

Spesa per regali in calo (-12%) Verso una ripresina natalizia

COMMERCIO

Confcommercio stima una flessione degli acquisti a 7,3 miliardi

La spesa pro capite scende a 164 euro in linea con il trend degli ultimi anni
Enrico Netti

Si profila un Natale minimalista per gli italiani che spenderanno per i regali 7,3 miliardi contro i 8,9 del 2019. L'emergenza sanitaria causata dal virus cinese ha portato a mesi di Cig, incertezza economica per le categorie economiche, per piccoli imprenditori e lavoratori oltre a tredicesime più leggere e poca voglia di spendere. Secondo le previsioni elaborate dall'Ufficio Studi Confcommercio la spesa per i consumi fletterà del 12%, contro una media del -15% dell'intero 2020. Insomma «una piccola ripresa dopo la tragedia» rimarca Mariano Bella, direttore dell'Ufficio studio dell'associazione. Sicuramente verrà ripensata la lista dei doni perché i regali li faranno 3 italiani su 4 mentre nel 2019 si arrivava all'87 per cento. Scelte che porteranno una leggera limitatura del budget pro capite per i regali cala a 164 euro contro i 169 dello scorso anno. Una cifra in linea con quelle stanziare negli ultimi 5 anni perché nel 2016 la spesa media "reale" era di 164 euro.

Dicembre si conferma il mese

chiave per i consumi e sebbene siano attesi in calo a 73 miliardi dagli 81 del 2019 «questo è il mese che potrebbe valere di più se ci fossero delle condizioni più favorevoli di contesto e di fiducia - continua Bella -. Molti italiani potrebbero spendere le risorse involontariamente accumulate durante il lockdown per mancanza di opportunità di consumo». Inoltre negli ultimi mesi il risparmio accumulato dalle famiglie è volato ai massimi. Ora servirebbe un miglioramento del sentiment, della fiducia delle famiglie che vogliono riprendere una vita il più possibile normale come si è visto domenica in quelle regioni passate da rosse ad arancioni dove le vie dello shopping hanno ripreso a vivere.

«La crisi rallenta i consumi e l'emergenza Covid obbliga ancora molte imprese a restare chiuse come quelle della ristorazione - ricorda Carlo Sangalli, presidente Confcommercio -. Ma c'è tanta voglia di ripartire che va incoraggiata. Bene, come da noi richiesto, che l'ultimo decreto preveda l'esonero degli oneri fiscali per le imprese più penalizzate. Un'attenzione necessaria che chiediamo anche per gli indennizzi che devono essere ancora rafforzati».

Una voglia di ripartire che si scontra con l'incertezza che mina la fiducia dei consumatori che arretra, come evidenzia Federdistribuzione. Quando fanno la spesa pongono una crescente attenzione alla convenienza e un atteggiamento prudente a causa di una fiducia rarefatta soprattutto

per quanto riguarda il sentiment economico. Come contromisure «la moderna distribuzione quando possibile si fa carico nel limite del possibile delle fluttuazioni stagionali dei prezzi dei prodotti - spiega Carlo Alberto Buttarelli, Direttore relazioni con la filiera e ufficio studi di Federdistribuzione - riconoscendo la giusta remunerazione alla filiere agricole garantendo al consumatore qualità e convenienza».

In questo quadro anche la spesa per il cenone natalizio sarà all'insegna dei piccoli sacrifici. Secondo un sondaggio di Izi con Comin & Partners quasi i tre quarti del campione trascorrerà la vigilia di Natale solo con i propri conviventi. Non rinuncerà a passare le feste con i propri parenti, rispettando la soglia massima di sei persone, il 23% degli italiani. Si conferma, per il 66% degli interpellati, l'intenzione di spendere meno per cenone e regali. Questi ultimi in un caso su due verranno acquistati nei tradizionali negozi fisici. Il sondaggio evidenzia un trend negativo per i principali beni di consumo come la profumeria (-12%), l'abbigliamento e accessori (-11%) e di prodotti tecnologici (-10%). Libri e arredamento invece dovrebbero avere un trend costante, in linea con quello del 2019. Lentamente si arriverà così al capodanno perché ormai gli italiani non vedono l'ora di abbracciare il 2021 come suggerisce uno slogan augurale ideato dal Gruppo Armando Testa.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Consumi in flessione. Le stime di Confcommercio per Natale

