



NATALE 2016

La stagione dello shopping natalizio è iniziata. Ad inaugurarla il successo del Black Friday, fenomeno USA esplosivo ormai anche in Italia dove si diffonde sempre di più l'online.

NUOVA INDAGINE DI MERCATO EBAY*: + 8% LA DISPONIBILITÀ DI SPESA MEDIA PER L'ACQUISTO DEI REGALI RISPETTO AL 2015, MA ATTENZIONE A COME INVESTIRLA. IL REGALO PERFETTO È PENSATO, NÉ COSTOSO NÉ ALLA MODA

Circa un italiano su due desidera regali che riflettono le reali passioni della persona, non vuole quelli di valore o di tendenza. L'effetto sorpresa al secondo posto sulla scala dei regali preferiti. Il 21% degli intervistati si affiderà maggiormente all'online per i regali di Natale.

Gli Italiani stimano di **spendere in media per i regali di Natale €211, l'8% in più rispetto all'anno precedente**. Un segno positivo che fa ben sperare. La cifra più elevata, ovviamente, riguarda i figli con quasi 138 euro. Oltre 92 euro in media per mogli e mariti o compagni. Seguono i nipoti a quasi 72 euro e i genitori a 60. Abbastanza simbolici i regali per i colleghi, per i quali si sfiorano i 26 euro.

Questo il dato da cui eBay è voluto partire per presentare i risultati della **nuova ricerca di mercato TNS** dedicata agli **usi e consumi degli Italiani per il prossimo Natale**, ma non solo. *“Si parla molto di generazioni, ognuna con le sue esigenze, i suoi stili di vita e i suoi sogni. Attraverso il confronto tra **Millennials (16-34 anni)**, **Generazione X (35-54 anni)**, **Boomer (55-64 anni)**, **Senior e Kids**, per il 2016 eBay ha voluto indagare il tema della diversità, certi, di come ogni persona sia unica e allo stesso tempo perfetta nelle sue differenze e di come esistano infiniti modi di essere unici,”* spiega Iryna Pavlova, Responsabile Comunicazione di eBay in Italia.

Dai risultati emerge come l'aspetto tradizionale del Natale sembri mettere tutti d'accordo, a qualunque età. Di questa opinione, contrariamente a quanto si possa pensare, lo sono anche i **Millennials: un giovane su tre dai 16 ai 34 anni vede come ideale natalizio ancora proprio quello tradizionale, da trascorrere in famiglia**.

Altro dato decisamente trasversale che diviene un utile consiglio da seguire durante lo shopping natalizio è l'affermazione: **non è il valore quello che conta. I regali più apprezzati dagli Italiani sono quelli pensati su misura**, in linea al proprio essere e alle proprie attitudini, **né costosi, né fashion a tutti i costi**. Lo conferma **quasi un italiano su due**. Un pensiero condiviso anche dal 45% dei più giovani (16-34 anni).

A seguire poi, quelli che amano il regalo dall'effetto sorpresa. La più incline ad apprezzare questo tipo di doni è la **Generazione X, in particolare la fascia d'età tra i 35 e i 44 anni (29%)**.

Quest'anno si faranno in media **9 regali**. Figli e genitori sono sempre tra i primi della lista e fa sorridere come, tra le coppie italiane, **quasi un italiano su tre dichiara di non comprare generalmente un regalo per la moglie o il marito (27%)**. **La più più social sarà la Generazione X, con 10 regali**, mentre al contrario, i **Millennials giovanissimi (16 – 24 anni)**, quelli che dispongono di meno risorse e vivono meno obblighi sono **all'opposto, con una media di 7,5 regali**.

I regali più ambiti in termini assoluti tra i rispondenti sono risultati:

- Viaggi – 23%
- Capi di abbigliamento, scarpe o accessori – 10%
- Libri e gadget hi-tech a pari merito – 7%

Se ci addentriamo tra le preferenze dichiarate dalle diverse fasce di età, il viaggio e l'abbigliamento restano comunque le categorie più gettonate. Si evidenzia poi un netto passaggio generazionale dai gadget hi-tech ai libri: i primi sono ambiti dal 13% dei giovanissimi (16-24 anni) che li inseriscono nella top 3, mentre i libri compaiono solo sul podio dei **Boomer** tra 55 e i 64 anni (10%).

*Fonte: Studio condotto tramite TNS, un sondaggio online omnibus. Intervista ad un campione di 2281 Italiani adulti (fascia di età compresa fra i 16 e i 54 anni). L'intervista è stata condotta da linea di auto-completamento. Il campione è stato ponderato, per rappresentare la popolazione adulta Italiana di età compresa fra i 15 e i 64 anni

**Dati interni 2015 di eBay



“Tutti interessi e desideri che si rispecchiano appieno nel comportamento d’acquisto su eBay**. Da diversi anni durante il periodo Natalizio registriamo un forte incremento delle vendite nella categoria **Abbigliamento&Accessori ed Informatica**” afferma Iryna Pavlova che continua: “in particolare, eBay.it ha visto a Novembre e Dicembre 2015 un +305% di vendite di foulard e sciarpe maschili e un +229% per maglioni rispetto alla media dei precedenti mesi. Per le donne, invece, guanti (+263%) e maglioni (+163%) sono stati tra gli articoli più acquistati. Immane poi il mondo hi-tech che ha visto crescere, tra gli altri, le vendite di Ipad (+48%) e cellulari e smartphone (+19%)”.

Dalle risposte degli intervistati si rilevano poi chiare **differenze delle preferenze dei regali in base all’età**:

I MILLENNIALS

16–24 anni

- Gadget hi-tech
- Gioielli/Orologi
- Esperienze (es. gita in mongolfiera, rally, trattamenti di bellezza)
- Prodotti Cosmetici

25-34 anni

- Abbigliamento, scarpe e accessori
- Elettrodomestici
- Videogiochi
- Giochi da tavola

LA GENERAZIONE X

35-44 anni

- Viaggio
- Coupon
- Accessori per la palestra
- DVD

45-54 anni

- Gioielli/Orologi
- Elettrodomestici
- Gastronomia & Vino
- Articoli bicicletta

I BOOMER

55-64 anni

- Libri
- Gastronomia & Vino
- Accessori per il Fai-da-te
- Oggetti d’artigianato

“Anche le preferenze di regalo emerse tra i differenti cluster sono confermate dai dati di vendita di eBay.it 2015. Se analizziamo, ancora una volta, i due mesi “caldi” per lo shopping natalizio e li confrontiamo con tutto il resto dell’anno, alcune categorie registrano un interessante aumento. In particolare si segnalano: gli elettrodomestici (+ 31%), i giochi da tavola (+327%), la gastronomia e il vino (+32%), gli accessori per il fai da te (+14%)”, conclude Iryna Pavlova.

L’etiquette del regalo in base all’età

I Millennials considerano maleducato non mostrare apprezzamento quando si scarta un regalo, ma non danno molto alla confezione.

Per i Boomer, al contrario, il galateo del regalo parte proprio da come viene incartato l’oggetto. Molta attenzione poi a non lasciare il cartellino del prezzo, dimenticanza che risulta inammissibile per quasi il 60% dei boomer intervistati.

Se si sta cercando un regalo per una persona che rientra nella **Generazione X** (35-54 anni) infine, ricordarsi assolutamente cosa si è acquistato il Natale passato: il 36% reputa ricevere lo stesso regalo dell’anno precedente una delle peggiori cattive abitudini rispetto al cosiddetto “bon ton natalizio”.

Per il regalo perfetto serve il giusto tempo

Trovare il regalo più adatto richiede tempo per pensare con un minimo di calma alla persona che riceverà il dono e non dover fare così tutto di fretta. Per questo **1 italiano su 4 afferma di iniziare a occuparsi ai regali già da Novembre**. Un’abitudine che si consolida con l’avanzare dell’età: c’è addirittura un 18% tra i 55 e i 64 anni che si organizza durante tutto l’anno.

*Fonte: Studio condotto tramite TNS, un sondaggio online omnibus. Intervista ad un campione di 2281 Italiani adulti (fascia di età compresa fra i 16 e i 54 anni). L’intervista è stata condotta da linea di auto-completamento. Il campione è stato ponderato, per rappresentare la popolazione adulta Italiana di età compresa fra i 15 e i 64 anni

**Dati interni 2015 di eBay



Lo shopping natalizio è senza dubbio anche una fonte di stress che porta con sé sempre qualche strascico di noia, stanchezza e nervosismo, ma quelli che sembrano sopportarlo meglio sono, a sorpresa, i **Boomer tra i 55 e i 64 anni**. Il **40% di questi afferma infatti di non percepire stress dall'acquisto dei regali di Natale rispetto a solo il 26% dei Millennial** che individuano tra le principali cause la poca disponibilità economica e la mancanza di idee.

I figli sono i più facili da accontentare, ma finché sono bambini, più crescono più diventano ulteriore motivo di pensiero tanto da essere indicati dal 20% dei rispondenti tra i 55 e i 64 anni come i più difficili a cui fare il regalo.

L'ideale Natalizio 2016: tradizionale, romantico o tropicale.

Il tanto citato scontro generazionale è ancora vero quando si parla di Natale? Sembrerebbe di no. **Il Natale tradizionale con la famiglia rimane il preferito dalla maggior parte degli Italiani**. Lo afferma il **42% degli intervistati**, con interessanti percentuali del 37% anche per i *Millennials* (16-34 anni).

Dopo la famiglia, immancabile l'amore, sia per i giovani (16-34 anni) che per i più maturi (55-64 anni) che individuano al secondo posto tra le preferenze di ideale natalizio quello romantico, da condividere con il proprio compagno. **La Generazione X (35-54) non disdegna invece l'idea di un posto esotico e caldo** dove passare le festività, segno di come, in questo periodo intermedio della vita la magia del Natale coniughi sentimenti a volte contrastanti a causa di doveri e obblighi che spingono ad immaginare paesaggi tropicali lontani.

E sono sempre i *Millennials*, probabilmente perché maggiormente influenzati dal mito del cinema americano, a idealizzare le feste non solo in maniera tradizionale, ma affiancando maggiormente anche simboli iconici dei film hollywoodiani: **ben il 10% dei ragazzi tra i 16 e i 24 anni immagina decorazioni perfette, luci e albero di Natale gigante, proprio in stile cinematografico.**

L'albero di Natale rimane il simbolo per eccellenza, **oltre 7 italiani su 10 non ne possono fare a meno con picco che tocca quasi l'80% per i giovanissimi tra i 16 e i 24 anni**. I più tiepidi, verso le decorazioni in generale, sono invece i **Boomer dai 55 ai 64 anni**, tra cui addirittura **un 15% dichiara di non addobbare la casa per le festività.**

Il Natale degli Italiani, infine, vede ancora profonde radici nella tradizione cristiana: se **in una casa di un italiano su due sarà presente il presepe**, simbolo della Natività, anche **la messa Natalizia vedrà coinvolti il 52% degli intervistati, di qualunque età**. Ovviamente maggiore è il numero delle persone in età più adulta, ma lascia sorpresi scoprire che anche il **47% dei Millennial (16-34)** dichiarino che parteciperanno alla funzione religiosa.

Informazioni su eBay



eBay (NASDAQ: EBAY) è, nel mondo, il mercato più dinamico che permette di concludere grandi affari e scoprire una selezione unica di prodotti. eBay connette milioni di venditori e acquirenti in tutto il mondo, creando per le persone innumerevoli opportunità attraverso il Connected Commerce. La nostra visione è quella di vedere eBay come il luogo per eccellenza dove fare acquisti perché la nostra offerta di prodotti, supportata da una piattaforma di vendita semplice e redditizia, è la più completa e la più rilevante. Siamo dei partner e mai dei concorrenti per i nostri venditori; creiamo rapporti più solidi tra venditori e acquirenti attraverso esperienze di prodotto veloci, sicure e su qualsiasi dispositivo mobile. Oggi, mentre celebriamo il nostro 20esimo anniversario, siamo entusiasti di mettere in contatto venditori e acquirenti esattamente come lo eravamo quando abbiamo fondato l'azienda nel 1995. Per ulteriori informazioni, consultate ebayinc.com.

AD MIRABILIA Ufficio Stampa Consumer per eBay.it

Vittoria Valle - tel. +39 02 43 8129.41 - valle@admirabilia.it

Erika Demartis- tel. +39 02 43 8129.53 - demartis@admirabilia.it

eBay.it - Iryna Pavlova – ipavlova@ebay.com – + 39 02 0069.5369

*Fonte: Studio condotto tramite TNS, un sondaggio online omnibus. Intervista ad un campione di 2281 Italiani adulti (fascia di età compresa fra i 16 e i 54 anni). L'intervista è stata condotta da linea di auto-completamento. Il campione è stato ponderato, per rappresentare la popolazione adulta Italiana di età compresa fra i 15 e i 64 anni

**Dati interni 2015 di eBay