

Consumi. Le catene commerciali puntano su forti sconti e promozioni per incrementare gli acquisti di alimentari, elettronica e giochi

Natale spinge la ripresa dei consumi

Operatori ottimisti - Scontrino medio +5%, il budget sale a 166 euro pro capite

Emanuele Scarci

MILANO

A Natale tavola più ricca grazie anche a tanti prodotti acquistati con sconti e promozioni al supermercato. Ma è corsa agli sconti anche nelle catene commerciali dei prodotti elettronici, con smartphone, Tv e tablet al centro delle promozioni. Le vendite online coinvolgeranno il 22% in più degli italiani che compreranno almeno un regalo di Natale e con una spesa in crescita del 16% rispetto al 2014.

Secondo Confcommercio, questo Natale è il primo con consumi in crescita dopo sette anni di crisi. La spesa media per i regali aumenterà del 5% fino a 166 euro a testa, diecimiliardi in tutto. La crescita sarà piuttosto diffusa fino a coinvolgere varie merceologie, comprese profumeria e giocattoli. Insomma una scossa salutare per le vendite di food che comunque mantengono un +2,7% a otto-

LE INIZIATIVE

Esselunga taglia i prezzi delle marche fino al 50% e mette in palio mille auto
Coop sconta la spesa del 10% con validità da gennaio

bre e per i prodotti elettronici, +3% nei primi 9 mesi.

I consumi di Natale, nel complesso, ammontano a circa 30 miliardi: 1.370 euro a famiglia. In parte provenienti dai 39,4 miliardi (+1,2%) delle tredicesime di 33 milioni tra lavoratori e pensionati. Cosa regalano a Natale gli italiani? Secondo un sondaggio di Privalia watch, alle mamme si regalano soprattutto oggetti di design per la casa (18%) mentre ai papà un capo di abbigliamento sportivo (19%). Per il partner la scelta ricade su un capo di abbigliamento di moda, con l'eccezione del Sud, dove si dona più frequentemente un gioiello.

La spesa di Natale

A dicembre la catena commerciale Esselunga (presente soprattutto in Lombardia, Toscana ed Emilia) oltre agli sconti del 30-40-50% sui prodotti confezionati, ha in corso un concorso (fino al 3 gennaio) con in palio mille automobili Smart Forfour (200 già regalate) da assegnare con 5 estrazioni settimanali. Il montepremi supera i 21 milioni di euro. Oltre alle auto sono previste tutti i giorni vincite istantanee alla cassa: 100 mila buoni spesa da 50 euro e 50 mila bottiglie Magnum Ferrari. Quest'anno Esselunga dovrebbe aumentare i ricavi del 3,5-4% (a rete corrente) rispetto ai 7 miliardi dello scorso esercizio.

Più articolata per territori la campagna promozionale di Coop: l'Adriatica propone sconti secchi del 20% sui prodotti a mar-

chio (Coop, fior fiore, Vivi verde) il mercoledì negli ipermercati e il venerdì nei supermercati. Unicoop Firenze ha tagliato i listini di oltre 3 mila prodotti; Coop Sicilia Palermo ha lanciato l'amo del panettoni Bauli a 2,99 euro, unendo tagli generosi ai listini di centinaia di prodotti dolciari, carne, bevande, formaggi. Coop Liguria con la campagna "Scegli tutto" permette di accumulare uno sconto del 10% sugli acquisti fino al 24 dicembre e poi fruttarli sullo shopping dal 2 al 17 gennaio.

Il peso del territorio

«La nostra strategia - sottolinea Maura Latini, dg di Coop Italia - è di affiancare alle promozioni su scala nazionale quelle locali, con prodotti specifici del territorio. Da notare che da un anno con l'iniziativa "Costa meno" abbiamo ribassato i prezzi di 2.500 prodotti a marchio e di marca. In generale, da tempo abbiamo optato per una formula che consenta al consumatore di ritagliarsi gli sconti su misura». E i risultati? «Buoni - risponde Latini - Anche se le virate sono lente, ma la nostra strategia continuerà anche nel 2016». Secondo l'azienda cooperativa l'inflazione Coop è dell'1% inferiore a quella Istat e la pressione promozionale a valore (la percentuale di vendite scontate) sarebbe di due punti inferiore a quella media che Iri segnala, in ottobre, al 28,3%.

Anche la catena commerciale Gmf, del gruppo Unicom-Selel operante in 7 regioni, ha scelto lo sconto sulla spesa da sfruttare in gennaio. «Lo facciamo sulla spesa quotidiana - spiega l'ad Giancarlo Paola - e anche sul giocattolo: quest'ultimo è un prodotto che sposta clienti. E lo scontiamo del 30% durante il week end».

A proposito delle vendite di giocattoli, Assogiocattoli nei primi dieci mesi dell'anno ha registrato una crescita delle vendite in Italia del 6,3% che stima manterrà anche a dicembre. Poi segnala che, dopo due anni di contrazione, a trainare la ripresa delle vendite sono soprattutto i giochi elettronici (non necessariamente videogame) e le costruzioni.

In generale «le vendite di questo Natale - aggiunge Paola - sono partite bene. Forse anche perché accanto alle promozioni nazionali affianchiamo un'offerta territoriale che è poi quella che traccia l'identità della catena commerciale».

Segnale molto incoraggiante anche dall'e-commerce. «Da novembre a dicembre verranno spesi online oltre 3,5 miliardi di euro - stima Alessandro Perego, direttore degli Osservatori digital innovation del Politecnico di Milano - con una crescita del 16% rispetto al 2014. Di questi nel periodo natalizio saranno 27 milioni gli ordini conclusi via Internet».



Il trend dei consumi

I PRODOTTI ELETTRONICI

Periodo gennaio-settembre 2015/14. Valori in mln di € e var. %

SALDO TOTALE	12.608	+3,0 ▲
Tv, videocamere, audio	1.737	-8,5 ▼
Fotografia	305	-4,1 ▼
Elettrodomestici bianchi	2.453	+2,7 ▲
Piccoli elettrodomestici	726	+5,6 ▲
Pc, tablet, portatili	2.054	-6,8 ▼
Smartphone e accessori	4.232	+16,0 ▲
Stampanti, cartucce	1.101	+0,8 ▲

Fonte: Gfk Temax Italia

IL LARGO CONSUMO

Trend percentuale delle vendite



Fonte: Iri, Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Drugstore