

Adnkronos Ultim'ora - 20/12/2021 16:00:00

Trend radar Samsung, tecnologia, enogastronomia e libri in wishlist di Natale

Roma, 20 dic. (Adnkronos) - Il Natale è alle porte e le festività non potrebbero definirsi tali senza un regalo sotto l'albero per le persone vicine o, perché no, anche per se stessi. In uno scenario ricco di opzioni e offerte allettanti, Samsung Electronics Italia ha indagato con un nuovo Trend Radar, i comportamenti, i desideri e le intenzioni di acquisto dei consumatori italiani proprio in occasione delle feste di fine anno, in collaborazione con Gwi, Istituto di ricerche di mercato specializzato in "digital consumer behaviour". Per evitare delusioni sotto l'albero e per premiarsi dopo un anno faticoso, sono tanti gli italiani che per Natale si fanno un meritatissimo autoregalo. Le idee sono molto chiare: tra le opzioni preferite emergono gli articoli tecnologici, con più del 71% delle preferenze, soprattutto per quanto riguarda le fasce di età più giovani, come la Gen Z (oltre l'82%), in particolare per il campione maschile (82% circa delle preferenze); si posizionano più in basso in classifica i gioielli (36%) e le esperienze speciali, quali eventi, degustazioni enogastronomiche o corsi ricreativi, scelti dal 46,9% del campione, e che nell'immaginario comune risultano in effetti molto più adatti se regalati da qualcun'altro, per un vero effetto sorpresa. Tra le opzioni più apprezzate per un regalo ai propri cari, si fanno notare i prodotti enogastronomici, con il 63,4% delle preferenze e da sempre grandi protagonisti dei classici cesti natalizi, insieme, ancora una volta, ai dispositivi tecnologici, scelti dal 44% circa dei rispondenti. In particolare, questa tipologia di doni risulta la più scelta dal segmento 25-34 anni, con oltre il 39% delle preferenze. Complice il periodo ancora incerto dal punto di vista di salute e restrizioni, è la categoria viaggi a risultare la meno scelta come regalo per sé o per gli altri, secondo il 35,5% del campione analizzato. Sono altrettanto diversificati i destinatari dei regali e i prodotti acquistati per loro dai consumatori italiani. Per il proprio partner, il 34% del campione sceglie gioielli o articoli di profumeria; tra i giovani Millennial, sceglie questa opzione quasi il 46%. Se si considerano invece gli affetti famigliari, i regali preferiti sono quelli tradizionali, come ad esempio libri e prodotti editoriali (15,9% nel caso di un regalo ai genitori, 17% per i fratelli): i prodotti tecnologici risultano, invece, i prediletti soprattutto per i propri figli, con il 19% delle preferenze, una scelta probabilmente influenzata dall'alta richiesta di console, videogiochi e device tech legati all'intrattenimento. E per gli amici? Per loro soprattutto libri (20% circa) e prodotti enogastronomici (16,4%), idee senza tempo che sono sempre apprezzate e sfruttate appieno da chi le riceve. Se per i doni enogastronomici (86%) e quelli più preziosi come i gioielli (79,7% del campione) i consumatori italiani preferiscono dedicarsi agli acquisti nei negozi fisici, per la categoria viaggi, e per i regali tech, invece, preferiscono acquistare online, rispettivamente nel 68% e 57,5% dei casi. Ciò che spinge il consumatore ad acquistare direttamente in negozio è quasi sempre la possibilità di poter vedere i prodotti in prima persona, una preferenza che accomuna il 63% circa dei rispondenti e che risulta particolarmente rilevante nella fascia d'età 55-64, che nel 76,5% dei casi predilige questa opzione; anche i più giovani consumatori della Gen Z apprezzano questa modalità di acquisto, soprattutto per la possibilità di provare il prodotto prima di comprarlo e di poter scegliere e confrontare oggetti diversi. A supportare la scelta di acquistare online, invece, è senza dubbio la convenienza, importante per il 55% del campione, a cui fa seguito anche la possibilità di evitare luoghi affollati, soprattutto in caso di acquisti dell'ultimo minuto (47,8%): emerge anche, specialmente per i Millennial della fascia 35-44, la facilità di navigazione e la possibilità di visualizzare molti prodotti contemporaneamente, come dichiara il 54% circa. La tecnologia risulta dunque tra le scelte privilegiate dai consumatori italiani quando si tratta di regali natalizi: sono tanti i dispositivi tra cui è possibile scegliere per un gradito regalo a sé o agli altri, ma tra questi il preferito in assoluto è sempre lo smartphone, che raccoglie oltre il 52% delle preferenze. Iniziare il nuovo anno con un alleato tecnologico sempre in tasca rappresenta certamente una forte motivazione, ma anche la smart TV (41% circa) presenta un forte appeal, soprattutto per il target 35-44 anni, con il 49,3% delle preferenze. Tra i dispositivi per la cura della casa, invece, il robot aspirapolvere vince su tutti (26,9%), specie per la fascia d'età 45-54, che dichiara di pianificarne l'acquisto in oltre il 30,5% dei casi: segue inoltre la lavatrice/asciugatrice smart, ricercata dal 18,9% del campione analizzato e in particolare, a sorpresa, dalla Generazione Z, con il 25,5% delle preferenze. Quando si parla di regali tech, se la lista dei desideri è consistente, anche il budget merita un occhio di riguardo: il 34% degli italiani risulta abbastanza a suo agio con questa tipologia di spesa, dichiarando di arrivare a investire tra i 200 e i 400 euro per soddisfare i desideri a sfondo tecnologia; solo il 7,7%, invece, spende tra i 600 e i 1000 euro e appena il 5,9% si impegna con cifre superiori ai 1000 euro. Quest'ultima tendenza risulta particolarmente rilevante nel target 35-44 anni, che risultano concordi nell'11% dei casi. E le sorprese sotto l'albero valgono ancora? Sì, soprattutto quando si tratta di riceverle: il 64,8% del campione analizzato ha infatti

dichiarato di preferire scartare un regalo a sorpresa, soprattutto per quanto riguarda il target più anziano, 55-64 anni (più del 71%). La Gen Z, invece, ama realizzare sorprese per i propri cari, come dimostra la preferenza nel 51% dei casi. Inoltre, la maggior parte degli utenti italiani sceglie di pianificare l'acquisto dei regali in anticipo (35,2%), soprattutto approfittando di offerte e sconti (40,5%): un trend per cui esprimono accordo soprattutto gli uomini (oltre il 37%), specie nella fascia d'età dei giovani Millennial (25-34 anni), nel 43,5% dei casi.

Sito di provenienza: UNINDUSTRIA - <https://www.un-industria.it>