PiÃ¹ della metÃ degli ordini di gadget aziendali analizzati da Gift Campaign si concentra tra 100 e 500 euro

Descrizione

default watermark

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE

Unâ??analisi di oltre 13.000 ordini reali in Italia mostra il peso dei prodotti utili, delle quantitÃ moderate e delle campagne legate a momenti specifici dellâ??anno

BARCELLONA, SPAIN â?? EQS Newswire â?? 26 Agosto 2026 â?? Shopper, borracce, taccuini, penne, zaini e articoli per eventi concentrano molti ordini di gadget aziendali dei clienti di Gift Campaign in Italia. Lo evidenzia unâ??analisi interna basata su oltre 13.000 ordini reali di quasi 9.000 clienti, che osserva prodotti richiesti, budget, momenti dellâ??anno e differenze tra settori.

Video link:

Rilevante Ã¨ il peso delle iniziative contenute. Poco piÃ¹ della metÃ degli ordini si colloca tra 100 e 500 euro, mentre la mediana Ã¨ di circa 150 unitÃ . I dati indicano un uso mirato del merchandising: acquisti per eventi, fiere, formazione, campagne temporanee, consegne interne o attivitÃ rivolte a clienti e partner.

Questa logica si riflette nella composizione degli ordini. Quasi 8 ordini su 10 contengono una sola riga di prodotto. Combinando piÃ¹ articoli, emergono schemi riconoscibili, come penne e taccuini, shopper e

borracce, oppure materiali per eventi composti da lanyard, badge, portabadge e accessori tecnici.

La distribuzione nellâ??anno mostra una stagionalitÃ marcata. In Italia, il blocco settembre-novembre concentra circa il 37% degli ordini dellâ??anno, con novembre come picco. La primavera resta importante, soprattutto tra aprile e giugno, per campagne pre-estive, eventi allâ??aperto e attivitÃ aziendali.

Anche il settore modifica il tipo di acquisto. Le associazioni, ONG e fondazioni mostrano una maggiore propensione per shopper, taccuini, borracce e prodotti riutilizzabili; sport e tempo libero danno maggiore spazio ad abbigliamento, zaini e articoli outdoor; horeca, turismo e ristorazione si orientano verso prodotti legati allâ??esperienza del cliente; mentre le aziende dei settori marketing, comunicazione ed eventi evidenziano una maggiore presenza di lanyard, taccuini, USB e materiali di supporto.

default watermark

Â«Lâ??utilitÃ continua ad avere un peso centrale. La maggior parte degli ordini risponde a unâ??esigenza concreta, con quantitÃ e budget adattati al contesto di ogni azioneÂ», afferma Joel Vallejo, responsabile Marketing di Gift Campaign.

Lo studio raccoglie esclusivamente pattern osservati tra i clienti di Gift Campaign in Italia e non costituisce unâ??indagine rappresentativa dellâ??intero mercato nazionale. I prodotti sono stati raggruppati per famiglie, gli ordini di una sola unitÃ sono stati analizzati separatamente e le conclusioni settoriali sono state limitate ai gruppi con volume sufficiente.

Lâ??analisi completa e la metodologia sono disponibili nello studio da Gift Campaign: https://www.giftcampaign.it/blog/tendenze-gadget-italia/

Sintesi Visuale:
https://static.comunicae.com/files/notas/2026/08/1274289/Sintesi_visuale_merchandising_Italia_1pagina_

Contact Details

Joel Vallejo

Gift Campaign

932 200 302

joel.vallejo@giftcampaign.com

Contatti:
Immediapress
comunicati@immediapress.it

Media Contact:
Xia Zhiming

344847968@qq.com
+86-0851-88667608

default watermark

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE

ResponsabilitÃ editoriale di Immediapress

â??

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione
Agosto 26, 2026
Autore
redazione