# Abbigliamento (95,2%) e calzature (86,3%) i più ricercati

LECCO – Scattano domani, **5 gennaio**, in tutta Italia i **saldi invernali**. L'ora dello shopping è sempre più vicina e il **63,8% dei consumatori si prepara a fare acquisti,** anche se si nota una lieve diminuzione rispetto allo scorso anno (-1,2 punti percentuali).

L'indagine condotta da **Confcommercio-Imprese per l'Italia** in collaborazione con **Format Research** fornisce uno sguardo approfondito sulle tendenze di acquisto e le aspettative del mercato.

Tra coloro che eviteranno i saldi, metà lo farà per motivi di risparmio, mentre un terzo attribuisce la scelta al peggioramento della situazione economica personale.

**Prodotti più Acquistati e Preferenze d'Acquisto**

Per oltre la metà dei consumatori, i saldi rappresentano un'opportunità per acquistare articoli desiderati da tempo. I capi di abbigliamento (95,2%) e le calzature (86,3%) rimangono i preferiti, seguiti dagli accessori (46%). Sorprendentemente, pelletteria e articoli di valigeria registreranno un aumento significativo rispetto all'anno precedente (+7,8 punti percentuali).

**Dove Acquistare: Negozio Fisico vs Online**

Il 47,6% dei consumatori preferirà recarsi nei negozi di fiducia, mentre il 38,7% opterà per gli acquisti online. Gli outlet (7,3%) e altri negozi (6,4%) completano le opzioni. Il cambiamento climatico influisce sulle decisioni di acquisto di un consumatore su due, che ritarderà l'acquisto di capi invernali o sceglierà abbigliamento più leggero e adatto a condizioni atmosferiche avverse.

**Qualità vs Prezzo: La Tendenza di Acquisto**

Il 57% dei consumatori ritiene la qualità più rilevante rispetto al prezzo negli acquisti a saldo. Tuttavia, cresce la percentuale di coloro che danno maggiore importanza al prezzo. Nonostante questo, il 76,3% si sente tutelato durante gli acquisti in saldo.

**Aspettative delle Imprese e Nuovi Modelli di Business**

Circa il 60% delle imprese del commercio al dettaglio prevede un afflusso simile di clienti

rispetto all’anno precedente. Il 21,5% si aspetta una presenza minore, principalmente a causa delle incertezze economiche. Le imprese stanno adottando nuovi modelli di business, con il 79% che ha implementato campagne sui social e il 30% attività di e-mail marketing nel 2023. Facebook (94,9%) e Instagram (89,2%) sono i principali canali utilizzati per aumentare il business.