

COMUNICATO STAMPA

Il Natale “tiene”, soprattutto nei negozi di vicinato. Grandi aspettative sui saldi di gennaio, ma l’inflazione preoccupa le famiglie

Confcommercio Veneto e Unioncamere Veneto presentano i risultati di una ricerca congiunta sulle previsioni di spesa per Natale e sui saldi invernali al via dal 5 gennaio. Il sondaggio ha coinvolto un campione di 600 persone: spese sostanzialmente invariate ma diminuisce il potere d’acquisto

Viaggi: il 46% degli intervistati ha in previsione di spostarsi durante il periodo natalizio soggiornando in hotel, seconde case, abitazioni di amici e familiari: 7 persone su 10 sceglieranno una meta fuori regione, solo 1 su 3 all’estero.

Il presidente di Confcommercio Veneto Bertin: “I veneti vogliono riprendersi la vita per lunghi mesi sospesa. Dai consumi può ergersi la diga in grado di contenere la recessione”

Il presidente di Unioncamere Veneto Pozza: “Situazione delicata, ma dobbiamo essere ottimisti e resilienti. L’appello ai consumatori: si comprino prodotti italiani, locali, di qualità”

Unanime la richiesta alla politica: “Servono misure per sostenere e rilanciare l’economia”

(Venezia, 17/12/2022) – La crisi dovuta all’**aumento dei costi dell’energia** e l’**inflazione** in forte ascesa negli ultimi mesi mettono in difficoltà i **veneti** che però non rinunciano ai **regali di Natale e a occasioni di convivialità**, pur stringendo la cinghia. Inoltre, i **saldi invernali** di fine stagione rappresentano una buona occasione per due persone su tre per fare acquisti, optando soprattutto per beni di prima necessità e utili, in primis abbigliamento e calzature. Questi i risultati più rilevanti del **sondaggio promosso da Confcommercio Veneto e Unioncamere Veneto** che ha coinvolto un campione di **600 persone** equamente distribuite per età, sesso e territorio. La ricerca congiunta ha indagato le **previsioni di spesa dei Veneti durante il periodo prenatalizio e natalizio**, ormai entrati nel rush finale, e sui saldi in partenza il 5 gennaio.

Al ristorante con meno di 100 euro, si punta al risparmio

Natale significa soprattutto convivialità, avvertita come priorità soprattutto dopo le restrizioni dovute al Covid: andare al ristorante e acquistare regali da mettere sotto l'albero rimangono le attività preferite dai veneti, a ogni età (*slide 2 e 3*). Si continua a uscire, dunque, ma con **più attenzione al portafoglio**: il 65% del campione dichiara che non supererà i 100 euro per un pranzo o una cena al ristorante, esattamente come chi trascorrerà una o più serate al cinema/teatro (79%); non è intenzionato a spendere più di 100 euro nemmeno chi farà acquisti straordinari per la casa (68%) o chi comprerà qualcosa per sé stesso (56%). Sono soprattutto i giovani sopra i 26 anni a scegliere i ristoranti (26,3%) mentre la percentuale degli acquisti rivolti ai regali di Natale sale (18,3%) nella fascia d'età 41-60 anni (*slide 3*). Un intervistato su due è però disposto a versare tra i 100 e i 500 euro per i **regali di Natale**, segno di una tradizione molto radicata tra i veneti che così festeggiano la ricorrenza (*slide 4*). Le spese restano sostanzialmente uguali a quelle del 2021 (*slide 7*).

I viaggi delle prossime vacanze

La metà degli intervistati prevede che viaggerà nelle prossime settimane passando in media fuori casa tre/quattro notti e spendendo non più di 500 euro. Il 68,1% del campione, due persone su tre, prevede di spostarsi **fuori regione** mentre uno su tre andrà **all'estero**. Per quanto riguarda i pernottamenti, c'è assoluta parità percentuale fra chi sceglierà di dormire in hotel e chi andrà in seconde case oppure da amici e familiari (40%) (*slide 5 e 6*).

Dove fare acquisti: i punti vendita di vicinato reggono la concorrenza

La maggior parte del campione preso in esame (42,3%) dichiara che nel periodo natalizio sosterrà i **negozi di vicinato**; seguono, a poca distanza, le grandi strutture di vendita (40,4% degli intervistati) e i centri commerciali (14%). Solo il 13,3% comprerà online, segno che cittadini e famiglie sono più attenti non solo alla qualità dei prodotti, ma anche all'importanza del **commercio locale** (*slide 8*), ambito sostenuto anche quest'anno a Natale da Confcommercio con la campagna "Compro sotto casa". Tra gli **articoli preferiti** dai veneti in questi giorni prenatalizi spiccano occhiali, orologi e gioielli (69,8%) seguiti a poca distanza da elettrodomestici, telefonia e hi-tech (*slide 9*).

La preoccupazione per la crisi e il caro energia

Il sondaggio Confcommercio-Unioncamere evidenzia chiaramente come ad impattare sui consumi natalizi e sui prossimi saldi invernali saranno **le spese per l'energia e la corsa dell'inflazione**. La percezione dei consumatori, infatti, è che i prezzi siano aumentati del 26,2% e ben l'87,9% del campione crede che questo influenzerà per forza di cose gli acquisti nel periodo natalizio (*slide 10*). Il 36,3% degli intervistati ritiene, inoltre, che i **costi di gas ed energia elettrica** alle stelle saranno la causa principale della riduzione delle proprie spese e consumi nei prossimi mesi (*slide 18*).

Saldi invernali: preferiti abbigliamento, calzature e beni utili e di prima necessità

Secondo i veneti gli acquisti sono generalmente in contrazione (*slide 11*). Grandi, però, sono le **aspettative sui saldi invernali** che partiranno il prossimo 5 gennaio. Ben due veneti su tre li considerano come **un'ottima occasione per comprare soprattutto beni utili e di prima necessità o quei prodotti che difficilmente acquisterebbero prima**, soprattutto nelle fasce d'età più alte (*slide 13*). Il 69% del campione ipotizza una spesa fra i 100 e i 500 euro mentre il 24% non supererà i 100 euro (*slide 14*). Nel dettaglio: tra le fasce d'età la maggiore disponibilità economica spetta a chi ha più di 26 anni mentre solo il 54,1% dei giovanissimi potrà spendere fra i 100 e i 500 euro (*slide 15*). Solo l'8,4% del campione prevede che la spesa sarà maggiore rispetto all'anno scorso (*slide 16*). Alla ricerca della migliore occasione i veneti guarderanno, ancora una volta, ad **abbigliamento e calzature**, prodotti che il 91,1% del campione dichiara di volere acquistare; seguono a distanza i casalinghi (36,7%) e gli elettrodomestici (31,8%) (*slide 17*). Più in generale, guardando al futuro, metà degli intervistati dichiara di avere i soldi necessari per far fronte ai bisogni primari e per poter occasionalmente affrontare spese non essenziali; ma è allarme per il 6,8% che ha dichiarato di non avere il necessario nemmeno per far fronte ai bisogni primari (cibo, vestiario, riscaldamento), facendo emergere un rischio di allargamento delle povertà.

Le dichiarazioni dei presidenti

Patrizio Bertin, presidente di **Confcommercio Veneto**: *“Seppur di fronte a un quadro generale non esaltante sul quale si è sovrapposto, nelle ultime ore, anche un innalzamento dei tassi d'interesse che di certo non gioca a favore, la ricerca che abbiamo condotto con Unioncamere Veneto evidenzia alcuni aspetti che meritano di essere evidenziati. Il primo e probabilmente il più importante è che i **consumatori privilegeranno i negozi di vicinato**. Non era scontato, soprattutto dopo due anni di pandemia che hanno gonfiato le vele dell'e-commerce. Il secondo è che, nonostante i costi dell'energia siano schizzati alle stelle mettendo in seria difficoltà famiglie e imprese, **la voglia di convivialità (testimoniata dalla buona ripresa della ristorazione), la voglia di viaggiare e l'attaccamento alla tradizione del regalo natalizio** da fare e da farsi non stanno flettendo ed anzi, se messi in relazione con le previsioni per i saldi, sembrano dirci che proprio **dai consumi può ergersi quella diga in grado di contenere la recessione**. Certo, né i consumatori né le imprese saranno in grado di fare da soli, per cui diventa della massima importanza che il governo nazionale e quello regionale attuino iniziative volte a **sostenere l'impegno di un'intera comunità**. Resta un aspetto di fondo che va sottolineato: **i veneti vogliono riprendersi la vita che per lunghi mesi è stata sospesa**. Sanno che i prossimi mesi saranno difficili perchè l'inflazione, spinta dal caro energia, non darà tregua e la guerra in Ucraina continuerà ad essere la spada di Damocle sulle nostre teste. Però sanno anche che **la resilienza del terziario di mercato** (e dunque del turismo, del commercio e dei servizi), potrà essere il fattore in grado di sostenere quel Pil che vogliamo credere possa continuare ad essere positivo”.*



Mario Pozza, presidente di **Unioncamere Veneto**: "Il momento non è facile e la situazione per le imprese e, di conseguenza, per le famiglie non è delle migliori. Dopo un inizio di anno di ripresa e crescita, da settembre stiamo assistendo a un **raffreddamento della domanda**. Gli effetti dei rincari energetici stanno pesando sui portafogli e l'impatto dell'inflazione intacca il potere d'acquisto. C'è **prudenza nello spendere**, si investe su beni di prima necessità e si rinviano ai saldi gli acquisti di beni voluttuari o non strettamente indispensabili, anche se le prospettive per il turismo sono positive per la prossima stagione. Questa è la fotografia ad oggi e non abbiamo sfere di cristallo che ci permettono di dire che futuro ci aspetta. Da imprenditore e rappresentante degli imprenditori dico però che **dobbiamo essere ottimisti e resilienti perché abbiamo tanti punti di forza e tanti aspetti di eccellenza**. Ma è necessario che governo e istituzioni si impegnino a mettere in campo misure e strumenti per uscire dalla crisi e sostenere aziende e operatori economici, lavoratori e famiglie. Faccio, infine, un **appello ai consumatori: compriamo prodotti italiani, meglio ancora se locali e di qualità, così aiutiamo i nostri piccoli negozi di vicinato** che stanno chiudendo. Daremo non solo un contributo all'incasso di fine giornata, ma uno stimolo per far alzare le serrande tutti i giorni e mantenere vivi le nostre città e i nostri paesi".