



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
VENETO

COMUNICATO STAMPA

**Al via i saldi estivi:
occasione buona per fare acquisti per 6 veneti su 10**

Ricerca congiunta di Confcommercio e Unioncamere: l'inflazione impatta fortemente sui consumi, ma il periodo degli sconti è per i negozianti opportunità di sostenere la marginalità di fatturato e per i consumatori di comprare, con qualche vantaggio, beni di prima necessità o di quotidiana convenienza

Le previsioni per le vacanze estive: preferite le gite fuori porta giornaliere restando in Veneto, poco più di una persona su due viaggerà in Italia e meno di uno su cinque andrà all'estero

Le dichiarazioni dei presidenti Bertin, Pozza e Gabriel

(Venezia, 1 luglio 2022) – Al via da domani, anche in Veneto, i **saldi estivi 2022**, un momento atteso sia dai commercianti che tentano di risollevarle le vendite dopo i problemi provocati da due anni di pandemia, che dalla clientela che tradizionalmente approfitta degli sconti di questo periodo per fare acquisti.

Per la circostanza, **Unioncamere Veneto e Confcommercio Veneto** presentano i **risultati di un sondaggio** che ha coinvolto un campione di 600 persone residenti in regione, di età variabile (dai 18enni agli over 60 anni), chiamati a rispondere ad alcune domande circa la propria tendenza all'acquisto da qui a settembre. Ad alcune domande gli intervistati hanno potuto scegliere una sola risposta, mentre per altre era possibile indicare più alternative.

In un contesto generale di **forte incertezza economica** e di **crescente inflazione**, attesta a livello nazionale sul 7% rispetto l'anno scorso, a pesare per la quasi totalità degli intervistati (97,7%) è **l'aumento dei prezzi al consumo**, che per quasi 8 persone su 10 influirà sugli acquisti estivi imponendo una riflessione su quanto e dove spendere. La contrazione del mercato spinge i consumatori a orientare i propri acquisti verso i beni di prima necessità e i generi alimentari (59,6%). La fiducia maggiore arriva da parte dei più giovani (18-25 anni), per i quali l'inflazione inciderà solo in parte nella scelta degli acquisti (50%).

Stando ai dati raccolti, **la maggioranza degli intervistati (53%) si dimostra intenzionata a effettuare degli acquisti nel prossimo periodo estivo**, specie a favore di **bar e ristoranti** (47,1%), segno di un maggiore desiderio di stare assieme e di convivialità. Sono ancora i giovani e gli under 40 a trainare i consumi della ristorazione (66,7% e 61,2%) mentre per le persone più adulte e per gli ultrasessantenni la prima scelta cade sull'acquisto di cose utili. Quanto al **portafoglio**, per quest'estate la platea intervistata prevede di spendere per i beni di prima necessità e per la ristorazione da 100 e fino a 500 euro, ma meno di 100 euro per attività di tempo libero.

In questo ambito s'inserisce il capitolo dei **saldi, considerati un momento favorevole per effettuare acquisti per più di sei intervistati su dieci** (62,8%). Si conferma una maggior tendenza alla spesa nella fascia più giovane della popolazione, 80,8% fra i 18 e 25 anni, che appropfiterà degli sconti nelle prossime settimane.

Circa i **luoghi di acquisto**, si registra la prevalenza dell'online sulla struttura fisica, seppur di misura: un cliente su cinque si collegherà a Internet e ai vari market place per i propri acquisti. I negozi di vicinato reggono bene il confronto con centri commerciali e ipermercati (rispettivamente 19,1% e 16,7%), e sono preferiti dal 22% degli over 60, ancorché non disdegnati nemmeno dai giovanissimi (19,2%).

Infine, uno sguardo alle **vacanze**. I risultati del sondaggio non lasciano spazio a dubbi: quasi 7 persone su 10 dichiarano di trascorrere le ferie e il proprio tempo libero **in regione**, spostandosi almeno 3-4 volte da casa per una gita fuori porta ma comunque dentro i confini del Veneto, con una spesa media stimata di quasi 600 euro; poco più della metà annuncia che viaggerà **in Italia**, spendendo un migliaio di euro; mentre solo meno di uno su cinque (18%) andrà **all'estero** spendendo circa 1.500 euro.

*A dare una lettura dei dati è il **presidente di Confcommercio Veneto Patrizio Bertin**. "Dopo due anni di pandemia, una guerra in corso alle porte di casa, un'inflazione galoppante e bollette relative all'energia che non accennano a diminuire, anzi sembrano destinate ad aumentare ancora, è ovvio che i consumatori ci pensino due volte prima di fare un qualsiasi acquisto che non sia di mera necessità – afferma Bertin – Se le famiglie sono giustamente preoccupate di non sforare il proprio budget, dai giovani arriva però un messaggio di fiducia fatto di voglia di stare assieme ma anche di propensione all'acquisto sfruttando il periodo dei saldi. Infine – conclude Bertin – sembra emergere una "nuova convivenza" tra acquisti online e strutture fisiche, il che dimostra che forse ci si avvia verso una nuova fase dei consumi più ragionata anche se, sul tappeto, resta la questione della diversa tassazione che non può essere ulteriormente differita".*

*Per parte sua, il **presidente di Unioncamere Veneto Mario Pozza** commenta: "Pur in un contesto difficile per l'impennata dell'inflazione e il rincaro dei prezzi, percepito nettamente dai consumatori, i dati inducono a un moderato ottimismo. La propensione a investire sui saldi per fare acquisti, a riprendere la frequentazione di ristoranti e locali e a viaggiare, soprattutto in Italia, è un segnale positivo che fa ben sperare per l'estate, un momento dell'anno cruciale per i bilanci delle imprese del commercio e del turismo".*



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

VENETO

*I saldi, notoriamente, sono attesi soprattutto dal comparto abbigliamento, calzature e pelletteria. Il **presidente di Federmoda Veneto Giannino Gabriel** dichiara: “La situazione percepita dai consumatori non è delle migliori, ma l’arrivo dei saldi fa ben sperare sia per le zone turistiche che per quelle non turistiche. I commercianti di abbigliamento e calzature, rinunciando a parte della marginalità di guadagno, daranno la possibilità al consumatore di acquistare dei capi e risparmiare sul budget familiare”.*