



BAIN & COMPANY 

Retail Holiday Shopping Outlook: Prospettive e tendenze di consumo per le festività di Natale 2022 – *Wave 1*

Contatti: *Andrea Petronio, Laura Farruggia, Diego Tonelli*

18 Novembre 2022

Fonte da panel consumatori di Toluna

AGENDA



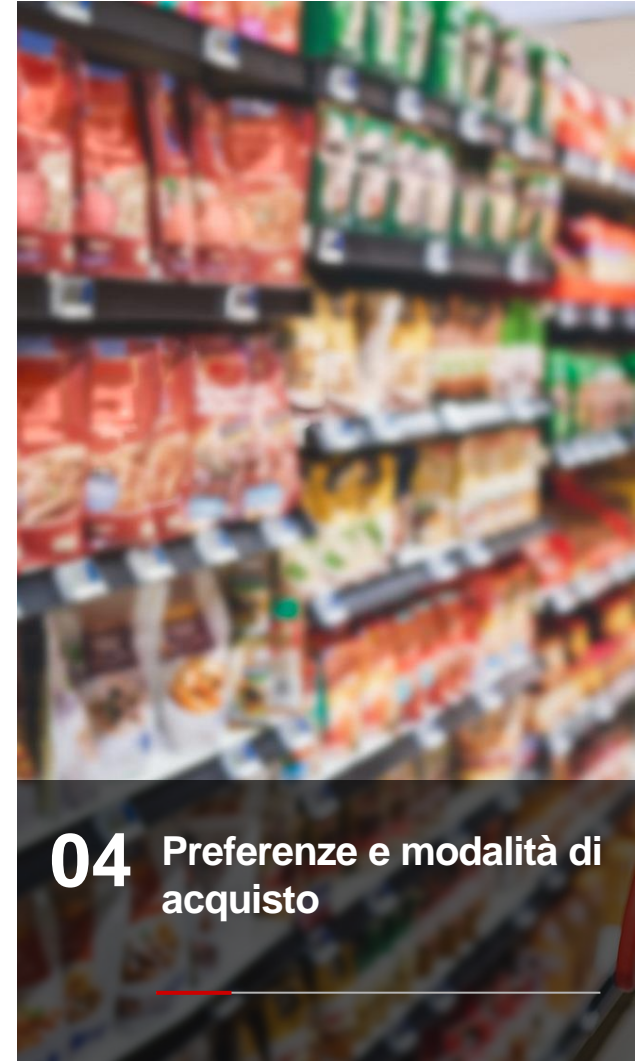
01 Introduzione alla ricerca ed evidenze di sintesi



02 *General sentiment* degli Italiani



03 Prospettive e comportamenti di consumo

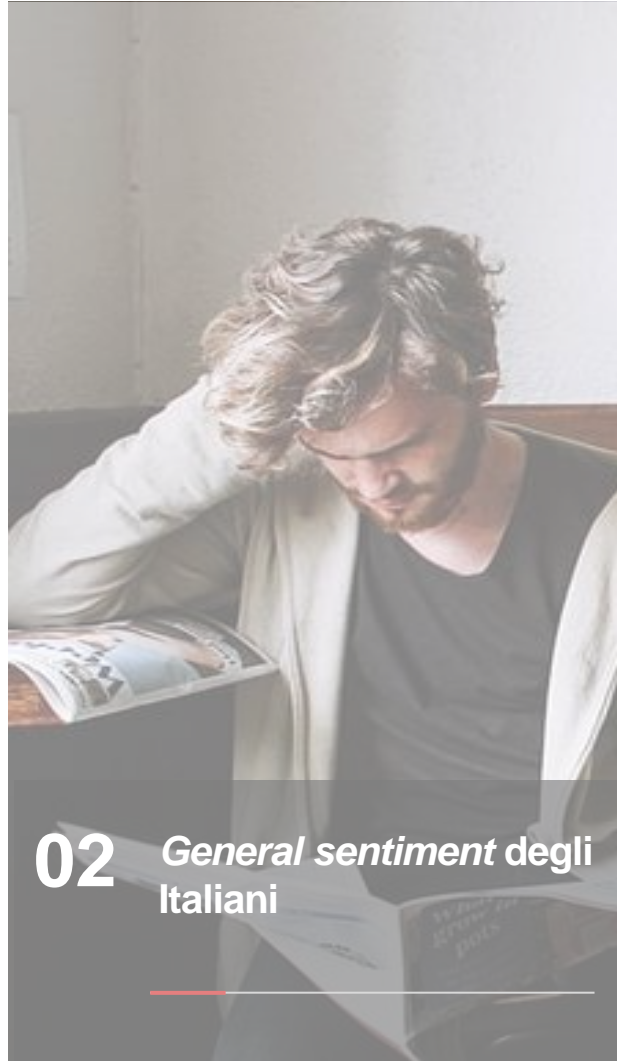


04 Preferenze e modalità di acquisto

AGENDA



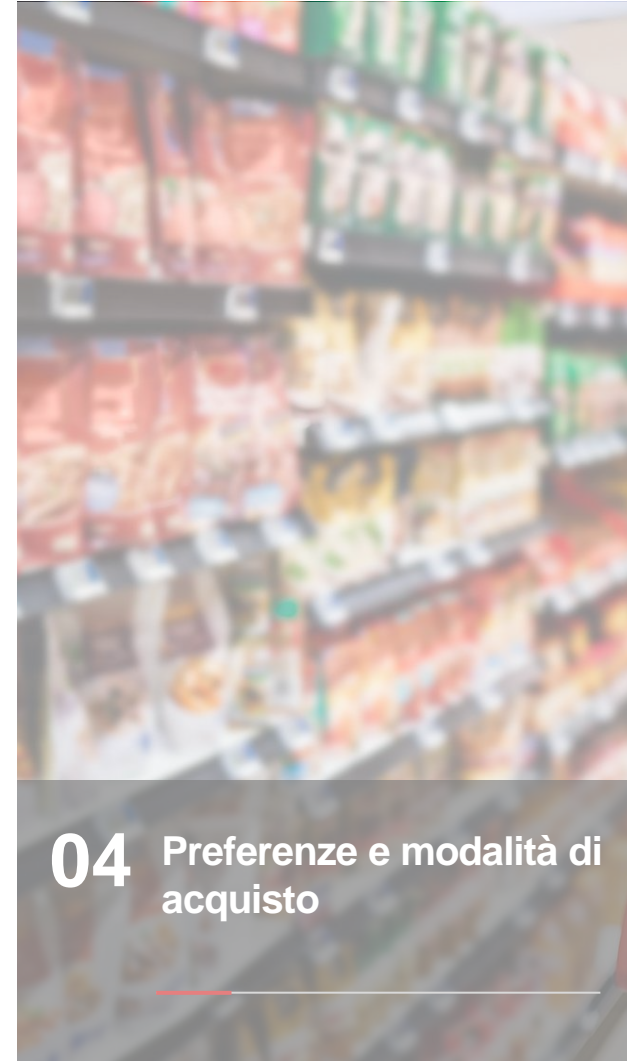
01 Introduzione alla ricerca ed evidenze di sintesi



02 *General sentiment* degli Italiani



03 Prospettive e comportamenti di consumo



04 Preferenze e modalità di acquisto

1° «uscita» di un **ricerca** periodica su **sentiment** e **tendenze di consumo degli italiani per le «festività»**

INTRODUZIONE

Obiettivo della ricerca

- Tracciare nel tempo i **trend dello shopping per le festività chiave degli italiani**, in relazione anche all'attuale **contesto socio-economico** e monitorarne le principali dinamiche «prima» e «dopo»

3 temi chiave posti ai consumatori

1. *Qual è il tuo livello di preoccupazione rispetto agli eventi politici, sociali ed economici di maggiore attualità ?*
2. *Rispetto all'anno scorso, quanto pensi di spendere per i tuoi acquisti per le festività ed in quali settori ?*
3. *Quali canali e modalità preferisci per effettuare i tuoi acquisti?*

Metodologia

SURVEY (via web)

- Panel di **1000 consumatori** rappresentativo della popolazione italiana
- **Database e piattaforma «Toluna»**

toluna*

Prossime «uscite»

● 21 Novembre '22

● Vacanze di Natale

● Metà Gennaio '23

● Metà Giugno '23

● Vacanze estive

● Inizio settembre '23

3 aree di indagine: *general sentiment*, tendenze di consumo e *customer journey*

General Sentiment



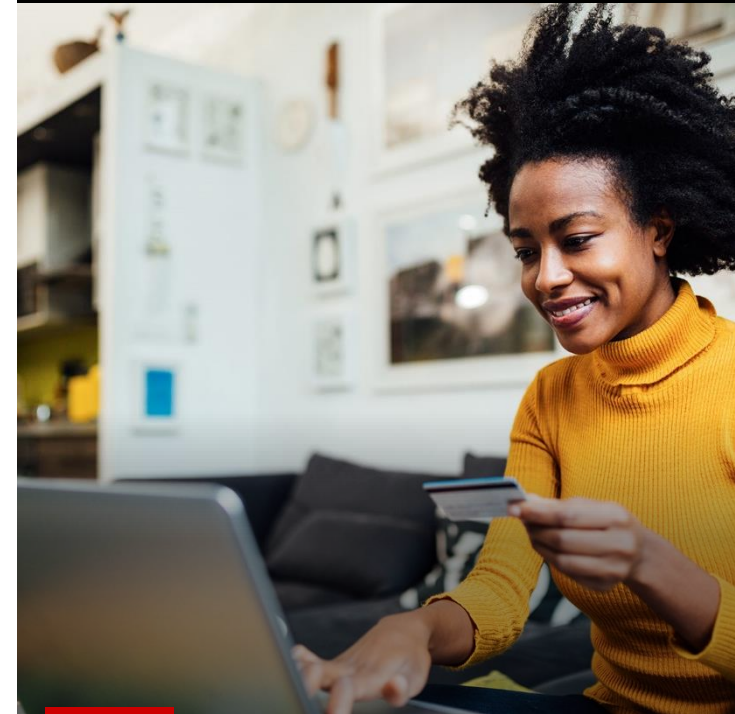
Qual è il tuo livello di preoccupazione rispetto agli eventi politici, sociali ed economici di maggiore attualità ?

Tendenze di Consumo



Rispetto all'anno scorso, quanto pensi di spendere per le festività di Natale e in quali settori merceologici?

Customer Journey



Quali canali e modalità preferisci per effettuare i tuoi acquisti?

Sintesi delle evidenze emerse wave 1 «pre-Natale»

General sentiment degli italiani



- Il mondo (e gli italiani) sta attraversando un periodo pieno di **turbolenze e preoccupazioni** senza precedenti
- In generale, il **livello di «guardia»** è molto **elevato: costo della vita, clima e guerra Russia / Ucraina** le maggiori preoccupazioni senza particolari differenze tra **generazioni**. I **più giovani** sono in apprensione cupati anche per il **governo ed il lavoro**

Prospettive e comportamenti di consumo



- Il **50%** degli intervistati **spenderà di meno** rispetto allo scorso anno, a prescindere dalle **fasce di reddito**, eccetto quella **più elevata** che addirittura **prevede una spesa maggiore**
- Il **budget di spesa** per le **festività** è di **~264 €**, **gli uomini** spenderanno di più **~282 €** mentre le donne **~234 €**; i **«boomers»** hanno il **budget di spesa più alto**
- Il **~58%** prevede di **acquistare** maggiormente durante il **Black Friday**, con una **spesa media** pari a **270 €**, **non di molto inferiore** a chi invece lo farà a **ridosso del Natale**
- **Food, Alimentari e Cura della Persona** (per le donne) / **Elettronica** (per gli Uomini) i **settori preferiti** per chi prevede di spendere **durante il Black Friday** ma che, a parte il food, **registrano una minore preferenza** rispetto al 2021, in particolare l' **elettronica** (in controtendenza invece **libri, viaggi/vacanze, pet care e prodotti per la casa**) e con un **budget di gran lunga inferiore allo scorso anno eccetto pochi settori** (lotterie, elettronica e viaggi e vacanze. Per chi va in vacanza **due terzi** scelgono l'**Italia**, il **20%** l'**estero** e il **14%** sia l'**Italia che l'estero**

Preferenze e modalità di acquisto

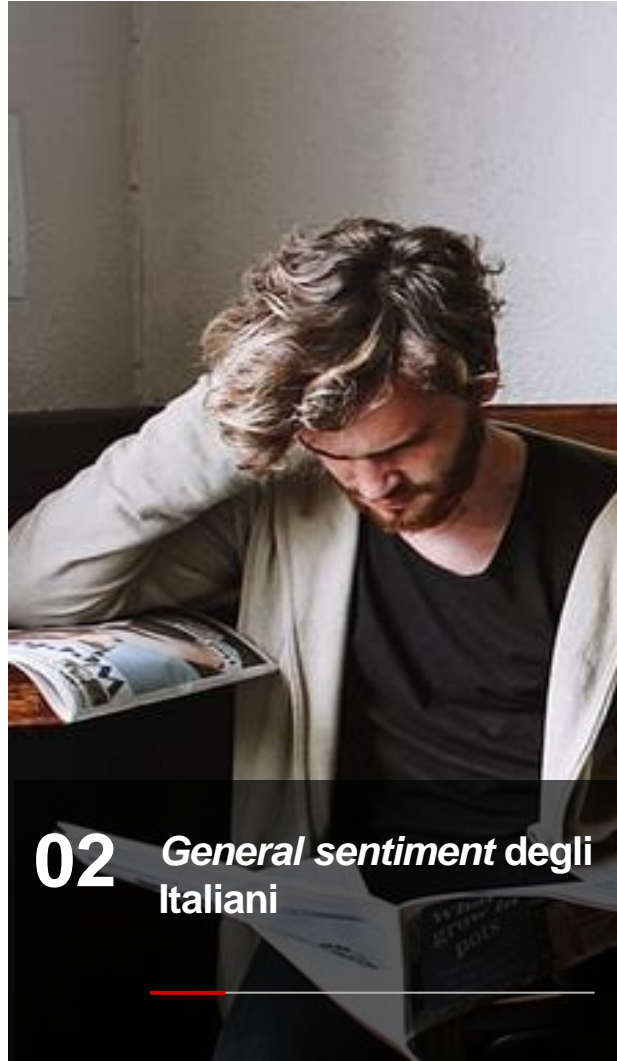


- Il **47%** dei consumatori preferisce **acquistare e ritirare in negozio**, il **20%** esclusivamente dai **retailer «solo online»** ed il **33%** sono **omnichannel**
- Inoltre **si informano maggiormente on line** che effettuando **visite presso negozi fisici**
- E si cercano **prodotti sostenibili** (~45% delle risposte), senza dimenticare però la **ricerca di convenienza**, sempre più marcata

AGENDA



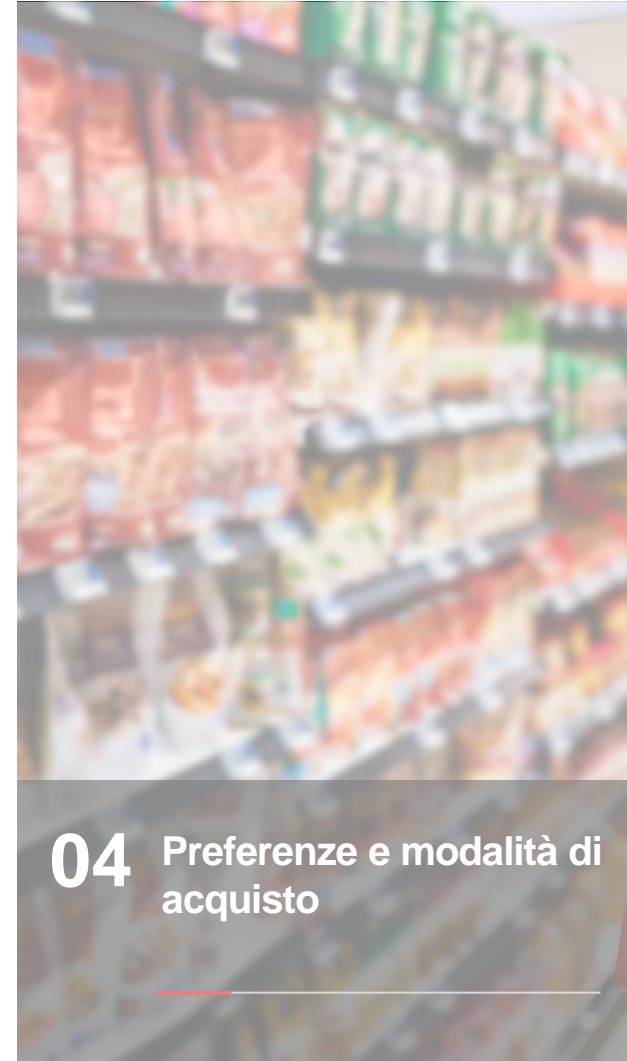
01 Introduzione alla ricerca ed evidenze di sintesi



02 *General sentiment* degli Italiani



03 Prospettive e comportamenti di consumo



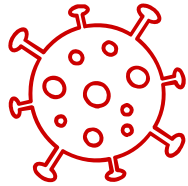
04 Preferenze e modalità di acquisto

Il mondo (e gli italiani) sta attraversando un periodo pieno di **turbolenze e preoccupazioni** senza precedenti

CONTESTO SOCIO-ECONOMICO



**Guerra Russia -
Ucraina**



**Salute /
Pandemia
Covid-19**



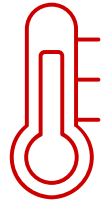
Inflazione



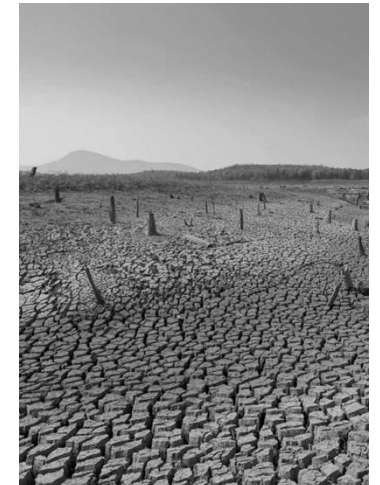
Nuovo governo



**Situazione
lavorativa**



**Cambiamento
climatico**



Infatti il **livello di «guardia»** è molto **elevato: costo della vita, clima e guerra Russia /Ucraina** le maggiori preoccupazioni...

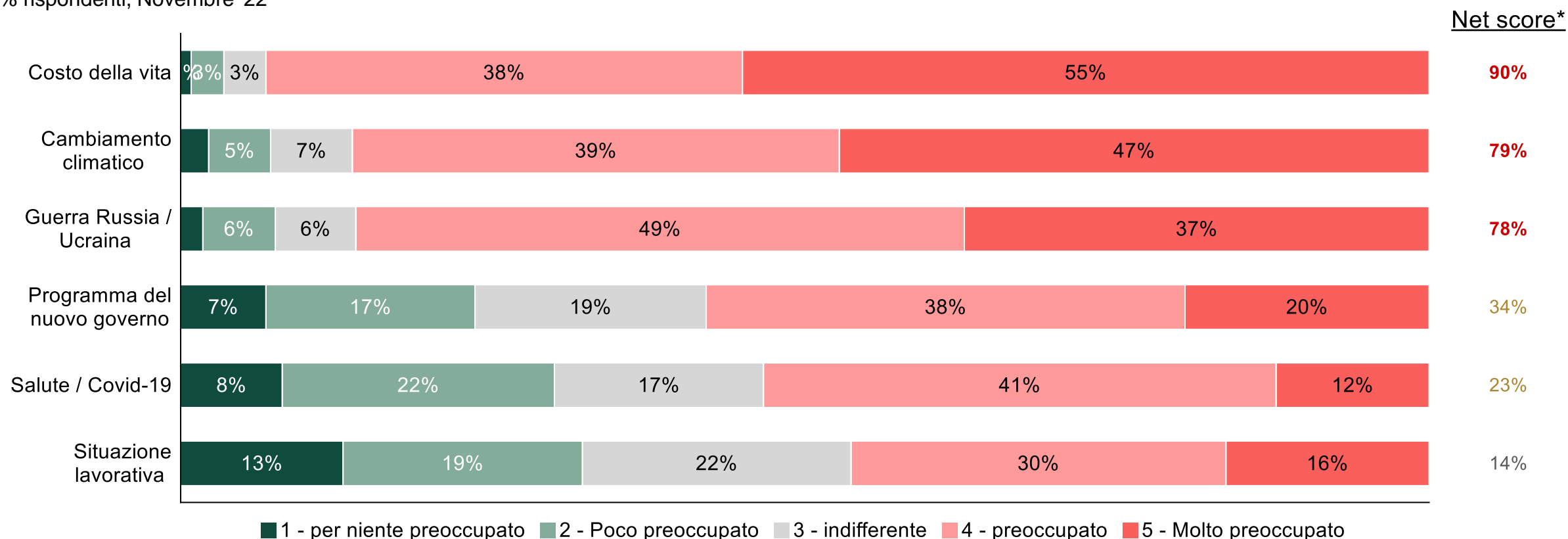
CONTESTO SOCIO-ECONOMICO

QUAL'È IL LIVELLO DI PREOCCUPAZIONE?

Quesito: In considerazione del **contesto nazionale e internazionale attuale** e della tua **situazione personale**, qual è il tuo livello di **preoccupazione** per ciascuno dei seguenti aspetti? [Assegnare un punteggio da 1 a 5 dove 1 = per nulla preoccupato – 5= Molto preoccupato]

LIVELLO DI PREOCCUPAZIONE DEI CONSUMATORI

% rispondenti, Novembre '22



Note: *Net Score è calcolato come: (numero di rispondenti preoccupati o molto preoccupati – numero di rispondenti poco preoccupati e per niente preoccupati)/(totale dei rispondenti)

Fonti : Analisi Bain su dati Toluna

..senza particolari differenze tra **generazioni**. I **più giovani** sono in apprensione anche per il **governo** ed il **lavoro**

CONTESTO SOCIO-ECONOMICO

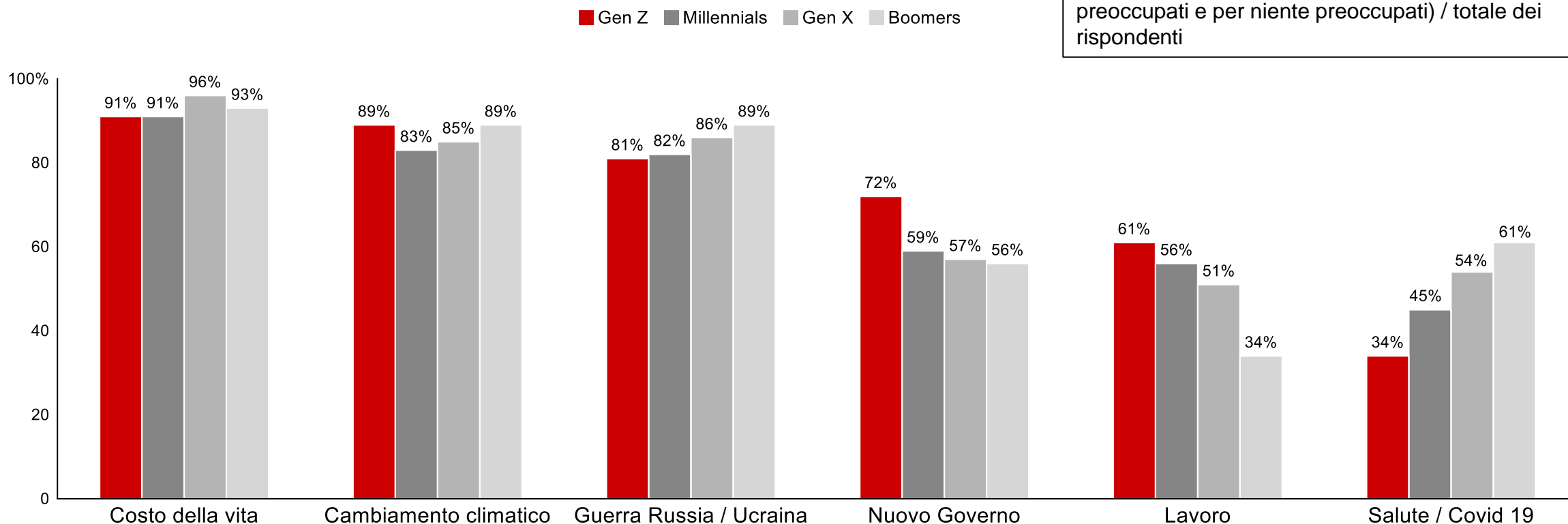
PREOCCUPAZIONE DELLE DIVERSE GENERAZIONI?

Quesito: In considerazione del **contesto nazionale e internazionale** attuale e della tua **situazione personale**, qual è il tuo livello di **preoccupazione** per ciascuno dei seguenti aspetti? [Assegnare un punteggio da 1 a 5 dove 1 = per nulla preoccupato – 5= Molto preoccupato]

LIVELLO DI PREOCCUPAZIONE DEI CONSUMATORI PER FASCE GENERAZIONALI

% Net Score*, Novembre '22

***Net Score** : numero di rispondenti preoccupati o molto preoccupati – numero di rispondenti poco preoccupati e per niente preoccupati) / totale dei rispondenti

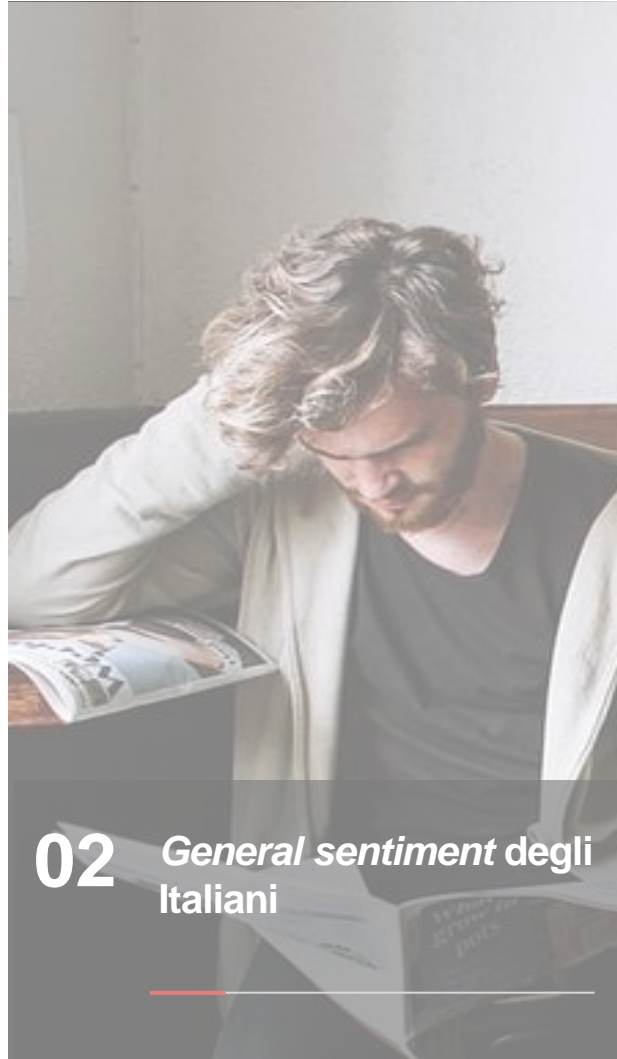


Note: Gen Z: 18-24; Millennials: 25-40; Gen X: 41-55; Boomers: 56+
 Fonti : Analisi Bain su dati Toluna

AGENDA



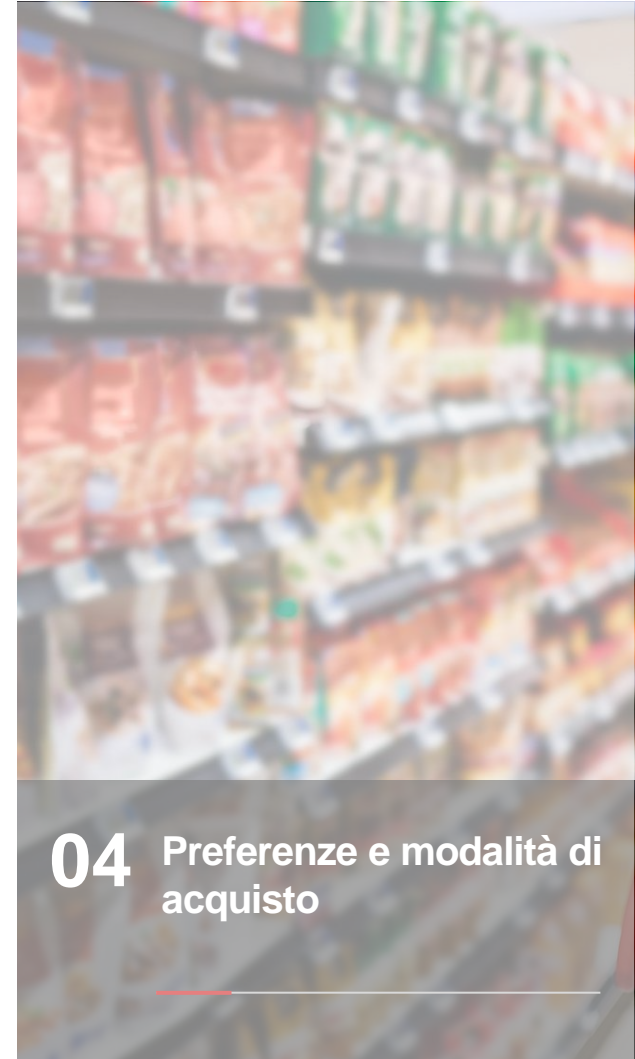
01 Introduzione alla ricerca ed evidenze di sintesi



02 *General sentiment* degli Italiani



03 Prospettive e comportamenti di consumo



04 Preferenze e modalità di acquisto

Il **50%** degli intervistati **spenderà di meno** rispetto allo scorso anno, a prescindere dalle **fasce di reddito**, eccetto quella più **alta** che addirittura **spenderà di più**

TENDENZE DI SPESA

NELLE FESTIVITÀ SI SPENDERÀ DI PIÙ O DI MENO?

Quesito: In generale, rispetto allo scorso anno quanto pensi di **spendere**/hai speso **di più/ di meno** o la **stessa cifra** per le festività natalizie?

18%

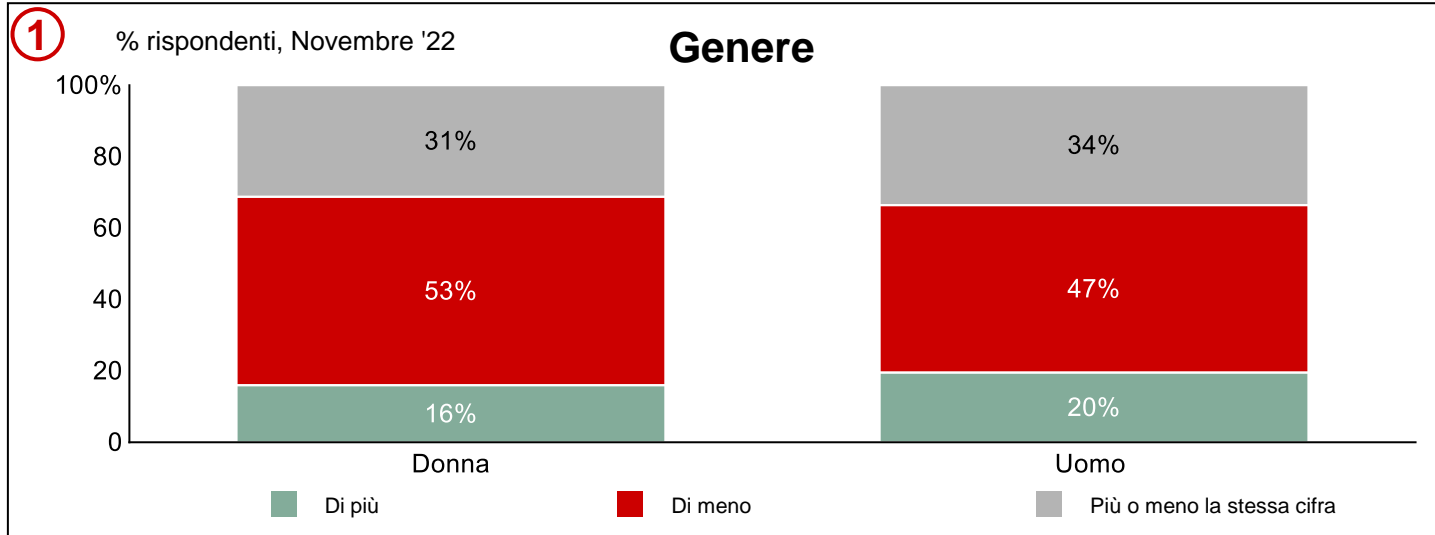
Di più

50%

Di meno

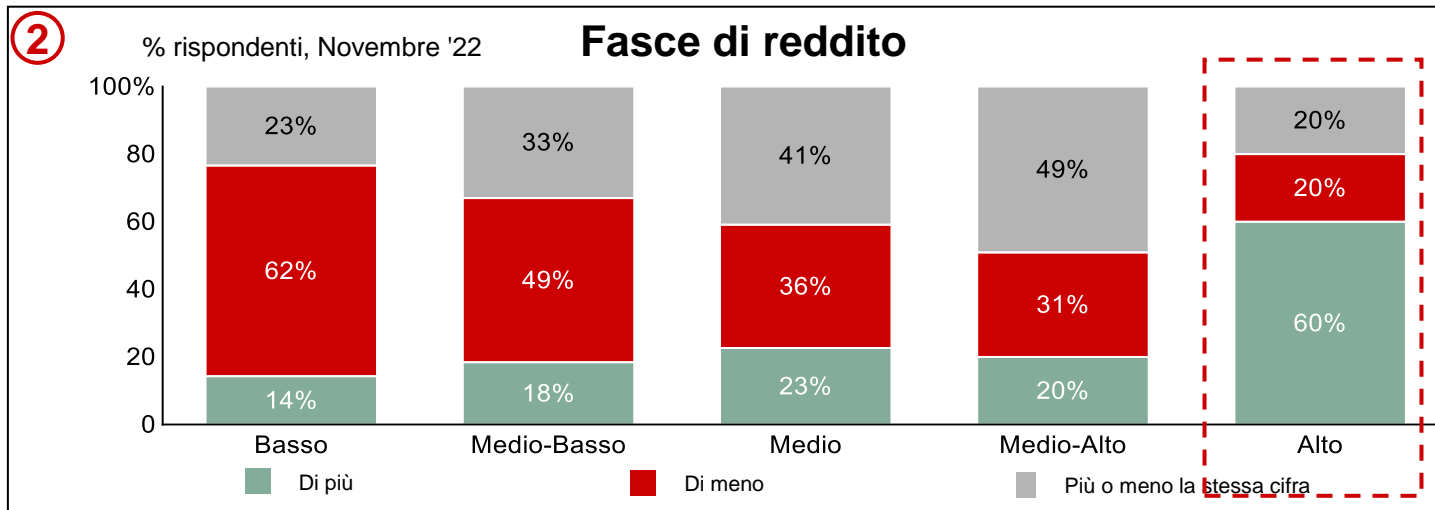
32%

Più o meno la stessa cifra



COMMENTI

- In generale, il **50%** dei consumatori prevede di **spendere di meno** rispetto allo scorso anno per le festività di Natale, **32%** la **stessa cifra** e solamente il **18% di più**
- Questo a prescindere dal livello di reddito, eccetto per chi è benestante che proseguirà nella tendenza recente di «revenge buying» post Covid: **prevedono infatti di spendere di più** (~60%) rispetto allo scorso anno



Il budget di spesa per le festività è di ~264 €; gli uomini spenderanno di più ~282 € mentre le donne ~234€; i «boomers» hanno il budget di spesa più alto

TENDENZE DI SPESA

QUANTO SI SPENDERÀ PER LE PROSSIME FESTIVITÀ?

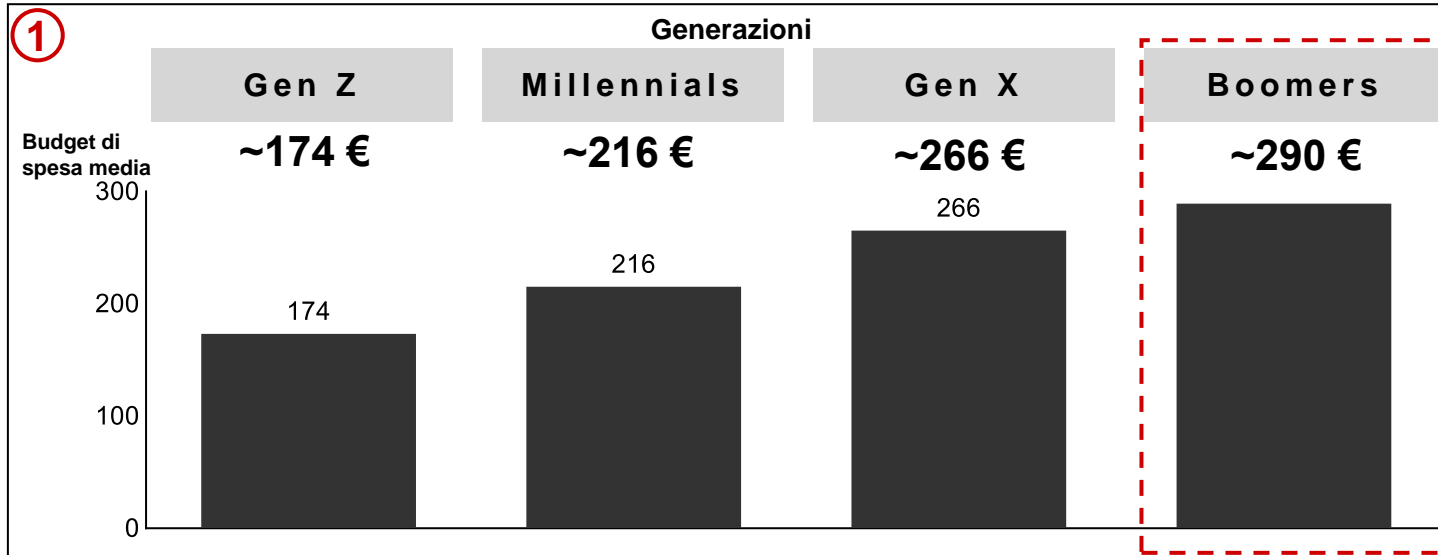
Quesito: Quanto hai messo a budget /spenderai per le prossime festività natalizie?

Budget di spesa complessiva > ~264 €

• **Uomini** > ~282 €

• **Donne** > ~234 €

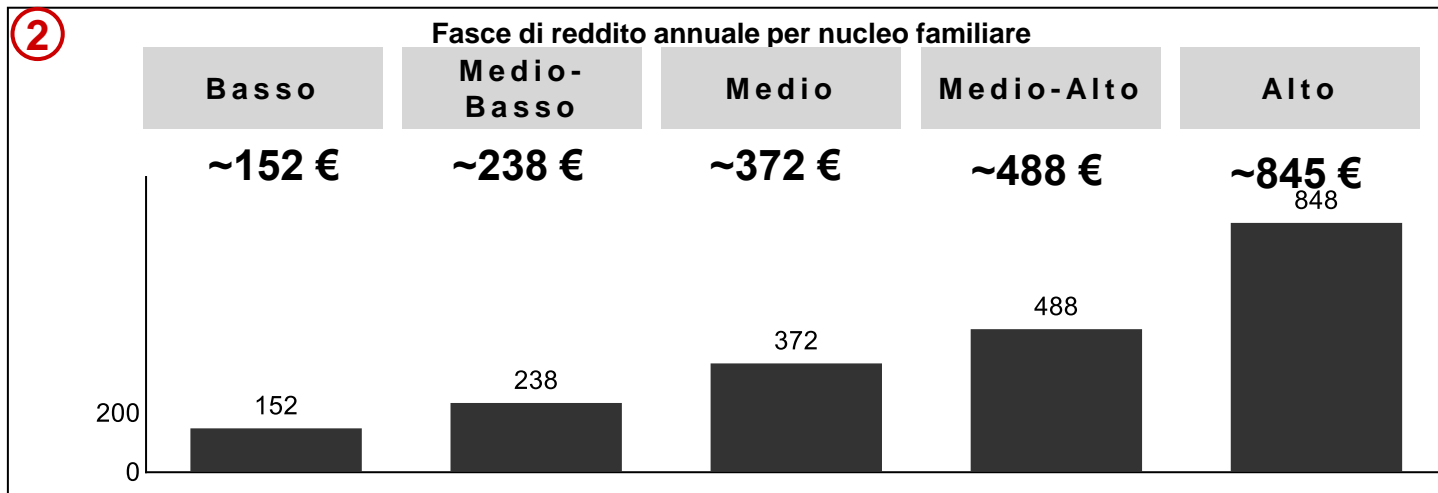
①



COMMENTI

- In generale, il **budget di spesa** medio previsto per le festività natalizie è pari a ~264 €
- I **Boomers** prevedono il **budget di spesa più elevato** (~290 €), **Gen Z il più basso** (~174 €)
- All'aumentare della fascia di reddito, il **budget di spesa** previsto aumenta con un forte stacco per i redditi più elevati

②



Il ~58% prevede di **acquistare** molto durante il **Black Friday**, con una **spesa media** pari a **270 €**, non di molto inferiore a chi lo farà **a ridosso del Natale**

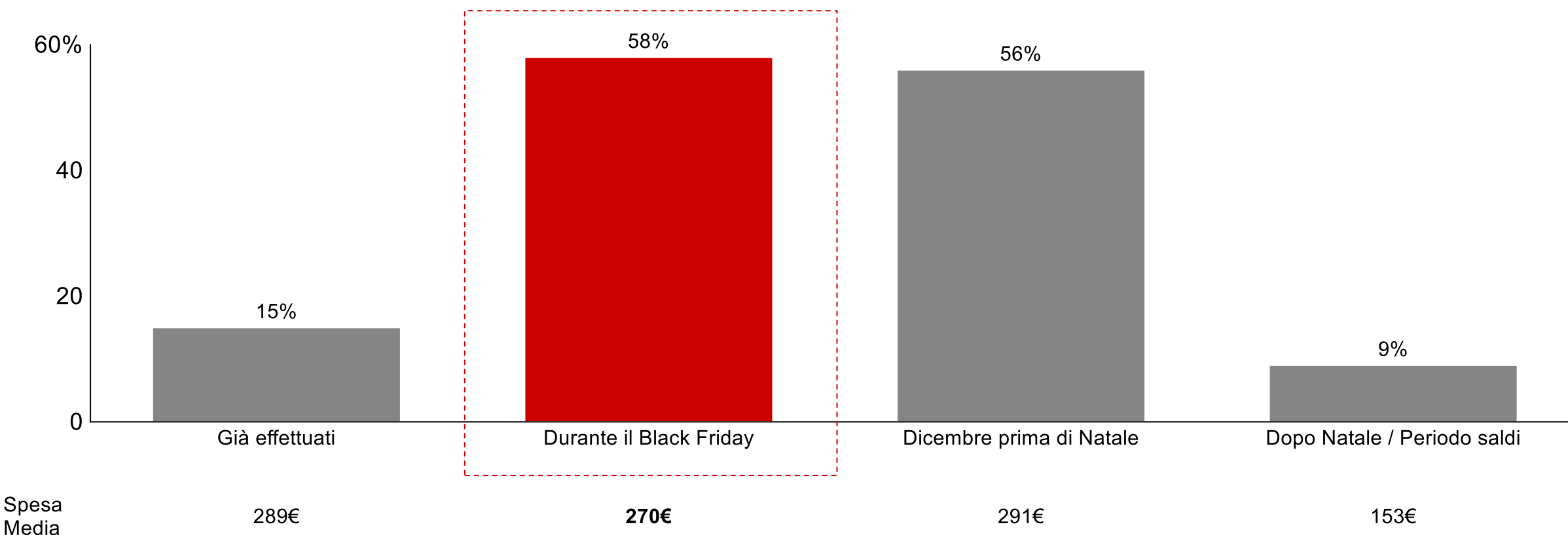
TENDENZE DI SPESA

QUANDO SI ACQUISTERÀ PER LE FESTIVITÀ?

Quesito: Quando hai intenzione di effettuare i tuoi acquisti / spese per le festività di Natale? [risposta multipla, massimo 2 risposte]

PERIODO IN CUI SI EFFETTUERANNO GLI ACQUISTI PER LE FESTIVITÀ'

% di rispondenti, Novembre '22



Spesa
Media

Note: Il quesito a risposta multipla ha previsto la possibilità di scegliere fino a 2 opzioni
Fonti : Analisi Bain su dati Toluna

Abbigliamento, Alimentari e Cura della Persona (per le donne) / Elettronica (per gli Uomini) i settori preferiti per chi prevede di spendere durante il Black Friday...

TENDENZE DI SPESA

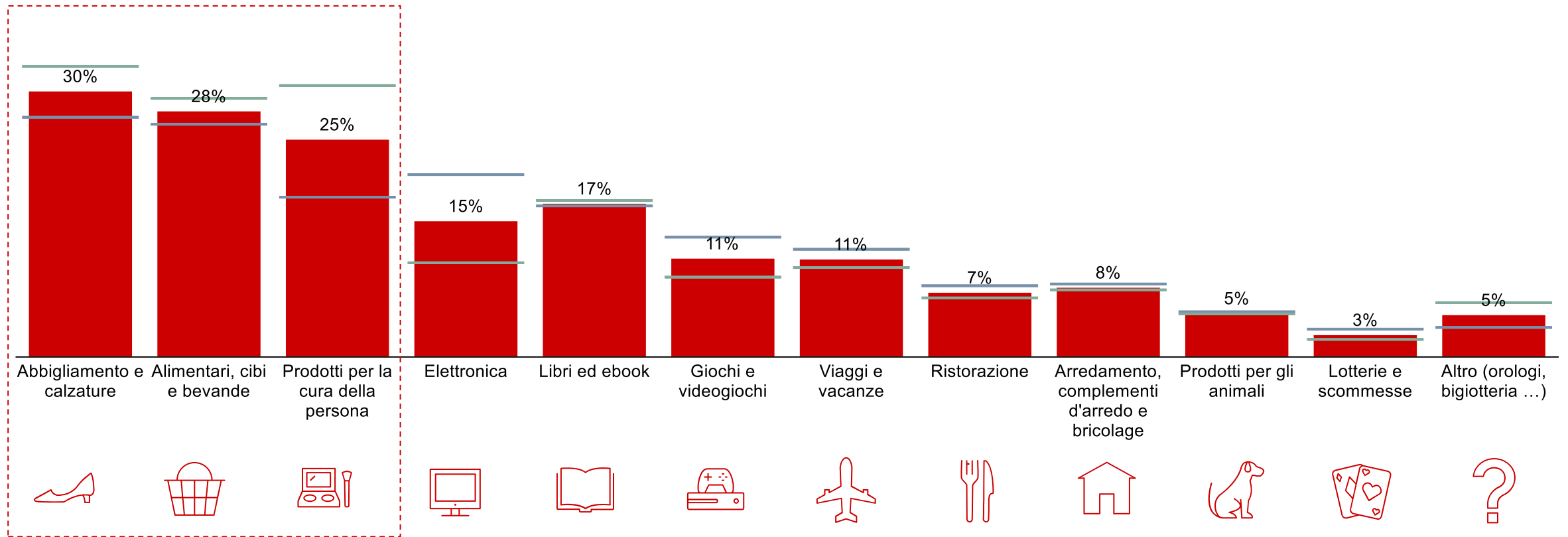
IN QUALI SETTORI SPENDERAI DURANTE IL BLACK FRIDAY?

Quesito 1: quali sono i 3 settori che privilegerai durante il Black Friday? [risposta multipla, massimo 3 risposte]

SETTORI MERCEOLOGICI PRIVILEGIATI DURANTE IL BLACK FRIDAY

% di rispondenti, Novembre '22

Legenda: — Donne — Uomini



Note: Il quesito a risposta multipla ha previsto la possibilità di scegliere fino a 3 opzioni
Fonti : Analisi Bain su dati Toluna

... ma che, a parte il food, **registrano una minore preferenza** vs. 202, in particolare elettronica (in controtendenza libri, viaggi/vacanze, pet care e prodotti per la casa)...

TENDENZE DI SPESA

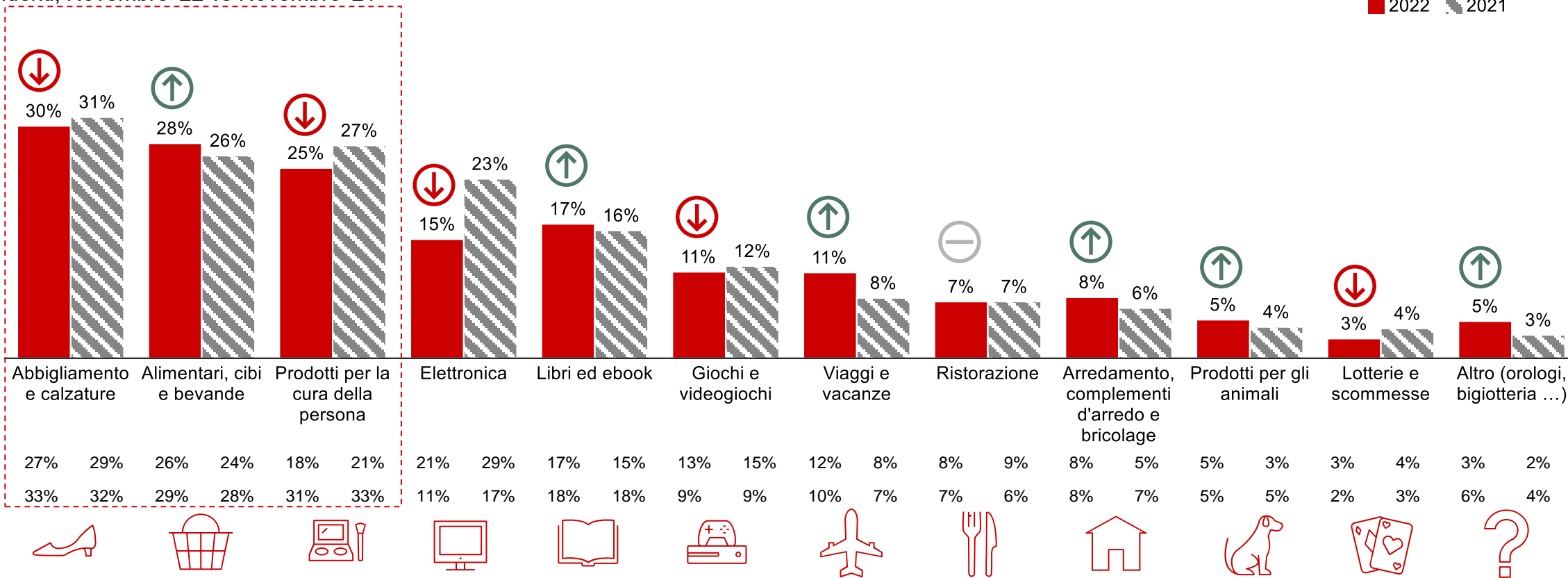
E QUALI DIFFERENZE VS. LO SCORSO ANNO?

Quesito 1: L'anno scorso, quali sono i 3 settori merceologici che hai privilegiato per le festività di Natale? Quesito 2: Quest'anno invece quali sono i 3 settori merceologici che privilegerai per le festività di Natale? [Per entrambi i quesiti risposta multipla, massimo 3 risposte]

SETTORI MERCEOLOGICI PRIVILEGIATI QUEST'ANNO VS. SCORSO ANNO DURA ANTE IL BLACK FRIDAY

% di rispondenti, Novembre '22 vs Novembre '21

■ 2022 ■ 2021



Note: Il quesito a risposta multipla ha previsto la possibilità di scegliere fino a 3 opzioni
 Fonti : Analisi Bain su dati Toluna

Legenda: Settore in crescita rispetto allo scorso anno Settore in diminuzione crescita rispetto allo scorso anno Settore in linea allo scorso anno

...ma con un **budget di gran lunga inferiore allo scorso anno** in tutti i settori **eccetto pochi settori** quali lotterie, elettronica e viaggi e vacanze...

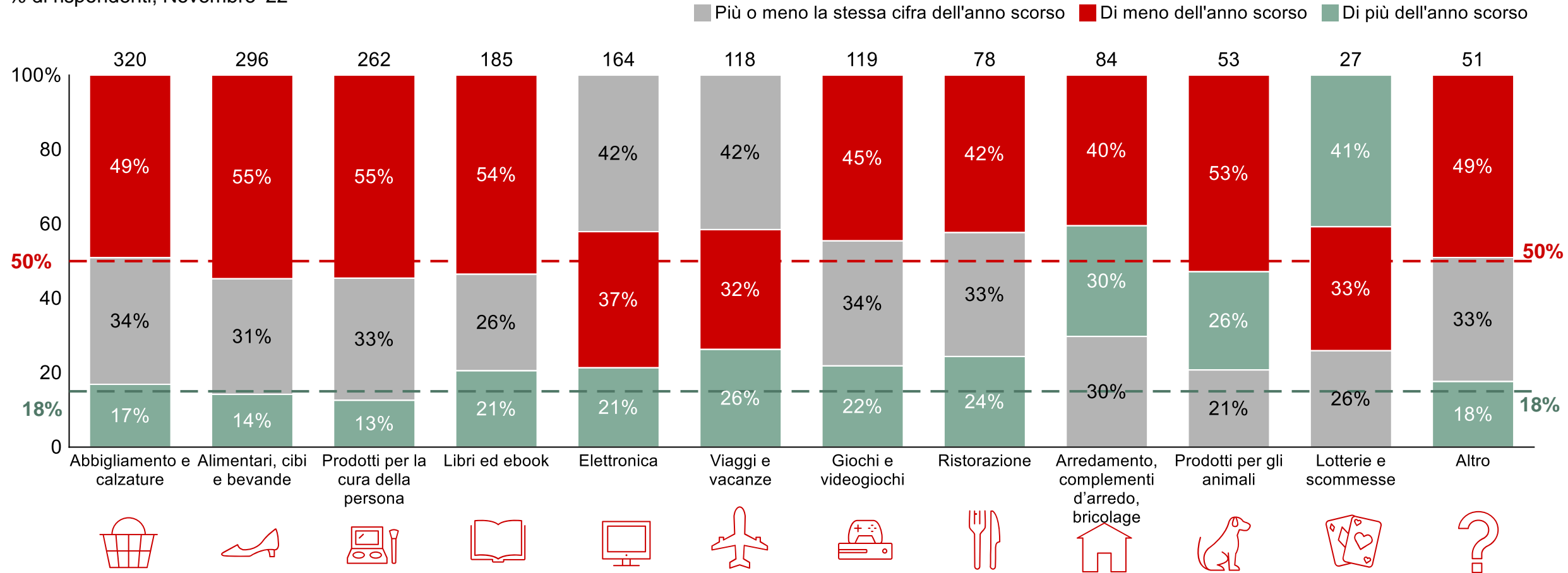
TENDENZE DI SPESA

PER I SETTORI PREFERITI SPENDERAI DI PIU' O MENO ?

Quesito: Quanto hai speso / pensi di spendere rispetto all'anno scorso, per le festività natalizie, per i settore preferiti ?

PREVISIONI DI ACQUISTO PER SETTORE PREVISTE PER LE FESTIVITA'

% di rispondenti, Novembre '22



Fonti: Analisi Bain su dati Toluna

Legenda: - - - Media dei rispondenti che spenderanno di più rispetto allo scorso anno - - - Media dei rispondenti che spenderanno di meno rispetto allo scorso anno

Tra quelli che hanno indicato le vacanze i **due terzi** prediligeranno l'**Italia**, il **20%** l'**estero** e solo il **14%** sia l'Italia che l'estero

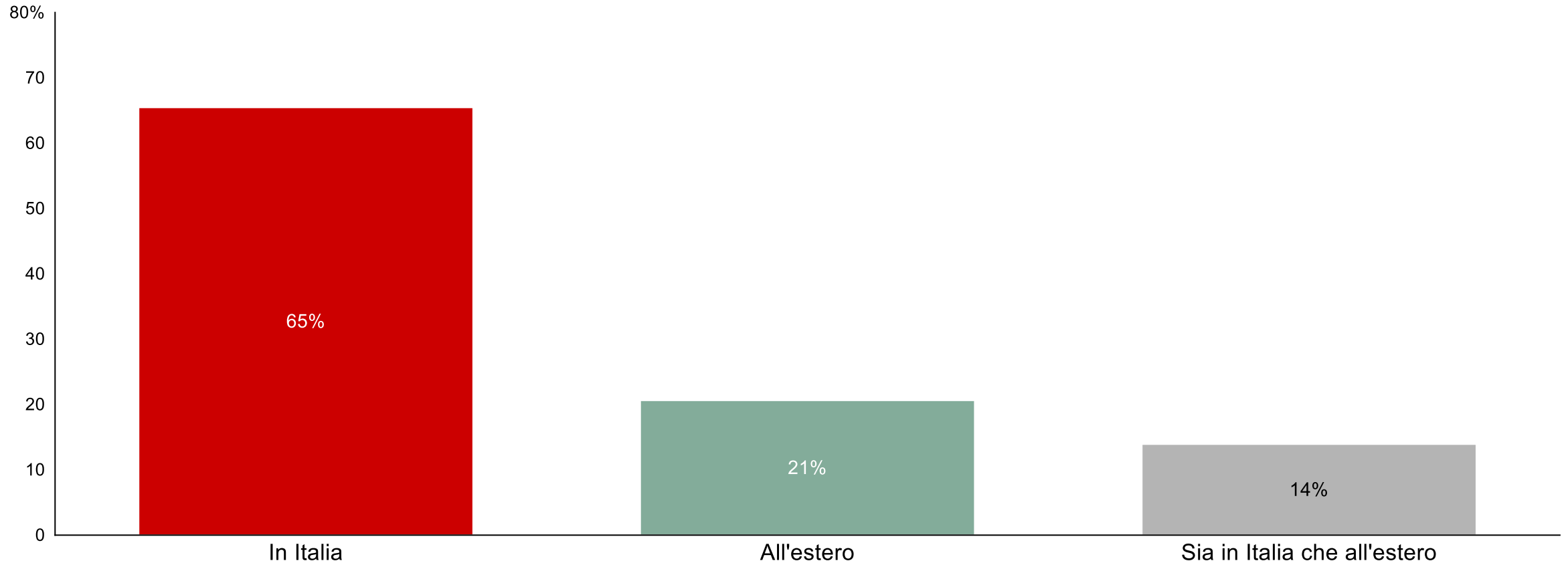
TENDENZE DI SPESA

DOVE ANDRAI IN VACANZA?

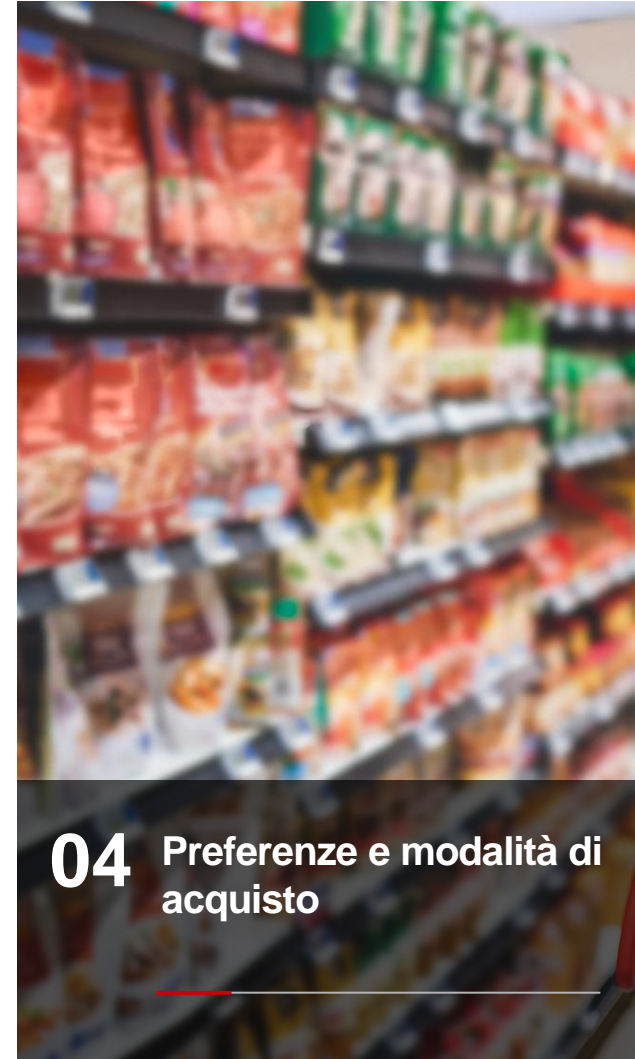
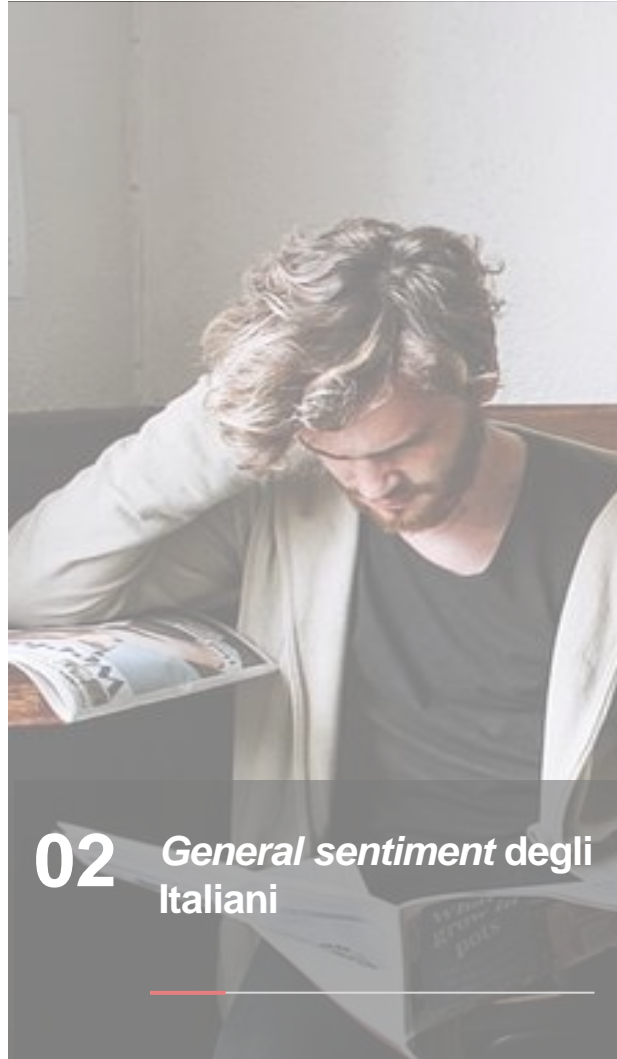
Quesito: Se hai già prenotato / prevedi di prenotare un viaggio o vacanza, dove soggiornerai?

LUOGO DI VACANZA PRECELTO PER LE FESTIVITA'

% % di rispondenti, Novembre '22



AGENDA



Il **47%** dei consumatori preferisce **acquistare e ritirare in negozio**, il **20%** esclusivamente dai **retailer solo online** e il **33%** è **omnichannel...**

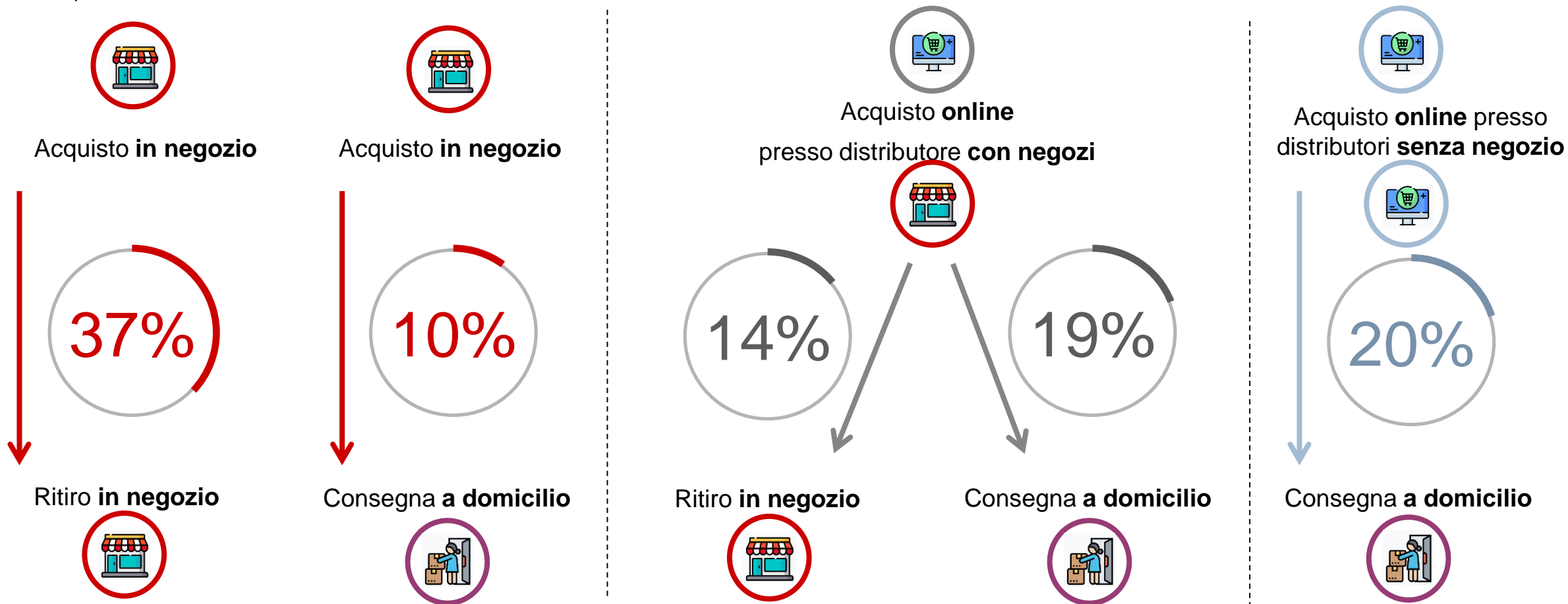
CUSTOMER JOURNEY

PRIVILEGERAI IL NEGOZIO FISICO O L'ONLINE?

*Quesito: Quale **modalità di acquisto** preferisci/hai preferito per le festività di Natale di quest'anno?*

MODALITA' DI ACQUISTO DEI CONSUMATORI PER LE FESTIVITA'

% % di rispondenti, Novembre '22



Fonti: Analisi Bain su dati Toluna

..laddove, per effettuare le proprie scelte ormai, ci **si informa soprattutto** più **online** che presso i negozi...

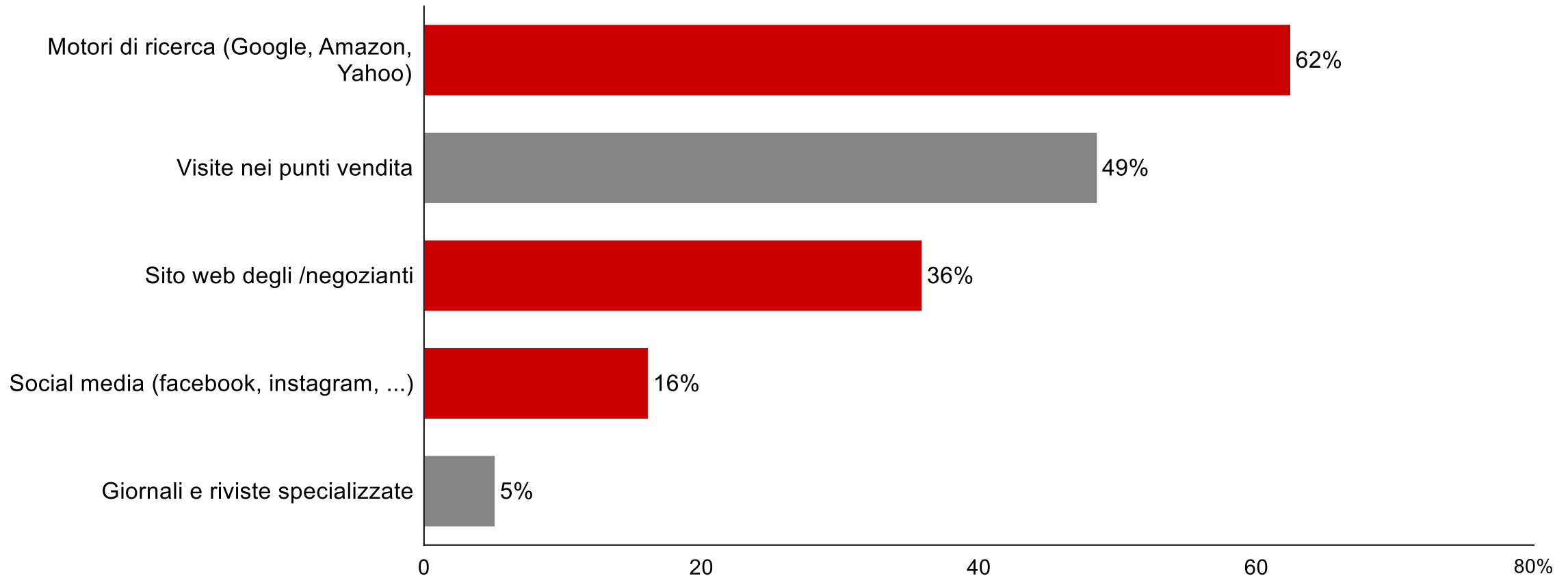
CUSTOMER JOURNEY

QUALI CANALI DI RICERCA UTILIZZATI?

*Quesito: Tramite quali **canali ti informi** per effettuare i tuoi acquisti? [Risposta multipla: massimo 2 risposte]*

CANALI DI PREFERENZA DEI CONSUMATORI

% % di rispondenti, Novembre '22



Note: Il quesito a risposta multipla ha previsto la possibilità di scegliere fino a 2 opzioni
Fonti : Analisi Bain su dati Toluna

...puntando a **prodotti sostenibili** (~45% delle risposte) senza dimenticare però la **ricerca di convenienza**, sempre più marcata

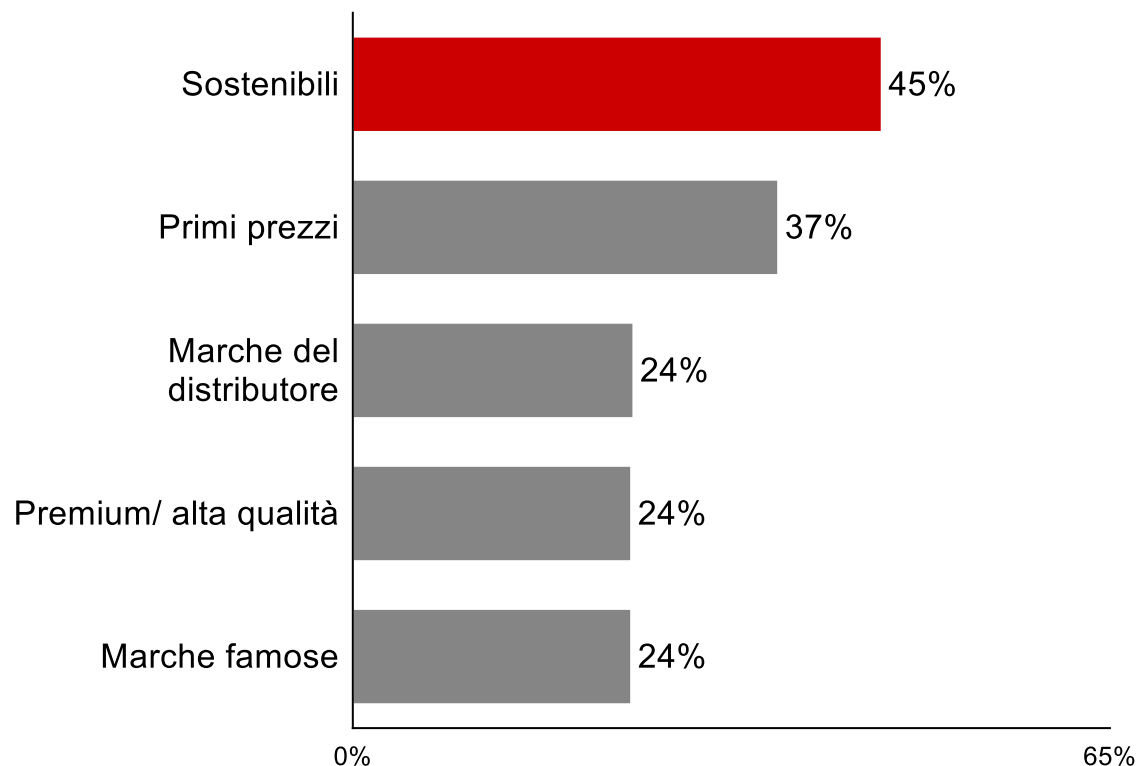
CUSTOMER JOURNEY

QUALI PRODOTTI/SERVIZI ED I CRITERI DI SCELTA?

Quesito: *Quale tipologia di prodotti /servizi privilegi per le festività di Natale di quest'anno [Risposta multipla: massimo 2 risposte]*

TIPOLOGIA DI PRODOTTI/SERVIZI PRIVILEGIATI DAI CONSUMATORI

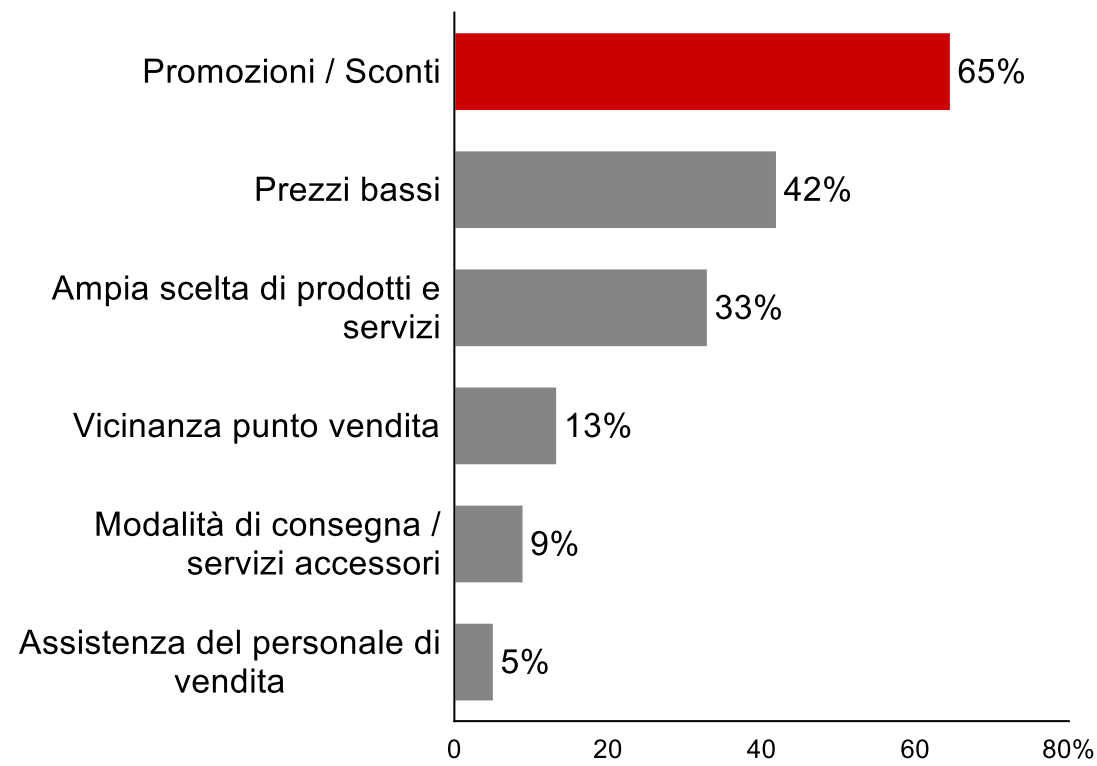
% % di rispondenti, Novembre '22



Quesito: *Quale tra i seguenti criteri di scelta guideranno maggiormente i tuoi acquisti per questo Natale? [Risposta multipla: massimo 2 risposte]*

CRITERI DI SCELTA DEI CONSUMATORI

% % di rispondenti, Novembre '22



Note: Il quesito a risposta multipla ha previsto la possibilità di scegliere fino a 2 opzioni
Fonti : Analisi Bain su dati Toluna