

Regali, ecco la “top ten” del Natale 2021

Statistica. Surplus di acquisti nelle feste: traina il +70% dei giocattoli. Profumi ed elettrodomestici salgono del 50%. Libri, smartphone e calzature crescono del 40%. Alimentare (+20%) e arredamento (+9%) bene, ma non benissimo

Giocattoli saldamente in testa, mentre la cura personale “scalza” gli elettrodomestici. Stabili, invece, libri, telefonia e calzature. Come dire, scarpe e smartphone “rendono” ormai stabilmente anche fuori dal periodo natalizio.

La classifica

È questa la classifica (non dei valori assoluti, ma degli aumenti percentuali) che l'Unione nazionale Consumatori ha stilato a margine del tradizionale studio sulle spese di Natale, stimando appunto la top ten delle vendite natalizie 2021, non in base a sondaggi estemporanei, ma elaborando i dati Istat sulle vendite al dettaglio.

I giocattoli vincono, classificandosi al primo posto degli acquisti natalizi, come vuole la tradizione. Al secondo posto ci sono i prodotti per la cura della persona come profumi, dopobarba, cosmetici, creme viso-corpo, trousse trucchi. Completano il podio gli immancabili elettrodomestici come televisori, macchine da caffè elettriche, tostapane, rasoi elettrici, aspirapolveri, radiosveglie e videocamere. Il Natale si conferma occasione propizia per acquistare (o “pilotare” i regali) di utensili utili all'economia domestica.

A completare la parte mediana della classifica, quei prodotti che vanno certamente forte sotto le feste ma che, d'altro lato, non hanno particolare bisogno del Natale per “tenere botta”. In

quarta posizione, si collocano quindi i generi casalinghi (utensili da cucina, cristalleria da tavola, porcellane, ceramiche e vasellame) mentre in quinta posizione, i prodotti di cartoleria (anzitutto libri, ma anche ovviamente calendari, penne, agende, cartoline), in genere molto regalati dalle aziende.

Ultimi posti

Seguono le dotazioni per l'informatica e la telefonia, quindi borse e calzature (grande “rimbalzo” di oltre il 20% dopo la quota bassa del 2020) e, ottavo, l'abbigliamento. Dopo gli orologi, chiudono la top ten fotoottica e musica, con alimentari (20% in più rispetto alla media annuale) non in grande spolvero. Per l'arredamento, infine (9%) Natale porta ben poche soddisfazioni.

«La nostra è una classifica dei regali, sulla base dei rialzi percentuali delle loro vendite, non una graduatoria dei più graditi - chiarisce infine **Massimiliano Dona**, presidente dell'Unione consumatori - Il primo posto in classifica dei giocattoli? I bambini, come è giusto che sia, restano i protagonisti del Natale».

Il presidente dei consumatori:
«La classifica si basa sui rialzi delle vendite»

Classifica delle spese di Natale

Stima dell'aumento di vendite nel periodo natalizio rispetto al trend normale dei mesi precedenti

| | | |
|---|--|-------|
|  | Giochi, giocattoli, articoli per lo sport ed il campeggio (incluso equipaggiamento sportivo, esclusi giochi elettronici) | 68,6% |
|  | Prodotti di profumeria e per la cura della persona (profumi, dopobarba, cosmetici, creme, trousse trucchi...) | 53,8% |
|  | Elettrodomestici, radio, televisori e registratori (tv, macchine da caffè elettriche, tostapane, rasoi elettrici, aspirapolveri, radiosveglie, videocamere...) | 48,6% |
|  | Generi casalinghi durevoli e non durevoli (utensili da cucina, cristalleria da tavola, porcellane, ceramiche e vasellame...) | 42,9% |
|  | Prodotti di cartoleria, libri (libri, calendari, penne, agende, cartoline...) | 42,0% |
|  | Dotazioni per l'informatica, la telefonia e le telecomunicazioni (cellulari, cordless, computer, tablet, E-book reader, mobili per computer, stampanti, giochi elettronici...) | 41,4% |
|  | Calzature, articoli in pelle e da viaggio (anche valigie, borse, portafogli, cinture in pelle...) | 37,4% |
|  | Abbigliamento e pellicce (anche guanti e cinture non in pelle, cravatte) | 35,7% |
|  | Altri prodotti (gioielli, orologi, cornici, oggetti d'oro o argento, fiori e piante...) | 35,6% |
|  | Foto-ottica e strumenti musicali (macchine fotografiche, binocoli, microscopi, telescopi...) | 30,4% |
|  | Alimentare (alimentari e bevande, alcoliche e analcoliche) | 20,0% |
|  | Mobili ed articoli tessili e di arredamento per la casa (articoli per l'illuminazione, quadri, tovaglie, centri tavola...) | 9,8% |

FONTE: Unione Nazionale Consumatori su dati Istat

L'EGO - HUB

I dettagli

L'aumento delle vendite “registrato” dallo studio

La nota metodologica della statistica prodotta dall'Unione nazionale Consumatori, chiarisce che lo studio analizza per ogni voce l'aumento congiunturale delle vendite che si registra a dicembre, stilando la classifica dei prodotti che segnano il maggior incremento di spesa. Non in euro, non in valore assoluto, ma in termini percentuali rispetto alle vendite che si registrano normalmente nei mesi precedenti. Considerato il successo del Black Friday e del Cyber Monday, durante i quali si acquistano anticipatamente alcuni regali di Natale, per alcuni gruppi di prodotti la stima non considera solo il rialzo delle vendite registrate dall'Istat a dicembre ma anche a novembre. «Non sappiamo se ricevere il classico profumo o dopobarba, piuttosto che un libro, al quinto posto, sia poi effettivamente apprezzato da chi lo riceve - ironizza il presidente **Massimiliano Dona** - Quello che è sicuro è che sono molto donati, in alcuni casi anche perché sono regali facili da fare con prezzi accessibili per tutte le tasche».

Congressi in casa Cisl Rinnovati i vertici di bancari e turistici

Direttivi

Tiziana La Scala confermata alla guida di First Lecco Barazzetta prosegue il lavoro nella categoria Fisascat

Doppio congresso, nei giorni scorsi, per due categorie Cisl Lecco. Si è svolto infatti venerdì a Mantello il congresso First Cisl Monza Brianza Lecco, la categoria sindacale che rappresenta i lavoratori bancari e assicurativi. Al termine della giornata il direttivo ha confermato **Tiziana La Scala** quale segretaria generale e **Simona Maggi** e **Gianni Di Rico** come componenti di segreteria.

«Questo congresso - ha spiegato La Scala - deve interrogarci su cosa ci è chiesto per il prossimo quadriennio, in un particolare contesto lavorativo e finanziario. Ripartiamo dalla mozione finale dello scorso congresso, e dalla richiesta “di impegnarsi ad allargare il quadro sindacale, le responsabilità di gestione operativa delle diverse attività che fanno capo alla Federazione territoriale e ad individuare nuovi dirigenti

sindacali con particolare attenzione alle problematiche di genere e anagrafiche al fine di favorire un indispensabile ricambio generazionale”. Particolare attenzione dovrà essere rivolta alla programmazione periodica di visite agli iscritti. Non più procrastinabile, infine, il problema di un'adeguata e assidua presenza di operatori sindacali nelle Grandi Agenzie, in cui c'è grande bisogno di tutela». Al Congresso sono intervenuti il segretario First nazionale, **Riccardo Colombani**, i vertici regionali, **Andrea Battistini** e **Assunta Bonfanti**, e la segretaria Cisl Lecco, **Annalisa Caron**.

«Contrattare più tutele nel mondo del lavoro che cambia», è invece il motto scelto per il congresso di venerdì a Concorezzo della Fisascat Cisl Monza Brianza Lecco, la categoria sindacale che si occupa dei lavoratori del commercio, turismo e servizi. Presenti il segretario Fisascat nazionale, **Diego Lorenzi**, il segretario lombardo **Ivan Notarnicola**, oltre al segretario generale Cisl **Mirco Scaccabarozzi** e **lecchese**, **Roberto Frigerio**. Il Consiglio del-



La segreteria First Cisl: Tiziana La Scala, Gianni Di Rico e Simona Maggi



La segreteria Fisascat Cisl: Francesco Barazzetta, Ramaglia e Beghin

la Categoria ha riconfermato **Francesco Barazzetta**. Con lui in segreteria, **Grazia Ramaglia** e **Mariacristina Beghin**. «Il nostro territorio è un bacino produttivo importante - ha commentato Barazzetta - all'interno del quale i lavoratori dei servizi (32,4%) e del com-

mercio (22,9%) rappresentano oltre il 54% degli occupati (più di 400mila unità). Nelle sole prime due settimane della pandemia, Fisascat locale ha gestito oltre 500 accordi per l'attivazione di ammortizzatori sociali, che hanno tutelato quasi 15mila lavoratori».

L'anno dell'acciaio Stime in rialzo anche senza la Cina

I dati del settore

Se le previsioni saranno confermate, nel 2022 la domanda apparente di acciaio dell'Ue salirà a 153 milioni di tonnellate, e cioè 1 milione di tonnellate in più rispetto al 2018. Potrebbe quindi configurarsi come il miglior anno, in termini di tonnellaggio, dell'ultimo decennio. Non poca cosa, anche per un territorio a spiccata vocazione metalmeccanica, come è il Lecchese.

Sono, ad ogni modo, le previsioni di Eurofer, l'associazione europea dei produttori di acciaio, che il responsabile dell'Ufficio Studi siderweb **Stefano Ferrari** ha presentato nel corso del webinar “Mercato & Dintorni”.

«Quest'anno - ha illustrato Ferrari - la domanda reale di acciaio dovrebbe salire del 7% e la domanda apparente del 13%. L'anno prossimo, ancora, rispettivamente del 4,4% e del 4,7%. Ciò avverrà nonostante un consumo asiatico non particolarmente tonico (+1,9% nel 2021 e +1,1% nel 2022), rallentato dalla stagnazione cinese (-1% quest'anno e crescita

zero l'anno prossimo)».

Appaiono buone anche le prospettive per la siderurgia italiana: «Gli investimenti nel 2021 saliranno del 15,5% rispetto all'anno precedente, strutturalmente superiore a quello del Pil».

Il mercato europeo «entra nel 2022 con un sentimento positivo. A livello globale c'è una certa negatività, dovuta alla Cina che negli ultimi due mesi ha mostrato una forte incertezza che per ora però non sembra aver intaccato Ue e USA» ha spiegato **Emanuele Norsa**, analista di Kallanish e collaboratore della community siderweb. «Il 2021 è stato un anno straordinario: i prezzi sono arrivati a livelli che non ci saremo mai aspettati e si è capito che siamo entrati in una nuova fase, nella quale il rapporto diretto tra i prezzi di alcune materie prime, come il minerale di ferro, e i prodotti finiti è finito». Altri fattori stanno guidando i prezzi, «primo tra tutti la domanda - ha specificato Norsa - ma anche il costo dell'energia, della logistica e i problemi e le opportunità legati alla transizione ecologica».