

Sui consumi natalizi regna la prudenza: tredicesime bruciate dalle spese fisse

L'ANALISI

Tutte le stime indicano che gli acquisti sono frenati dall'incertezza sul lavoro e dalla scarso clima di fiducia. Oltre metà degli italiani non potrà spendere più dell'anno scorso

Tra i pochi settori che resistono c'è quello della ristorazione, che vede un incremento del 5,8 per cento per i ricavi legati ai pranzi di Natale. Bene anche le terme, con incassi in crescita di oltre cento milioni di euro

Secondo Federconsumatori, solo il 9,7% della mensilità aggiuntiva rimarrà nelle tasche delle famiglie per cenoni ed eventuali viaggi, perché gran parte delle entrate verrà destinato a costi non rimandabili come l'assicurazione auto

CINZIA ARENA
Milano

Prudenti e preoccupati, decisi a contenere le spese in vista delle festività. Per gli italiani sarà un Natale all'insegna della sobrietà. A dirlo le stime che negli ultimi giorni si moltiplicano con l'obiettivo di misurare i consumi in maniera preventiva, sperando in un'inversione di tendenza dopo un 2024 particolarmente "piatto". Secondo Confesercenti i consumi natalizi valgono 23 miliardi di euro tra spese delle famiglie e dei turisti stranieri, e si concentrano negli ultimi dieci giorni dell'anno. Una corsa che quest'anno però appare più misurata del solito.

Il clima di incertezza legato alle preoccupazioni per la situazione economica del Paese condiziona i comportamenti di spesa. A dicembre l'indicatore Istat sulla fiducia dei consumatori registra una flessione per il terzo mese consecutivo passando dal 96,6 al 96,3 mentre è in lieve risalita quello composito relativo alle imprese. Non è solo il Pil rasoterà a preoccupare, quanto il timore di crisi aziendali e di perdita di posti di lavoro. Gli italiani considerano appesa al filo la tenuta del loro bilancio familiare e la loro possibilità di risparmiare.

Quattro famiglie su dieci, secondo l'Osservatorio Findomestic, hanno una situazione economica problematica, una su dieci vive in condizioni particolarmente difficili. Un contesto di insicurezza ed ansia che si riflette, e non potrebbe essere altrimenti, sugli acquisti di Natale.

«I consumi non si sbloccano e il consumatore resta prudente orientato al risparmio e al rinvio degli acquisti più importanti. La stabilizzazione dell'in-

flazione ad oggi non ha prodotto l'effetto sperato sullo stato d'animo delle famiglie che restano preoccupate per il caro prezzi», sottolinea Claudio Bardazzi, responsabile dell'Osservatorio Findomestic. Secondo una rivelazione Swg per Centromarca, in una fase di debolezza del potere d'acquisto il 54 per cento degli italiani spenderà tra regali e acquisti la stessa cifra dell'anno scorso, il 35 per cento meno e un misero 11 per cento qualcosa in più. Meno regali, con una spesa media di 250 euro per complessivi 11 miliardi di euro, all'insegna della morigeratezza. Si punta su articoli utili, soprattutto abbigliamento scelto dal 46 per cento dei consumatori, mentre sono in caduta libera i regali tecnologici che rappresentano appena il 20 per cento, a vantaggio di alternative più economiche come libri e prodotti enogastronomici.

La spinta delle tredicesime, quasi 50,9 miliardi di euro incassati da lavoratori e pensionati in questi giorni, sembra essere quasi impercettibile. Secondo le associazioni di consumatori, che parlano di una "gelata di Natale" e di "consumi in bianco", le tredicesime vengono assorbite dalle spese fisse: rate del mutuo o di altro genere di prestiti, tasse e bollette. Federconsumatori ha ipotizzato che solo una piccola parte, il 9,7 per cento,



rimane nelle tasche delle famiglie per pranzi, cenoni ed eventuali viaggi mentre il 65 per cento della tredicesima è appunto destinato a spese incompressibili. Tra queste, oltre a quelle per la casa, spiccano l'assicurazione auto che cresce del 16 per cento rispetto all'anno scorso e anche le visite mediche private viste le lunghe liste d'attese nel pubblico alle quali sarà destinato il 3 per cento della tredicesima. «Le misure inserite dal governo nella legge di bilancio non hanno pienamente convinto le famiglie, che evidenziano un generale pessimismo sul futuro della nostra economia. Ciò che manca in questo momento - sottolinea il Codacons - è un impegno reale sul fronte dei prezzi, che dopo due anni di inflazione alle stelle continuano a salire in settori chiave come gli alimentari». In particolare preoccupa la scarsa propensione all'acquisto di beni durevoli.

Di un pessimismo generalizzato in Europa, ma inferiore a quello dell'anno scorso, parla un report di McKinsey che mette a confronto l'Italia con altri quattro Paesi: Francia, Germania, Spagna e Regno Unito. Nonostante il tasso di disoccupazione nel terzo trimestre sia ai minimi storici (6,3 per cento), l'inflazione sia risalita solo leggermente al 2 per cento e

la crescita del Pil abbia raggiunto lo 0,4 per cento, l'ottimismo delle famiglie è andato verso il basso. Il sentimento e il comportamento dei consumatori però non sempre sono allineati. A fronte di un 7 per cento di italiani in più che si dichiara pessimista in questa fine d'anno, le previsioni di spesa sono secondo McKinsey al rialzo, soprattutto tra Millennial e Generazione Z.

Se i consumi si preannunciano fiacchi, ci sono alcuni settori particolarmente vivaci, a partire dalla ristorazione. Secondo le stime di Fipe-Confcommercio saranno 5,4 milioni gli italiani che faranno il pranzo di Natale in uno degli oltre 90mila locali aperti per l'occasione (68,6 per cento del totale, in crescita rispetto al 66,2% del 2023). Un incremento del 2 per cento rispetto al 2023 con una spesa complessiva che raggiungerà i 420 milioni di euro, in crescita del 5,8 per cento rispetto all'anno scorso e una spesa media di 78 euro a persona. Sarà una fine d'anno da record anche per le terme italiane, che si confermano tra le mete più ambite. Il settore prevede una spesa complessiva stimata di oltre 100 milioni di euro, con una forte crescita rispetto allo scorso anno nelle 320 strutture termali presenti su tutto il territorio nazionale.

Quanto valgono gli acquisti di famiglie e turisti a Natale

23 miliardi

Il valore economico dei consumi natalizi tra spese delle famiglie e dei turisti

96,3 punti

L'indice di fiducia dei consumatori in calo a dicembre per il terzo mese consecutivo

11%

Quota di italiani che pensano di spendere più del 2023 a Natale (dati Centromarca)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CENTRO STUDI CONFCOOPERATIVE

Effetto inflazione sul cenone: spesa da 500 milioni in più del Natale pre Covid

Per il cenone di Natale gli italiani spenderanno 3,2 miliardi di euro, 300 milioni in più dello scorso anno e 500 milioni più del Natale pre Covid. Lo rivela un'indagine del Centro studi Confcooperative rispetto alla propensione alla spesa e ai consumi degli italiani in occasione del Natale. L'impennata nella spesa è determinata, però, non dai maggiori consumi, ma dagli aumenti generalizzati dei prezzi, delle tredicesime e degli occupati nell'anno, il 2024, che sarà ricordato come quello boom storico dell'occupazione. Salgono le tredicesime, dai 49 miliardi dello scorso anno ai 51,3 miliardi di quest'anno grazie al miglior andamento dell'occupazione, al minor impatto della CIG, ma le retribuzioni e la capacità di spesa vengo-

no erose dall'inflazione. Il trend dice che primeggiano le spese personali e dominano egoismo, prudenza e oculatezza. La nota stonata è l'Italia del malcontento, perché continua ad allargarsi la forbice tra chi può spendere, mentre affiorano le difficoltà del ceto medio e di chi scivola in povertà. Abbiamo 1 italiano su 3 che andrà in vacanza, ma l'esercito dei poveri assoluti e relativi è di circa 10 milioni di persone. Per Confcooperative si acuiscono le differenze: l'Italia del malcontento è segnata dalla polarizzazione delle posizioni tra chi ce la fa e chi ha problemi sui fondamentali di spesa. Il cenone di Natale vede in media 8 componenti che, nella maggior parte dei casi, esalteranno le eccellenze dell'agroalimentare Made in Italy.