

Primo Piano - *Natale 2026, budget in calo del 19% ma l'intelligenza artificiale guida gli acquisti: l'83% degli italiani la userà per i regali*

Roma - 17 nov 2026 (Prima Notizia 24) **Secondo l'Holiday Shopping Survey la spesa media scende a 351 euro a persona per il peso del caro vita, con i Millennials a 388 euro e la Gen Z a 308. Tre su quattro anticipano gli ordini al Black Friday e puntano su abbigliamento, cibo e cura della persona.**

Un Natale all'insegna della prudenza sul fronte del portafoglio, ma profondamente trasformato sul piano delle abitudini digitali. Secondo la ventesima edizione dell'Holiday Shopping Survey elaborata da Accenture, per le festività del 2026 gli italiani non rinunciano alla tradizione dei doni sotto l'albero, pur ridimensionando sensibilmente il budget medio individuale: la spesa prevista scende infatti a 351 euro a persona, segnando una contrazione del 19% rispetto allo scorso anno a causa del perdurante impatto del costo della vita sui bilanci familiari. A segnare la vera svolta di questa stagione è però il ricorso massiccio all'intelligenza artificiale, a cui si affiderà l'83% degli intervistati durante il percorso d'acquisto per scovare offerte, comparare i listini e orientarsi tra le proposte commerciali. Sotto la media nazionale emergono marcate differenze generazionali sia nell'entità della spesa sia nella tipologia dei regali scelti. I Millennials si confermano la fascia più propensa all'investimento, con un budget stimato in 388 euro, mentre la Generazione Z si attesta a 308 euro. Parallelamente mutano le priorità merceologiche: l'elettronica cede terreno a vantaggio di articoli percepiti come più concreti e immediati, con abbigliamento e accessori in testa alle preferenze (53%), seguiti da prodotti enogastronomici (48%) e articoli per la cura della persona (42%), a conferma della ricerca di utilità pratica in una congiuntura economica ancora incerta. La caccia al risparmio spinge inoltre la stragrande maggioranza dei cittadini a giocare d'anticipo: tre italiani su quattro pianificano di concentrare gli ordini in corrispondenza delle promozioni del Black Friday e delle settimane che precedono dicembre. In questa corsa allo sconto, gli strumenti basati sull'IA assumono una funzione operativa decisiva: il 45% dei consumatori dichiara di voler impiegare agenti intelligenti per intercettare le offerte più convenienti, il 37% per confrontare i prezzi tra diversi rivenditori e il 31% per scoprire nuove idee regalo. Più che un semplice supporto tecnico, l'intelligenza artificiale si afferma dunque come un vero e proprio nuovo intermediario commerciale. La scelta del dono non passa più soltanto attraverso le vetrine fisiche, il passaparola familiare o la pubblicità tradizionale, ma viene sempre più mediata da piattaforme in grado di filtrare cataloghi, comparare alternative e personalizzare i suggerimenti, delineando un cambiamento strutturale destinato a ridefinire il rapporto tra consumatori, marchi e distribuzione ben oltre le festività natalizie.

(Prima Notizia 24) Martedì 17 Novembre 2026

Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
E-mail: redazione@primanotizia24.it