 casi. **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 ±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 ETA'

	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 ETA'

	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

UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

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.