



**INDAGINE SUI CONSUMI NATALIZI  
2018**

**Ufficio studi Confesercenti**

Conferenza Stampa – dicembre 2018



## La Metodologia

*L'indagine è stata svolta tra il 8 e il 13 dicembre a Mestre ed è stata condotta con questionario somministrato da ns. personale (face to face) con metodologia PAPI.*

*Ha riguardato un campione casuale semplice (senza ripetizione) di 225 persone maggiorenni (il 32% uomini, il 68 % donne).*

Natale è alle porte e scatta, come ogni anno, la corsa ai regali.

Tuttavia, nonostante l'arrivo della tredicesima, nella **Città Metropolitana non si avverte particolare entusiasmo.**

La mensilità supplementare va infatti dedicata per buona parte ai cosiddetti “consumi obbligati” come ad esempio le spese di manutenzione dell'automobile e della casa, assicurazioni, conti in sospeso, e rate del mutuo.

Inoltre, più degli scorsi anni, si avverte l'impatto del Black Friday che ha convinto molti consumatori ad anticipare i regali approfittando di sconti e promozioni.

## IL PESO DELLA TREDICESIMA

L'aggregato complessivo delle 13me erogate a percettori di retribuzioni da lavoro dipendente e di pensioni non è un dato misurato da statistiche ufficiali, bensì il risultato di un procedimento di stima che può condurre a valutazioni difformi in funzione dei criteri di calcolo utilizzati.

Per quanto riguarda le retribuzioni da lavoro dipendente ci siamo basati sul **Jp Geography Index** di Job Pricing che ha stimato la media delle retribuzioni lorde per provincia.

Nel veneziano lo stipendio lordo annuo risulta in media pari a **29.380 euro** annui (**+ 2% rispetto allo scorso anno**) corrispondente a circa 1.578 euro mensili netti.

Per quanto riguarda le pensioni, il Sole24Ore (dati Inps e Datalavoro), calcola, per la provincia di Venezia, un importo medio mensile di 949 euro (+2,2% in più rispetto al 2017) corrispondenti a circa 830 euro netti.



Considerato il numero di occupati dipendenti (Istat) di circa 305.000 unità ed il numero di pensioni erogate pari a 240.000 (Inps), si può calcolare un ammontare netto delle tredicesime pari a oltre **708 milioni di euro** (228 milioni da pensioni e 480 milioni da stipendi).

Prevedendo che circa il 60% circa della mensilità aggiuntiva sia dedicato al pagamento di imposte, assicurazioni, canoni vari e risparmio possiamo stimare che l'ammontare delle tredicesime disponibili **per le spese natalizie sia di circa 284 milioni di euro.**

### IL CLIMA DI FIDUCIA IN DISCESA

**La fiducia dei consumatori**, pur riflettendo un quadro complessivamente stabile, presenta una **dinamica negativa** a causa dal deterioramento delle aspettative sulla situazione economica dell'Italia nonché da un marcato peggioramento delle attese sul lavoro.

Come spesso avviene, la preoccupazione sulla situazione generale Paese, non influisce sulle situazioni personali per il quale si rileva anzi una sostanziale tenuta.

La speranza rimane infatti un sentimento diffuso (solo 1,13 % in meno rispetto al 2017), ma diminuisce l'ottimismo e l'attesa di un "rilancio" (-3,51% rispetto al 2017). **Aumenta decisamente la sensazione di difficoltà** (di quasi il 20%) compensata da una contrazione del numero degli incerti.

Particolarmente scoraggiati appaiono gli over 54, ma la percezione di un complessivo peggioramento economico attraversa tutti gli intervistati.

**Lo dimostra il fatto che per quasi il 40% del campione, una buona fetta di italiani sarà costretta a contenere le spese o, addirittura, a fare vere rinunce (la somma delle due indicazioni è 38,66% è in aumento del 6,9% rispetto al 2017).**

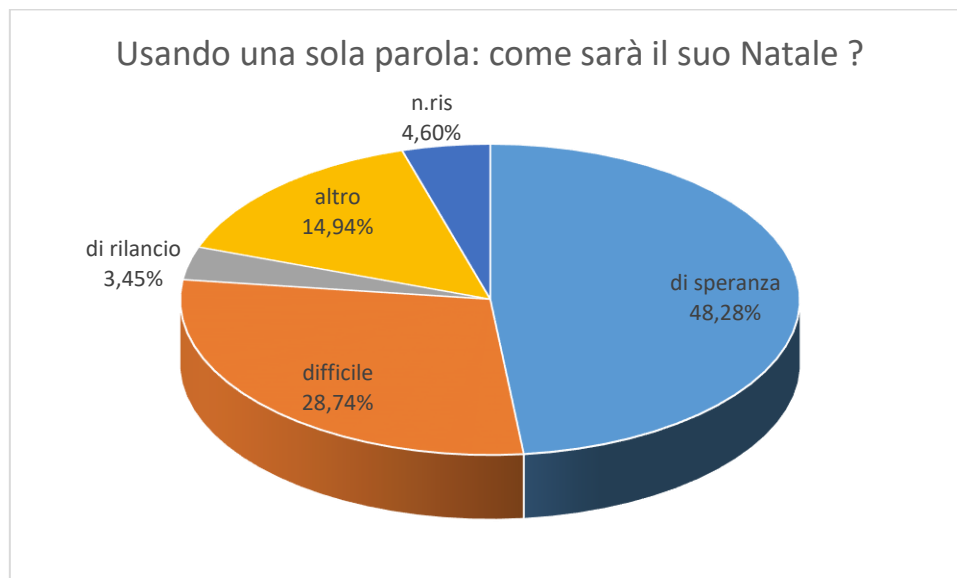
Cala inoltre drasticamente la percentuale di intervistati che vede gli italiani più disponibili a consumare (-21,43% rispetto all'anno precedente) mentre aumenta quella che intravede un andamento stabile (+ 11,06%).

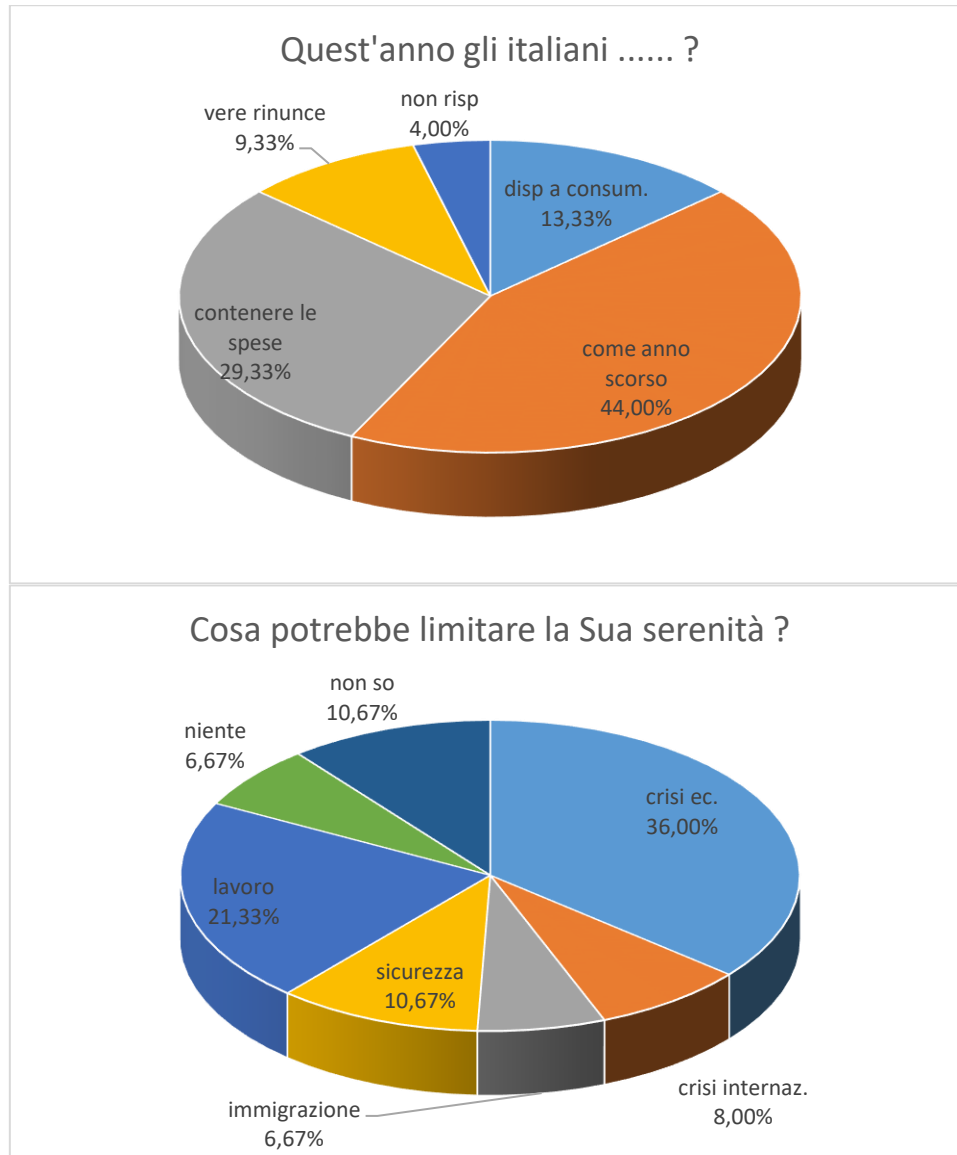


Tra i cittadini il calo della preoccupazione per il binomio sicurezza e immigrazione che l'anno scorso superava il 50% (oggi al 17,34%) è oscurato dalla crescita della tensione sul tema dello sviluppo economico (+18,45%) e dell'occupazione (+ 15,46).

Se conteggiamo anche il debutto con l'8% dell'attenzione per la situazione internazionale (nel 2017 era assente) il macrosettore economia e lavoro preoccupa, nel suo complesso, oltre il 65% degli intervistati.

La cautela legata al peggioramento dei conti pubblici, agli effetti della speculazione finanziaria e agli avvenimenti internazionali, anche se mitigata da situazioni personali soddisfacenti, ha comunque evidenti conseguenze sulla propensione alla spesa e sul livello di attenzione ai prezzi.



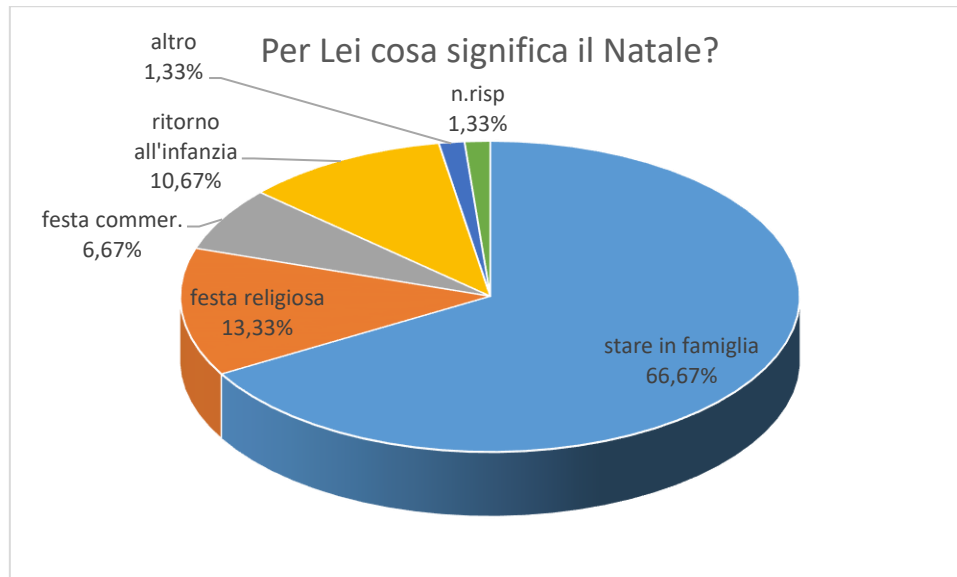


## IL NATALE E' FAMIGLIA

**Il Natale è da sempre una festa da passare in famiglia (appena - 1,57% rispetto al 2017) seguita dall'importanza religiosa della ricorrenza (+ 1,96%).**

**Stabile anche la percentuale di chi ci vede una pura occasione commerciale (-0,39%) e chi, sotto l'albero, prova la sensazione di tornare bambino (+1,26%).**

Un festa insomma ben più intima e lontana dagli eccessi consumistici degli anni precedenti la crisi.



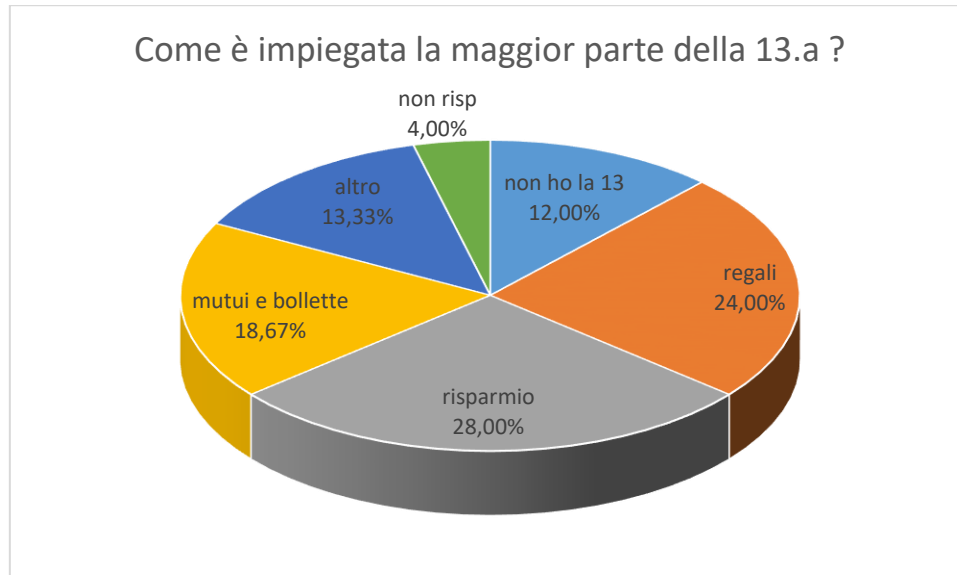
## TREDICESIMA

Dove andrà a finire la tredicesima del 2018 ?

Se escludiamo il 12% del campione che non ha questa possibilità, la mensilità aggiuntiva andrà destinata **per il 18,67 % alle spese obbligate e per il 28% al risparmio (in leggero calo di - 3,68% le prime a vantaggio del secondo +3,29)**. Sommandole si raggiunge il 46,67% del campione che corrisponde al 53% di coloro che ricevono la tredicesima.

Va inoltre considerato che almeno una parte di quel 13,3 % degli intervistati che indica “altre” priorità di spesa va riferito a sia spese non direttamente legate alla particolare ricorrenza festiva.

Solo il 24% impiega la maggior parte della sua tredicesima per i regali natalizi (+1,65%) .



Le incertezze sono arrivate anche sotto l'albero di Natale e, di conseguenza, i regali si scelgono con maggior cura, cercando di spendere un po' meno.

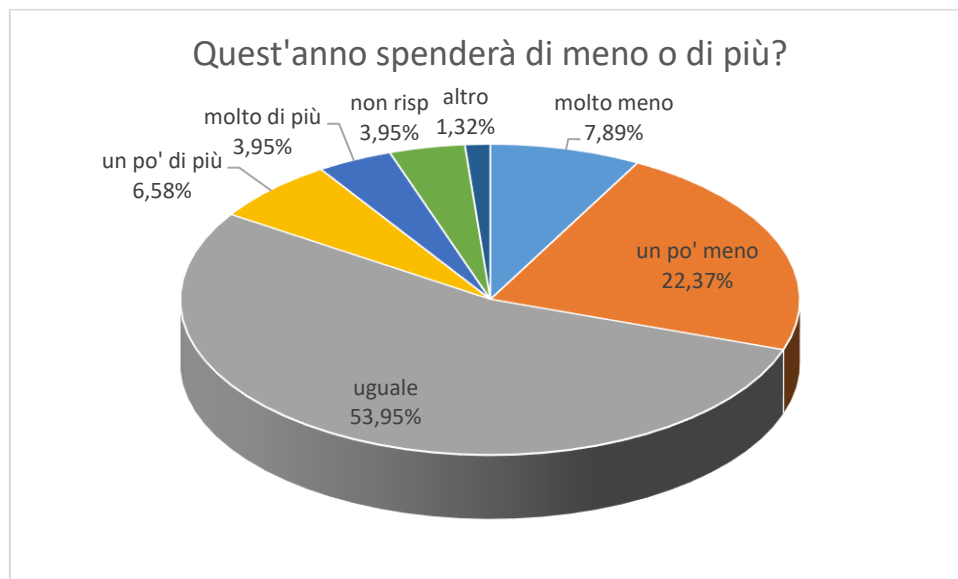
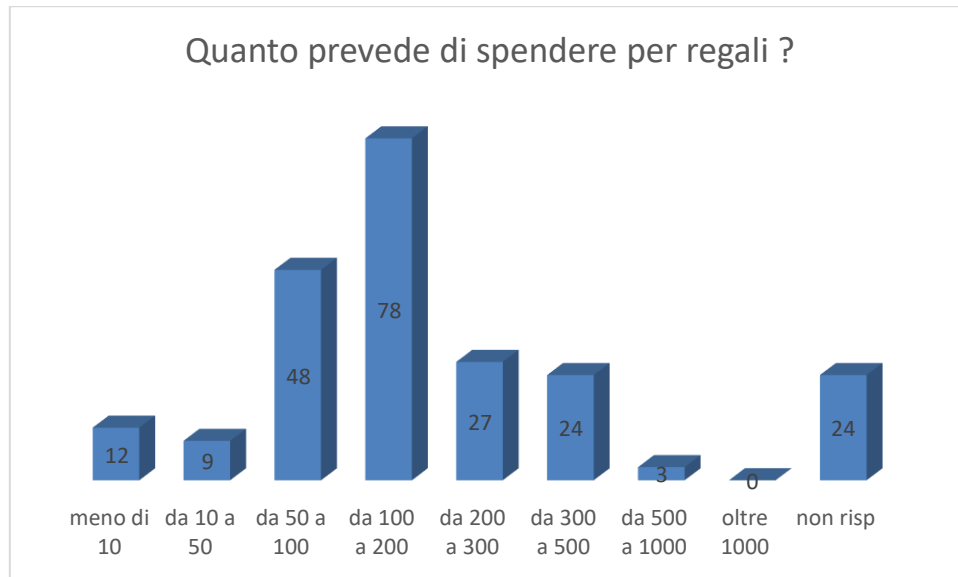
La tendenza al risparmio è confermata dal fatto che, nonostante la spesa per regali si concentri nella fascia **tra i 100 e i 200 euro pro capite** (34,6%), si nota una discreta diminuzione nella fascia di spesa superiore ed un aumento altrettanto sensibile in quella inferiore.

Sale infatti dal 20% al 30,6% la percentuale del campione che intende spendere meno di 100 euro (+10,6%) mentre cala al 23,9 (-11,3%) quella che prevede una spesa maggiore a 200 euro.

Coerentemente crescono anche coloro che prevedono una spesa leggermente inferiore allo scorso anno (+3,5%) e restano stabili al 10,5% coloro destineranno ai regali un budget superiore.

**Per la maggioranza (54%) del campione si tratta di spendere una cifra più o meno uguale a quella impiegata lo scorso anno (-6%), mentre lievissima (+0,83%) rispetto al 2017 la differenza con quanti prospettano un drastico taglio ai regali.**

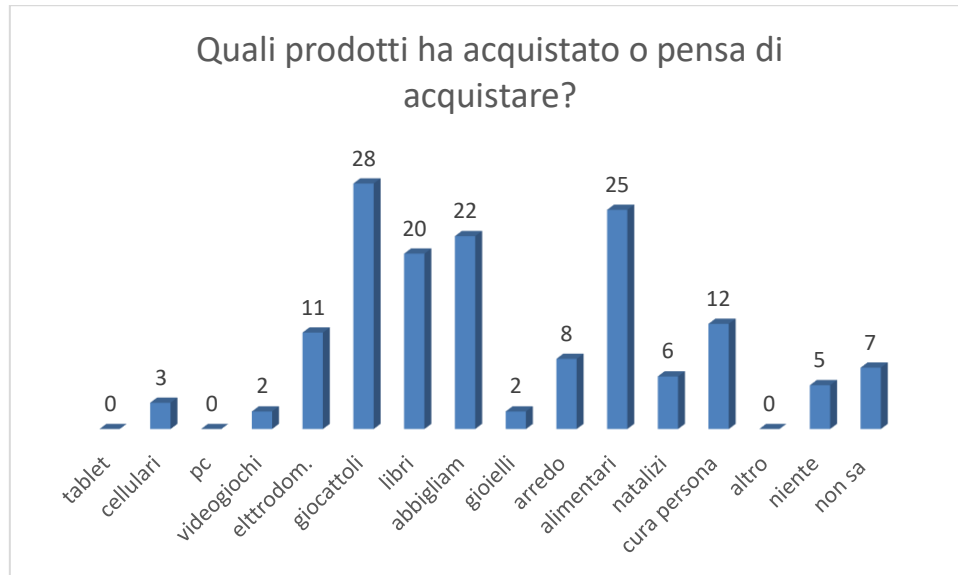
La media, del tutto indicativa, si aggira intorno tra 190 e 210 euro.



I prodotti più gettonati per fare regali: **giocattoli, libri e abbigliamento (prevalentemente accessori)** e soprattutto **prodotti enogastronomici** che restano tra i preferiti.

Gli articoli tecnologici appaiono fortemente limitati dalla vicinanza con il Cyber Monday (il lunedì cibernetico che segue il Black Friday).

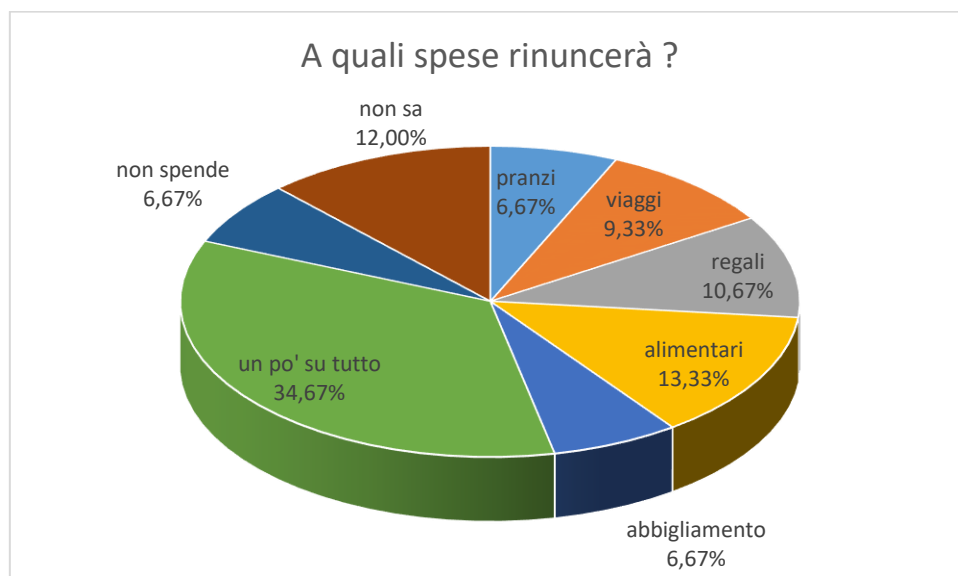




Nell'insieme, dopo aver indicato di aver intenzione di ridurre i consumi, il campione spalma i risparmi su tutto il possibile paniere di spesa.

Più di un terzo degli intervistati (34,67%) tende infatti a diminuire complessivamente gli acquisti, ma i tagli di spesa vengono suddivisi in modo sostanzialmente omogeneo tra tutti i settori.

Quest'anno si segnala un accento minore su cibo e vino anche in come conseguenza ad approcci più salutistici ai festeggiamenti.





## DOVE? MERCATINI MON AMOUR

La moda dei mercatini natalizi non tramonta.

Nonostante il numero di bancarelle che invadono i centri città si moltiplichi **resta infatti superiore al 50% la percentuale di consumatori che continuano a frequentarle.**

Risulta evidentemente vincente l'opportunità di passare una giornata piacevole e fare acquisti in un ambiente diverso dall'offerta standardizzata dei centri commerciali. I tradizionali mercatini così come i negozi di vicinato si conquistano quindi il loro spazio nella competizione tra forme distributive.

Il consumatore nella sua caccia al regalo "giusto" è del resto cresciuto in mobilità e razionalità e spazia senza limiti dal centro commerciale alla piccola bottega cittadina.

In particolare, nel corso degli ultimi anni -accanto ad una accresciuta sensibilità nei confronti dell'inquinamento e dei problemi legati alla viabilità o al degrado urbano- è stata la stessa recessione economica a spingere verso il recupero dei centri cittadini.

In molte città si sono avviate azioni e strategie di "back to city", che riconoscono alle attività del commercio tradizionale un ruolo fondamentale per il mantenimento di un carattere urbano e identitario.

Queste politiche cercano di stimolare il commercio urbano verso l'ideazione di nuovi format di offerta capaci di soddisfare nuove fasce di utenti e differenti comportamenti d'acquisto sempre più orientati alla shopping experience.

**E' evidente che il consumatore vuole la coesistenza di tutte le modalità di spesa in quanto si aspetta da ognuna un prodotto o un servizio diverso, meglio ancora se personalizzato.**

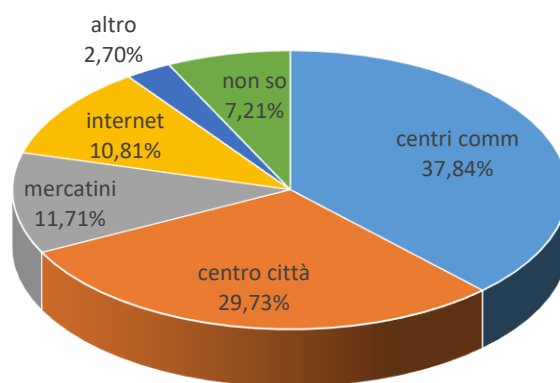
Questo atteggiamento riguarda anche l'e-commerce che, anche se appare in crescita costante (+2,3), non rappresenta affatto la crisi del negozio fisico che resta entità di riferimento nella geografia sociale non solo per gli acquisti, ma anche per le relazioni che in esso e attorno ad esso si sviluppano nelle città.

**I rapporti di forza tra centri commerciali (+2,55%) e "sistema città" rimangono in equilibrio grazie alla leggera crescita del commercio su**

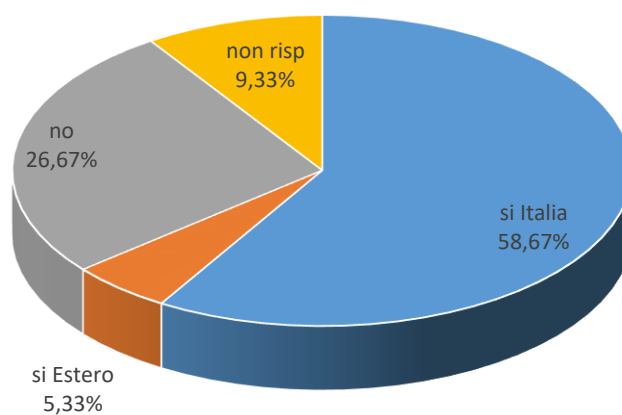


area pubblica (+2,3) che compensa il calo dei negozi del centro (-0,86%).

Dove acquisterà la maggior parte dei regali di Natale ?



Frequenterà i mercatini natalizi ?





### Cosa le piace acquistare nei mercatini natalizi ?

