I giovani, la moda e le spese natalizie. Una ricerca della CNMI

Una ricerca della Camera Nazionale della Moda Italiana

Non vi sono dubbi che la crisi finanziaria comporta qualche sacrificio nello shopping natalizio, ma in quale misura? E quali prodotti della moda saranno più interessati dai sacrifici? I consumatori rinunceranno all'acquisto di capi belli e prestigiosi o dedicheranno più tempo a ricercare occasioni pur di non rinunciarvi?

In un recente Convegno a Milano (25 novembre u.s. Fashion Global Summit) organizzato da Class editori e Università Bocconi per esaminare la situazione ecomica finanziaria globale e le sue ripercussioni sul settore del lusso, uno degli elementi che veniva evidenziato, come segnale importante dell'andamento della crisi economica che stiamo attraversando è stato il "test delle spese Natalizie". Non è tempo ancora di fare un consuntivo. Ma la Camera Nazionale della Moda, ha voluto anticipare in qualche modo l'andamento del mercato in relazione allo shopping di questo periodo con una indagine previa sul possibile comportamento del consumatore giovane italiano dei prodotti di moda.

Lo shopping natalizio, è un rito a cui difficilmente gli italiani rinunciano e la moda ne rappresenta una delle componenti principali. I regali sotto l'albero mantengono un valore simbolico importante, a cui anche in tempi di crisi vengono dedicati tempo, risorse e sforzi significativi.

Non vi sono dubbi che la crisi finanziaria comporta qualche sacrificio nello shopping natalizio, ma in quale misura? E quali prodotti della moda saranno più interessati dai sacrifici? I consumatori rinunceranno all'acquisto di capi belli e prestigiosi o dedicheranno più tempo a ricercare occasioni pur di non rinunciarvi?

Per rispondere a queste domande la Camera Nazionale della Moda Italiana ha commissionato una indagine rapida su un campione di consumatori, concentrando l'attenzione su giovani tra 18 e 45 anni.

In sintesi, l'indagine rivela che per il Natale 2008, non si rinuncerà all'acquisto di capi di buona qualità e contenuto moda, anche se la ricerca di occasioni e capi a prezzo ridotto sarà particolarmente attenta. I prodotti che più facilmente quest'anno non si troveranno sotto l'albero sono le calzature e le borse.

I 409 consumatori tra i 18 e i 45 anni che fanno parte del campione dell'indagine prevedono un budget complessivo per le spese natalizie di 477â,¬. Di questi quasi la metà, 216â,¬ pari al 46% saranno spesi in prodotti della moda (abbigliamento, calzature, accessori). Un quarto del campione spenderà più di 250â,¬ in prodotti moda e il 10% più di 500â,¬

In generale, il budget di spesa in abbigliamento ed accessori si ridurrà rispetto al Natale 2007, il 49% degli intervistati ha infatti dichiarato che quest'anno spenderà di meno o non acquisterà e solo il 13% acquisterà di più rispetto allo scorso anno.

L'abbigliamento in senso stretto, sia per donna che per uomo resta però un regalo irrinunciabile, solo una quota minoritaria dichiara che non acquisterà capi di abbigliamento maschile o femminile (si tratta in gran parte di consumatori che hanno allocato per le spese natalizie un budget complessivo molto risicato, inferiore ai 200â,¬) (Figura 1).

Scarpe e Borse, invece, saranno meno frequenti sotto l'albero, il 44% del campione non acquisterà scarpe da uomo, il 39% rinuncerà alle scarpe da donna, e il 37 % non acquisterà borse. L'elevata quota dei *non acquisti* nell'abbigliamento bambino, ovviamente dipende dal fatto che una parte del campione non ha figli, nipoti od altri bambini nella lista dei regali.