Comunicato stampa

PwC Black Friday Survey 2026: 9 italiani su 10 pronti agli acquisti, ma con budget sotto controllo

- **Il 94% degli italiani intende fare acquisti tra il 27 e il 30 novembre, contro l'89% della media dei quattro Paesi analizzati.**
- **In Italia la spesa media prevista è di 260 euro, circa il 20% in meno rispetto ai 330 euro della media dei quattro Paesi;**
- **Per 6 italiani su 10 il budget resta invariato rispetto al 2025.**
- **Il Black Friday anticipa il Natale: il 78% comprerà parte o tutti i regali durante gli sconti.**
- **Online in testa: il 64% degli italiani sceglie il digitale (51% con consegna a domicilio, 13% con ritiro in negozio)**

PwC presenta i risultati della Black Friday Survey 2026, condotta su 8.000 consumatori in quattro paesi (Germania, Irlanda, Italia e Turchia), di cui 2.000 italiani. L'indagine analizza intenzioni e comportamenti d'acquisto in vista dei saldi del Black Friday di venerdì 27 novembre.

Il Black Friday si conferma un appuntamento centrale per lo shopping. Secondo la ricerca PwC, il 94% degli intervistati italiani è propenso a fare acquisti tra il 27 e il 30 novembre 2026, percentuale più alta rispetto alla media dei quattro Paesi analizzati (89%).

Tra gli italiani interessati all'acquisto, più della metà (55%) ha già deciso di comprare, mentre il 39% attende l'offerta giusta.

Erika Andreetta, EMEA Fashion & Luxury Leader e Partner PwC Italia, commenta: "*Il Black Friday si conferma un appuntamento molto sentito dai consumatori italiani, che però lo vivono in modo sempre più consapevole. C'è voglia di approfittare delle occasioni, ma senza rinunciare al controllo: gli italiani pianificano gli acquisti, valutano con attenzione le offerte e ragionano nel rispetto del proprio budget, anche e soprattutto in vista del Natale e delle festività. Il risultato è un consumatore interessato ma esigente, che cerca valore e trasparenza più che il semplice sconto. Per brand e retailer, questo significa costruire proposte credibili, capaci di rispondere a un acquisto sempre più ragionato e selettivo*".

Budget stabili e spesa media di 260 euro

L'interesse non si traduce però in una spesa maggiore. Sei italiani su dieci (61,4%) prevedono di spendere quanto lo scorso anno, il 21% stima una spesa più alta mentre il 18% la ridurrà.
Chi riduce la spesa, lo fa soprattutto per cautela (50%) e per minore disponibilità economica (48%). Chi conferma il budget vuole soprattutto approfittare degli sconti (45,6%) o ripetere l'esperienza dello scorso anno (40,5%).

La spesa media stimata è di circa 260 euro per acquirente, circa il 20% in meno rispetto ai circa 330 euro della media dei quattro Paesi analizzati[1]. Un italiano su tre (33%) prevede di spendere tra 101 e 250 euro. Solo il 10% dei consumatori italiani supererà i di 500 euro, contro il 17% degli altri Paesi.

Gli italiani si confermano consumatori prudenti e selettivi: il 94% verifica abitualmente la veridicità degli sconti dichiarati, il 43% confronta le offerte tra diversi rivenditori, il 31% controlla la cronologia dei prezzi e il 30% usa siti o app di comparazione. Il 17% si affida a strumenti di AI per lo stesso scopo.

Cresce anche l'asticella dello sconto ritenuto interessante: 6 italiani su 10 giudicano convenienti un ribasso sull'abbigliamento solo a partire dal 40%. Un ulteriore segnale di prudenza da parte dei consumatori, sempre più esigenti nelle loro scelte di acquisto.

[1] Stima PwC sui valori centrali delle fasce di spesa dichiarate

Moda ed elettronica in testa. Si anticipano i regali di Natale

Le categorie preferite dagli italiani per lo shopping durante il Black Friday sono moda, abbigliamento e scarpe per adulti (37%), seguite da elettronica e tecnologia (35%), salute e bellezza (20%), articoli per la casa (17%) ed elettrodomestici (17%). Solo il 6% degli italiani punta ad acquistare gioielli e orologi.

L'attenzione alla pianificazione conferma le tendenze d'acquisto degli italiani: nel 2025 il 71% degli italiani ha comprato ciò che aveva programmato e solo il 13% ha ceduto agli acquisti di impulso.

Guardando al 2026, il 76% degli italiani acquisterà per sé e il 62% anche per la famiglia, con uno sguardo alle Festività: il 78% comprerà parte o tutti i regali di Natale durante il Black Friday.

Online al primo posto per lo shopping ma il negozio resta competitivo

Il canale digitale si conferma la modalità di shopping preferita durante il Black Friday: il 51% degli italiani prevede di acquistare online con consegna a domicilio, il 13% online ma con ritiro in negozio. Lo shopping in negozio fisico è scelto dal 36% degli italiani, quota leggermente superiore alla media dei Paesi analizzati (32%).

Gli italiani si mostrano più cauti anche nei pagamenti: il 34% dei consumatori comprerà con pagamenti a rate (22%) o con formule Buy Now Pay Later (12%), contro il 44% della media dei quattro Paesi.

PwC
In PwC, il nostro scopo è creare fiducia nella società e risolvere problemi importanti. Siamo un network di imprese presente in 136 paesi con circa 370.000 professionisti impegnati a fornire la qualità dei servizi nel settore della revisione, della consulenza e fiscale. Per saperne di più e per comunicarci ciò che per voi è importante, visitate il nostro sito www.pwc.com. © 2026 PwC. Tutti i diritti riservati.

Barabino&Partners per PwC
Tel. 02/72.02.35.35
Alice Brambilla
a.brambilla@barabino.it
Cell. 328/26.68.196
Letizia Castiello
l.castiello@barabino.it
Cell. 348/62.37.666

PwC Italia
Tel. 02/667341
Luigi Barbetta
Media Relations Manager
luigi.barbetta@pwc.com

Milano, 27 ottobre 2026