

Sarà un Natale sobrio

Un Natale sobrio per il 2011. E' questa l'analisi di Ascom sui consumi e le aspettative per il prossimo Natale.

*«Le difficoltà sono evidenti. Attendiamo però un decollo dei consumi in vista del Natale, anche per effetto della tredicesima. Sarà un Natale più sobrio rispetto agli altri anni, un po' sottotono ma speriamo non disastroso - afferma **Paolo Malvestiti, presidente di Ascom Bergamo** – La crisi in atto impone alle famiglie e alle imprese un'attenzione maggiore al contenimento delle spese e un uso oculato delle risorse. Questa crisi ci insegna ad essere più misurati e ad usare intelligentemente quanto abbiamo e quanto possiamo spendere».*

L'effetto Natale

Stesso numero di regali del 2010 ma con budget inferiore. E' questo in gran sintesi quello che si prevede per il Natale 2011. Alla spesa media mensile, già diminuita negli ultimi mesi, si aggiunge un minore "effetto Natale", ossia minori uscite per gli acquisti natalizi sostenuti in parte dalla tredicesima. Negli ultimi anni "l'effetto Natale" ha sempre avuto un trend di crescita positivo, anche come conseguenza di un aumento delle pensioni, quest'anno invece la stima è di circa 650 euro a famiglia, il 7,5% in meno rispetto allo scorso anno.

Secondo l'Ufficio Studi di Confcommercio, il *sentiment* delle famiglie resta negativo ma non depresso. Per l'80,9% degli italiani sarà un Natale dimesso e farà regali l'88,2% .

Come gli anni scorsi tengono: l'alimentare, nella sua offerta di qualità e di marca, i piccoli elettrodomestici, la tecnologia e l'editoria. Restano due, comunque, le prerogative del regalo: utile ed economico.

«I clienti vanno alla ricerca del regalo utile e funzionale con un ottimo rapporto tra qualità e prezzo, che deve essere tendenzialmente basso» racconta Malvestiti.

Se dalla famiglia si passa al business la situazione non cambia: anche le aziende hanno diminuito le spese per la regalistica e per le cene aziendali di Natale.

L'alimentare

L'acquisto di prodotti alimentari in occasione delle festività natalizie non registrerà un'evoluzione particolarmente brillante. Sicuramente ci sarà da parte del consumatore, che è spinto comunque a concedersi qualcosa in occasione delle festività, una spesa molto attenta, frutto di un confronto tra migliori prezzi e opportunità, una spesa magari concentrata all'ultimo minuto.

Da un lato gli esercizi di vicinato punteranno sull'alta qualità, la novità, l'attrazione dei prodotti; mentre la media e grande distribuzione stanno già battagliando sulle varie promozioni.

Sono sempre più apprezzati dai consumatori i classici pacchi alimentari, in particolare è aumentata la ricerca per i prodotti agroalimentari locali.

Gli elettrodomestici e l'elettronica

I prodotti dell'informatica, l'hardware telefonico e gli elettrodomestici costituiscono per le festività natalizie un'occasione privilegiata per fare regali sia perché il consumatore ha la possibilità di un'ampia scelta di articoli, alcuni a prezzi sempre più convenienti, sia perché è l'occasione per fare l'acquisto per sé o per la propria famiglia di un prodotto di ultima generazione dal punto di vista della tecnologia.

L'attenzione nell'informatica sarà rivolta soprattutto verso l'acquisto di cellulari, console per videogiochi di ultima generazione, apparecchi fotografici, lettori, ipod, ipad, navigatori satellitari.

Nel settore degli elettrodomestici saranno i prodotti di medio/basso valore a costituire la maggiore attrattiva perché gli acquisti più impegnativi si rimandano in un altro periodo dell'anno. Penalizzato rispetto allo scorso anno l'acquisto di tv a schermo piatto.

L'abbigliamento

La sostanziale stagnazione, che ha contraddistinto nel 2011 la spesa delle famiglie per il tessile-abbigliamento, lascia presagire che nel corso delle festività natalizie l'andamento dei consumi per questo settore registrerà risultati poco confortanti.

In questo periodo prevale soprattutto un modello di consumo prudente che fa un maggior ricorso all'acquisto di capi di abbigliamento di costo medio-basso e accessori (pullover, sciarpe, cravatte, cinte, guanti, portafogli). Per i capi di abbigliamento più importanti si attenderà il periodo dei saldi.

Come è andato il 2011

Il calo tendenziale e, soprattutto, quello congiunturale, più consistente rilevati a ottobre dall'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC), sono stati la "spia" di un avvio, nel quarto trimestre, di una fase di ripiegamento dei consumi delle famiglie che potrebbe proseguire anche nella prima parte del 2012.

«I dati nazionali rispecchiano anche il locale – continua il presidente di Ascom – Anzi da noi potrebbero essere molto più impattanti, in quanto alcuni indicatori, come quelli relativi all'occupazione, evidenziano la presenza in bergamasca di molte famiglie colpite dalla perdita del lavoro e dal ricorso agli ammortizzatori sociali. Quindi la situazione non è felice. Anche la nostra terra, ricca e lavoratrice, sta soffrendo la crisi. I commercianti ne sono testimoni. Dal punto di vista dei consumi settembre e ottobre e soprattutto novembre sono stati mesi disastrosi, che hanno fatto registrare un segno pesantemente negativo in un anno che, pur non avendo mai dato evidenti segnali di crescita, aveva retto rispetto all'anno precedente. Attendiamo la parentesi natalizia come boccata d'ossigeno per le nostre attività».

Il settore non alimentare

È da qualche tempo che il settore rivela una certa difficoltà, probabilmente dovuta al rapido cambiamento degli stili di vita degli italiani ed alla diversificazione dei consumi. Con l'anno 2010 e soprattutto con il 2011, si conferma una negatività nelle vendite.

Nel settore dell'abbigliamento, sono diverse le cause che hanno aggravato la crisi in atto, tra queste la concorrenza di nuove forme di vendita, come i Factory Outlet Center e i Temporary Shop. Inoltre in un momento di crisi come l'attuale la contraffazione e l'abusivismo stanno sferrando colpi vitali al sistema. Per ultimo da una recente indagine di Federmoda risulta che il sentiment degli italiani è calato, in poco più di un anno e mezzo, di 22 punti percentuali, dal 63% al 41% rilevato nel settembre 2011. L'ottimismo, da recuperare, è un fattore fondamentale per incrementare le vendite.

La crisi colpisce anche l'elettronica e gli elettrodomestici. Le vendite, soprattutto sugli articoli del "bruno", in particolare Tv, dopo il boom dello scorso anno con l'introduzione del digitale terrestre, si sono fermate. Buoni i consumi sugli articoli di ultima tecnologia, anche i margini di guadagno sono risicatissimi.

Il settore alimentare

Sebbene si ritengano che i prodotti alimentari siano beni necessari, anche in questo settore si evidenzia un calo delle vendite. La maggior sensibilità al prezzo e il susseguirsi di promozioni sta spostando le vendite verso i punti della grande distribuzione, anch'essa comunque in difficoltà.

Di fronte ad un calo del reddito le famiglie limitano gli acquisti in ogni ambito. Ci sono spese incompressibili come l'affitto, il mutuo, i trasporti, le assicurazioni, le utenze. Il rincaro di queste voci ha determinato una riduzione del budget della spesa disponibile per tutto il resto, compresi gli alimentari. Questi fattori sono arrivati, in alcuni casi, anche a modificare lo stesso stile di vita e dei consumi, limitando l'acquisto di alcuni articoli e indirizzando la spesa su altri prodotti più convenienti.

Le previsioni per il 2012

Nel 2012 sono attese variazioni congiunturali negative sul Pil (-0,6%) e consumi (-0,3%). È quanto stima l'ufficio studi di Confcommercio. Le maggiori imposte comprimeranno il reddito disponibile (è il quinto anno di riduzione consecutiva in termini reali), l'occupazione non crescente, il clima di fiducia basso e la contrazione del potere d'acquisto della ricchezza determinano un 2012 negativo per Pil e consumi.

Solo la stabilità del quadro politico e la chiusura della stagione delle grandi manovre potrebbero contribuire a dare maggior solidità al sistema, a ridare fiducia alle famiglie, e a far ripartire gli investimenti delle imprese.

Bergamo, 14 dicembre 2011