

# Natale regala la ripresa dei consumi Boom dell'alimentare Made in Italy

Indagine **Confcommercio** sugli acquisti degli emiliano romagnoli



Pietro  
Fantini

**C'è un ritorno alla fiducia da parte delle famiglie, che deve essere sostenuta per tradursi in una ripresa dei consumi stabile e duratura**



I numeri

**63 per cento**

Gli operatori intervistati che dichiarano vendite stabili (48%) o in aumento (15%) rispetto allo scorso anno. L'incremento medio del giro d'affari è del 13%

**78 euro**

La spesa media per famiglia di prodotti alimentari. Per l'abbigliamento è 168 euro; per altri beni (oggettistica, giocattoli, libri) la spesa per famiglia è di 106 euro

**Andrea Ropa**  
■ BOLOGNA

**TORTELLINI** e zampone. Poi maglieria, profumi e accessori, meglio se Made in Italy. Nulla di nuovo sotto l'albero di Natale per quello che riguarda i gusti degli emiliano romagnoli, che per i loro regali hanno preferito i prodotti alimentari tipici del territorio e la qualità dei negozi tradizionali. Il tutto accompagnato da una benefica ventata di ottimismo. Queste le indicazioni che emergono dall'indagine sulle vendite del periodo pre-natalizio effettuata da **Confcommercio** Emilia Romagna tramite il centro studi Iscom Group.

**POSITIVO** l'andamento delle prime settimane di dicembre: il 63% dei negozianti dichiara vendite stabili (48%) o in aumento (15%) rispetto allo scorso anno. L'incremento medio del giro d'affari è del 13%. Nel comparto alimentare il 38% ha aumentato le vendite rispetto al 2016 e un altro 38% ha sostanzialmente confermato i numeri dell'anno scorso. Identica tendenza anche per le altre merceologie considerate, dall'abbigliamento ai beni per la persona e per la casa, ai giocattoli: i commercianti dichiarano infatti vendite stabili o in aumento, complessivamente, almeno nel 60% dei casi.

**SUL FRONTE** dei comportamenti di acquisto, emerge un'attenzione ormai consolidata al prezzo da parte della clientela (50% degli operatori) e si conferma la tendenza ad acquistare regali utili (15%) e a ricercare le ultime novità (11%). Inoltre, per la prima volta dopo al-

cuni anni, i consumatori stanno ritornando ad acquistare, già a inizio dicembre, non solo regali natalizi ma anche capi di abbigliamento legati alla stagione. Grande attenzione per il Made in Italy (50% degli operatori) e la qualità dei prodotti; si torna a cercare il prodotto di marca (22%) e alla moda (20%), mentre cala l'interesse della clientela per i prodotti economici 'primo-prezzo' (8% a fronte del 40% dello scorso anno).

In aumento la spesa pro-capite per gli alimentari (+49% dal 2015 a oggi), con una spesa media per famiglia che si attesta a circa 78 euro. Anche per l'abbigliamento e i beni per la persona si evidenzia un incremento rispetto al 2016, con una spesa media per famiglia rispettivamente di 168 e 174 euro; per gli altri beni (in particolare oggettistica, giocattoli, libri) la spesa media per famiglia è di 106 euro circa. Per quanto riguarda la propensione degli operatori a integrare la vendita in negozio con forme di vendita online, lo studio evidenzia che negli ultimi cinque anni sta crescendo la percentuale di esercizi commerciali tradizionali che fa anche vendita online in maniera diretta, tramite sito aziendale o social network.

«**I RILEVAMENTI** delle prime settimane di dicembre – commenta il direttore di **Confcommercio** Emilia Romagna, Pietro Fantini – consentono di prevedere un risultato positivo per tutto il periodo, compreso l'ultimo week end di Natale. Questi dati sono il segnale di un progressivo ritorno alla fiducia da parte delle famiglie, che deve continuare a essere sostenuta per tradursi in una ripresa dei consumi stabile e duratura».

