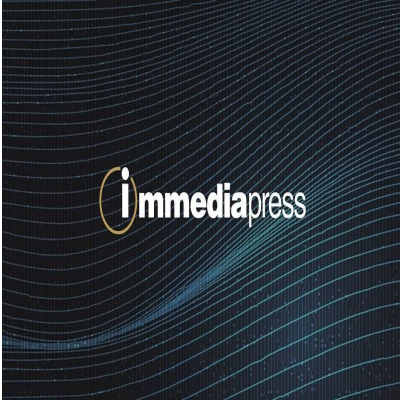




Shopping natalizio: un terzo degli italiani ha in programma regali digitali

Descrizione

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

Secondo gli ultimi dati di Kaspersky, i regali digitali e gli auguri personalizzati saranno molto popolari durante le festività natalizie 2025/2026, con gli abbonamenti ai servizi di streaming e i crediti di gioco che occupano le prime posizioni nelle wishlist.

Con la vita quotidiana sempre più digitale, anche il modo di fare i regali sta cambiando: i doni virtuali non sono più una novità, ma una scelta sempre più diffusa. Alla vigilia della stagionale corsa agli acquisti natalizi, Kaspersky ha condotto un sondaggio[1] per scoprire la reale popolarità dei regali digitali e quali conquistano davvero il cuore dei consumatori.

In Italia il 41% degli intervistati preferisce i regali fisici, dichiarando di non avere alcuna intenzione di cambiare idea nel prossimo futuro, ma circa un quinto ha già acquistato in passato regali digitali e il 32% pianifica di farlo quest'anno.

A livello globale, la fascia più giovane della popolazione (18-34 anni) si conferma la vera pioniera dei regali virtuali: il 63% dichiara infatti di voler acquistare regali digitali durante le festività natalizie. Tra questi nativi digitali, quasi la metà (46%) ha già scelto in passato doni virtuali. La generazione più anziana (over 55) mostra invece una tendenza opposta, rimanendo saldamente legata alla tradizione, con quasi la metà degli intervistati (46%) che afferma di preferire i regali fisici.

Nonostante la crescente diffusione dei regali digitali, gli esperti di Kaspersky avvertono che, accanto ai numerosi vantaggi dei doni virtuali, esistono anche diversi rischi per la sicurezza, come la presenza di negozi online falsi o link di phishing. Per questo motivo, raccomandano di prestare particolare attenzione e di adottare adeguate misure di protezione.

Questo Natale i giovani adulti sono tre volte più propensi a regalare un abbonamento Netflix piuttosto che un maglione.

Secondo il sondaggio, in Italia il 55% degli intervistati che hanno preso in considerazione l'acquisto di regali digitali hanno indicato i servizi e le piattaforme di streaming, come Netflix e Spotify, confermando l'intrattenimento come il regalo digitale per eccellenza. Al secondo posto si collocano i crediti e gli abbonamenti per i giochi, che raccolgono il 38% delle preferenze degli italiani, seguiti da abbonamenti a e-book (32%) e iscrizioni a corsi online (22%).

Accanto agli abbonamenti per l'intrattenimento, sta registrando una crescente popolarità anche il benessere fisico, con regali sempre più richiesti come gli abbonamenti alle palestre (29%), mentre i servizi dedicati al benessere mentale risultano meno diffusi, con solo l'11% degli intervistati che dichiara interesse per questa tipologia di offerta.

Pensa prima di cliccare: i rischi per la privacy nascosti nei regali digitali

Sebbene gli abbonamenti siano diventati l'opzione regalo digitale più popolare e comoda, il periodo degli acquisti natalizi comporta rischi significativi che i consumatori devono affrontare con cautela. Con l'aumento delle persone che acquistano all'ultimo minuto servizi di streaming, crediti di gioco e corsi online, i criminali informatici approfittano della situazione con sofisticati schemi di phishing. Grazie all'intelligenza artificiale, i truffatori possono creare siti web falsi convincenti, e-mail fraudolente e pop-up ingannevoli che imitano servizi di abbonamento legittimi, sfruttando l'urgenza e l'entusiasmo tipici degli acquisti natalizi. Per rendere più sicuri gli acquisti, è fondamentale utilizzare soluzioni di sicurezza dotate di un componente anti-phishing basato sull'intelligenza artificiale, in grado di bloccare link dannosi e proteggere i pagamenti.

Babbo Natale diventa virtuale

I saluti personalizzati in formato video o audio, provenienti da Babbo Natale o da personaggi famosi, e le cartoline digitali stanno diventando sempre più popolari. Questi regali innovativi offrono l'opportunità di creare messaggi unici e profondamente personali, distinguendosi dai doni più generici. Tuttavia, gli esperti di Kaspersky ricordano che alcuni di questi servizi richiedono

un'eccezionale quantità di dati personali, mettendo in discussione la loro affidabilità.

Il 24% dei consumatori in Italia vorrebbero regalare o ricevere un software di sicurezza

È interessante notare che quasi un terzo degli intervistati considera i software per la protezione della vita digitale non solo strumenti di sicurezza essenziali, ma anche regali premurosi. Soluzioni di sicurezza, password manager e persino abbonamenti VPN si sono trasformati da semplici strumenti a doni ambiti, capaci di offrire sia protezione concreta sia tranquillità. Queste misure di sicurezza digitale possono integrarsi facilmente con qualsiasi dispositivo o regalo digitale, creando un pacchetto completo in grado di rispondere alla crescente esigenza di protezione online.

È incoraggiante constatare che l'interesse per le soluzioni di sicurezza informatica sia in crescita, poiché ci si riflette una comprensione più profonda del fatto che proteggere la vita digitale dei nostri cari è diventata una forma essenziale di cura e responsabilità. Questo cambiamento dimostra che oggi la sicurezza informatica non riguarda solo la tutela dei propri dati, ma anche la creazione di uno spazio digitale più sicuro per le persone a cui teniamo.», ha commentato Cesare D'Angelo, General Manager Italy, France and Mediterranean di Kaspersky.

[1] Lo studio è stato condotto dal Kaspersky market research center nel novembre 2025. All'indagine hanno partecipato 3000 intervistati provenienti da 15 paesi (Argentina, Cile, Cina, Germania, India, Indonesia, Italia, Malesia, Messico, Arabia Saudita, Sudafrica, Spagna, Turchia, Regno Unito, Emirati Arabi Uniti).

Contatti:
Kaspersky
kaspersky@noesis.net

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

Responsabilità editoriale di Kaspersky

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione

Dicembre 15, 2025

Autore

redazione

default watermark