

BLACK FRIDAY: 3,3 MILIARDI DI SPESA, 12,7 MLN DI ITALIANI APPROFITTANO DEGLI SCONTI

18 Novembre 2022



ROMA - Una pioggia di promozioni, quote di mercato che 'traslocano' dai negozi fisici alle piattaforme online.

Circa 12,7 milioni di italiani hanno già deciso di approfittare degli sconti e di fare almeno un acquisto nella settimana del Black Friday, da oggi al 25 novembre, con un budget medio di circa 261 euro a persona, per un totale di 3,3 miliardi di euro. Ma solo il 29% acquisterà in un negozio di vicinato.

È quanto emerge da un sondaggio condotto da Confesercenti con Ipsos su un campione di 800 italiani tra i 18 ed i 65 anni.

La somma media risulta più alta al Nord e nelle regioni del Centro Italia (rispettivamente 282,7 euro e 281,94 euro) rispetto a Sud e Isole (232,22 euro). Per quanto riguarda età e genere, i maggiori a spendere sono gli over 35 (286,26 euro previsti) e gli uomini (301,81 euro).

In molti casi si tratta di un anticipo degli acquisti di Natale. Il 57% di chi comprerà al Black Friday dichiara infatti di voler utilizzare l'occasione per comprare già un regalo per Natale.

Complessivamente, secondo le stime di Confesercenti, circa 1,9 miliardi di euro di spesa per i regali delle feste sarà quindi anticipata nei prossimi sette giorni.

Protagonisti saranno, in generale, gli acquisti di prodotti moda. Il 64% degli intervistati, infatti, indica l'intenzione di acquistare capi d'abbigliamento, calzature o accessori moda approfittando degli sconti. Seguono elettronica ed informatica, che raccolgono il 57% delle intenzioni di acquisto, ed elettrodomestici, dalle tv alle lavatrici, indicati dal 41%, mentre il 32% cerca prodotti per la casa. Ma c'è anche un 9% interessato ad altri tipi di prodotti, principalmente giocattoli, libri, oggetti da collezione, cosmetici ed altri prodotti di profumeria.

Se, dunque, solo il 29% farà un acquisto in un negozio di prossimità (il 15% in un negozio di vicinato multimarca, il 14% in un negozio monomarca), a fare la parte del leone saranno le piattaforme di eCommerce (64% delle indicazioni), i portali online

delle catene multimarca (43%) ma anche l'acquisto direttamente sul sito web dei produttori (29%). Un ulteriore 40% acquisterà anche presso i punti vendita fisici delle grandi catene e il 19% presso supermercati e ipermercati.

Confesercenti, dal sondaggio condotto con Ipsos, segnala anche come quest'anno il periodo degli sconti si sia esteso ben oltre i confini della settimana del 'venerdì nero', con offerte 'Black' già dal primo novembre, caratterizzata da una campagna pubblicitaria di dimensioni "inedite": l'86% degli italiani maggiorenni, circa 32 milioni di persone, ha ricevuto un'offerta promozionale diretta, soprattutto via mail (79% delle indicazioni), sms (27%), Whatsapp (18%), o telefono (11%).

Ad essere bersagliate soprattutto donne, tra cui l'88% dichiara di essere stata raggiunta da un'offerta.