

I consumi sotto le feste



Regali in calo ma si spende di più per il ristorante

Secondo la Federazione dei pubblici esercizi, il 38,5% dei ristoratori pensa che questo Natale sarà migliore del 2018.

Piras all'interno

Natale, i romani "brindano" al ristorante: 60euro a persona per menu tradizionale

LA TENDENZA

Se il Black Friday di 29 novembre ha saziato già la voglia di regali, sul capitolo cenoni ci sono previsioni più ottimistiche per i commercianti. Secondo la **Fipe**, (Federazione pubblici esercizi), il 38,5% dei ristoratori ritiene che questo sarà un Natale migliore del 2018, contro il 15,4%. Ben 264.000 romani trascorreranno la festa davanti a una tavola imbandita in uno degli oltre 3.400 locali aperti, pari al 54,2% del totale, il 9% in più dell'anno scorso. La spesa media sarà di 60 euro a persona (7% in più della media nazionale) per un totale che sfiora i 16 milioni di euro. Nel 61,5% dei casi, si punta sull'offerta del "tutto compreso" (con o senza bevande incluse) e il menu è composto - in 2 casi su 3 - da sei portate per lo più all'insegna della tradizione. In 8 ristoranti su 10 previste proposte vegetariane o vegane, mentre il 53,9% dei ristoranti c'è un menu bimbi. «Una ventata di ottimismo che ci voleva - dichiara Giancarlo Deidda, Commissario **Fipe Confcommercio** Roma - e che auspichiamo si proietti sul 2020. Roma è una grande città con una grande ristorazione».

Anche sul fronte spreco alimentare i ristoranti si faranno trovare pronti: il 92,3% è attrezzato con contenitori per portare via il cibo non consumato. E i regali? Molti, appunto, sono stati fatti con il Black Friday. Ora, invece, **Confcommercio** calcola che la spesa media pro capite sarà di 170 euro e ogni famiglia spenderà 1280 euro. Rispetto a dieci anni fa la spesa media pro capite è inferiore del 30%, con

un calo soprattutto nei negozi "tradizionali" dove si vendono meno smartphone (pure molto gettonati a Natale) mentre reggono l'abbigliamento (scarpe e vestiti vanno provati, difficile acquistarli on line) ed elettrodomestici (che vanno "testati" dal vivo). Nel 2012 c'erano anche 4 punti percentuali di stacco tra le vendite, e quindi gli incassi, di novembre e dicembre. Ora quella forbice, nonostante i consumi siano cresciuti a novembre, si è ridotta a due punti percentuale: la metà. Perché è a dicembre che sono calati gli acquisti dettati dai regali di Natale, anticipati (è questa la tendenza) a novembre.

«Purtroppo - dice David Sermoneta, **Confcommercio** Centro di Roma - come testimoniano i dati, la corsa agli acquisti dei giorni che precedono il Natale ha perso tutto il suo valore, prima le vendite on line con sconti tutto l'anno e poi il Black Friday hanno infatti cancellato il fenomeno della corsa al regalo. Finché non si regolerà la giungla della scontistica per i commercianti sarà sempre più dura sopravvivere alla speculazione dei giganti del web».

Stefania Piras

© RIPRODUZIONE RISERVATA

