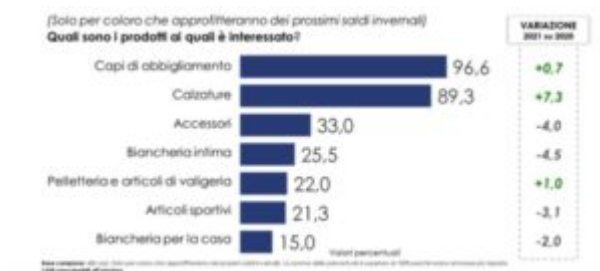


Confcommercio, saldi invernali: diminuisce la spesa a famiglia destinata allo shopping scontato



ROMA- Secondo un'indagine Confcommercio sugli acquisti degli italiani in occasione della stagione dei saldi invernali 2021, sei italiani su dieci faranno acquisti con una percentuale leggermente in crescita rispetto all'anno scorso (64% contro 61,8%). Diminuisce invece, secondo l'Ufficio Studi di Confcommercio, la spesa a famiglia destinata allo shopping scontato stimata in 254 euro contro i 324 euro dell'anno passato, quindi 70 euro in meno. In forte aumento la percentuale dei consumatori che acquisteranno in saldo "online" a discapito dei negozi tradizionali a seguito dei vari lockdown: il 35% di chi farà shopping sceglierà, infatti, la modalità online (il 13,7% in più dello stesso periodo dell'anno scorso). In vistoso aumento (+7,9%) la percentuale di chi attribuisce maggior importanza al prezzo dei prodotti, a testimonianza delle difficoltà economiche che stanno attraversando le famiglie italiane in questo periodo. Aumenta la percentuale di acquisti di capi di abbigliamento (+0,7%) e



calzature (+7,3%), mentre scende la preferenza per accessori (-4%) e biancheria intima (-4,5%).

Le imprese del commercio al dettaglio stanno vivendo un momento di estrema difficoltà che si riflette anche nelle aspettative riguardo i saldi: solo il 7,1% dei commercianti ritiene che il proprio negozio sarà visitato in misura maggiore durante i saldi invernali rispetto al gennaio 2020.

Il 64% dei consumatori ha dichiarato di avere intenzione di approfittare dei prossimi saldi invernali, l'emergenza sanitaria potrebbe aver portato i consumatori a risparmiare per acquistare a saldo (erano il 61,8% nel 2020, erano il 61,6% nel gennaio 2019, il 61,4% nel 2018 e in vista del gennaio del 2010 era risultata pari al 69,3%).

Gli italiani acquisteranno in saldo prevalentemente: capi di abbigliamento (per il 96,6% contro il 95,9% del 2020), calzature (per l'89,3% contro l'82% del 2020), accessori (sciarpe e guanti) per il 33% (erano il 37% nella previsione del 2020) e biancheria intima (25,5% contro il 30% dello scorso anno).