

Primo Piano - *Black Friday 2026, Confcommercio: giro d'affari da 6,6 miliardi di euro, spesa media a 262 euro a persona*

Roma - 26 nov 2026 (Prima Notizia 24) **Sette italiani su dieci approfittano degli sconti per anticipare i regali di Natale generando tra il 10% e il 15% di consumi aggiuntivi; tra gli articoli più gettonati abbigliamento, elettronica, informatica, giocattoli e prodotti per la casa.**

Sale anche in Italia l'attesa per il Black Friday, che si consolida come uno degli appuntamenti commerciali più rilevanti dell'anno con una spesa media stimata in 262 euro a persona e un giro d'affari complessivo per l'intera settimana promozionale pari a 6,6 miliardi di euro, sommando gli acquisti effettuati sul web e quelli nei punti vendita tradizionali. È quanto emerge dalle rilevazioni dell'Ufficio Studi di Confcommercio, secondo cui il controvalore delle vendite segna un incremento del 3,1% rispetto al 2025 e un balzo del 131% nel confronto con il 2018, confermando il peso strutturale ormai raggiunto dall'evento nel calendario dello shopping. Sul fronte delle modalità di acquisto si rafforza l'integrazione tra canale fisico e digitale: il 72,1% del campione dichiara infatti di rivolgersi sia ai negozi sul territorio sia alle piattaforme e-commerce, mentre il 22,6% opta esclusivamente per gli acquisti in rete e appena il 5,3% si affida soltanto ai punti vendita fisici. Sotto il profilo del fatturato, il commercio elettronico genera poco meno di due terzi del volume sviluppato dai negozi fisici, con una dinamica di espansione analoga tra i due comparti pur partendo da basi dimensionali differenti. Come evidenziato da Confcommercio, la finestra promozionale di fine novembre svolge inoltre una funzione sempre più marcata di anticipo sulle festività: il 70% dei consumatori afferma di sfruttare le offerte anche per acquistare i regali di Natale, una percentuale in lieve aumento rispetto al 2025. Sulla base delle serie storiche degli anni scorsi, una quota compresa tra il 10% e il 15% di queste transazioni si configura come spesa effettivamente aggiuntiva, anziché come semplice spostamento temporale di acquisti che sarebbero comunque maturati a dicembre. L'effetto complessivo ha così modificato la stagionalità del commercio al dettaglio non alimentare, portando l'incidenza del mese di novembre sul totale annuo dall'8,9% del 2019 all'attuale 9,1% in valore. Nel 2026 la platea dei maggiorenni italiani interessati alle promozioni del "venerdì nero" si colloca in una forbice compresa tra il 42,5% e il 65,2%. In cima alle preferenze dei consumatori figurano abbigliamento, elettronica di consumo, informatica e comunicazioni, giocattoli, articoli per la cura della persona, prodotti per la casa e complementi d'arredo, mentre resta alta l'allerta sul fronte della sicurezza digitale contro possibili frodi online legate all'uso dell'intelligenza artificiale e dei deepfake.

(Prima Notizia 24) Giovedì 26 Novembre 2026