

È positivo il primo bilancio dell'andamento dei consumi sotto le feste

A Natale segnali di ripresa tirano le vendite di hi-tech bene gli oggetti di design

ROMA — Non c'è stato il lusso e la corsa al pacchetto, i negozi non sono stati spogliati dallo shopping di Natale, ma i consumi sono in leggera ripresa. Lo dice la Confindustria, che ha tracciato un primo bilancio delle vendite nel periodo delle feste e lo confermano le grandi catene, dove la tendenza positiva è stata molto più evidente che nei piccoli negozi. Tanto che per alcuni prodotti si parla di aumenti delle vendite dal 10 al 15 per cento.

I consumi, insomma, hanno superato la fase più nera. Certo non c'è stato l'assalto a cappotti e giacconi - tipico acquisto da saldo - ma nell'abbigliamento gli accessori sono andati bene, il regalo tecnologico più che bene, l'alimentare è in crescita. Confindustria - che parla di ripresa timida e cauta - segnala vendite di cibo in aumento dello 0,5 per cento rispetto allo scorso anno, ma nei cestini di Natale c'è stato un vero exploit e - nonostante il ri-

torno del pranzo a casa - anche i ristoranti hanno retto (meno 1 per cento, dieci milioni di clienti nel periodo delle feste). Federdistribuzione segnala la tendenza «a puntare al made in Italy: più spumante che champagne e più prodotti regionali» e «il traino del digitale terrestre sulla vendita di nuove tivù».

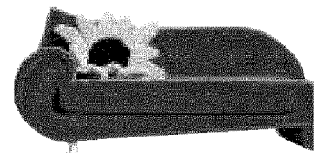
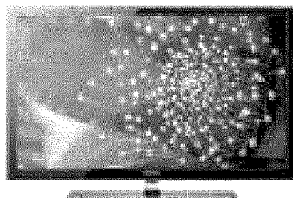
Analisi confermata sul campo. «Nel complesso il settore no food è aumentato del 2,3 per cento rispetto ad un anno fa - dicono alla Carrefour - Benissimo i prodotti con il nostro marchio, più 30 per cento sul dicembre 2008, ma molto bene anche il biologico e la vendita di cibo di alta qualità di produzione locale. I cestini legati alle regioni, per esempio, hanno visto incrementi del 10 per cento, anche se è stata privilegiata la fascia a prezzo medio, fra i 30 e i 100 euro». Scelte confermate anche dalle Coop. «Nell'alimentare siamo cresciuti fra il 2,5 e il 3 per cento rispetto al di-

cembre 2008 e abbiamo visto che la qualità paga» dice Vincenzo Tassinari, presidente del Consiglio di gestione.

Quanto all'elettronica «è stato l'anno della tivù digitale, trainata anche dagli imminenti Mondiali e dei cellulari smartphone: entrambi sono in crescita del 15 per cento - segnala Paolo Galimberti, amministratore delegato di Euronics - mentre invece le vendite dei computer sono rimaste ferme e quelle degli elettrodomestici risultano in calo del 5 per cento». Bilancio decisamente buono anche per la Rinascente: «Bene abbigliamento e accessori - spiega il direttore generale Alberto Baldan - ma bene soprattutto il settore degli articoli per la casa e di design, dove abbiamo visto incrementi di vendita attorno al 10 per cento. Ora stiamo guardando ai saldi, ma anche lì i segnali sono positivi, anche perché noi mettiamo in vendita solo le collezioni dell'ultimo inverno e i clienti puntano alla qualità».

In evidenza soprattutto televisori e smart phone. Al palo i computer

LUISA GRION



+15%

IL TRAINO DEL DIGITALE

Vendite tivù in aumento del 15 per cento, grazie anche ai Mondiali

+15%

SMARTPHONE

Acquisti in aumento: è il dono high tech per eccellenza

+10%

OGGETTI PER LA CASA

Il design fa aumentare le vendite dei prodotti