



Indagine sui consumi dei prodotti Natalizi. Il periodo di riferimento preso in considerazione è dicembre-gennaio

Il 64 % degli italiani spenderanno meno per le feste natalizie. Il 22 % pensa di tagliare le spese del 50% mentre solo il 4 % aumenterà il budget destinato agli acquisti. Un italiano su due crede in un Natale di speranza, mentre un 32 % oscilla tra festività difficili e austere. I gaudenti sono un 7% del totale. Soprattutto tra i giovani cresce la sfiducia per le sorti del paese, il 34 % pensa che la situazione economica dell'Italia peggiorerà, in particolare per gli under 24 (39%), mentre i pessimisti under 34 sono al 30%. Il 28% dei giovani taglieranno le spese personali pur di fare qualche regalo. La metà dei 41 miliardi delle tredicesime di quest'anno, per una cifra pari a 19 miliardi e 805 milioni, 1 miliardo e 234 milioni in meno del 2010. Un miliardo sarà accantonato, ma oltre 8 miliardi saranno usati per pagare i conti. 5 miliardi saranno destinati ai regali soprattutto per l'acquisto di beni alimentari (83%), questo è quanto emerge dal sondaggio SWG Confesercenti a livello nazionale con dati raccolti nel centro nord, centro e sud della penisola. Si preferisce passare le feste con gli amici e i parenti in casa rinunciando al ristorante. Passando nel dettaglio di consumi per prodotti natalizi nello stesso periodo. Cresce il consumo dei prodotti tipici agroalimentari di qualità, in particolare dolci (17%), vini e spumante (15%), olio (14%) e pesce (14%). Per quanto riguarda la Provincia di Viterbo, commenta il Presidente Peparello Vincenzo e anche responsabile del turismo Confesercenti Regionale, i dati non si discostano molto dal resto del paese con una forte preoccupazione delle famiglie alle prese con una disponibilità sempre minore del proprio budget familiare aggravato dalla crisi economica generale e da quello della disoccupazione che aumenta, ma anche con l'impatto che la manovra finanziaria ha prodotto pensando agli aumenti del prossimo anno rispetto a tasse, imposte e costi sulla casa e i carburanti. Ritornando ai consumi sempre in provincia di Viterbo, fortunatamente ai tanti segnali negativi si registrano alcuni dati positivi che giungono da quello che si può ormai definire il vero valore aggiunto provinciale, cioè l'effetto trainante del turismo e delle produzioni agroalimentari artigianali di qualità. Per quanto riguarda il turismo meglio quello enogastronomico che sta in parte compensando perdite di altri settori in calo, tendenza in aumento anche su base annuale, con una media del + 9,6% rispetto allo scorso anno con una ricaduta in termini diretti anche negli ultimi cinque anni con un aumento compreso tra l'11% e il 15%. La qualità del territorio e dei nostri prodotti tipici ha visto inoltre un aumento del 30 % della programmazione turistica dei T.O. italiani ed esteri che hanno inserito la Tuscia nei propri cataloghi come destinazione turistica enogastronomica. Per quanto riguarda gli elettrodomestici, essi raccolgono una quota inferiore (18%); per quanto riguarda gli acquisti tecnologici si mantengono sostanzialmente invariati con al primo posto tra le preferenze quelle relative agli accessori e alle utility per il computer (11%). Gli italiani compreranno meno nei grandi centri commerciali: il 41 %, l'8% in meno dello scorso anno.



Resistono meglio i piccoli negozi, a quota 21 %, il 3% in meno del 2010. In ascesa il mercatino, dove acquisteranno il 18 % degli italiani, il 2% in più del 2010. Anche Internet cresce: l'11% farà regali via e-commerce. Il 6% degli italiani eliminerà il mediatore commerciante e regalerà direttamente denaro. Riguardo agli addobbi, resistono quelli tradizionali. Il 41 % farà sia albero che presepe. Tra quelli che si dedicheranno a uno solo dei due prevale il presepe (36%) contro l'8% dell'albero. Tra i pochi in viaggio, cresce la quota diretta fuori Italia (+9%). Questo calo è dovuto soprattutto alla condizione economica familiare. Cresce il peso percepito delle tasse (6%) mentre rimane invariata la preoccupazione legata al lavoro. Il 36 % di coloro che usufruiscono di una tredicesima mensilità la useranno per le spese per casa e famiglia e quasi un quarto verrà destinata al risparmio. Una parte significativa servirà per coprire spese già sostenute e non saldate (20%) cui va aggiunto un 7% per il mutuo. Subiscono la crisi anche i prodotti rispettosi dell'ambiente e della solidarietà. Ad esempio i prodotti composti con materiale riciclato (28%), quelli biologici (28%). Più marcato il calo per i prodotti del mercato equo e solidale (27%) e per gli oggetti a basso consumo energetico (20%). Al contrario dei più anziani, tra i più giovani il 34 % di loro contro il 33% della media nazionale, continuerà a regalare prodotti alimentari a km 0 e il 35% comprerà i prodotti equi e solidali. Anche le donazioni risentono un calo: la spesa si riduce (le donazioni in denaro passano dal 46% al 35%); gli acquisti che comprendono un'azione di solidarietà dal 47% al 37%, e il tempo libero da dedicare cala dal 31% al 20%.

Osservatorio commercio e turismo

Assoturismo Confesercenti Viterbo-Via G. Rossini, 22- 01100 Viterbo