



Natale, per gli acquisti 3 italiani su 4 scelgono prodotti di marca di largo consumo

Descrizione

(Adnkronos) Per gli acquisti natalizi, tre italiani su quattro si fanno guidare dalla presenza di una Marca. Nella scelta del brand, i fattori determinanti sono: la qualità (58% di risposte), il positivo rapporto qualità-prezzo (52%), la reputazione (29%), la storia e la tradizione della azienda (24%), l'innovazione (20%), i valori come etica e sostenibilità (16%) e la comunicazione (10%). Se non trovano il prodotto di Marca preferito, sette italiani su dieci lo cercano presso altri rivenditori. I Millenials con il 77% di risposte e i GenX con il 74% sono le generazioni più fedeli.

Questi e altri dati sul comportamento natalizio del consumatore emergono da un'indagine realizzata da SWG per Centromarca presentata oggi nel corso di un incontro stampa cui hanno preso parte Francesco Mutti (Presidente, Centromarca), Gabriele Barbaresco (Direttore Area Studi, Mediobanca), Laura Cavalli (Responsabile Centro Studi, Centromarca), Stefano Cini (Head of Consumer Intelligence GeoMktg South Europe, NIQ), Michele Tesoro (Chief Customer Strategy Officer, Caliber).

La ricerca rivela che gli italiani acquisteranno per uso personale o per regali principalmente generi alimentari e bevande (37% di risposte), prodotti per la cura della persona (36%), libri e hobbistica (34%), abbigliamento (33%) e prodotti per la casa (25%). Per il 58% del campione la presenza della Marca è decisiva al momento della scelta di un regalo, per la qualità e il prestigio che comunica a chi lo riceve. Il dato segna un incremento di 15 punti percentuali rispetto al 2024.

Il ridotto potere d'acquisto delle famiglie si fa sentire se si considera che due consumatori su cinque prevedono di ridurre il budget per regali, pranzi e cene fino a oltre il 50% rispetto al 2024; il 47% manterrà l'importo dell'anno precedente; il 13% lo aumenterà fino a oltre il 50%. La spesa per pranzi e cene delle festività si aggirerà sui 130 euro. Ai regali saranno destinati mediamente 176,7 euro, ad altre attività 80 euro e 53,9 euro alle donazioni.

Per il mercato del largo consumo, Niq prevede nel 2026 un'espansione a valore del +2,6%, sostanzialmente in linea con l'anno in corso. In questo scenario, secondo le elaborazioni del Centro Studi Centromarca, l'Industria di Marca registrerà una crescita di circa 2 punti percentuali, continuando a detenere una quota di mercato tra le più elevate in Europa pari al 68,1% nell'omnichannel (76,7% nei canali iper/super/libero servizio).

La moderna Industria di Marca è fondamentale per lo sviluppo del largo consumo confezionato - sottolinea Francesco Mutti, Presidente di Centromarca- la leadership si fonda su investimenti destinati alla selezione delle migliori materie prime, all'innovazione dei prodotti e dei processi produttivi, alla sostenibilità dello sviluppo. Ne derivano una qualità e una distintività nel mercato che fa premio nel rapporto con i consumatori italiani ed esteri.

Il primato è confermato da uno studio svolto da Caliber, da cui si evince che le aziende associate a Centromarca godono di una reputazione superiore rispetto alla media globale ed europea. In particolare, il settore del largo consumo italiano (rappresentato nella ricerca dal perimetro Centromarca) è l'unico in crescita, con uno score reputazionale del 77%, a fronte di una media internazionale pari al 72%.

Nel corso dei lavori, Mediobanca, nell'ambito di una più ampia riflessione sulle dinamiche dello scenario economico, ha riportato recenti stime della Commissione Europea, che prevedono una crescita del prodotto interno lordo italiano del +0,4% nel 2025 e del +0,8% annuo nel biennio 2026-2027. In un contesto di sostanziale stagnazione, secondo il Presidente Mutti: è indispensabile puntare allo sviluppo di un'industria eccellente e innovativa, capace di generare valore a monte e a valle delle filiere. Servono aziende solide, capaci di affrontare l'instabilità che in questi anni caratterizza le catene del valore. In tal senso si collocano i nostri interventi e le proposte di policy recentemente presentate al Governo, alle forze politiche e alle associazioni delle imprese operanti nella filiera del largo consumo.

?

lavoro

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Dicembre 10, 2025

Autore

redazione