

Comunicato stampa

Michela Migliora
Ufficio Stampa Deloitte
Tel: +39 02 83326028
Email: mimigliora@deloitte.it

Nicola Comelli
Barabino & Partners
Tel: +39 02 72023535
Mob: +39 392 1755488
Email: n.comelli@barabino.it

Rossana Garavaglia
Barabino & Partners
Tel: +39 02 72023535
Mob: +39 333 6309139
Email: r.garavaglia@barabino.it

Deloitte Xmas Survey 2017

Gli Italiani riaprono il portafoglio per Natale e salgono sul podio dei top spender europei con 528 Euro di spesa media per Natale (506 Euro del 2016) dopo Spagna (632 Euro) e Regno Unito (614 Euro)

Il 30% concentrerà gli acquisti natalizi entro metà dicembre e il 23% degli Italiani approfitterà del Black Friday

Il 40% del budget natalizio è destinato ai regali, in crescita il budget per i viaggi pari al 20% (+12% rispetto al 2016)

Sotto l'albero gli Italiani troveranno libri (scelti dal dal 50%) dolci e cioccolata (30%), scarpe e abbigliamento (29%) e immancabilmente profumi (28%)

In crescita la spesa online degli italiani pari a 170 Euro (+16% rispetto al 2016)

- **Dopo il calo nelle previsioni di spesa per le festività natalizie registrati negli ultimi anni, gli Italiani dichiarano che spenderanno di più rispetto allo scorso anno: 528 Euro in media, contro i 506 Euro del 2016 (+ 4,4%, sopra la media europea che si ferma a +2,7% con una spesa media di 445 euro).**
- **Il Web si conferma essere il canale preferito per la ricerca di informazioni, ma anche il negozio rimane un canale fondamentale per trovare idee e suggerimenti per i nostri regali di Natale.**
- **Con riferimento al tema della *multi-canalità*, il canale fisico resta predominante, per gli italiani più che per gli europei. Si registra però un'importante crescita dei canali digitali: la spesa online in Italia segna +16% rispetto al 2016**
- **Si riscontra ancora un diffuso senso di incertezza verso il futuro, ma le previsioni per il 2018 risultano comunque migliori rispetto all'anno scorso: il 59% degli italiani pensa che il quadro economico del proprio Paese rimarrà positivo - stabile o in crescita.**

Milano, 24 novembre 2017 – In Europa è già Natale; **gli europei quest'anno spenderanno in media 445 Euro** nel periodo festivo, cifra superiore a quanto speso l'anno scorso (+2,7%).

A dichiararlo sono gli intervistati dalla **ventesima edizione** della **Deloitte Xmas Survey** che, anche quest'anno, ha raccolto l'opinione di oltre 8.100 consumatori in 10 Paesi tra cui l'Italia, con l'obiettivo di sondarne le intenzioni di spesa per regali, prodotti alimentari e attività per il tempo libero.

Meno di Spagna e UK, più della Germania: Italia terza nei consumi natalizi

Ranking	€	2016 vs 2017
 1. <u>Spain</u>	632	 3%
 2. <u>United Kingdom</u>	614	 2%
 3. <u>Italy</u>	528	 4%
 4. <u>Germany</u>	484	 4%
 5. <u>Greece</u>	451	 1%
 6. <u>Belgium</u>	432	 0,4%
 7. <u>Portugal</u>	414	 6%
 8. <u>Russia</u>	340	 1%
 9. <u>Netherlandsl</u>	296	 3%
 10. <u>Poland</u>	258	 4%

Dopo il calo nelle previsioni di spesa per le festività natalizie registrati negli ultimi anni, per il 2017 gli Italiani dichiarano che spenderanno di più rispetto allo scorso anno: **528 Euro in media, contro i 506 Euro spesi nel 2016 (+4,4%, maggiore della media europea che si ferma a +2,7% con una spesa media di 445 Euro)**.

In termini assoluti, si prevede di spendere più di quanto preventivato dagli Italiani, solo in Spagna e nel Regno Unito.

Rispetto allo scorso anno, si nota una maggiore propensione alle spese natalizie: eccezion fatta per la Grecia che mostra una particolare attenzione alle spese (più contenuta rispetto al 2016), tutti gli altri Paesi registrano una variazione percentuale positiva relativamente alle previsioni di spesa per il Natale 2017.

“Dopo i significativi cali nelle previsioni di spesa registrati, con riferimento all'Italia, nelle nostre precedenti Xmas Survey, quest'anno dalla ricerca Deloitte emerge un segnale maggiormente positivo: gli Italiani ipotizzano di spendere più di quanto fatto nel 2016, aumentando il budget destinato ai consumi natalizi. Nonostante i connazionali siano un po' più scontenti rispetto al passato riguardo alla situazione economica del Paese, si continua comunque a tenere un occhio di riguardo al portafogli, anche come conseguenza dell'incertezza sul prossimo futuro del contesto socio-politico” commenta **Dario Righetti, Partner Deloitte e responsabile per il settore Consumer & Industrial Products.**

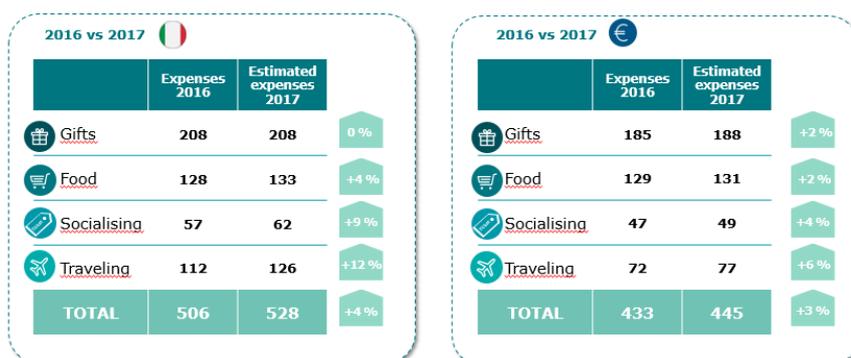
La maggior parte degli acquisti in Italia, così come in Europa, si concentrerà nella prima quindicina di dicembre (27% per la media europea e più del 30% per l'Italia, coloro che acquisteranno tra l' 1 e il 15 dicembre); infine, solo il 3% degli italiani rimanderà i propri acquisti al periodo post natalizio, contro una media europea dell'8%.

Un ulteriore spunto di riflessione è offerto dal 23% dei consumatori italiani che pianifica di dedicarsi alle spese natalizie alla fine di novembre, in linea con la media europea; dato che tuttavia non sorprende se si considera che un fetta sempre più ampia di consumatori è propensa ad approfittare delle vendite promozionali, durante il **Black Friday**.

"Grecia, Spagna e Italia sono i paesi che più di tutti pensano di approfittare delle vendite promozionali come il Black Friday, giocando d'anticipo per i regali di Natale" prosegue Righetti. *"Sebbene sia questo un fenomeno che si sviluppa per gran parte online, in Italia sta diventando sempre più multicanale. I punti vendita, infatti, specialmente nei settori dell'elettronica e dell'abbigliamento, stanno dando prova di saper ben approfittare di questo evento promozionale recitando un ruolo da protagonista"* - commenta **Dario Righetti, Partner Deloitte e responsabile per il settore Consumer & Industrial Products.**

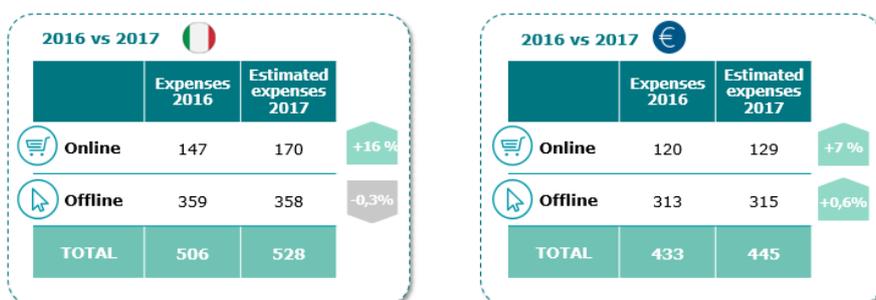
Gli italiani destineranno il 40% del loro budget natalizio ai regali. In aumento la spesa per i viaggi

Anche quest'anno, la modalità di allocazione del budget degli italiani tra le varie voci di spesa non si discosta molto da quella degli altri Paesi Europei, ad eccezione di una più marcata attenzione al comparto viaggi (24% in Italia vs 17% media europea), segnando un +12% rispetto alla spesa del 2016.



Al di là delle categorie di spesa, un altro ambito di interesse risulta la distribuzione degli acquisti tra canali online e offline.

La spesa online degli italiani infatti cresce del 16% rispetto all'anno scorso, più del doppio della media europea.



Libri sotto l'albero: da tre anni una tradizione italiana

I soldi continuano a rimanere sul podio dei regali più desiderati, sia in Italia che in Europa (per entrambe al secondo posto).

Desired gifts		
1	Books	=
2	Money (cash)	=
3	Travel	=
4	Beauty care, massage, spa treatment	↑1
5	Clothes/shoes	↓1
6	Food & Drink	N/A
7	Gift vouchers	=
8	Tickets (theatre, cinema, sport...)	↓2
9	Restaurants	↓1
10	Smartphone and cell phones	=

Il regalo comunque più apprezzato rimane un buon libro, desiderato dal 56% degli italiani; anche i viaggi continuano a risultare un dono molto gradito in Italia, classificandosi al terzo posto, mentre risultano meno desiderati nel resto d'Europa (per loro solo al 9°).

Guadagnano una posizione in graduatoria i trattamenti estetici, massaggi e ingressi nei centri benessere (quest'anno al 4° posto), ambiti soprattutto dalla popolazione femminile (52% delle italiane).

Chiudono la top 10 dei regali più desiderati dagli italiani gli *smartphone* che rimangono stabili al 10°.

Gli italiani potrebbero restare delusi: desiderano ricevere un viaggio, ma regaleranno libri, dolciumi e abbigliamento.

Coloro che desiderano trovare un nuovo libro sotto l'albero, verranno quasi sicuramente accontentati; i libri infatti risultano essere al primo posto tra i regali più acquistati per amici e familiari, sia in Italia che in Europa (scelti dal 50% degli Italiani e dal 42% degli Europei). Il resto degli italiani invece rischia di vedere deluse le proprie aspettative; gli italiani, infatti, quest'anno acquisteranno per i propri cari dolciumi e cioccolato (30%), scarpe e abbigliamento (29%) e immancabilmente profumi (28%). I tanto desiderati viaggi scendono in fondo alla classifica quando si tratta di regalarli e non di riceverli, ma comunque guadagnano due posizioni rispetto al 2016. Anche le carte regalo guadagnano posizioni passando dal 12° all'8° posto; meno gettonate invece tra le preferenze degli europei.

Quando si tratta di scegliere i **regali per i più piccoli**, gli italiani confermano ancora la loro propensione ad acquistare articoli per l'infanzia e giocattoli educativi. Quest'anno, guadagnano invece rispettivamente una e due posizioni scarpe e abbigliamento (scelti dal 37% degli italiani) e le costruzioni giocattolo (scelti dal 34% degli italiani); queste ultime si posizionano addirittura al primo posto a livello europeo.

Per gli **adolescenti**, invece, le scelte dei regali si avvicinano a quelle degli adulti; oltre ai videogames, best-seller indiscusso per questa fascia d'età soprattutto per gli europei, i regali che andranno per la maggiore saranno i libri, scelti dal 46% degli italiani e dal 35% degli europei e i soldi, scelti dal 38% degli italiani e dal 32% degli europei. Smartphone e tablet continueranno anche nel 2017 a perdere posizioni; si nota invece un maggiore interesse per le carte regalo, forse indice di una consapevolezza che i giovani siano più felici a decidere autonomamente cosa acquistare.

Il Web si conferma essere il canale preferito per la ricerca di informazioni, ma il negozio resta fondamentale nella ricerca di idee regalo

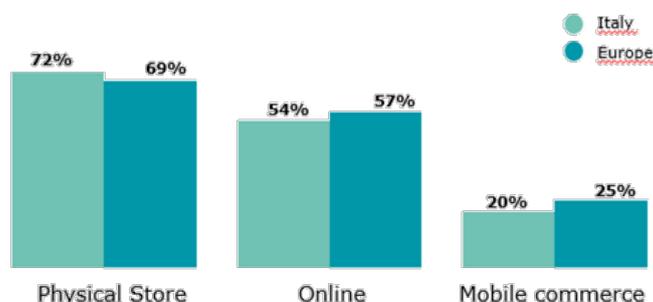
Un importante cambiamento rispetto allo scorso anno, è rappresentato dal ruolo del punto fisico nella fase di ricerca di idee e suggerimenti per i propri regali di Natale. A livello europeo questo canale è preferito a quelli digitali, mentre è la seconda fonte più consultata dagli italiani.

Andando più nel dettaglio delle specifiche categorie, i canali tradizionali come TV, riviste e giornali e consigli da amici e parenti sono maggiormente utilizzate per raccogliere informazioni con riferimento a: giocattoli, cibi e bevande e prodotti per salute e bellezza.

Tra i canali digitali, i siti web sembrano essere preferiti dagli italiani per cercare spunti e suggerimenti riguardo alla scelta di regali tecnologici; mentre i Social Media risultano essere particolarmente apprezzati per la ricerca di informazioni relative a film e musica.

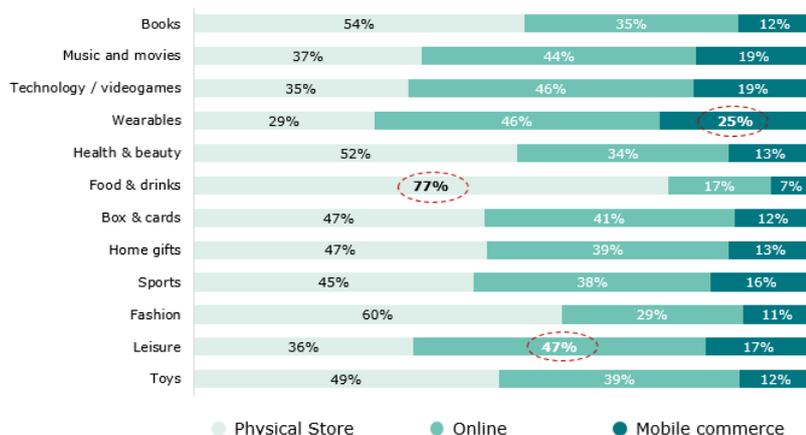
Il canale fisico si riconferma il protagonista degli acquisti degli italiani, ma crescono le vendite online che si allineano alla media europea

Per quanto riguarda invece la fase di acquisto, il canale fisico rimane ancora quello predominante e in Italia in maniera ancora maggiore rispetto alla media Europea che è passata dal 76 al 69%.



Tra i protagonisti degli acquisti in negozio si riconfermano i prodotti alimentari, mentre la percentuale di chi acquista online prodotti high-tech ed esperienze legate al tempo libero e al divertimento supera quest'anno di 10 p.p. quella di chi ricorre allo store fisico.

La categoria invece che risulta maggiormente acquistata facendo ricorso al mobile commerce è quella dei wearable device, forse proprio per l'affinità tra la natura di questi dispositivi con lo smartphone.

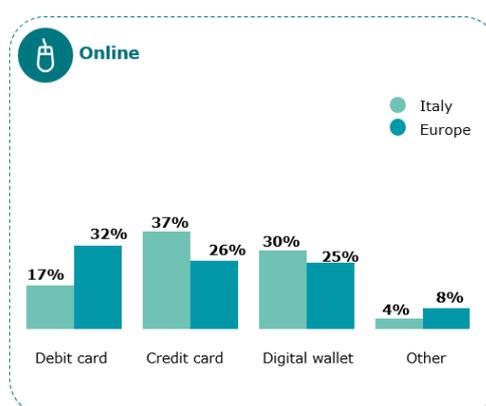
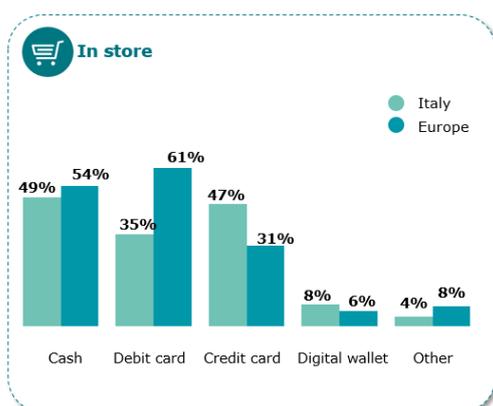


Sebbene i canali di vendita digitali siano sempre più parte della quotidianità, resta rilevante la percentuale di coloro che non esitano a recarsi in un punto vendita fisico non riuscendo a reperire il prodotto sul web: è il 34% degli italiani, in linea con la media europea (37%).

Solo 1 italiano su 4 invece preferisce acquistare il prodotto che sta cercando online non potendolo trovare nel suo negozio di fiducia.



Per quanto riguarda il mondo dei pagamenti, le modalità preferite sono legate alle peculiarità dei canali, ma si differenziano molto a seconda del Paese. In Europa infatti le carte di debito risultano le più utilizzate (61%), anche più dei contanti che invece rimangono il metodo preferito degli italiani (49%); bisogna però sottolineare che le carte di credito hanno quasi raggiunto le stesse percentuali di utilizzo, con le modalità offerte dai “digital wallet” (come PayPal, Apple Pay...) che si affermano come il metodo più utilizzato per il pagamento degli acquisti online (rispettivamente 37 e 30%).



Sentiment positivo degli italiani sulla crescita futura del Paese

In Italia, buona parte dei consumatori (48%) ritiene che le condizioni economiche del Paese siano rimaste stabili nel corso del 2017 e un 12% ha percepito un miglioramento rispetto all'anno precedente.

In Europa la situazione appare nel complesso allineata all'Italia: il 63% dei consumatori (contro il 52% del 2016).

Se si guarda al futuro, si riscontra ancora un diffuso senso di incertezza rispetto al presente, ma le previsioni per il 2018 risultano migliori rispetto all'anno scorso: il 59% degli italiani (contro il 50% del 2016) e il 58% (contro il 49% del 2016) degli europei pensano che il quadro economico del proprio Paese rimarrà positivo - stabile o in crescita.

Nota metodologica Deloitte XMas Survey 2017

Deloitte presenta oggi la **ventesima edizione** della sua **“Xmas Survey”**, l'indagine sulle intenzioni di consumo degli Europei per le prossime festività di fine anno. Per la realizzazione dell'edizione 2017 sono stati intervistati oltre 8.100 consumatori in 10 paesi tra cui l'Italia (Belgio, Olanda, Germania, Grecia, Italia, Polonia, Portogallo, Russia, Spagna, Regno Unito); le interviste si sono svolte online, tra il 6 e il 16 ottobre 2017. Il questionario è stato somministrato solo a soggetti di età compresa tra i 18 e i 65 anni e i risultati sono stati, in fase di analisi, ponderati, per garantire in ogni Paese la completa rappresentatività del campione rilevato con la popolazione residente, in termini di età e sesso.