

Confcommercio: prime previsioni sulle vendite natalizie



VITERBO – Il recente **Black Friday** – che ha coinvolto anche a Viterbo circa il 40% dei consumatori adulti, con una spesa media pro capite che si è attestata tra i 200 e i 230 euro, ed il 50% degli acquisti rappresentato da regali natalizi anticipati – è un segnale positivo per l'intera stagione natalizia. È quanto rileva l'Ufficio studi di Confcommercio, attraverso una ricerca sulla propensione all'acquisto in vista delle prossime festività natalizie.

La **spesa media pro capite prevista questo anno** per gli acquisti natalizi risulta in aumento rispetto all'anno scorso – **207 euro** contro 186 euro del 2023 – riflettendo una propensione dei consumatori a non rinunciare alla tradizione dello scambio di doni, sebbene in un contesto di maggiore razionalità negli acquisti. A rendere la circostanza più favorevole nel 2024 è una serie di fattori, in primis l'aumento della occupazione. La ricerca di Confcommercio mette in evidenza come cresca il volume delle 13esime per l'aumento degli occupati. Inoltre, i nuovi pensionati hanno un vantaggio

grazie a migliori storie contributive e alla conferma della decontribuzione anche nel 2024. Infine, si contano circa 400 milioni di euro di bonus straordinario e non sono presenti impulsi inflazionistici 'genuini' a ottobre e novembre.

“Il Black Friday, che ormai dura una settimana, ha premiato il canale on line. È una **sfida per i negozi fisici** – commenta la presidente di Confcommercio a Viterbo, **Loredana Badini** – da raccogliere anche perché non c'è alternativa. **Ci aspettiamo un buon mese** di dicembre per gli acquisti e i consumi.”

“Con l'inflazione sotto controllo, il buon andamento dell'occupazione e le tredicesime in crescita i consumi di Natale dovrebbero mostrare una maggiore vivacità rispetto all'anno scorso. Questa prospettiva, confermata anche dal buon andamento del Black Friday, fa sperare in una crescita più robusta nel 2025” così il Presidente di Confcommercio, **Carlo Sangalli**, sull'analisi dell'Ufficio Studi della Confederazione.

Per riaccendere lo “spirito del Natale”, Confcommercio a breve avvierà la campagna sui social **Compro sotto casa, perché mi sento a casa**. “La nostra – spiega la presidente **Loredana Badini** – non è certo una semplice difesa di categoria. I negozi di vicinato sono fondamentali per l'economia e l'occupazione locale. In particolare a Viterbo dove, più che in altre città, i commercianti del centro storico stanno soffrendo. I commercianti puntano sulla stagione delle feste per rilanciare un mercato che risente di staticità ed in alcuni settori merceologici del calo dei consumi. Per un buon numero di negozi le vendite natalizie rappresentano sino al 30% del fatturato annuo. Con il claim “Facciamo rivivere le nostre città. Compra sotto casa”, si vogliono sintetizzare i principi alla base dell'iniziativa: quelli della sostenibilità e della solidarietà. Oltre a dare un messaggio di speranza e serenità per le festività natalizie.”