



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
PORTOGRUARO - BIBIONE - CAORLE

COMUNICATO STAMPA

ANDAMENTO CONSUMI-ACQUISTI CONFRONTO PERIODO DICEMBRE 2015/DICEMBRE 2014

Fonte Confcommercio Portogruaro-Bibione-Caorle

Attività commerciali e pubblici esercizi: i consumi natalizi lasciano intravedere spiragli di ripresa, stando ai dati raccolti da Confcommercio Portogruaro Bibione Caorle su un campione rappresentativo di imprenditori del commercio e turismo del Portogruarese.

L'indagine ha coinvolto per la precisione un campione di 107 imprenditori attivi negli 11 comuni del mandamento, operanti nei macrosettori del Commercio Food (15%), Commercio no Food (32%) e Pubblici Esercizi (53%).

A tutti gli imprenditori coinvolti è stato somministrato un breve questionario volto a rilevare principalmente il trend dei consumi/acquisti durante tutto il periodo delle recenti Festività rispetto all'anno precedente, allo scopo di misurare la temperatura dello stato di benessere dell'economia locale.

A tal proposito, raffrontando i dati, **pur ancora in presenza di percentuali non di segno positivo, emerge dai dati raccolti un andamento negativo sempre meno marcato in quasi tutti i settori (ad esclusione della pizzeria che ha registrato una sensibile diminuzione), con segnali che lasciano intravedere un clima di complessiva fiducia (la ristorazione ha addirittura registrato un segno positivo) per il futuro.**

Tra queste note positive riscontriamo la **stima di clienti/avventori non abituali che sfiora mediamente il 7% delle vendite complessive** (2,19% Settore Food, 8,75% Settore No Food, 8,73% Settore Pubblici Esercizi), nonché la registrazione - grossomodo - di una stabilità dello scontrino medio - ad esclusione del settore No Food (circa €7 più) - rispetto a quanto rilevato nell'indagine condotta nel 2015 (€14,66 Settore Food, €78,80 Settore No Food, €16,34 Settore Pubblici Esercizi).

Tornando all'andamento dei consumi e degli acquisti, nel 2015 rispetto all'anno precedente:

- ⇒ **Settore Commercio Food** (Dettaglio alimentare): -0,88%
- ⇒ **Settore Commercio no Food** (Abbigliamento, Calzature e accessori; Gioielleria, Orologeria e Oreficeria; Prodotti di consumo e Articoli da regalo): -0,25%
- ⇒ **Settore Pubblico Esercizio** (Ristorante, Pizzeria, Bar, Pasticceria): 0,11%.

Commenta **Manrico Pedrina**, Presidente Confcommercio Portogruaro Bibione Caorle: "I segnali positivi sono ancora timidi e non bastano per tirare un sospiro di sollievo; possono in ogni caso certamente costituire un riferimento che fa ben sperare per il cammino intrapreso, specie se si considera che rispetto alla rilevazione dello scorso anno il miglioramento si attesta orientativamente sui 2 punti percentuali nei singoli settori presi in esame".

Gli intervistati concordano inoltre sull'importanza della **multicanalità**, ovvero la capacità di essere presenti contemporaneamente sia nel negozio fisico che in quello digitale (mondo, quest'ultimo, che coinvolge un bacino di utenza di 2 miliardi di utenti).

Non a caso dall'analisi dei risultati di indagine cogliamo che:

- ⇒ nel Settore Commercio Food il 12,50% degli intervistati usa i social (tendenzialmente Facebook) per promuovere la propria azienda e il 6,25% ha un sito internet;
- ⇒ nel Settore Commercio no Food circa il 62% usa i social e il 60% ha un dominio on-line;
- ⇒ nel Settore Pubblico Esercizio il 57,29% usa i social e il 44,49% ha un sito internet.

Tra i vari settori interessati dalla digitalizzazione delle vendite, il dato meno clamoroso riguarda il Settore Food, che è coinvolto solo nelle fasce qualitative e di prezzo più elevate.

Conclude su questo punto il Presidente Pedrina: “Seppur le vendite on-line non registrino ancora dati clamorosi, la propensione delle aziende all'utilizzo dei canali digitali ai fini di promozione della propria attività è in continuo incremento: il cammino digitale è stato intrapreso, il trend è in crescita e le stime parlano di doppia cifra nei prossimi anni”.

