

REGALI DI NATALE? A CONFEZIONARE SORPRESE PER I PROPRI CARI SONO SOPRATTUTTO I MILLENNIALS

Secondo una ricerca commissionata da Smartbox:

- *9 italiani su 10 hanno fatto un regalo negli ultimi 12 mesi*
- *il 40% degli intervistati preferisce fare regali esperienziali.*
- *I Millennials sono i più generosi, con una media di 17 regali negli ultimi 12 mesi*

Milano, 12 dicembre 2022 – Con l'avvicinarsi del Natale, impazza la corsa ai regali! Lo sanno bene gli italiani che si apprestano a mettere sotto l'albero una sorpresa speciale per i propri cari.

La tendenza a dire “ti voglio bene” attraverso un gesto inaspettato contornato da un fiocco scintillante si conferma anche nel corso dell'anno: negli ultimi dodici mesi, ad esempio, **9 italiani su 10** hanno impacchettato un pensiero per celebrare compleanni e occasioni speciali.

È quanto emerge da una **ricerca commissionata da Smartbox** all'istituto di ricerca **Sky Consulting¹**, che ha indagato le **preferenze e le abitudini degli italiani in fatto di regali**.

GLI ITALIANI AMANO REGALARE ESPERIENZE

Ma come scegliere il regalo perfetto? In un mercato costellato da articoli materiali e “utili”, moltissimi italiani optano per **regali esperienziali**, ammettendo che – **per stupire davvero** famigliari, amici e partner – bisogna puntare su regali ragionati frutto di una profonda conoscenza degli interessi e passioni del destinatario.

Dalla ricerca, infatti, è subito emerso un dato molto interessante: non solo **gli italiani amano fare regali**, ma per il **40% del campione donare un'esperienza è la sorpresa dalla marcia in più**, un pensiero originale che arricchisce e suscita un'emozione allo stesso tempo.

MILLENNIALS, GENEROSISSIMI SHOP-AHOLIC

Dalla ricerca vediamo inoltre che in Italia c'è un **25%** – zoccolo duro di shop-aholic – che negli ultimi dodici mesi ha confezionato **17 regali, contro una media nazionale di 8: si tratta dei millennials**, generazione tra i 25 e i 34 anni. In particolare, sono le donne a confezionare sorprese – destinate principalmente a cinque persone contro una media di tre – in occasione di Natale, compleanni e altre ricorrenze (per un totale di 7 occasioni identificate nel corso dell'anno, contro una media di 4).

GENERAZIONI A CONFRONTO: GIOVANISSIMI MENO INCLINI A REGALI MATERIALI E PIU' GENEROSI

Prendendo in esame un campione di giovani e giovanissimi (18-34 anni) e mettendolo a confronto con gli over 55, si può anche notare un interessante spaccato. **I giovani fanno più regali dei senior**: negli ultimi 12 mesi **GenZ e Millennials** hanno raggiunto una media di **9.7 regali**, contro i **7.3 degli**

¹ Survey realizzata tra ottobre 2021 e ottobre 2022 su un campione di 1.000 rispondenti

Over 55. Quasi la metà dei più giovani inoltre (il **49%**) si trova d'accordo sulla tipologia di pensiero da donare: **regalo è sinonimo di esperienza.**

Ma quando e a chi si fanno più regali? Se per entrambe le generazioni **Natale** (selezionato come occasione principale dal 54% dei giovani e dal 51% dei senior) e **compleanno** (top occasion per il 69% dei giovani e 68% dei senior) **restano i due momenti** chiave, i giovani considerano anche altre tipologie di ricorrenze come la festa della mamma (35%), la festa del papà (28%) e San Valentino (24%).

Un altro **punto di incontro** tra le due generazioni consiste nel destinatario: i regali restano in famiglia per l'84% dei giovani e l'80% degli over 55. A conferma di ciò, il fatto che per il 60% dei giovani i genitori vengono prima di amici e partner. Diametralmente opposta la piramide dei senior con il partner in cima (destinatario preferito per il 46% dei rispondenti), prima di famigliari, amici e nipoti (che hanno accolto rispettivamente il 34%, il 32% e il 29% delle preferenze).

REGALI ESPERIENZIALI MULTICHOICE SOTTO L'ALBERO: EVASIONI FUORI PORTA SONO UN TREND
In uno scenario in un cui 4 italiani su 10 prediligono regalare esperienze da vivere, il **21%** di questi ha optato, negli ultimi 12 mesi, per **regali esperienziali multichoice** – cofanetti tematici che permettono al festeggiato di scegliere la propria attività del cuore da una selezione più ampia di esperienze – **in occasione di compleanni o in vista del prossimo Natale.**

Per coccolare i famigliari e il partner con questa tipologia di regali, gli italiani hanno un budget medio di 110 Eur, con un 77% disposto a spendere fino a 199 Eur.

Ma quali saranno i cofanetti multi-esperienze più gettonati che troveremo sotto l'albero? Medaglia d'oro per i **soggiorni fuori porta per il 49% dei rispondenti:** il regalo perfetto per **evadere dalla routine quotidiana e godere di una breve full immersion in una località di villeggiatura.** A seguire, esperienze all'insegna della gastronomia e del benessere (selezionate come preferenza rispettivamente dal 12% e dall'11% del campione).

Smartbox Group

Smartbox Group è pioniere e leader europeo nel mercato delle esperienze regalo, con 6,5 milioni di cofanetti regalo venduti nel 2019, per un volume d'affari di circa 500 milioni di euro in Europa. Presente in 9 Paesi europei - Francia, Belgio, Spagna, Italia, Svezia, Danimarca, Paesi Bassi, Portogallo e Svizzera. il Gruppo offre una vasta gamma di esperienze, negli universi Soggiorni, Sport&Svago, Benessere e Gourmet. Più di 40.000 partner (hotel, ristoranti, centri benessere e molti altri), di cui più di 10.000 in Italia, si affidano a Smartbox Group in tutta Europa.

CONTATTI UFFICIO STAMPA SMARTBOX ITALIA - Noesis

Elena Marchi – +39 0283105148 – elena.marchi@noesis.net

Roberta Tirinato – +39 329 318 6536 – roberta.tirinato@noesis.net

Laura Panaggio – laura.panaggio@noesis.net