

Détailants Montagnards Quaderno

Anno 4 N° 12 Dicembre 2009

Testata della piccola e media
impresa valdostana
del Commercio del Turismo
e dei Servizi

PER LA PUBBLICITÀ SU QUESTO GIORNALE
TELEFONATE AL 0165 1773004
info@detaillantsmontagnards.org
www.detaillantsmontagnards.org
www.confesercenti.it



ANTINFORTUNISTICA
ANTINCENDIO

VAMA 

VAMA COOP. R.L.
Via Grand Eyvia, 15 - AOSTA
Tel. 0165 554851 - Fax 0165 554933
vamaservizi@libero.it

FOTONOTIZIE... E LORO EFFETTI!

Nel n.10 del Quaderno di Détailants Montagnards esponevo la foto del marciapiede del Palazzo Ansermin visto da Piazza Plouves, e come controllate ora, così si presentava. Siete obbligati a credere, vista la nuova foto, il marciapiede ha cambiato volto. Va bene, non sarà acciottolato storico, è più dignitoso e farà perdere meno denaro per eventuali danni ai cittadini che ricorressero in tribunale. Non voglio sapere quale amministrazione ha provveduto, ma a nome di chi "adora" la città ringrazio sentitamente. A Cesare quello che è di Cesare... Ricorderete, anche, come chiamai i Fisarmonicisti di Ouvrier, "i precari", perché erano spostati da un lato all'altro di Piazza E. Chanoux, ebbene dopo un restauro hanno la postazione fissa nell'aiola che guarda Piazza Plouves. Grazie di nuovo. Non avrò troppo potere? Mi sto spaventando, o forse è solo questione di buoni suggeritori?

Antonio Garuccio



Foto notizie 1



CHE SPLENDOR!

Il Teatro Splendor di Via Festaz tra sei mesi sarà inaugurato, è una speranza, il mio fidato amico ha voluto a tutti i costi fare una scommessa: la piccola cabina elettrica sul marciapiede davanti al Teatro sarà ancora lì. Io non ci credo. Foto "manent".

Antonio Garuccio



« Gli aderenti a **Détailants Montagnards** possono usufruire del **Servizio di gestione di Contabilità** della propria **AZIENDA** »
rivolgendosi a

CONF-SERVIZI s.r.l.

Regione Amérique, 9 Quart tel. 0165 1773004 fax 0165 1773009 info@detaillantsmontagnards.it www.detaillantsmontagnards.org

COPENAGHEN CHEZ-NOUS

Sotto osservazione gli effetti de cambiamento climatico sul turismo alpino

Un nuovo progetto di osservazione sugli effetti dei cambiamenti climatici nell'arco alpino. Conoscere e valutare gli effetti ambientali, economici e sociali del cambiamento climatico sul turismo nelle Alpi; e poi prevedere strategie appropriate ad assicurare uno sviluppo equilibrato del turismo alpino, studiare e attuare politiche d'adattamento appropriate a livello nazionale, regionale e locale: sono gli obiettivi del progetto ClimAlpTour.

Inserito nel programma Spazio Alpino, vede la Valle d'Aosta - 70% del territorio a un'altitudine ai 1.500 e per il 4% ricoperto dai ghiacciai - impegnata nella realizzazione di uno studio in alcune località turistiche. L'indagine è stata affidata dall'Assessorato al territorio e ambiente alla Fondazione Montagna Sicura di Courmayeur. Da una prima analisi - condotta tra i gestori di rifugi alpini fino a un'altitudine di 2.500 metri, le guide di alta montagna, tre esperti regionali in materia di rischi idrogeologici e

un manager delle Funivie del Monte Bianco - è emerso che, accanto alle criticità, vi sono anche ricadute positive: un clima più mite permette di fruire dell'alta montagna per periodi più lunghi, favorisce un incremento dei turisti estivi in fuga dall'afa delle città e la diminuzione dei rischi legati ai fenomeni valanghivi. I risultati sono stati resi noti durante un recente convegno sugli effetti dei cambiamenti climatici sul turismo alpino che si è tenuto all'istituto per lo sviluppo alpino,

Eurac di Bolzano. Alla luce delle prime evidenze, si è deciso di estendere la ricerca alle alte quote, selezionando due località pilota. I dati saranno poi confrontati con gli altri Paesi impegnati nel progetto - che coinvolge Italia, Francia, Austria, Germania, Slovenia, Svizzera, enti di ricerca e università, con lo scopo di elaborare strategie transnazionali idonee ad affrontare la sfida che i cambiamenti climatici portano con sé. Il programma si concluderà nel 2011.

APPELLO AL MINISTRO TREMONTI

Apochi giorni dall'arrivo in Aula della manovra finanziaria, Virgilio Camillini Presidente Nazionale di AISAD sollecita il Governo affinché venga abbassata l'aliquota iva dal 20% al 10 % Su alimenti per animali da compagnia e prestazioni veterinarie. AISAD da anni chiede la riduzione dal 20 % al 10 % iva sugli alimenti per animali da compagnia, allineandosi così a tutti i Paesi europei, tale trattamento considerandolo ancora un bene di lusso non risponde oggi alla reale e giusta applicazione, in quanto gli animali da compagnia svolgono un ruolo

fondamentale con benefici molteplici, vedi l'utilizzo nella Pet Therapy, cani impegnati nei vari reparti di polizia e per i soccorsi, cani guida per non vedenti, i tanti animali da compagnia che vivono nelle famiglie italiane, stimati in oltre 100 milioni, (Cani gatti uccellini pesci coniglietti



ecc), e quando questi vengono posseduti da anziani, piccini, singoli, e da persone portatori di handicap, questo svolge un ruolo sociale che non può essere ignorato. Camillini si unisce all' appello fatto i giorni scorsi dal Presidente dell'ANMVI Carlo Scotti, dove si dichiara che giustamente servono politiche fiscali che non gravino sulla prevenzione e sulle cure veterinarie, e continua Camillini evidenziando che anche favorendo una sana alimentazione agli animali, porta poi benefici agli stessi e anche a maggiori entrate all'erario, basta verificare nel corso degli anni come sia cambiata la cultura di alimentare animali, si è passati dagli avanzzi della cucina a veri



sani alimenti completi, e senza dimenticare dei prodotti e a maggior ragione che non possono essere considerati beni di lusso, come gli alimenti dietetici e quelli per patologie particolari indispensabili per la sua sopravvivenza.

Il Presidente Nazionale AISAD
Virgilio Camillini

AVVISO AI DESTINATARI

Conformemente alle disposizioni della legge n. 196 del 30 giugno 2003, vi informiamo che le coordinate di coloro che ricevono "Détaillants Montagnards" appaiono nel suo indirizzo. Il titolare del trattamento è la Detaillants Montagnards, Regione Amérique, 9 - 11020 Quart (AO). Vi informiamo, inoltre, che ai sensi dell'articolo 7 del suddetto decreto, vi è possibile chiedere in qualsiasi momento la modifica, l'aggiornamento o la cancellazione dei dati che vi concernono scrivendo semplicemente a Detaillants Montagnards - Regione Amérique, 9 - 11020 Quart (AO).



Foto notizie 2

Se siete sovra pensiero e non sapete in che giorno vi trovate basta guardare le segnalazioni dei parcheggi che occhieggiano alle porte di Aosta, da est, da ovest, e da sud. Se vedete disponibilità zero sui tre avisatori il giorno è Martedì, se c'è qualche posto da occupare sono altri giorni della settimana.



*A tutti i lettori
auguri di Buone Feste*



**OFFERTA
PROMOZIONALE!**

a partire da **€ 1.690,00**

Cucina mod. ANYA
l. 258 cm x p. max 60 cm x h. 212 cm
Completa di elettrodomestici!

Savoie mobili • Reg. Amérique 153 • 11020 Quart (Ao)
tel. 0165765398 • info@savoyegroup.com

Savoie
www.savoyegroup.com

ABUSIVISMO COMMERCIALE E CONTRAFFAZIONE

Ricerca a cura del Centro Studi Temi Confesercenti Novembre 2009



CONTRAFFAZIONE

Le leggi per contrastarla ci sono, ciò che manca è l'effettiva volontà di applicarla

PREMESSA

Contraffazione, pirateria ed abusivismo configurano fattispecie delittuose il cui tratto distintivo comune è quello di alimentare economie parallele e sommerse rispetto a quelle legali e di colpire numerosi interessi pubblici e privati. Si tratta inoltre di pratiche che si accompagnano ed alimentano altri reati e sono portatori di fenomeni di degrado e malessere sociale. Diversi i danni da essi procurati: da quello economico a carico delle imprese per le mancate vendite e dalla conseguente riduzione del fatturato; per l'Erario pubblico: attraverso l'evasione dell'Iva e delle imposte sui redditi; per il mercato alterando il suo funzionamento attraverso l'esercizio di una concorrenza sleale basata sui minori costi di produzione.

Era evidente che un mercato così ampio, border line fra legale e illegale, non potesse che attirare l'attenzione della criminalità organizzata.

Questa ha determinato una crescita esponenziale della contraffazione, trasformandola in una vera e propria industria che produce ingenti

profitti, favorisce il riciclaggio ed il reinvestimento, interagisce con altri reati a cominciare dallo sfruttamento dell'immigrazione clandestina ed il racket del lavoro nero, fino al traffico e lo spaccio di stupefacenti.

Di qui l'interesse generale a stroncare questa fiorente "industria illegale" che produce enormi ricchezze per le mafie nostrane, favorisce altri reati, in un clima di generale sottovalutazione e tolleranza che rende questi reati, di fatto, depenalizzati.

UN QUADRO GENERALE

La crisi che colpisce l'economia mondiale ed italiana pare non lambisca il mercato del falso e della contraffazione, anzi paradossalmente essa per diverse ragioni, economiche, sociali e culturali, pare avvantaggiarsi della crisi stessa.

Estesa a quasi tutti i settori manifatturieri, la contraffazione movimentata in Italia un giro d'affari di 7,8 mld di euro l'anno.

Colpisce per il 60% il settore moda, ma si riesce a contraffare di tutto: cosmetici, apparecchi elettrici, medicinali, giocattoli.

Inoltre nei primi cinque mesi del 2009 la GdF ha sequestrato 47 milioni di pezzi contraffatti (più del doppio rispetto allo stesso periodo del 2008). Ed ha provocato l'arresto di 476 persone legate alle organizzazioni criminali che gestiscono la produzione, lo stoccaggio e la distribuzione.

Di quei 47 milioni di pezzi contraffatti, sono 20 milioni i capi falsi del settore moda (+60%), 4 milioni le opere di ingegno duplicate (+60%), 14 milioni i beni di consumo e 9 milioni i giocattoli.

Quasi il 50% del fatturato dell'industria del falso si riferisce a prodotti d'abbigliamento e di moda

(tessile, pelletteria, calzature), seguito da quello derivante dalla pirateria musicale, audiovisiva e software, il resto da giocattoli (si stima che il 12% dei giocattoli in commercio siano contraffatti) che è, insieme ai farmaci, il settore maggiormente in crescita, ed infine componentistica e cosmetici.

Un danno all'Erario attraverso l'evasione dell'Iva stimata in 1,5 miliardi di euro e delle imposte sui redditi.

LA CONTRAFFAZIONE IN ITALIA SETTORE GIRO D'AFFARI

Moda 3,5

Elettronica 1,4

Beni di consumo 0,5

Giocattoli 0,7

Profumi e cosmetici 0,5

Alimentari 0,8

Farmaci 0,2

Altro 0,2

TOTALE 7,8 mld

La pirateria musicale, tradizionale e on line, pone l'Italia, con un giro d'affari annuo superiore a 80 milioni di euro, come il primo Paese in Europa e tra i primi dieci Paesi del mondo.

L'Italia detiene anche il record mondiale dei sequestri di masterizzatori per la duplicazione illegittima di cd e dvd.

La **produzione** di merci contraffatte in Italia si concentra per il 69% nelle Regioni del Sud e interessa in particolare la Campania (cd, dvd, abbigliamento), che guida con largo margine la classifica con quasi la metà dei prodotti sequestrati su tutto il territorio nazionale, seguita dalla Lombardia (componentistica elettronica e profumi), dal Veneto (occhiali e calzature), dalle Marche e dalla Toscana con Prato (pelletteria) e dalla Puglia (cd e giochi elettronici).

La commercializzazione dei falsi è presente uniformemente su tutto il

territorio nazionale.

Alla base dello sviluppo dell'industria del falso vi sono vari fattori.

In primo luogo, questa industria ha saputo avvantaggiarsi della globalizzazione del mercato spostando le produzioni nei Paesi asiatici e in quelli dell'Est europeo dove il costo della manodopera è esiguo. La produzione mondiale di contraffazioni proviene per il 70% dal Sud-Est asiatico (soprattutto Cina, ma anche Thailandia, Taiwan, Hong Kong e Corea) e la relativa destinazione interessa per il 60% l'Unione Europea. Spesso nei centri di falsificazione di casa nostra non resta che mettere l'etichetta contraffatta. Favorisce l'industria del falso anche l'attitudine dei consumatori italiani: il 70% di questi sembra acquistare più o meno consapevolmente merce contraffatta giustificando la scelta per il prezzo, assolutamente incurante non solo dei danni economici al made in Italy ma anche di dove finiscono questi soldi.

La distribuzione dei prodotti contraffatti e/o piratati avviene attraverso 2 canali principali: il commercio via internet (E-commerce), che offre ai contraffattori e ai distributori elevate garanzie di anonimato e un'alta capacità di transazione (il 30% dei prodotti venduti on line è taroccato); ma anche l'abusivismo commerciale con l'impiego di ambulanti extracomunitari (soprattutto senegalesi e nordafricani), ovvero quello che crea maggiori danni economici e sociali ed alimenta fenomeni di degrado urbano.

Se si riportasse il fatturato complessivo della contraffazione sul mercato legale, si genererebbe una produzione aggiuntiva per un valore di 18 miliardi di euro. Sarebbero

inoltre poco meno di 130 mila le unità di lavoro impegnate nella filiera del falso.

Non solo: la contraffazione comporta anche perdite per il bilancio dello Stato in termini di mancate entrate fiscali per oltre 5 miliardi di euro fra imposte dirette ed indirette.

2 Secondo il Piracy Report 2006 dell'I.F.P.I. (International Federation of Phonographic Industry).

L'ABUSIVISMO COMMERCIALE

L'**abusivismo** rappresenta, l'altra faccia della contraffazione ed uno dei maggiori fenomeni di degrado delle nostre città, con incidenze economiche e sociali gravi, ed è uno degli anelli di collegamento fra economia pulita e quella "zona grigia" di imprenditoria border line fra legale e illegale.

Nel solo settore del commercio mercatale, una recente ricerca dell'ANVA segnala la presenza di una media di 3 venditori abusivi per ogni mercato, un danno stimato per il settore di 1 miliardo di euro. Sono numeri importanti di un fenomeno che non ha più le caratteristiche di marginalità sociale, come un tempo, ma è divenuto uno dei polmoni finanziari più importanti delle mafie italiane e straniere nel nostro Paese.

La Filiera Criminale **Le organizzazioni criminali, non gestiscono, se non in parte, la commercializzazione al minuto, ma sovrintendono alla produzione, come nel caso della camorra e della SCU. Il materiale contraffatto proveniente dai paesi orientali arriva in Europa attraverso i porti di Anversa, Rotterdam in Europa; Trieste, Bari, Livorno e Genova in Italia.**

Due le novità nell'attività criminale della contraffazione: l'intreccio sempre più stretto tra organizzazioni mafiose nostrane, soprattutto camorra e 'ndrangheta con la criminalità straniera e la capacità di occultare l'organizzazione e riciclare i denari con un meccanismo di "scatole cinesi" attraverso società fit-

izie con sedi in Italia, intestate a nomi di fantasia o a nullatenenti e all'estero in paesi off-shore.

Dentro questo schema la comunità di cinesi rappresenta un microcosmo autonomo in termini di produzione e di ingrosso, anche se recenti operazioni hanno messo in luce i legami tra queste comunità e la camorra.

Dal paese asiatico la merce arriva in primo luogo a Napoli, qui sui capi di abbigliamento vengono apposte le etichette contraffatte delle più importanti marche. La merce diventa "griffata" e vengono immagazzinate in centri di stoccaggio gestiti da affiliati all'organizzazione criminale, poi la merce è pronta ad essere immessa sul mercato.

Una recente operazione denominata "Grande muraglia", ha messo in luce questo sofisticato sistema L'abusivismo commerciale non si limita al solo settore dell'abbigliamento e della moda in genere, ma tocca vari settori merceologici compresi giocattoli, cosmetici e persino alimentari.

Il settore dei fiori è uno dei comparti più colpiti.

IL CASO PISA

In questo contesto Pisa rappresenta un punto terminale della "filiera" ed uno dei centri più importanti della commercializzazione delle "griffe" taroccate.

Il fenomeno nasce nella metà degli anni ottanta. I primi extracomunitari che si dedicavano a questo tipo di attività furono i cittadini provenienti dal Marocco, che ben presto (alcuni di loro) furono dirottati verso attività socialmente ben più allarmanti della vendita abusiva di merci che, all'epoca, non era ancora estesa ai prodotti falsificati.

Il commercio abusivo divenne appannaggio della comunità Senegalese che, ancora oggi, ne detiene la percentuale maggiore. Le aree più appetibili erano, ed ancora oggi, sono quelle maggiormente frequentate dai turisti (piazza dei Miracoli, Piazza Manin, Via Cammeo, Largo Cocco Griffi) quelle ove la

presenza dei "consumatori" risulta più consistente, le vie del centro commerciale naturale Corso Italia e Borgo, (soprattutto nelle ore serali) il mercato bisettimanale di via Paparelli (60 postazioni accertate di media).

E come in ogni territorio prospiciente il mare, le spiagge (di giorno) degli stabilimenti balneari durante la stagione, e le piazze (dal tramonto fino a tarda notte) delle località balneari Marina di Pisa e Tirrenia in particolare.

Da una presenza contenuta ma comunque sempre elevata per una città come Pisa (50/60 presenze) degli anni ottanta, ci troviamo, oggi, invasi da una marea sempre più crescente di venditori abusivi, che diversi studi e rilevazioni sul campo stimano in non meno di 300/400 elementi.

Ai Senegalesi si sono aggiunte altre etnie, principalmente cinesi e cingalesi, che, comunque, trattano prodotti di minore impatto commerciale ma di pregiudizio per la salute specialmente dei minori (giocattoli, bigiotteria, ecc).

Dalla vendita di oggetti di poco valore economico siamo oggi passati alla vendita di oggetti di maggior valore, non solo economico ma anche estetico (borse, calzature, orologi) tutti, ovviamente, falsificati ma di buona fattura e qualità.

Si ritiene che il volume di affari globale e pro capite di ogni venditore abusivo di merci contraffatte operante sul territorio di Pisa sia identico se non superiore a quanto è emerso dalle indagini condotte dalla Confesercenti emiliana e quella di Padova: una media, cioè che si aggira intorno ad incassi giornalieri tra 200 e 800 euro procapite pari ad un totale di circa 55/65 milioni di euro annui.

RAS, UOMINI E CAPORALI, La presenza della criminalità organizzata con il suo know how organizzativo ha accompagnato l'evoluzione della contraffazione da attività legata alla marginalità sociale, ad una vera e propria "industria criminale" che

in virtù di una sottovalutazione generale rende più del traffico di stupefacenti e delle estorsioni, con pene irrisorie, se scoperti.

Anche Pisa è dentro questo cambiamento. Le postazioni sono presidiate, le presenze organizzate e garantite nei flussi, l'approvvigionamento garantito.

Tre i canali che riforniscono di merce i venditori abusivi.

- Piccoli centri di stoccaggio situati in appartamenti al centro della città e magazzini più ampi in periferia.
- Attraverso l'arrivo di furgoni carichi di merce contraffatti nei pressi della Stazione centrale.
- Negozi all'ingrosso gestiti da cittadini stranieri, in particolare cinesi.

Giunta la merce anche la commercializzazione al minuto è organizzata. Una recente indagine dell'Associazione DIM (Donne in Movimento) ha messo in luce non soltanto che sulle "piazze" vi è una vera e propria organizzazione con ruoli ben definiti: dal responsabile nell'assegnazione dei posteggi, gli addetti al rifornimento di merci, al controllo dell'arrivo delle forze dell'ordine.

La divisione dei compiti, aree e merceologia fa pensare ad un'unica regia in grado di "governare" le diverse comunità e i diversi interessi. Si evidenziano figure ben precise.

Il RAS - Tengono il controllo della "piazza" e i rapporti con i produttori
Il CAPORALE - Controllano le vie, pezzi di "mercato", reclutano la manovalanza, affidano la quantità di merce da vendere

UOMINI - Vendita al minuto

Solitamente pagano 2 tangenti: per il lavoro e per il posto.

L'organizzazione prevede ad assistere legalmente in caso di verbali di contravvenzioni, ma ha un diretto coinvolgimento nella produzione, o almeno nell'assemblaggio dei prodotti falsificati.

Un coinvolgimento che, di fatto, li rende "complici" di tutta la filiera della contraffazione.

"IL MIO CAMMINO VERSO LA CONSAPEVOLEZZA"

"Il mio cammino verso la consapevolezza" è un'opera di un risvolto molto vicino all'essere il cammino di ogni individuo che non comprende che la stessa vita, lotta per rimanere in vita.

Il suo significato è da attribuire al fatto che l'uomo sovente non ascolta il suo cuore, ma ignora il suo amore illudendosi di vivere in un mondo che può regalare la felicità solo rimuovendo il proprio potere di decidere cosa vuole dalla vita. Il modo per manifestare i propri desideri non include il fatto che si debba essere solo positivi nei confronti della vita, perchè in verità essa non è la nostra vera realtà, ma è un mondo creato dalla mente umana che può solo classificare cosa è giusto per noi in funzione a stili e credenze di vita che ci sono stati tramandati e impressi in un sistema materiale basato

sulla falsità e sull'illusione.

Il vero potere per il manifestando dei nostri desideri, non è quindi da attribuire alla "mente" ma all'Essere che dimora dentro di noi, l'unica vera essenza di vita che ha il potere di manifestare cosa è giusto e bene per noi.

Alessandra Cardone

L'autrice nasce a Ivrea (TO) il 4 Febbraio 1963 e con la sua famiglia si trasferisce ad Aosta al terzo anno di età. Sin da bambina ama scrivere poesie e pensieri in cui unitamente ha riposto tutto il suo amore infantile e sincero.

Quando i suoi genitori si separarono, lei si chiude in un mondo ove i suoi ricordi illusero il suo cuore sino a quando lo stesso cuore si ammalò. Ma il suo lato artistico la aiutava a tenere vivo il suo amore conducendola in altri sinuosi ricordi

che la portarono a frequentare la Scuola d'Arte per perfezionare le sue doti nel disegno dal vero. Ricordando la sua famiglia, mette al mondo in giovane età un meraviglioso bambino e decide di lasciare gli studi per dedicarsi completamente alla sua nuova famiglia.

I suoi sogni da bambina l'avevano abbandonata e un nuovo mondo rivoluzionò i suoi desideri fino a quando il suo cuore cominciò a ribellarsi per sopravvivere a quel mondo falso e illusorio.

Incominciò così a vivere la sua vita e onorò il suo passato per seguire il suo cuore che la condusse in un mondo fatto di amore per il suo senso artistico. Fu così che investì tutto ciò che possedeva in un luogo come lei stessa a definito "magico e felice" dando vita ad un noto Disco Pub ad Aosta che ha gestito con successo dove colori profumi



e suoni hanno rispecchiato il suo animo dolce e sincero. Solo il suo amore le ha permesso di creare tutto ciò, ma ad un certo punto il suo mondo le fu ostile e sentì nuovamente il suo cuore soffrire.

Fu a questo punto della sua vita dove il mondo le crollò addosso, che il suo nuovo amore si tramutò nella scrittura perchè questo come lei afferma è il suo modo per rimanere in contatto con se stessa, riconducibile con l'Essere che dimora in lei, giungendo insieme in quello che è il suo Mondo.

A partire da
950 euro.

Modello BRISTOL Composizione angolare l. 223 cm x p. 180 cm x h.90 cm

Savoye
www.savoyegroup.com

Savoye divani e complementi • Reg. Amérique 64 • I 1020 Quart (Ao)
tel. 0165775204/06 • divani@savoyegroup.com

SONDAGGIO CONFESERCENTI-SWG: NATALE DI SPERANZA PER UNA FAMIGLIA SU DUE

Anche se ormai avanti nel calendario, abbiamo deciso ugualmente di pubblicare questo testo sul sondaggio fatto in previsione del Natale. Forse può ugualmente essere utile confrontare le previsioni a conti quasi fatti.

Feste natalizie con un pò meno di pessimismo quelle che gli italiani si apprestano a vivere.

Ma la crisi con le sue molteplici difficoltà resta pur sempre un "convitato di pietra" difficile da ignorare e che spinge a privilegiare ancora il risparmio. Comunque sia per 12,3 milioni di famiglie il 51% del campione intervistato sarà un Natale improntato alla speranza (+7% rispetto al 2008), di rilancio per il 7% (+2%) e perfino gaudente per un altro 7% di italiani (+15). In calo di due punti rispetto all'anno scorso invece il numero di chi pensa a feste "austere" (14%) e di 5 punti quello di chi lo prevede difficile (16%). Malgrado l'anno di crisi insomma la maggioranza degli italiani (53%) non vede grandi differenze in peggio rispetto alla fine del 2008 ed anzi cresce dal 21 al 25% il pronostico di un Natale migliore, mentre coloro che lo valutano peggiore si assottigliano passando dal 29% del 2008 al 22%. E l'influenza A? Per l'84% non condizionerà le feste.

Quest'anno "scenderanno" in campo quasi 20 miliardi di tredicesime per acquisti e spese "intelligenti". Ed i regali saranno indirizzati soprattutto a familiari: 7 in media. E la maggioranza punta a fare gli acquisti natalizi senza intaccare i risparmi.

"C'è tanta voglia in giro di liberarsi della morsa della crisi - commenta Marco Venturi Presidente della Confesercenti - anche se le difficoltà frenano ancora il passo del Paese. Ci vorrebbe un colpo di reni, vale a dire scelte economiche in grado di accelerare il ritorno alla cre-

scita. Il Paese vuole ripartire e respinge pessimismo e sfiducia. Governo e forze politiche sapranno allora interpretare al meglio questa aspirazione di imprese e lavoratori? Se riusciranno a cavalcarla positivamente la fine del tunnel della crisi non potrebbe che essere vicina".

A Natale gli italiani utilizzeranno i 39,3 miliardi di tredicesime ancora una volta distribuendole fra un 15% dedicato ai regali, un terzo per la casa (più un 7% per i mutui), un quinto per il risparmio. E fra gli acquisti per il Natale s'insediano al primo posto i prodotti alimentari.

Le spese per casa e famiglia mantengono il primo posto: 33% della tredicesima da spendere. Il risparmio segue con un 21% e l'operazione non gradevole ma necessaria di saldare i conti in sospeso si attesta sul 19%.

Naturalmente non è tutto rose e fiori... la crisi non è svanita nel nulla, tanto che emerge fra i fattori che ostacolano le spese natalizie la preoccupazione per il posto di lavoro che coinvolge circa 5 milioni di persone (passa dal 10 al 13%) per lo più giovani fra i 25 ed i 34 anni. C'è meno timore per i prezzi che come fattore condizionante delle spese natalizie scende dal 44% al 38%. Resta invariato il condizionamento derivante dalla peggiore situazione economica inchiodato al 21% del campione negli ultimi due anni. Nelle spese di Natale, sottolinea Swg i meno "controllati" risultano essere i residenti al Centro del Paese.

Ma nei periodi di passaggio come è questo finale di 2009 appare anche in crescita il piccolo ma significativo esercito dei più ottimisti

convinti che nulla potrà turbare le feste (dal 2% al 7%).

L'influenza A potrà essere un altro bastone fra le ruote dei consumi a Natale? Non lo crede l'84% del campione Confesercenti-Swg, quasi un plebiscito, mentre solo un 8% ritiene che condizionerà spese e festività.

Nel 2008 l'avvio della crisi aveva spinto il 65% degli italiani a dichiarare che avrebbero fatto meno acquisti di Natale dell'anno precedente. Dopo un anno di recessione però questa percentuale scende al 48%, altro cauto segnale di una atmosfera sociale meno tesa, convalidato in qualche modo anche da quel 49% (era il 30% nel 2008) deciso a mantenere - crisi o non crisi - inalterato il proprio volume di spese.

Spese intelligenti, ma regali ancora contenuti con un risparmio di 259 milioni di euro rispetto al 2008. Ma la prudenza... ovviamente non vale per i bambini che restano indiscutibilmente i "signori" del Natale. In media di regali se ne faranno 7, soprattutto rivolti alla cerchia, magari allargata, dei familiari. Ma c'è anche un 9% del campione che andrà "generosamente" oltre gli 11 "beneficiari dal regalo".

Un italiano su 5 si rivolgerà per i propri acquisti ai piccoli negozi e poco meno ai mercatini, mentre metà dei regali verranno acquistati nelle grandi strutture commerciali. In crescita anche il ricorso ad internet: i suoi proseliti passano dal 7 al 9%.

Fatto significativo: il 57% non avrà bisogno di intaccare i propri risparmi, mentre solo il 2% dovrà indebitarsi. Un altro 36% inoltre

utilizzerà risparmi accumulati in corso d'anno.

Secondo il campione intervistato cibi e vino sverteranno in testa alla lista degli acquisti natalizi, trascinando verso l'alto anche prodotti tipici e quelli made in Italy: verso di essi si orienta quasi un terzo degli italiani. Un altro 21% dirigerà buona parte del budget sull'abbigliamento, il 20% punterà sui libri, il 17% sui giocattoli.

Sugli acquisti di Natale peserà anche il fattore età. Ad esempio i 35-44enni compreranno soprattutto giocattoli e gioielli (pensando a coniuge e figli).

I 45-54enni si orienteranno di preferenza su libri ed abbigliamento. Ed ancora: i laureati preferiranno prodotti tecnologici e viaggi, elettrodomestici e mobili stanno in cima ai pensieri di impiegati e quadri. Gli studenti faranno rotta decisamente sull'abbigliamento.

E fra i beni tecnologici (circa il 16% degli acquisti di Natale) spiccano quest'anno laptop ed accessori per computer (comprese le immancabili chiavette), seguiti dal decoder digitale terrestre, fresca conseguenza della rivoluzione televisiva digitale, non a caso "inseguito" dal televisore a schermo piatto o ad alta definizione.

L'orientamento in un anno comunque difficile resta dunque quello verso il regalo utile, verso il regalo pensato, verso il regalo personalizzato. Natale di "speranza" sì ma temperato da scelte oculate dei consumatori che segue un tracciato ormai affermatosi da anni e che sta incidendo profondamente su bisogni e comportamenti.

FON.TER ti mantiene in rotta

La formazione continua è lo strumento di sviluppo della tua competitività.
Con FON.TER non ti costa nulla.



**Fondo Paritetico
Interprofessionale
Nazionale per
la Formazione
Continua del Terziario**

Per informazioni rivolgersi
alle sedi locali
CONFESERCENTI,
CGIL (FILCAMS)
www.filcams.cgil.it,
CISL (FISASCAT)
www.fisascat.it,
UIL (UILTUCS)
www.uiltucs.it
o sede nazionale
FON.TER
Tel. 064725514
Fax 064746256
e-mail info@fonter.it
www.fonter.it