

ASSEMBLEA CONFESERCENTI

Ottimismo anche su turismo delle feste: per il ponte dell'Immacolata già prenotato il 74% delle camere contro il 71 del 2022

Più consumi per Natale

Il budget dedicato ai regali
stimato in aumento a 223 euro
Ma pesa anche l'inflazione

Messaggio di Meloni

«Nessun commercio elettronico potrà mai sostituire la funzione sociale dei commercianti»

Presidente De Luise

«Il 70% degli acquisti online dell'anno sono concentrati su 20 piattaforme principali»

ARMANDO DI MAURO

●●● Rimbalzo di Natale per la spesa delle famiglie. Quest'anno gli italiani un budget in netto rialzo per i regali da mettere sotto l'albero: in media 223 euro a testa, il 13% in più dello scorso anno. A dare la spinta, però, è anche l'aumento dei prezzi: al netto dell'inflazione sui beni, l'incremento di spesa sul 2022 si riduce al +6%. A stimarlo è Confesercenti, che in occasione dell'assemblea annuale ha diffuso stime e proiezioni per la stagione delle feste, la più importante per i consumi. Dopo un anno di alti e bassi - spiegano i commercianti - il mese di dicembre dovrebbe dunque chiudersi con il segno più per i consumi e anche per il turismo: per il ponte dell'Immacolata dell'8 dicembre, è già stato prenotato il 74% delle camere e strutture disponibili, un dato in ascesa rispetto al 71% del 2022. Le presenze stimate da Confesercenti tra il 7 e il 10 dicembre sono oltre 4,5 milioni, il 4,3% in più rispetto all'8 dicembre dello scorso anno. Non mancano, però, le criti-

cià. A partire dalla concorrenza dei giganti internazionali dell'eCommerce, con le piattaforme quest'anno posizionate per vincere la sfida dei regali di Natale. «Oltre il 70% degli acquisti online dell'anno sono concentrati su 20 piattaforme principali. Un grado di concentrazione che non ha uguali», spiega la Presidente nazionale di Confesercenti Patrizia De Luise. «Le imprese di vicinato hanno sempre rappresentato il tessuto vitale dell'economia globale, contribuendo non solo alla crescita economica ma anche alla diversità culturale e all'innovazione. In un'economia progressivamente sempre più dominata da pochi giganti digitali, però, queste imprese rischiano di essere marginalizzate. Di fronte a questa realtà, diventa fondamentale rivedere le regole del gioco. È necessario un approccio normativo che equilibri l'innovazione e la crescita delle grandi piattaforme con la protezione e il

sostegno alle Pmi». Una richiesta che trova un interlocutore attento nel governo, sottolinea la presidente del Consiglio, Giorgia Meloni, nel videomessaggio indirizzato agli associati Confesercenti. «L'avvento del commercio elettronico e delle grandi piattaforme online, come tutti i cambiamenti, se non è adeguatamente governato, può portare insieme a grandi opportunità anche enormi rischi. È un cambiamento ancora in atto, su cui è necessario trovare un giusto equilibrio per fare in modo che il suo impatto sul nostro sistema economico sia sostenibile. Certo, noi possiamo contare su due punti di forza: la capacità di fare rete dei commercianti e degli artigiani italiani e la straordinaria potenza del Made in Italy. Nessun commercio elettronico o colosso del web potrà mai sostituire la funzione culturale e sociale che ricoprono i commercianti, gli artigiani, esercizi di vicinato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Presidente Patrizia De Luise guida l'associazione Confesercenti

