

È iniziato il Black November: il mese degli sconti veri e delle trappole online. Come distinguerli

Offerte troppo allettanti, messaggi strani, email sospette. La nostra guida per evitare spiacevoli inconvenienti e poter così usufruire in sicurezza degli sconti online

(Fonte: <https://www.corriere.it/> 31 ottobre 2025)



Il primo novembre non è più soltanto il giorno in cui si sfila la giacca più pesante dall'armadio o si comincia a pensare (con un mix di timore e tenerezza) alle luminarie natalizie. Da qualche anno è il segnale d'avvio di un rituale economico collettivo che attraversa la rete, i centri commerciali, le chat di famiglia e l'ufficio, dalla pausa caffè fino all'ultimo scroll del telefono prima di dormire. È il **Black November**, la stagione degli sconti che ingloba il **Black Friday**, si espande per settimane e culmina nel **Cyber Monday**, costruendo un mese intero di «affari», veri o presunti.

Quest'anno, più che mai, l'Italia arriva preparata all'appuntamento. I portafogli non sono immortali, il carovita non è svanito e la sensibilità del consumatore, oggi, è più vigile e informata. C'è voglia di risparmiare, ma anche la consapevolezza che dietro un prezzo barrato può nascondersi molto più di un buon affare. Il **Black November 2025** non è solo l'occasione per acquistare, ma un test di attenzione, strategia e, a volte, di pazienza.

Un mese intero di offerte, non solo un venerdì

Il **Black Friday** nasce negli Stati Uniti quasi un secolo fa, tempo in cui il commercio non aveva ancora la frenesia digitale che oggi lo accompagna. Nel corso degli anni la ricorrenza ha oltrepassato l'oceano e si è trasformata in una liturgia globalizzata. In Italia, tuttavia, si è arrivati

a un'estensione progressiva: non più un solo venerdì, ma settimane di promozioni distribuite su piattaforme diverse, con i grandi marchi che anticipano e prolungano, attirando consumatori via notifiche, newsletter e vetrine fisiche.

Il risultato è una sorta di calendario parallelo: i primi sconti appaiono già dal 1 novembre, in alcuni casi persino prima, e proseguono fino alla fine del mese. Si comincia con la tecnologia e gli smartphone, si passa agli elettrodomestici, ai computer, al gaming, poi l'onda avanza verso abbigliamento, bellezza, prodotti per la casa, robot aspirapolvere, pentolame, libri, giocattoli per far felici i più piccoli sotto l'albero. Una progressione attentamente organizzata, studiata al dettaglio: perché lo shopping del **Black November** non è caotico, è coreografato.

La ricerca dell'offerta «giusta»: più psicologia che consumo

Fare acquisti nel Black November non equivale solo a valutare un prezzo. È un gioco mentale, una piccola battaglia con sé stessi, un esercizio di equilibrio. La tentazione è forte: vedere un prodotto che abbiamo guardato tutto l'anno con un ribasso improvviso può sembrare un invito irresistibile.

Eppure è qui che nasce la distinzione tra l'affare consapevole e il gesto impulsivo.

L'offerta migliore non è la più bassa, ma quella più sensata. Sembra un paradosso, ma è un principio consolidato tra chi affronta il Black November con metodo. Prima ancora di aprire l'app di un negozio o cliccare su un banner, la domanda vera è: mi serve davvero? Sto comprando qualcosa che migliorerà la mia quotidianità o sto solo inseguendo l'idea di un risparmio?

Le piattaforme lo sanno bene e orchestrano una narrativa di urgenza. Il timer che scorre, il «solo per oggi», il «ultimi pezzi disponibili», il «prezzo più basso degli ultimi 30 giorni». Il consumatore informato è quello che riesce a osservare tutto questo senza farsi trascinare, come un surfista davanti a un'onda che può cavalcare o schivare.

I finti sconti e la memoria corta dei prezzi

La più grande insidia del Black November non è la mancanza di offerte, ma la sovrapposizione di sconti veri e sconti apparenti. Negli ultimi anni le autorità italiane e europee [hanno introdotto regole precise](#): il prezzo ribassato deve riferirsi al valore più basso applicato nei trenta giorni precedenti. Ma il mercato, si sa, trova le sue strade e non sempre l'etichetta coincide con la realtà percepita.

Molte piattaforme ricorrono alla strategia dell'aumento graduale nei mesi precedenti, così da poter «scontare» senza davvero ridurre. Il consumatore rischia di celebrare come occasione ciò che, nella sostanza, è semplicemente la normalità camuffata. Il modo migliore per difendersi è allenare la memoria del prezzo, che non è un gesto istintivo ma un'azione da compiere prima della tempesta.

Controllare oggi quanto costa un aspirapolvere, un phon professionale, una console, una fotocamera, un frullatore, significa arrivare preparati quando lo stesso oggetto comparirà

in «**offerta speciale**». Si tratta di costruire un piccolo archivio personale, mentale o digitale. Non servono grandi strategie, basta qualche confronto salvato, uno screenshot, un bookmark.

Le liste non sono solo per Babbo Natale

Arrivare al Black November senza una lista equivale ad andare al supermercato affamati. La probabilità di prendere più del necessario è altissima. Una lista, invece, è un atto di disciplina. Dovrebbe contenere tre categorie: ciò di cui si ha bisogno ora, ciò che si prevede di utilizzare nel prossimo futuro, e ciò che si ha intenzione di regalare.

Un esempio: chi sa già quale sarà il regalo di Natale più atteso in famiglia può cercarlo con anticipo, evitando l'ansia dell'ultima settimana di dicembre. Chi ha un computer che scricchiola o uno smartphone con batteria esausta può valutare le offerte di questi giorni con calma. L'idea di fondo è evitare che l'euforia dello sconto si trasformi nell'acquisto di qualcosa che finirà nel cassetto dopo due settimane.

Le truffe: quando l'affare si trasforma in un inganno

Il **Black November** è anche la stagione preferita [dei truffatori digitali](#). Il numero di siti falsi aumenta sensibilmente, così come le e-mail di phishing e gli annunci sui social che promettono sconti impossibili. Il meccanismo è spesso lo stesso: un prezzo talmente conveniente da sembrare irripetibile, un indirizzo web che ricorda quello reale, una procedura di pagamento che chiede velocità.

Le banche e la **Polizia Postale** stanno potenziando le campagne informative, ricordando l'importanza di acquistare solo da siti certificati, controllare la presenza del **protocollo HTTPS** e diffidare dai venditori con recensioni sospette o troppo recenti. Ma la migliore protezione resta la diffidenza ragionata: nel Black November, la prudenza non è paranoia, è buon senso.

Gli esperti di cybersecurity ripetono una verità semplice: se un'offerta sembra troppo buona per essere reale, probabilmente non lo è.

L'esperienza nei negozi fisici: il ritorno dell'acquisto «in presenza»

Nonostante la dominanza del digitale, il **Black November** resta anche un fenomeno fisico. Molti consumatori scelgono di andare in negozio. Non solo per toccare i prodotti, ma per ritrovare un senso di controllo più diretto: vedere, verificare, chiedere. In un mondo in cui le descrizioni online spesso sembrano scritte in un linguaggio tra il tecnico e il poetico, la possibilità di provare un elettrodomestico o di confrontare due giacche davanti allo specchio offre una forma di concretezza.

C'è anche chi si affida al personale di vendita. Quando competente, può diventare alleato prezioso: sappiamo che non sono tutti così, ma riconoscerli non è difficile. Spiegano senza forzare, ascoltano prima di proporre, non parlano per slogan. La tecnologia, in fondo, resta una faccenda umana.

Il **Black November** è un gioco di timing. Ci sono offerte che arrivano subito e scompaiono in poche ore, altre che migliorano progressivamente fino al venerdì fatidico, altre ancora che si esauriscono nel weekend del **Cyber Monday**. Non esiste una regola universale: dipende dalla categoria. La tecnologia tende a seguire una curva prevedibile: sconti discreti all'inizio, picco nel **Black Friday**, replicate nel **Cyber Monday**. Abbigliamento e cosmetica, invece, possono sorprendere con riduzioni più convincenti già nei primi giorni. I giocattoli per Natale, infine, seguono logiche proprie: quando va in esaurimento il prodotto più richiesto dai bambini, il prezzo non conta più nulla.

Per questo il consiglio dei compratori più esperti è semplice: osservare. Entrare nelle offerte il primo giorno non per acquistare, ma per studiare. Si entra nel Black November come in una partita a scacchi: chi si muove troppo presto rischia, chi aspetta troppo perde.

Black November e sostenibilità: un equilibrio ancora instabile

C'è poi una domanda più ampia: quanto è sostenibile questo modello di consumo? Ogni anno i dati sugli imballaggi, sugli sprechi, sui resi che viaggiano avanti e indietro sui camion raccontano una realtà complessa. Il **Black November** è ormai un fenomeno strutturale, ma può essere più responsabile? Alcune aziende stanno proponendo soluzioni di riparazione, prodotti ricondizionati, materiali più duraturi. Altre puntano su spedizioni più lente in cambio di sconti maggiori. La sostenibilità non è incompatibile con lo shopping, ma richiede una scelta consapevole.

Forse uno degli atti più maturi, nel **Black November**, è comprare meno ma meglio.

I Black November 2025 è qui. Ci guarda dagli schermi, dai cartelloni, dalle notifiche. È un invito collettivo, ma anche un banco di prova personale. Compriamo per migliorarci la vita, per rendere più comode le giornate, per regalare momenti di sorpresa a chi amiamo. E lo facciamo sapendo che il mercato è un labirinto di promesse. La differenza, quest'anno, la farà lo sguardo con cui lo attraversiamo. Non si tratta di resistere agli sconti. Si tratta di scegliere. Perché la vera convenienza non è spendere meno. È spendere bene.