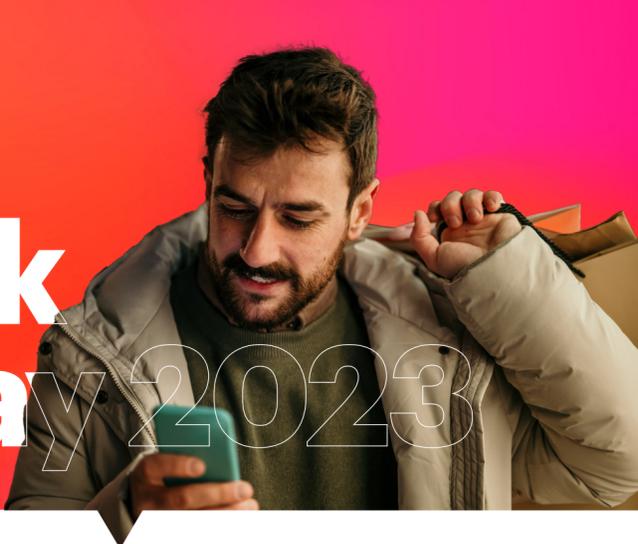


# Black Friday 2023



## Dati sull'intenzione di acquisto in Italia durante il Black Friday 2023

● Sì ● No

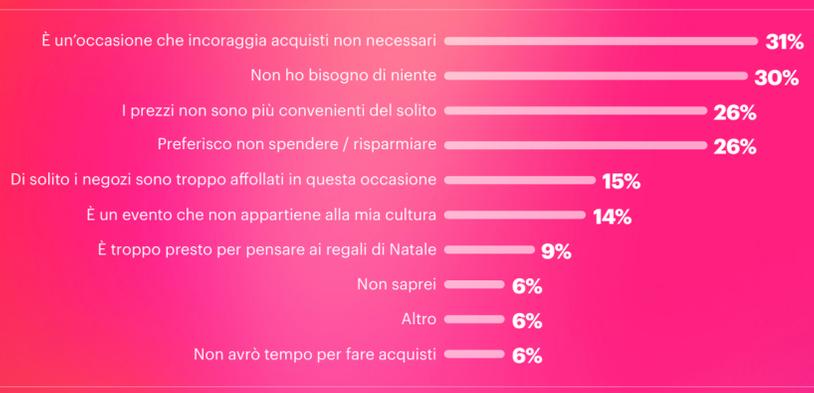
Anche quest'anno il Black Friday si conferma essere una tradizione oramai ampiamente diffusa in Italia con più di 7 consumatori su 10 che affermano di conoscerlo e ben il **79%** che dichiara di aver intenzione di fare acquisti durante questa occasione, rispetto ad un **61%** che afferma di volerli fare in occasione del Cyber Monday.

Questo dato risulta essere in crescita rispetto agli anni centrali della pandemia, raggiungendo i livelli pre-covid del 2018, anno in cui gli intenzionati ad acquistare nel giorno del Black Friday ammontavano a più dell'**80%**.

Nel 2023 i più propensi a fare acquisti saranno gli adulti di età compresa tra i 45 e i 54 anni (**86%**), mentre i 55+ si confermano i meno propensi tra tutti (**73%**). Tra i principali motivi che spingono gli italiani ad acquistare durante il Black Friday troviamo la possibilità di risparmiare (**65%**), soprattutto tra i giovani 18-24 anni (**83%**), e di comperare ciò di cui si ha bisogno (**40%**).

## Barriere all'acquisto

Se da un lato le motivazioni che spingeranno i consumatori a concentrare gli acquisti il 24 novembre sono maggiormente di natura economica, quali sono le barriere all'acquisto che frenano le persone dal fare compere durante il Black Friday?



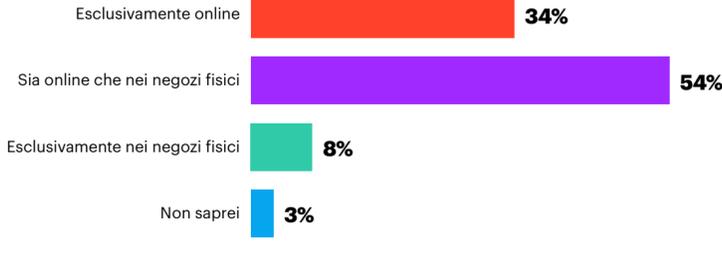
La maggior parte delle barriere all'acquisto sono legate a motivi di risparmio: se quasi un terzo degli italiani sostiene che il Black Friday incoraggi acquisti non necessari (**31%**) o afferma di non aver bisogno di nulla (**30%**), il **26%** pensa che i prezzi alla fine non siano più convenienti del solito e quindi preferisce non spendere.

## Come, quanto e dove si acquisterà?

1 italiano su 2 farà i suoi acquisti tramite pagamenti digitali o con carte di credito/bancomat. In particolare, saranno i millennial (25-34 anni) a fare maggiore uso dei metodi di pagamento digitali (**62%**), al contrario dei 55+, di cui solamente il **41%** afferma che utilizzerà questo metodo per fare i propri acquisti.

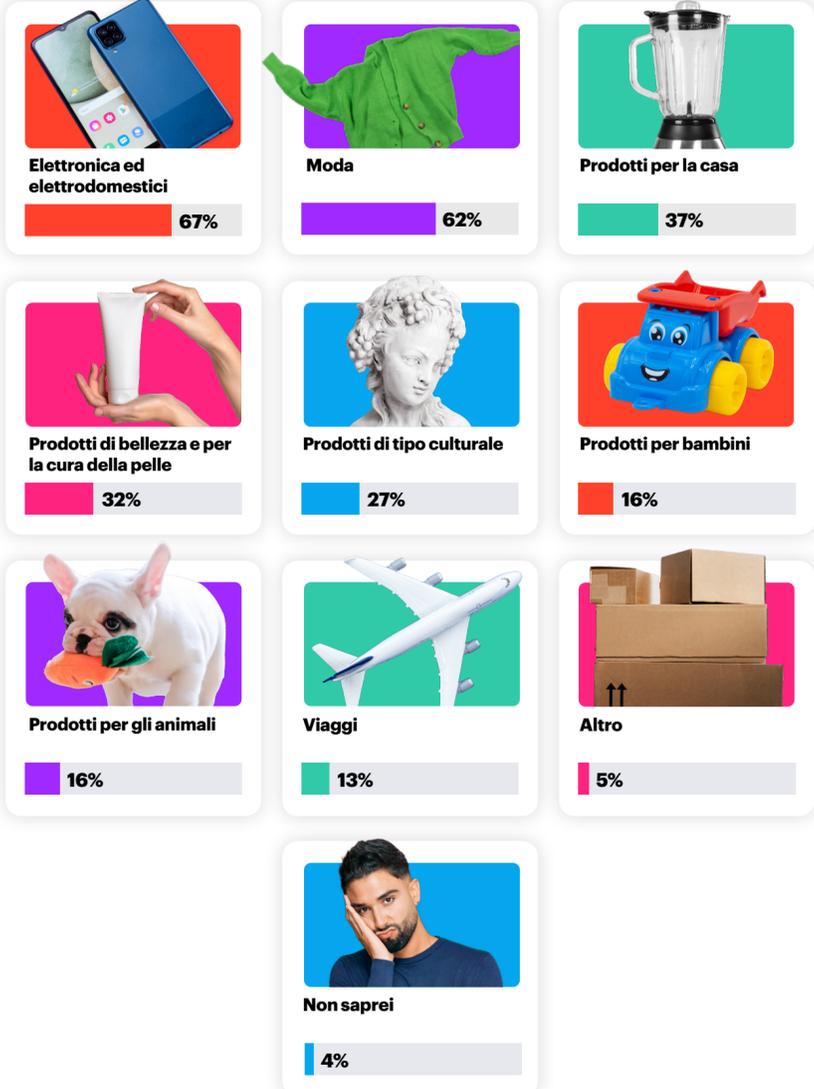
In media quest'anno gli italiani spenderanno 178,9 euro, trend che risulta essere in crescita rispetto ai dati rilevati nel 2020 e nel 2021, in cui la spesa media si aggirava rispettivamente intorno ai 149 euro e 158 euro.

Per quanto concerne i canali di acquisto, si conferma la tendenza a preferire lo shopping online. Infatti, più della metà dei consumatori farà i propri acquisti sia nei negozi fisici che online, il **34%** li farà esclusivamente online, mentre solo l'**8%** si recherà esclusivamente negli store fisici.



## Categorie di acquisto

Sono state, inoltre, indagate le categorie merceologiche maggiormente associate al Black Friday da parte dei consumatori, ma anche quali categorie di prodotti pensavano effettivamente di andare ad acquistare. I dati sembrano coincidere, confermando che i prodotti di elettronica e di abbigliamento risultano essere, con un **78%** e un **56%**, le categorie più immediatamente associate al giorno del Black Friday, oltre a quelle più acquistate (**67%** elettronica, **62%** abbigliamento).



I prodotti legati alla moda acquistati maggiormente dalle donne (**66%** contro il **58%** degli uomini), mentre quelli legati all'elettronica e agli elettrodomestici sono acquistati maggiormente dagli uomini (**74%** contro **60%**).

I giovani tra i 18 e i 24 anni acquistano più prodotti culturali (**47%**, rispetto alla media nazionale del **27%**), i 25-34 anni preferiscono acquistare categorie legate ai viaggi (**23%** contro **13%** della media nazionale), mentre i 35-44 anni acquistano più prodotti per bambini (**32%**, vs **16%** a totale popolazione).

## Store associati al Black Friday

I brand che gli italiani associano maggiormente al Black Friday sono Amazon (**83%**) e Mediaworld (**51%**).



Euronics e ASOS sono più correlate ai giovani tra i 18 e i 24 anni rispetto alla media (rispettivamente **61%** e **19%**).

Le donne si relazionano maggiormente con Zalando (**43%**), Sephora (**25%**) e Douglas (**23%**) rispetto alla media nazionale italiana (rispettivamente **37%**, **19%** e **17%**).

## Scopri i trend emergenti con YouGov Surveys

Questo è solo una parte di ciò che possiamo fare, siete pronti a scoprire di più? Contatta i nostri ricercatori per costruire insieme il vostro studio e ottenere tempestivamente dati affidabili con copertura globale.

[Contattaci >](#)

Per ulteriori informazioni, visitare il sito [business.yougov.com](https://business.yougov.com)

YouGov Surveys fornisce risultati rapidi di sondaggi su un pubblico rappresentativo a livello nazionale o mirato in più mercati. Questo studio è stato condotto online nell'aprile 2023 su un campione rappresentativo di oltre 800 adulti italiani (di età superiore ai 18 anni), utilizzando un questionario progettato da YouGov.