CORRIERE DELLA SERA
Milano
Dir. Resp.: Luciano Fontana
www.datastampa.it
Tiratura: 0 - Diffusione: 56160 - Lettori: 379000: da enti certificatori o autocertificati

Consumi in rialzo Tredicesime: il 35% per i regali

In piazza la sfida anti-spreco degli studenti

di **Elisabetta Andreis** e **Giovanna Maria Fagnani**

Sessantuno milioni di euro in più rispetto al 2018. Con l'accredito della tredicesima in città si arriverà a spendere, a dicembre, 3,408 miliardi di euro. Le famiglie spenderanno in media 1.865 euro. Ma nel giorno del Black Friday sono scesi in piazza gli studenti: «Il consumismo fa male».

alle pagine **2** e **3**

Cresce lo shopping di Natale: cene e regali, 61 milioni in più

Acquisti in ripresa. Sangalli: no alla Città Stato, sì al volano economico. Sale la spesa online

di **Giovanna Maria Fagnani**

Sessantuno milioni di euro in più, rispetto all'anno scorso. Con l'accredito in busta paga, verso il 15 dicembre (già lunedì, invece, sulle pensioni), della tredicesima, milanesi, turisti e visitatori arriveranno a spendere, a dicembre, per consumi e doni 3,408 miliardi di euro, contro i 3,347 dell'anno scorso. In un quadro di generale rallentamento dell'economia, a Milano i consumi generati dalla tredicesima cresceranno più delle stime a livello nazionale.

I segnali dalle famiglie

Le famiglie spenderanno in media 1865 euro, l'1,7 per cento in più del 2018. Un buon segnale, ma che va letto correttamente, come spiega l'elaborazione a cura dell'Ufficio Studi di Confcommercio «I consumi generati dalla tredicesima 2019 nell'area di Milano, Lodi, Monza Brianza».

Dal 2016-2018 questa zona ha visto aumentare la sua popolazione dello 0,9 per cento. E questo influenza anche la spesa. «I consumi aumentano perché il mercato si amplia in termini di nuova popolazione residente, nuova occupazione e ammontare delle pensioni erogate, piuttosto che per un sostanziale miglioramento del potere di acquisto del singolo consumatore o delle famiglie — chiariscono i ricercatori di Confcommercio —. La capacità del nostro territorio di generare nuovi posti di lavoro e di attrarre studenti e turisti internazionali costituisce il più importante fattore di crescita dei consumi natalizi».

Il traino degli eventi

Milano, insomma, non può fare a meno della sua attrattività. Che cresce con i grandi eventi, come sottolinea anche il presidente Confcommercio Milano, Carlo Sangalli (che ieri sera ha inaugurato le luminarie bianche e rosse sponsorizzate dal colosso americano Netflix sull'asse corso Venezia-Buenos Aires): «Nonostante il quadro generale economico ancora debole, la Grande Milano continua a crescere. Soprattutto la sua capacità attrattiva compensa la diminuzione della natalità e rafforza gli investimenti stranieri. Non c'è dubbio che l'aumento, seppur contenuto, del potere d'acquisto delle famiglie è un segnale positivo per la qualità della vita e per il sistema delle imprese». Sangalli pensa al futuro: «Contribuisce al clima positivo la prospettiva delle Olimpiadi 2026 che vede Milano-Cortina protagoniste con ricadute molto interessanti anche per il sistema Paese» dice Sangalli, che non rinuncia a una stoccata polemica: «Ecco perché non convince l'immagine di una Milano Città Stato chiusa in sé stessa che non produce benessere per gli altri. Milano, come Expo ha ampiamente dimostrato, è invece una Città Mondo e volano per il Paese. E proprio per questo va messa nelle condizioni migliori per farlo».

DATA STAMPA
MONITORAGGIO MEDIA, ANALISI E REPUTAZIONE

Negozi e siti internet

Ma in quali voci se ne andrà la tredicesima? La più alta – il 55 per cento – restano i «consumi obbligati» (dal mutuo alle bollette). Il 35 per cento, invece, lo bruceranno i regali di Natale, per cui le famiglie spenderanno in media 653 euro ciascuna. La voce «cene e pranzi fuori casa» assorbirà il 7,7 per cento dell'assegno, mentre solo il 2,3 per cento sarà destinato a spettacoli e concerti. Per intenderci, i milanesi investiranno in cene e pranzi 262 milioni di euro e solo 77 per andare a teatro o ai. Per il pranzo di Natale o la cena della vigilia, una famiglia allargata di otto persone spenderà rispettivamente 146 o 198 euro. Tra le categorie merceologiche, vedono il segnale positivo più alto (+7 per cento) gli elettrodomestici, ma sono ancora i prodotti enogastronomici a prendersi la fetta di spesa più ampia del paniere dei doni (42 per cento, +2,5). Al secondo posto l'abbigliamento, poi gli accessori, al quinto telefonia e pc.

Il commercio al dettaglio, però, è stabile, mentre crescono gli acquisti online. A livello nazionale, l'indice del commercio elettronico è salito in tre anni da 100 a 247, quello degli acquisti nei negozi si è fermato a 128,1. Il peso degli acquisti online sulla spesa generata dalla tredicesima mensilità, a Milano, Lodi e Monza segna un aumento del 17,9 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le luci

● Un tetto di luci rosse e bianche lungo oltre due chilometri

per illuminare corso Buenos Aires, corso corso Garibaldi e corso Como

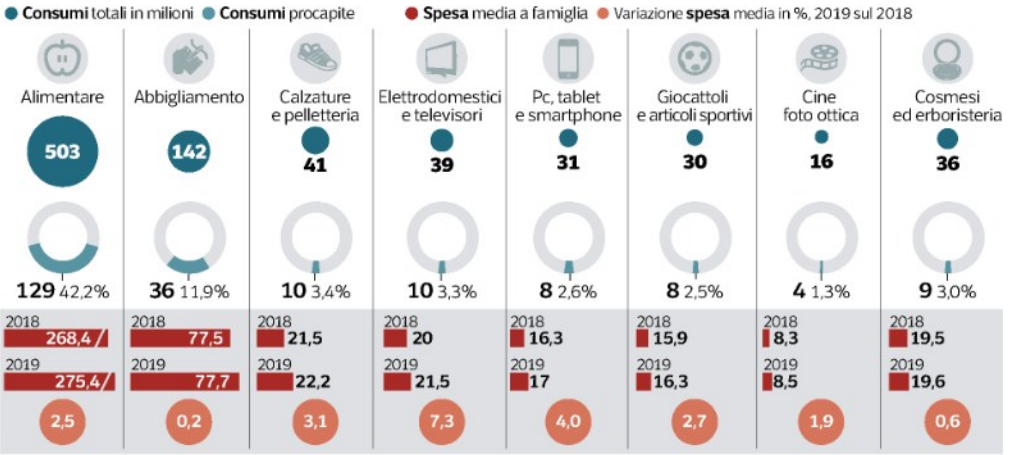
● Le luminarie di Natale — sponsorizzate da Netflix — sono state inaugurate ieri sera dal presidente di Confcommercio Milano Carlo Sangalli

La spesa media a famiglia

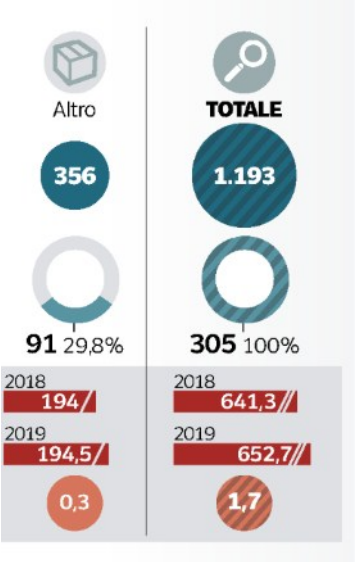
Variazioni in %, 2019 sul 2018

I CONSUMI GENERATI DALLA TREDICESIMA

TIPOLOGIA BENI Nelle province di Milano, Lodi, Monza e Brianza Dati in euro, anno 2019



Fonte: Elaborazione Area Studi Confcommercio Milano, Lodi Monza e Brianza su dati Istat e altre fonti indicate nella nota metodologica



DATA STAMPA
MONITORAGGIO MEDIA, ANALISI E REPUTAZIONE