

# Black Friday e Cyber Monday: i consumatori spendono grazie alla tecnologia

La Cyber Week, il periodo di forti sconti successivo al Giorno del Ringraziamento, che comprende il Black Friday e il Cyber Monday, si è confermata resiliente nel 2023, con una moltitudine di acquirenti alla ricerca di occasioni.

**\$ 298 miliardi**

sono stati spesi online nel corso della Cyber Week rispetto a **\$ 281 miliardi** nel 2022, un aumento del **6%**

**Black Friday:**

vendite online **+8%**



**Cyber Monday:**

vendite online **+5%**

La crescita è stata spinta dal volume degli ordini anziché dall'inflazione<sup>1</sup>

## La tecnologia sostiene le vendite

L'Intelligenza Artificiale (IA) ha trainato l'incremento delle vendite: **\$ 51 miliardi di acquisti durante il Black Friday e il Cyber Monday sono stati influenzati dall'IA** attraverso offerte mirate, raccomandazioni di prodotti e servizi di chat basati sull'IA generativa. Il **79% del traffico e-commerce nella Cyber Week è giunto dai telefoni cellulari**, una cifra record e in ascesa dal 76% del 2022<sup>2</sup>.



Nel 2022 l'80% degli internauti a livello globale ha effettuato acquisti online, in crescita dell'8,3% rispetto al 2021<sup>3</sup>. L'e-commerce dovrebbe rappresentare il 41% delle vendite al dettaglio globali entro il 2027, in aumento dal 18% del 2017<sup>4</sup>.

## Vendite statunitensi durante il Black Friday e il Cyber Monday



Fonte: Adobe Insights 2019, 2020, 2021, 2022, 2023

I consumatori statunitensi hanno speso

**\$ 15,7 milioni**

ogni minuto nell'ora di punta del **Cyber Monday**, rispetto a

**\$ 12,8 milioni**

nel 2022<sup>5</sup>



**\$ 1 ogni \$ 5**

di spesa al consumo statunitense dovrebbe giungere dal canale online

nel periodo 1° novembre - 31 dicembre 2023<sup>5</sup>

Nel frattempo, anche il traffico in negozio negli Stati Uniti è cresciuto del

**4,6%** su base annua durante il **Black Friday** del 2023<sup>6</sup>

## Giorno dei single: il maggiore evento commerciale cinese

Nel frattempo, in Cina, le vendite nel Giorno dei single hanno continuato a salire nonostante un contesto economico stagnante.

Il Giorno dei single cinese risale al 1993 in risposta al Giorno di San Valentino e celebra l'essere celibi o nubili. È noto come il festival dello shopping "Double 11" e si svolge l'11 novembre.

Stando alle stime, nel periodo del Giorno dei single le vendite lorde di merci sulle principali piattaforme di e-commerce sono balzate a

**\$ 156 miliardi**

nel 2023,

**in rialzo del 2,1%**

rispetto allo scorso anno<sup>7</sup>.

Oltre **5,26 miliardi di pacchi** sono stati consegnati dal servizio postale di Stato cinese nel corso degli 11 giorni di shopping<sup>8</sup>.



"Le pressioni inflazionistiche si stanno attenuando, ma il contesto macroeconomico per i rivenditori al dettaglio e i consumatori permane difficile. Nonostante questo, la spesa al consumo si è confermata solida",

"La tecnologia, tra cui i telefoni cellulari e più di recente l'intelligenza artificiale, contribuisce a trainare la crescita dell'e-commerce, consentendo ai rivenditori al dettaglio di raggiungere i clienti e vendere i loro prodotti più agevolmente".

"Continuiamo a intravedere potenziali opportunità a lungo termine per gli investitori nell'e-commerce e nelle tecnologie che lo supportano."

Jeremy Gleeson, CFA  
Portfolio manager, AXA Investment Managers

Tutti i dati sono in dollari USA.

1 Fonte dei dati globali relativi alla Cyber Week, compresa la crescita delle vendite nel Black Friday e Cyber Monday: Salesforce, 28 novembre 2023

2 Salesforce, 28 novembre 2023

3 DataReportal.com, 26 gennaio 2023

4 BCG, 31 ottobre 2023

5 Adobe, 28 novembre 2023 / Adobe, 30 novembre 2022

6 Sensormatic Solutions, 25 novembre 2023

7 Fortune, 12 novembre 2023

8 China Daily, 12 novembre 2023

# L'economia digitale è tra noi ed è più grande di quanto si pensi.

Vuoi saperne di più?

Visita il nostro sito web sull'Evolving Economy

Il presente documento di marketing ha finalità unicamente informativa e i relativi contenuti non vanno intesi come ricerca in materia di investimenti o analisi su strumenti finanziari ai sensi della Direttiva MiFID II (2014/65/UE), raccomandazione, offerta o sollecitazione all'acquisto o alla vendita di strumenti finanziari o alla partecipazione a strategie commerciali da parte di AXA Investment Managers o di società ad essa affiliate. I pareri, le stime e le previsioni qui riportati sono il risultato di elaborazioni soggettive e potrebbero essere modificati senza preavviso. Non vi è alcuna garanzia che eventuali previsioni si concretizzino. Informazioni su terze parti sono riportate unicamente per fini informativi. I dati, le analisi, previsioni e le altre informazioni contenute nel presente documento sono forniti sulla base delle informazioni a noi note al momento della predisposizione degli stessi. Pur avendo adottato ogni precauzione possibile, non viene rilasciata alcuna garanzia (né AXA Investment Managers si assume qualsivoglia responsabilità) sull'accuratezza, affidabilità presente e futura o completezza delle informazioni contenute nel presente documento. La decisione di far affidamento sulle informazioni qui presenti è a discrezione del destinatario. Prima di investire, è buona prassi rivolgersi al proprio consulente di fiducia per individuare le soluzioni più adatte alle proprie esigenze di investimento. L'investimento in qualsiasi fondo gestito o promosso da AXA Investment Managers o dalle società ad essa affiliate è accettato soltanto se proveniente da investitori che siano in possesso dei requisiti richiesti ai sensi del Prospetto in vigore e della relativa documentazione di offerta. Qualsiasi riproduzione, totale o parziale, delle informazioni contenute nel presente documento è vietata. A cura di AXA IM Paris - Sede Secondaria Italiana, Corso di Porta Romana, 68 - 20122 - Milano, sito internet www.axa-im.it. © AXA Investment Managers 2023. Tutti i diritti riservati.