Articoli Selezionati

18/12/2023	STAMPA LOCALE	**Gazzetta del Sud**	Soprattutto a Natale, "Acquistiamo Locale"	...	1
18/12/2023	STAMPA LOCALE	**L'Economia del Corriere Nord Ovest**	I consumi sotto l'albero	...	3
18/12/2023	STAMPA LOCALE	**L'Economia del Corriere Nord Ovest**	Torinoexpress - La tredicesima tra regali e spese di fine anno	Fagone La Zita Nicolò	5
18/12/2023	STAMPA LOCALE	**Unione Sarda**	Al via la "settima delle tredicesime" - Sul Natale l'ombra della crisi ma i consumi non si fermano	Serusi Piera	6
17/12/2023	STAMPA LOCALE	**Gazzettino Belluno**	Consumi di Natale artigianato in prima fila - Consumi di Natale per 90 milioni di euro	Fontanive Claudio	7
17/12/2023	STAMPA LOCALE	**Corriere Torino**	Acquisti a gonfie vele e ristoranti tutti prenotati	Fagone La Zita Nicolò	9
17/12/2023	STAMPA LOCALE	**Gazzetta del Sud**	Il Natale tra cibo, servizi e regali La Calabria spenderà 720 milioni	Pastore Giovanni	10
16/12/2023	STAMPA LOCALE	**Gazzettino Padova**	Spese per 384 milioni in regali artigianali	Lucchin Marina	12
16/12/2023	STAMPA LOCALE	**Cittadino di Lodi**	Confartigianato, la campagna natalizia a sostegno delle imprese del territorio	Bagatta Andrea	14
16/12/2023	STAMPA LOCALE	**Mattino Padova**	«Con le feste si impennano le spese per la tavola»	...	15
15/12/2023	STAMPA LOCALE	**Gazzetta di Modena**	In Emilia i prezzi della slitta crescono di meno L'appello della Licom: «Acquistate nei negozi»	...	16
15/12/2023	STAMPA LOCALE	**Giorno Monza Brianza**	***Gli artigiani del Natale - Le botteghe del Natale La Brianza artigiana «Le nostre tradizioni condite di creatività» - Aggiornato	Bertolini Cristina	17
15/12/2023	STAMPA LOCALE	**Provincia di Lecco**	La campagna per gli acquisti locali «Duemila imprese coinvolte»	G.Col.	22
15/12/2023	STAMPA LOCALE	**Provincia Sondrio**	La campagna per gli acquisti locali «Duemila imprese coinvolte»	G.Col.	23
15/12/2023	STAMPA LOCALE	**Resto del Carlino Modena**	Da noi "frena" la slitta di Babbo Natale	...	24
14/12/2023	STAMPA LOCALE	**Giornale di Vicenza**	Dai brindisi ai cenoni di Natale Nel Vicentino le feste costano 351 milioni	Milani Vincenzi Claudia	25
14/12/2023	STAMPA LOCALE	**Unione Sarda**	Babbo Natale sardo, slitta da 700 milioni	...	27
13/12/2023	STAMPA LOCALE	**Provincia di Lecco**	Le spese di Natale valgono 94 milioni	M.Del.	28
12/12/2023	STAMPA LOCALE	**Gazzetta di Modena**	Modena spenderà 300 milioni di euro per i regali di Natale	...	29
12/12/2023	STAMPA LOCALE	**Gazzetta di Reggio**	«Al posto dell'online privilegiate prodotti artigianali locali»	...	31
12/12/2023	STAMPA LOCALE	**Gazzettino Treviso**	Natale, decolla lo shopping ristoranti già con il pienone - Natale, nella Marca spese per 354 milioni di euro	Filini Elena	32
12/12/2023	STAMPA LOCALE	**Resto del Carlino Reggio Emilia**	L'appello di Lapam «Scegliete gli artigiani per fare i vostri regali di Natale» I reggiani spenderanno 211 milioni - Regali, l'appello di Lapam «Scegliete gli artigiani»	...	35
12/12/2023	STAMPA LOCALE	**Tribuna Treviso**	Regali di Natale, è boom Nella Marca trevigiana giro d'affari da 354 milioni «La spesa sta crescendo»	Raffaello Lorenza	36
11/12/2023	STAMPA LOCALE	**Brescia Oggi**	«Artigianato, per gli acquisti una scelta di alta qualità»	G.Fer.	38
11/12/2023	STAMPA LOCALE	**Gazzetta del Sud**	A Natale una spesa da 1,9 miliardi	...	39
10/12/2023	STAMPA LOCALE	**Tempo Roma**	A Natale si spenderà di più per regali e cenone - A Natale spesa da 1,8 miliardi	Verucci Damiana	40
09/12/2023	STAMPA LOCALE	**Arena**	Acquisti, Lombardia al primo posto	...	42
09/12/2023	STAMPA LOCALE	**Corriere della Sera Milano**	Spettro contraffazione sui giocattoli di Natale - Contraffatti e insicuri Ogni giorno sequestrati settemila giocattoli	Rossi Giampiero	43
09/12/2023	STAMPA LOCALE	**Giornale di Sicilia**	Natale, i prezzi crescono... di meno	Giordano Antonio	45
09/12/2023	STAMPA LOCALE	**Nuovo Quotidiano di Puglia**	Il Natale spinge i consumi In Puglia ben 1,5 miliardi per regali e prodotti tipici	Martella Giuseppe	46
08/12/2023	STAMPA LOCALE	**Resto del Carlino Ravenna**	«Rinnoviamo l'invito ad acquistare prodotti locali»	...	48
06/12/2023	STAMPA LOCALE	**Giornale di Brescia**	Per i bresciani sarà un... caro Natale: cenone e regali ci costeranno 521 milioni	Ronchi Anita Loriana	49
06/12/2023	STAMPA LOCALE	**Resto del Carlino Forlì**	Un invito: a Natale acquistiamo prodotti locali	Morigi Luca	51
05/12/2023	STAMPA LOCALE	**Corriere Adriatico Ancona**	Natale, i marchigiani spenderanno mezzo miliardo	m.m.	52

18-DIC-2023
da pag. 12 / foglio 1 / 2

Gazzetta del Sud

Quotidiano - Dir. Resp.: Alessandro Notarstefano
Tiratura: 12299 Diffusione: 9698 Lettori: 198000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Torna la campagna di Confartigianato per sensibilizzare al consumo dei prodotti calabresi

Soprattutto a Natale, "Acquistiamo Locale"

01948 01948

In Calabria sono 8mila le imprese artigiane attive operanti in 47 settori in cui si realizzano prodotti artigianali e si offrono servizi di qualità che possono essere regalati in occasione del Natale, pari al 35,9% delle imprese artigiane italiane. Queste imprese forniscono lavoro a 18.000 addetti, corrispondenti al 36% degli addetti dell'artigianato in regione, posizionandola tra le prime 10 regioni a livello nazionale (7° posto). A livello territoriale si rileva un peso superiore alla media nazionale (33,9%) e regionale (36,0%) per le province di Reggio Calabria (39,4%) e Cosenza (36,7%), entrambe tra le prime 30 province italiane per peso più rilevante dell'artigianato interessato dalla domanda per le festività.

E proprio per Natale aumenta l'attrazione per i prodotti e servizi offerti dalle imprese artigiane che fanno del lavoro, dell'ascolto del cliente e della personalizzazione del prodotto, a cui si associa l'alta qualità delle materie prime e dei prodotti realizzati, un valore aggiunto. Un valore che per la Calabria si traduce in una spesa natalizia di 720 milioni di euro, intercettabili dalle imprese artigiane. Anche per questo, torna la campagna di Confartigianato "Acquistiamo Locale", per sensibilizzare i consumatori ad acquistare prodotti artigianali del proprio territorio.

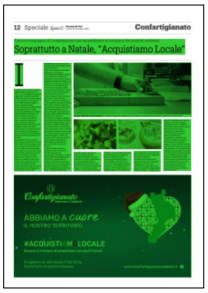
Questi dati emergono dal report dell'Osservatorio Mpi di Confartigianato Imprese Calabria, che si concentra su "Bellezza, tradizione e innovazione: il valore artigiano del regalo di Natale", che fotografa la situazione nel mese di novembre in cui la fiducia dei consumatori è tornata a salire mentre scende l'inflazione. Mentre i prezzi del "carrello della spesa" sono in aumento del 6,1%, crescono meno (+4,8% a ottobre) quelli della "slitta di Babbo Natale", un paniere elaborato da Confartigianato composto da beni alimentari e bevande, oggetti di consumo nei momenti conviviali delle festività natalizie, da un ampio ventaglio di prodotti che possono essere regalati durate le festività e dai i servizi di ristorazione e alloggio, regalati o fruiti durante le vacanze natalizie. In Calabria, Babbo Natale è meno fortunato con prezzi della slitta che crescono di più (+5,1%) della media nazionale (+4,8%). A livello provinciale si osservano prezzi più alti, sia della media nazionale che di quella europea (+5,2%) per Cosenza (+6%), quinta provincia della classifica nazionale per dinamica più accentuata dei prezzi del basket di prodotti natalizi.

Le festività legate al Natale modificano notevolmente le abitudini di spesa dei consumatori: a dicembre, il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale. Sempre a dicembre, ammonta a 720 milioni di euro la spesa delle famiglie calabresi per prodotti e servizi maggiormente scelti come regalo – prodotti alimentari e bevande, moda e gioielleria, mobili, tessili per la casa, cristalleria, stoviglie e utensili domestici, utensili e attrezzature per casa e giardino, giochi, giocattoli, articoli sportivi, libri, articoli di cartoleria e materiale da disegno e servizi di cura della persona – che per più di due terzi (70,8%) è costituita dalla spesa per prodotti alimentari e bevande, pari a 510 milioni di euro.

In chiave provinciale, la spesa delle famiglie, a dicembre, nel perimetro merceologico in esame, ammonta a 270 milioni di euro a Cosenza, a 197 milioni di euro a Reggio Calabria, a 133 milioni di euro a Catanzaro, a 62 milioni di euro a Crotone e di 57 milioni di euro a Vibo Valentia.

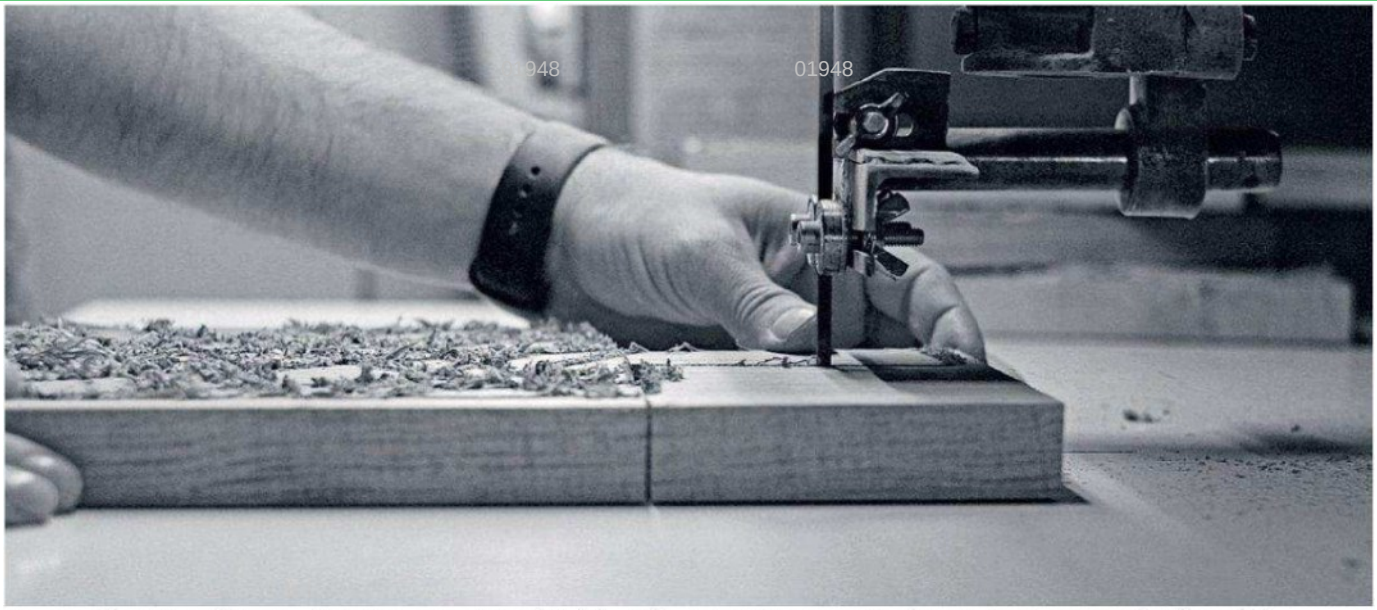
«Da diversi anni, nel periodo natalizio lanciamo la campagna "Acquistiamo Locale" per sensibilizzare i consumatori ad acquistare prodotti artigianali del proprio territorio – si legge nella nota di Confartigianato Imprese Calabria –. Con la campagna "Acquistiamo locale" vogliamo valorizzare il lavoro delle imprese rappresentando la scelta consapevole, responsabile e sostenibile per rinsaldare il rapporto di fiducia tra imprenditori e cittadini nelle comunità. Scegliere prodotti e servizi realizzati da imprese artigiane e micro piccole imprese locali vuol dire sostenere non solo l'imprenditore e i suoi dipendenti, e quindi le loro famiglie, ma anche contribuire alla trasmissione della cultura cristallizzata nel sapere artigiano nonché al benessere della comunità, garantendo sia la remunerazione del lavoro e dei fattori produttivi locali che il gettito fiscale necessario per sostenere il sistema di welfare», conclude la nota.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

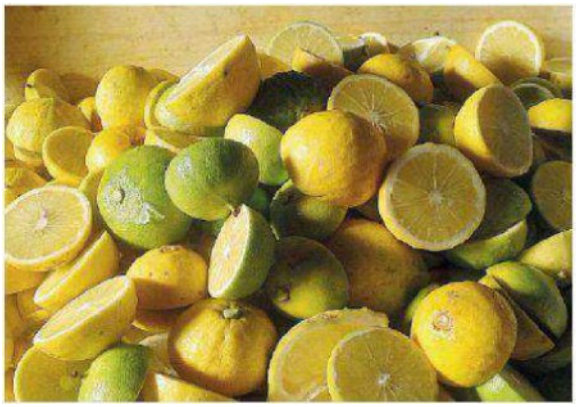


Gazzetta del Sud
Quotidiano - Dir. Resp.: Alessandro Notarstefano
Tiratura: 12299 Diffusione: 9698 Lettori: 198000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it



Un peso rilevante nell'economia Le imprese artigianali calabresi danno respiro occupazionale e puntano sempre più sulla qualità



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

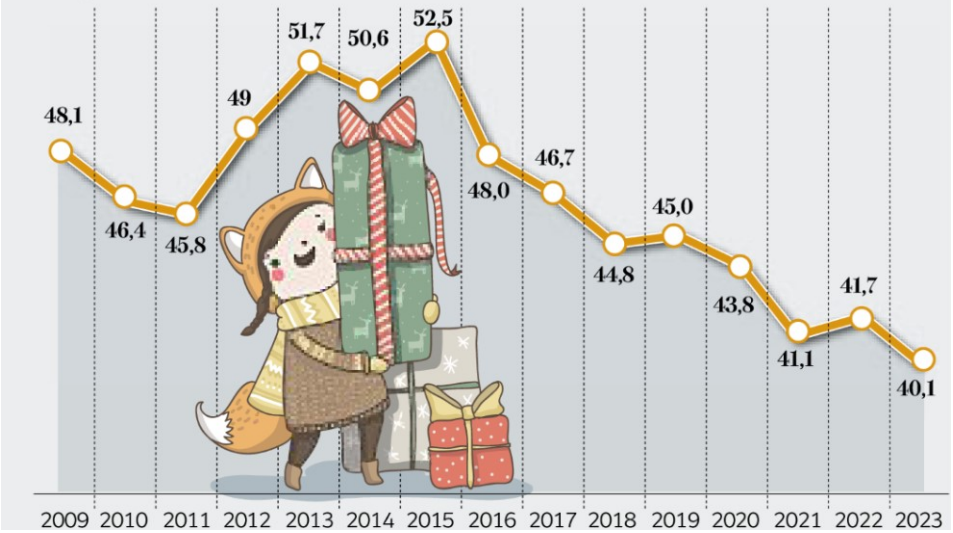
I CONSUMI SOTTO L'ALBERO

In Piemonte quasi due terzi degli acquisti natalizi, pari a 1,2 miliardi, saranno dedicati ad alimentari e bevande, mentre 711 milioni saranno destinati ad altri prodotti e servizi tipici natalizi per un totale di 1,9 miliardi milioni (7,8% del totale nazionale). E' la previsione sul carrello della spesa del territorio elaborata da Confartigianato Piemonte

Nella **classifica delle province che più spendono a Natala Torino si posiziona al quarto posto con 1.005 milioni (631 milioni per cibo e bevande e 374 milioni destinati ai regali**, preceduta da Roma 1.821 milioni di euro, Milano 1.474 milioni e Napoli 1.015 milioni.

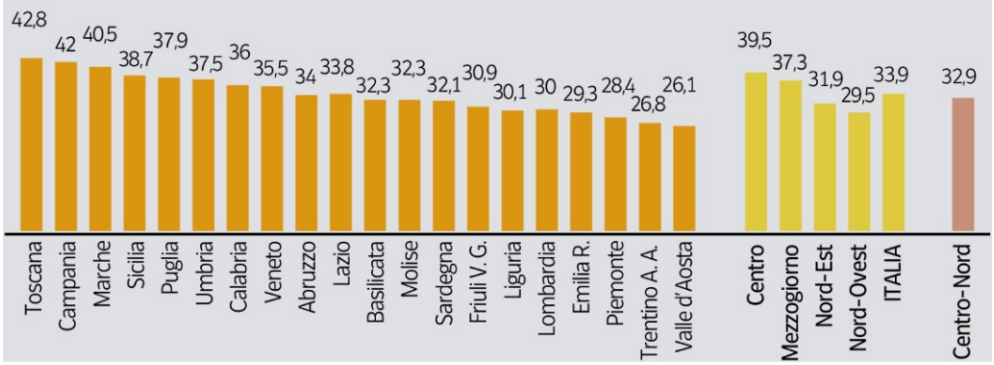
Il Natale metto in moto una filiera che coinvolge in Piemonte 23.247 imprese artigiane con 60.773 addetti (a Torino si contano 9.970 imprese artigiane con 25.501 addetti) che operano in 47 settori, dalle specialità alimentari all'oggettistica, dall'abbigliamento ai prodotti per la casa fino ai giocattoli.

GLI ACQUISTI DI NATALE



IL PESO DEGLI ARTIGIANI

Anno 2021, % addetti di 47 gruppi Ateco 2007



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948 - L.1626 - T.1626

L'Economia del Corriere Nord Ovest
- Dir. Resp.: Luciano Fontana
Tiratura: N.D. Diffusione: N.D. Lettori: 72000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948 - L.1626 - T.1626

L'Economia del Corriere Nord Ovest

18-DIC-2023
da pag. 1 / foglio 1

- Dir. Resp.: Luciano Fontana
Tiratura: N.D. Diffusione: N.D. Lettori: 72000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

torinoexpress

01948 01948

La tredicesima tra regali e spese di fine anno

di **Nicolò Fagone La Zita**

Dicembre scaccia per qualche settimana i venti di crisi e i piemontesi tornano ad aprire il portafogli per la grande abbuffata natalizia. Il Piemonte si colloca al quarto posto della classifica nazionale per capacità di spesa, che raggiungerà la modica cifra di 1,9 miliardi, dietro solo a Lombardia, Lazio e Veneto. Quasi due terzi degli acquisti natalizi, pari a 1.200 milioni, saranno dedicati ad alimentari e bevande, mentre 711 milioni saranno destinati ad altri prodotti e servizi tipici del Natale (7,8% del totale nazionale). La previsione è stata elaborata da Confartigianato, che ha analizzato le intenzioni d'acquisto nell'ultimo mese dell'anno. Anche a livello provinciale Torino si posiziona al quarto posto per capacità di spesa, con 1.005 milioni, dietro solo a Roma (1.821 milioni), Milano (1.474 milioni) e Napoli (1.015 milioni). E i portafogli si aprono in tutti i settori: dalle specialità alimentari all'oggettistica, fino all'abbigliamento e ai prodotti per la casa o i giocattoli. L'inflazione, almeno fino a Capodanno, si può mettere da parte. Ma le tredicesimi quest'anno rischiano di finire presto, prestissimo. Difficilmente arriveranno intatte a fine anno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948 - L.1626 - T.1626

18-DIC-2023
da pag. 3 / foglio 1

L'UNIONE SARDA

Quotidiano - Dir. Resp.: Emanuele Dessì
Tiratura: 26969 Diffusione: 27523 Lettori: 188000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

L CASO • Confartigianato: spese per 685 milioni

Al via la "settimana delle tredicesime"

Quella che si apre è la settimana delle tredicesime, e pur condizionati dalla morsa dell'inflazione e dei rincari, i sardi si stanno disponendo agli acquisti in vista delle festività di fine anno. Confartigianato Sardegna stima una spesa di 685 milioni di euro, di cui quasi il 68% (ben 464 milioni) per cibo e bevande. Tra l'agroalimentare e i prodotti dell'artigianato più degli anni scorsi vengono privilegiati i prodotti locali, le eccellenze del territorio. Per Natale, dunque, cresce la propensione all'acquisto; ma intanto, col rialzo dei prezzi, il carrello della spesa diventa sempre più pesante.

● FR. MELIS, SERUSI ALLE PAGINE 2, 3

IL FOCUS Nella settimana delle tredicesime è atteso lo scatto degli acquisti

Sul Natale l'ombra della crisi ma i consumi non si fermano

Nell'Isola si spenderanno quasi 700 milioni, vince l'agroalimentare

Reduci da un Black Friday in cui, nonostante la pesante concorrenza delle piattaforme online sono arrivati segnali positivi, i commercianti guardano con prudente fiducia alla settimana prima del Natale. «Siamo in attesa delle tredicesime, quando in genere c'è uno scatto della propensione all'acquisto», dice Roberto Bolognese, presidente di Confesercenti. È la spinta al regalo, alla coccola per sé e i propri cari, che, nonostante la morsa dell'inflazione e dei rincari, in vista del Natale viene registrata anche da Confcommercio e dalle associazioni artigiane e agricole.

La scelta oculata

Dal cibo ai dolci ai vini, e abiti, gioielli, libri, prodotti di profumeria, giocattoli, articoli per la casa. Secondo uno studio di Confartigianato Imprese Sardegna (su rilevazioni Istat e UnionCamere), in vista delle festività di fine anno i sardi spenderanno 685 milioni di euro, di cui quasi il 68% (ben 464 milioni) per prodotti alimentari e bevande. E quest'anno, tendenza registrata soprattutto nel settore dell'agroalimentare, più degli anni scorsi vengono privilegiati i prodotti locali, le eccellenze del territorio.

Sapori e tradizione

«I prodotti del territorio vengono ricercati e apprezzati sempre di più dai consumatori sardi», conferma Battista Cualbu, presidente di Coldiretti Sardegna. «Inevitabilmente, per via dei rincari, tante famiglie devono fare i conti con budget più contenuti, ma è vero che, in occasioni particolari come le festività, subentra il desiderio di acquistare e portare in tavola, o magari regalare, prodotti di qualità, le eccellenze della nostra terra». Prodotti come olio, vini, formaggi e latticini, prosciutti e salumi, miele, e l'agnello Igp.

La tendenza

È la tendenza che modifica le abitudini di spesa dei consumatori, tanto che, ha rilevato nel suo studio l'associazione degli artigiani della Sardegna, a dicembre il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale. «Il Natale è sempre Natale», dice Sebastiano Casu, presidente regionale di Confcommercio. «È una ricorrenza che incentiva senz'altro il piccolo regalo e aiuta molto le attività. Tutti quanti, d'altronde, vogliamo richiamare speranza e fiducia, no?». Tutti, anche in Sardegna, regione dove, sottolinea, «le spese sono orientate al risparmio e infatti registriamo non solo la crescita esponenziale dei negozi cinesi, ma anche l'ascesa dei discount per l'alimentare, frequentati dal 40% dei consumatori mentre la media nazionale è del 30%».

La rete da salvare

Uno strapotere che sta mettendo a dura prova la rete del commercio locale, negozi e attività talvolta storiche. «Proprio nel centro storico delle città e dei paesi si patisce maggiormente la crisi. C'è uno sforzo delle amministrazioni comunali per richiamare la gente in centro, con luminarie e iniziative varie; ed è apprezzabile perché un negozio, o un laboratorio artigiano del centro storico, sono parte di una rete che dà vitalità al tessuto comunitario». È un appello ai consumatori, quello del presidente di Confcommercio: «Acquistare dai piccoli negozi significa dare un contributo all'intera comunità, significa sostenere la funzione sociale dei centri storici. Quando si spegne la luce di un'insegna, infatti, non chiude il negozio soltanto, ma si spegne un po' anche la città».

Lo sguardo al 2024

Dall'osservatorio di Cna, il presidente Francesco Porcu rileva, «nell'approssimarsi di queste feste natalizie un elemento di preoccupazione proiettato ai prossimi mesi». Negli ultimi due anni, sottolinea, «l'inflazione ha molto ridotto le disponibilità economiche, e quindi le possibilità di acquisto, soprattutto nelle fasce a reddito fisso e per i pensionati». C'è dunque prudenza, per quanto riguarda la propensione alla spesa in generale. A Natale, però, «si ha una disposizione diversa. È una di quelle ricorrenze in cui la tendenza al consumo cresce, che sia per i regali, la tavola o l'uscita con gli amici. Insomma, anche se non siamo in una fase di grandi disponibilità, si spende».

Piera Serusi

RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

17-DIC-2023
da pag. 7 / foglio 1 / 2

IL GAZZETTINO BELLUNO
Quotidiano - Dir. Resp.: Roberto Papetti
Tiratura: N.D. Diffusione: 2809 Lettori: 27000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Belluno

01948 01948

Consumi di Natale artigianato in prima fila

Confartigianato preve che i bellunesi spenderanno 90 milioni per l'acquisto di prodotto locali, sostenendo così le 1260 aziende del comparto che occupano 4690 unità. «Scegliere prodotti e servizi realizzati da imprese artigiane vuol dire sostenere l'imprenditore e i suoi dipendenti e quindi le loro famiglie» ha commentato la presidente Scarzanella nel presentare la campagna social "Acquistiamo locale".

C. Fontanive a pagina VII

Consumi di Natale per 90 milioni di euro

▸Le festività faranno impennare gli acquisti dei bellunesi: più del 60 per cento della spesa andrà per cibi e bevande

▸Confartigianato lancia una campagna social a sostegno della tipicità che oggi vede attive 1260 aziende con 4690 addetti

"ACQUISTIAMO LOCALE" È L'INIZIATIVA LANCIATA PER VALORIZZARE LE IMPRESE BELLUNESI E PER FARE UNA SCELTA CONSAPEVOLE

LA PREVISIONE

BELLUNO La spesa sotto l'albero? Nella nostra provincia quella a valore artigiano supererà a quanto pare i 90 milioni di euro, destinati quindi anche a sostenere gli operatori del comparto.

«Scegliere prodotti e servizi realizzati da imprese artigiane e piccole imprese locali vuol dire sostenere l'imprenditore e i suoi dipendenti e quindi le loro famiglie». Ma secondo Claudia Scarzanella, presidente di Confartigianato Imprese Belluno, i vantaggi non finiscono qui. «La scelta contribuisce alla trasmissione della cultura cristallizzata nel sapere artigiano nonché al benessere della comunità, garantendo sia la remunerazione del lavoro e dei fattori produttivi locali che il gettito fiscale necessario per sostenere il sistema di welfare».

LA TAVOLA REGINA

Anche quest'anno le festività faranno impennare gli acquisti dei bellunesi che, a dicembre, raggiungerà il valore di 90 milioni. Più del 60% degli acquisti, pari a 55 milioni, saranno dedicati ad alimentari e bevande. È la previsione elaborata da Confartigianato secondo la quale nei consumi natalizi del 2023 spiccheranno quelli che puntano sulla tipicità, sull'identità territoriale, sull'unicità e qualità di prodotti e servizi. Un trend che coinvolge, in provincia di Belluno, 1.260 aziende artigiane con 4.690 addetti che operano in diversi settori, dalle specialità alimentari all'oggettistica, dall'abbigliamento ai prodotti per la casa fino ai giocattoli. Nel settore alimentare, hanno sicuramente un ruolo centrale per l'economia del Natale i prodotti da forno che diventano regalo gradito per chi li riceve e rappresentano un aiuto prezioso per l'economia locale.

IL VALORE DELLA PASTICCERIA

«In particolare, la qualità di panettone e del pandoro è garantita dall'uso di ottime materie prime. Il resto lo fanno la passione e l'abilità dei panificatori e pasticceri artigianali locali» afferma Cristiano Gaggion, presidente della federazione Alimentazione di Confartigianato Imprese Belluno. «Una maggiore ricerca di qualità, di su misura, di sostenibilità - afferma Scarzanella - spiegano la crescente tendenza all'acquisto di prodotti artigiani. Per questo abbiamo rilanciato la campagna social "Acquistiamo locale": un invito a regalare e a regalarsi doni che esprimono il valore artigiano made in Italy, la nostra cultura imprenditoriale, il gusto per il bello, il buono e il ben fatto dei tanti, diversi territori del nostro Paese. "Acquistiamo locale" è un modo per valorizzare il lavoro delle imprese, è la scelta consapevole, responsabile e sostenibile per rinsaldare il rapporto di fiducia tra imprenditori e cittadini nelle comunità».

PRODOTTI PERSONALIZZATI

«I prodotti e i servizi offerti dalle imprese artigiane - conclude la presidente - sono caratte-

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

IL GAZZETTINO BELLUNO
Quotidiano - Dir. Resp.: Roberto Papetti
Tiratura: N.D. Diffusione: 2809 Lettori: 27000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

rizzati da una artigianalità basata sul valore del lavoro, sull'ascolto del cliente e sulla personalizzazione del prodotto, a cui si associa l'alta qualità delle materie prime e dei prodotti realizzati. In molte realizzazioni trova una sintesi la cultura secolare della manifattura artistica e della rielaborazione dei materiali. I prodotti e i servizi dell'artigianato sono focalizzati sulla domanda di prossimità, grazie alla profonda conoscenza del mercato del locale da parte degli imprenditori, e a cui si rivolge la consulenza e il supporto ai clienti per installazioni e riparazioni, queste ultime, garanzia di una maggiore circolarità e di una riduzione dei rifiuti».

Claudio Fontanive

© riproduzione riservata

01948

LOGO scelto per promuovere gli acquisti di artigianato locale

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

17-DIC-2023
da pag. 3 / foglio 1

CORRIERE TORINO
Quotidiano - Dir. Resp.: Carmine Festa
Tiratura: N.D. Diffusione: 5817 Lettori: 72000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

LE TENDENZE TRA LE VETRINE

01948 01948

Acquisti a gonfie vele e ristoranti tutti prenotati

di **Nicolò Fagone La Zita**

Le feste di Natale fanno impennare la spesa degli italiani che quest'anno, a dicembre, raggiungerà il valore di 24,4 miliardi di euro, vale a dire il 28,3% in più della media annuale. E se sul podio dei più spendaccioni troviamo la Lombardia con 4,3 miliardi di euro (17,5% del totale nazionale), Lazio (2,4 miliardi) e Veneto (2 miliardi) anche i piemontesi non sono da meno, collocandosi al quarto posto della classifica con 1,9 miliardi (insieme a Sicilia, Emilia-Romagna e Campania).

Nella nostra regione quasi due terzi degli acquisti, pari a 1.200 milioni, saranno dedicati ad alimentari e bevande, mentre 711 milioni saranno destinati ad altri prodotti e servizi tipici del Natale, per un totale di 1.911 milioni (7,8% del totale nazionale). È la previsione elaborata da Confartigianato, che ha analizzato le intenzioni d'acquisto relative al mese di dicembre.

Anche a livello provinciale Torino si posiziona al quarto posto per capacità di spesa, con 1.005 milioni, dietro solo a Roma (1.821 milioni), Milano (1.474 milioni) e Napoli (1.015 milioni). E i portafogli si aprono in tutti i settori: dalle specialità alimentari all'oggettistica, fino all'abbigliamento e ai prodotti per la casa o i giocattoli.

A sfregarsi le mani nel capoluogo piemontese sono soprattutto i ristoratori, che raccolgono le prenotazioni già da metà novembre. Non sorprende dunque che molte attività siano «già sold out per Capodanno – sottolinea Vincenzo Nasi, presidente Epat – d'altronde la ristorazione, nel post Covid, è letteralmente esplosa. Tuttavia l'onda natalizia coinvolge anche gli altri locali, e difatti aumenta la percentuale degli esercenti che decide di tenere aperto lungo tutte le festività. Un segnale di come Torino sia sempre più turistica e attrattiva. La nota dolente? La solita mancanza di personale, che emerge soprattutto nei periodi in cui la domanda cresce all'improvviso».

A farla da padrone è la sera del 25, la più richiesta in assoluto: «Quasi impossibile trovare un posto se non si prenota in largo anticipo – racconta Maurizio Zito, titolare del ristorante Gufo Bianco – ma anche per il 24 la domanda è in crescita. Credo che rispetto a qualche anno fa si sia un po' smarrita la tradizione della messa di mezzanotte, e quindi le famiglie preferiscono passare la serata al ristorante. Al terzo posto troviamo il Capodanno, che invece presenta un trend leggermente in discesa a causa dell'offerta sempre più variegata, soprattutto per quanto concerne le feste in piazza». E poi dicembre, a differenza degli altri mesi, rimane il periodo d'oro anche per l'abbigliamento, coi i negozi che riscoprono il via vai di clienti senza ricorrere ai saldi. «Tutto procede come negli anni passati – conferma Roberto Orecchia, titolare di Vestil in piazza Statuto – un trend che, vista l'inflazione, non è per nulla scontato, possiamo dirci soddisfatti. Si vende di tutto, dai giacconi ai profumi, e gli scontrini superano anche i 300 euro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La curiosità

E per gli animali arriva il Candoro

Non è festa solo per gli esseri umani, ma anche per i loro amici a 4 zampe. La pet economy è un settore sempre più in crescita, e per questo Natale sono stati lanciati sul mercato il Candoro (come da Dela, in via Santa Teresa) e il Canettone (Made4pets, in corso Vinzaglio). Dolci che somigliano a quelli della tradizione, ma preparati secondo i gusti canini e bilanciati sotto il profilo nutrizionale. (*n.f.l.z.*)

Vetrine Il centro (ma non solo) di Torino è tutto addobbato per le festività: la corsa al regalo è scattata

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948 - L.1809 - T.1809

17-DIC-2023
da pag. 18 / foglio 1 / 2

Gazzetta del Sud

Quotidiano - Dir. Resp.: Alessandro Notarstefano
Tiratura: 12299 Diffusione: 9698 Lettori: 198000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Secondo l'Ufficio studi di Confartigianato mezzo miliardo verrà investito a tavola

Il Natale tra cibo, servizi e regali La Calabria spenderà 720 milioni

I prodotti delle feste fanno registrare rincari medi del 5.1%

Cosenza è la città più cara con una inflazione legata al Natale del 6% Catanzaro è quella dove si spenderà di meno

Giovanni Pastore

COSENZA

La crisi è molte cose diverse che sono sbocciate insieme lungo lo stesso filare dal Covid in poi. Un male che è diventato sconforto per i tanti imprenditori, incubo per i lavoratori e angoscia per le famiglie. Ma, adesso, i report che descrivono il presente e il futuro socio-economico sembrano descrivere uno scenario meno inquietante proprio sul calar di un degli anni più difficili della nostra storia recente. Confartigianato ha provato a immaginare l'oroscopo di Natale degli italiani tra le pieghe del rapporto "#ACQUISTIAMOLOCALE. Bellezza, tradizione e innovazione: il valore artigiano del regalo di Natale - Focus su Artigianato alimentare" giunto alla tredicesima edizione. La congiunzione disegnata dall'infinita sequenza di astri osservata dagli esperti della Confederazione degli artigiani, nel mese di dicembre, sembra portare conforto al mondo del commercio dopo mesi di note distratte, isolate, all'interno di uno spartito confuso. «A novembre 2023 la fiducia dei consumatori torna a salire dopo quattro mesi consecutivi di flessione mentre scende l'inflazione e nel terzo trimestre del 2023 i consumi delle famiglie tornano a crescere».

La slitta di Babbo Natale

Non solo il paniere elaborato dall'Istat per misurare l'inflazione. Confartigianato ha realizzato un basket di prodotti natalizi con beni e servizi oggetto di consumo durante le festività o che possono essere regalati. A ottobre, i prezzi della slitta in Calabria hanno registrato un aumento del +5,1% (solo in Campania salgono di più 5.6%), con lo stesso ritmo di crescita della Puglia. In Italia il rialzo medio si è fermato al +4,9%. Cosenza (6%) è le città calabrese dove l'inflazione dei prodotti natalizi è stata più marcata. Peggio hanno fatto solo Brindisi, Benevento, Siena e Napoli. Reggio è lontana con un +4.6%, Catanzaro è la migliore con rincari natalizi fermi a +3,9%.

Spesa per Natale

Confartigianato propone una valorizzazione della spesa delle famiglie a dicembre relativa agli acquisti di Natale. Uno shopping assortito di prodotti alimentari e bevande che abitualmente vengono consumati durante le festività. Al cibo vengono associati i beni scelti come regalo e maggiormente realizzati da imprese artigiane, includendo tra i servizi, oltre a quelli dell'alimentare, anche quelli di cura della persona tradizionalmente presidiati dalle imprese artigiane. Le festività legate al Natale modificano notevolmente le abitudini di spesa dei consumatori: considerando il triennio 2020-2022, a dicembre si registra un valore delle vendite al dettaglio superiore del 28,3% rispetto alla media annuale (+20,4% nel caso dei prodotti alimentari e +34,8% nel caso di quelli non alimentari). A dicembre, mese dell'anno con il maggiore volume di spesa, si concentra il 10,7% delle vendite totali annuali ed il 10,0% di quelle di prodotti alimentari. Sulla base del modello predisposto in collaborazione con l'Osservatorio MPI di Confartigianato Lombardia, nel quale si incrociano i dati sulla spesa media mensile di una famiglia italiana per voci di spesa desunta dall'indagine sulle spese delle famiglie dell'Istat con quelli relativi all'indice mensile del valore delle vendite del commercio al dettaglio, si stima a dicembre una spesa delle famiglie in prodotti e servizi regalabili a Natale pari a 24.438 milioni di euro di cui quasi due terzi (65,2%) in prodotti alimentari e bevande, pari a 15.930 milioni di euro. La Calabria parteciperà con una spesa complessiva di 720 milioni di euro, 510 dei quali per l'acquisto di alimenti e bevande e 210 per altri prodotti e servizi tipici del Natale. A livello provinciale, Cosenza è la città che metterà sul piatto l'importo maggiore (270 milioni di euro, di cui 191 verranno spesi per cibo e bevande), a Catanzaro si investiranno 133 milioni nello shopping natalizio mentre a Reggio l'investimento sfiorerà i 200 milioni (esattamente saranno 197).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

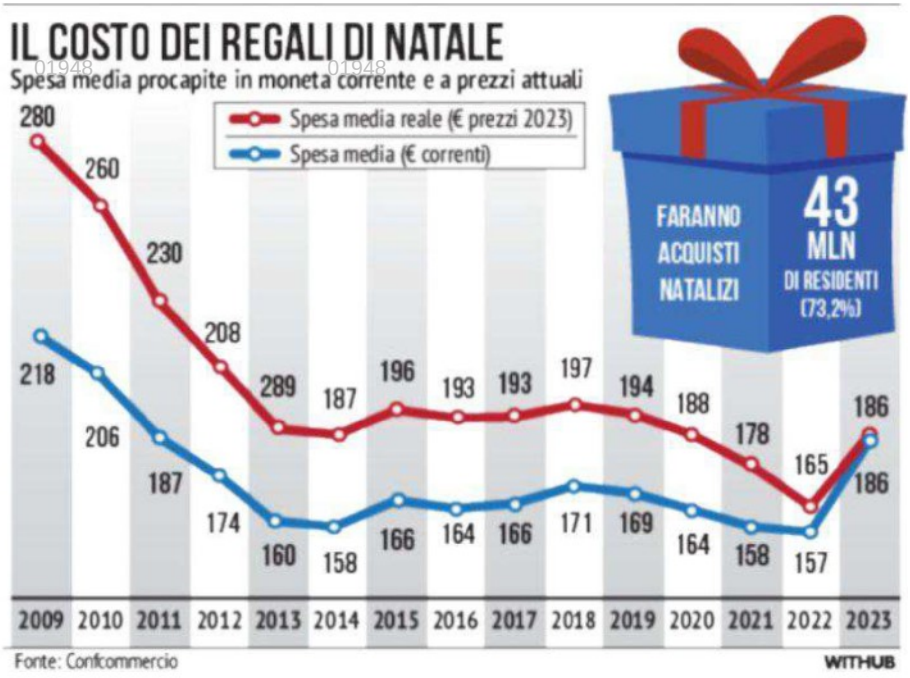
Gazzetta del Sud

17-DIC-2023
da pag. 18 / foglio 2 / 2

Quotidiano - Dir. Resp.: Alessandro Notarstefano
Tiratura: 12299 Diffusione: 9698 Lettori: 198000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Cosenza È la città dove si spenderà di più



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

16-DIC-2023
da pag. 9 / foglio 1 / 2

IL GAZZETTINO PADOVA
Quotidiano - Dir. Resp.: Roberto Papetti
Tiratura: N.D. Diffusione: 4716 Lettori: 63000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Spese per 384 milioni in regali artigianali

▶I dati di Confartigianato sugli acquisti dei padovani in dicembre: per due terzi si tratta di prodotti alimentari

▶Il presidente Dall'Aglio: «C'è una maggiore ricerca della qualità e dei beni su misura o personalizzati»

LE ESPORTAZIONI HANNO SUBITO UN AUMENTO DEL 12,2 PER CENTO NEL PRIMO SEMESTRE DI QUEST'ANNO

ECONOMIA

PADOVA Con l'arrivo delle festività natalizie, il fervore degli acquisti dei padovani raggiungerà un nuovo picco: 384 milioni di euro di spese per regali, pranzi, cene e cenoni nel mese di dicembre, secondo le previsioni di Confartigianato Padova. Un dato che evidenzia un aumento significativo rispetto agli anni precedenti e che sottolinea il continuo apprezzamento per i prodotti di qualità, in particolare quelli artigianali locali.

IL DETTAGLIO

Circa due terzi di questa spesa, pari a 237 milioni di euro, saranno dedicati ad alimentari e bevande, confermando la crescente preferenza per i prodotti che esaltano la tipicità, l'identità territoriale e la qualità. Tale tendenza, secondo Gianluca Dall'Aglio, presidente di Confartigianato Imprese Padova, è il riflesso di una maggiore attenzione alla qualità, all'unicità e alla sostenibilità dei prodotti "su misura", personalizzati e a basso impatto ambientale.

«La ricerca di qualità, su misura e sostenibilità è alla base della crescente tendenza all'acquisto di prodotti artigiani - spiega Dall'Aglio - I prodotti artigianali si distinguono per il valore del lavoro, l'ascolto del cliente e la personalizzazione del prodotto, affiancati dall'alta qualità delle materie prime e dei prodotti realizzati».

I NUMERI

La provincia di Padova vanta ben 6.311 aziende artigiane con oltre 23.000 addetti, operanti in 47 settori diversi, tra cui specialità alimentari, oggettistica, abbigliamento, prodotti per la casa e giocattoli.

Questa ricchezza di produzioni locali, oltre a sostenere l'economia locale, risponde alla crescente domanda di prodotti artigianali.

Le esportazioni del made in Padova nel settore alimentare e delle bevande registrano anch'esse una crescita significativa, con un aumento del 12,2% nel primo semestre del 2023.

Questo successo è attribuito da Confartigianato alla presenza diffusa di micro e piccole imprese, con 1.184 aziende artigiane attive in questo settore.

L'ANALISI

Gianluca Dall'Aglio commenta: «Questo risultato è il frutto del duro lavoro e della dedizione dei nostri artigiani, che hanno sempre puntato sulla qualità dei prodotti, contribuendo in modo determinante alla diffusione del made in Italy».

La capacità di adattamento e la flessibilità delle imprese padovane emergono come fattori chiave nel confronto con i mercati globali. Nonostante le sfide globali, non solo il "made in italy", ma specialmente il "made in Padova" continua a conquistare terreno oltre i confini nazionali, consolidando la reputazione di eccellenza e autenticità dei prodotti locali artigianali.

Con questa tendenza in crescita, le festività natalizie del 2023 rappresentano non solo un'opportunità di gioia e celebrazione, ma anche un momento in cui il valore dell'artigianato locale si afferma sempre di più e si definisce in un regalo particolare che vuole distaccarsi dai prodotti industriali, che riesce a conquistare il cuore degli acquirenti sia a livello locale che internazionale.

Marina Lucchin

© riproduzione riservata

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

IL GAZZETTINO PADOVA
Quotidiano - Dir. Resp.: Roberto Papetti
Tiratura: N.D. Diffusione: 4716 Lettori: 63000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Le spese di Natale nei negozi artigiani

01948 01948

384
La spesa dei padovani a dicembre per regali e cenoni

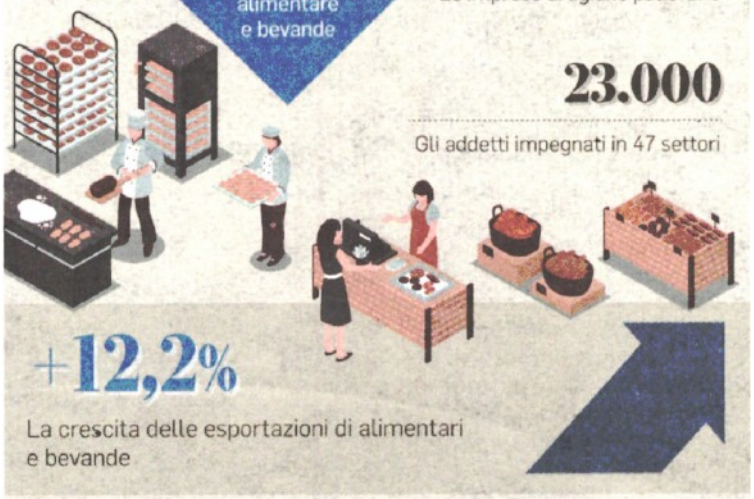
Gianluca Dall'Aglio
Presidente di confartigianato padova

Dati in milioni di euro

237
Dedicati ad alimentare e bevande

6.311
Le imprese artigiane padovane

23.000
Gli addetti impegnati in 47 settori



+12,2%
La crescita delle esportazioni di alimentari e bevande

Le spese si dividono tra:

- **Specialità alimentari**
- **Prodotti per la casa**
- **Oggettistica**
- **Giocattoli**
- **Abbigliamento**

Fonte: Confartigianato

Withub

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

16-DIC-2023
da pag. 16 / foglio 1

il Cittadino
QUOTIDIANO DEL LODIGIANO E DEL SUDMILANO
Quotidiano - Dir. Resp.: Lorenzo Rinaldi
Tiratura: N.D. Diffusione: 16800 Lettori: 101000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

LE SPESE DEGLI ITALIANI L'associazione rilancia anche quest'anno la sua iniziativa promozionale ribattezzata "Acquistiamo locale"

Confartigianato, la campagna natalizia a sostegno delle imprese del territorio

Un grande cuore natalizio con dentro l'Italia per invitare tutti ad acquistare locale. Arriva anche nel Lodigiano la campagna nazionale di Confartigianato Imprese per acquistare locale, valorizzare il territorio, sostenere le nostre imprese.

La spesa degli italiani sotto le feste di Natale raggiungerà il valore di 24,4 miliardi di euro, il 28,3 per cento in più della media annuale. Due terzi degli acquisti, 15,9 miliardi, saranno dedicati ad alimentari e bevande secondo la previsione elaborata da Confartigianato, secondo la quale nei consumi natalizi del 2023 spiccheranno quelli che puntano sulla tipicità, sull'identità territoriale, sull'unicità e qualità di prodotti e servizi, tutte caratteristiche che si ritrovano nell'offerta artigianale. In particolare alimentare e bevande sono sostenute da un forte export, che nella provincia di Lodi vale 587 milioni l'anno e che nel primo semestre 2023 segna una crescita tendenziale di +11,7 per cento

A livello nazionale sono coinvolte in questo movimento 311mila aziende artigiane con 882mila addetti che operano in 47 settori, dalle specialità alimentari all'oggettistica, dall'abbigliamento ai prodotti per la casa fino ai giocattoli. Secondo Confartigianato, «a spingere l'acquisto di prodotti artigiani è la sempre più diffusa attenzione alla qualità, all'unicità e alla sostenibilità di prodotti su misura, personalizzati, tipici del territorio, a basso impatto sull'ambiente». Per questo l'associazione rilancia anche quest'anno la sua campagna promozionale "Acquistiamo locale" per spingere i consumatori verso regali che esprimano «il valore artigiano del Made In Italy, la nostra cultura imprenditoriale, il gusto per il bello, il buono e il ben fatto dei tanti, diversi territori del nostro Paese». La campagna parte anche nel Lodigiano proprio in questi giorni. «Al di là della misurabilità della nostra azione, che non può avere riscontri certi, è un'iniziativa doverosa per il valore economico, imprenditoriale e sociale delle tante vetrine delle città e dei nostri paesi – dichiara Sabrina Baronio, presidente di Confartigianato Imprese della provincia di Lodi -. Quando si spegne la luce di una vetrina commerciale o artigianale, tutta la comunità va in sofferenza perché senza botteghe un paese è più povero in tanti aspetti. Io vedo però un risveglio della volontà da parte dei consumatori, una diversa attenzione alla qualità e all'eccellenza, che solo le nostre botteghe possono dare». ■

Andrea Bagatta

La presidente Sabrina Baronio

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

16-DIC-2023
da pag. 30 / foglio 1

il mattino di Padova

Quotidiano - Dir. Resp.: Luca Ubaldeschi
Tiratura: 14024 Diffusione: 10926 Lettori: 176000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

CONFARTIGIANATO

01948

«Con le feste si impennano le spese per la tavola»

Le feste di Natale fanno impennare la spesa dei padovani che quest'anno, a dicembre, raggiungerà il valore di 384 milioni di euro: ad attestarlo Confartigianato, secondo cui quasi due terzi degli acquisti, pari a 237 milioni, saranno dedicati ad alimentari e bevande. Nei consumi natalizi spiccheranno quelli che puntano sulla tipicità, sull'identità territoriale, sull'unicità e qualità di prodotti e servizi. Un trend che coinvolge, in provincia, 6.311 aziende artigiane con oltre 23 mila addetti che operano in 47 settori, dalle specialità alimentari all'oggettistica, dall'abbigliamento ai prodotti per la casa fino ai giocattoli.

Secondo Confartigianato, a spingere l'acquisto di prodotti artigiani è la sempre più diffusa attenzione alla qualità, all'unicità e alla sostenibilità di prodotti personalizzati, tipici del territorio e a basso impatto sull'ambiente. «Una maggiore ricerca di qualità e sostenibilità» conferma il presidente Gianluca Dall'Aglio, «spingono sempre di più all'acquisto di prodotti artigiani». —

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

GAZZETTA DI MODENA

15-DIC-2023
da pag. 11 / foglio 1

Quotidiano - Dir. Resp.: Cristiano Meoni
Tiratura: 6411 Diffusione: 5280 Lettori: 86000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

In Emilia i prezzi della slitta crescono di meno L'appello della Licom: «Acquistate nei negozi»

Il centro studi di Confartigianato registra una controtendenza rispetto a Italia e Europa

«Sostenere le attività locali acquistando prodotti da negozi di prossimità è un atto d'amore verso il proprio territorio, gli imprenditori e la comunità tutta. In questo modo si contribuisce a mantenere vive le piccole imprese che sono il cuore pulsante della nostra economia locale».

Cinzia Ligabue, presidente Licom Lapam Confartigianato, a poche settimane dal Natale rimarca ancora una volta l'importanza di effettuare compere per i regali natalizi prediligendo il negozio di vicinato, dove è possibile toccare con mano la merce, provarla, vederla e scegliere qualcosa che si è certi rispecchi i propri gusti e quelli dei destinatari. Come dimostrato da una recente indagine dell'ufficio studi Lapam Confartigianato, in Emilia-Romagna Babbo Natale è più fortunato, perché i prezzi della slitta crescono meno della media nazionale, che fa registrare un +4,8%, e persino dell'Eurozona, la quale registra un +5,2%.

Inoltre, a dicembre ammonta a circa due miliardi di euro la spesa delle famiglie emiliano-romagnole per prodotti e servizi maggiormente selezionati come regalo per le festività. Vanno per la maggiore prodotti alimentari e bevande, moda e gioielleria, mobili, tessili per la casa, cristalleria, stoviglie e attrezzature domestiche, utensili e oggetti per casa e giardino, giochi, articoli sportivi, libri e servizi di cura della persona.

«I negozi fisici – conclude Ligabue – offrono un'esperienza unica e fare acquisti nei negozi locali non è solo uno scambio commerciale, ma un atto di solidarietà. Spesso all'interno di queste attività sono esposti prodotti unici e artigianali: acquistando locale si sostengono la creatività e l'originalità, regalando qualcosa di veramente speciale. Durante il periodo natalizio poi, con vetrine decorate, musica festiva, addobbi e un personale caloroso e accogliente, i negozi di prossimità abbelliscono pure le vie del proprio paese, aggiungendo anche un tocco speciale mentre si è alla ricerca dei regali perfetti da consegnare in occasione di queste festività. Scegliere i negozi fisici significa anche ridurre l'impatto ambientale legato alle spedizioni, evitando così l'eccessivo imballaggio e le lunghe distanze per il trasporto e contribuendo in modo estremamente significativo a un Natale sempre più sostenibile». ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

15-DIC-2023
da pag. 2 / foglio 1 / 5

IL GIORNO
Monza Brianza

Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: N.D. Diffusione: 3926 Lettori: 26000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

LE BOTTEGHE DELLA TRADIZIONE

GLI ARTIGIANI DEL NATALE

Bertolini e Calderola all'interno

Dalla Pasticceria Zoia di Concorezzo allo scultore del cioccolato nel laboratorio a Monza
La creatività dei piccoli produttori per i dolci delle feste si sbizzarrisce anche con birra e caffè

Le botteghe del Natale
La Brianza artigiana «Le nostre tradizioni condite di creatività»

Sono 17 le piccole imprese che "sfornano" sorprese da mettere in tavola
Online la mappa dell'associazione di categoria per difendere i prodotti locali

di **Cristina Bertolini**
MONZA

Panettoni dolci e gastronomici, birra, biscotti, tronchetti natalizi. La Brianza è terra di artigiani del Natale, con 17 botteghe tra le 27 attive tra le province di Milano e Monza. Una mappa dei produttori dei "regali golosi" messa a disposizione da Apa Confartigianato. A Monza ci sono Pasticceria Moderno, La Ferrea, Pasticceria Luzzara, Bar pasticceria artigianale Nava; a Nova, Il Fornaio di Galilei (via Galilei 6); a Lissone, Pasticceria Sala (via Manzoni); a Desio, "Vivi il dolce" di Viviana Limonta (via Tagliabue); a Lissone, Pasticceria San Rocco (via Settembrini); a Biassono, Pasticceria caffetteria Fossati (via Cesana e Villa); a Bernareggio, Ninni's cake; a Seregno, Panificio Giraldo (via Fermi), Pasticceria Santa Valeria (via Santa Valeria), Arte del dolce di Silvio Corbetta (via Monti); a Carate, Dolce Brianza (via Milano); Birra Gaia (via Vergani); a Cesano Maderno Piccolo forno di Bertin (via Monte Rosa); a Seveso Torrefazione Il Griso

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

IL GIORNO
Monza Brianza
Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: N.D. Diffusione: 3926 Lettori: 26000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

(via Tommaseo). La mappa è consultabile sul sito www.apaconfartiginato.it: cliccando sulle icone con il panettoncino, gli utenti potranno scoprire le botteghe artigiane che hanno aderito all'iniziativa ed essere rindirizzati alle rispettive pagine internet. La piattaforma è costruita anche con un link diretto a mappe, per permettere di impostare rapidamente il tragitto più breve per arrivare.

Le proposte sono numerose: si va dal classico panettone artigianale, fino a pandori, dolci ripieni, panettoni salati, ma c'è spazio anche per prodotti speciali come birre, caffè e vini natalizi. Nella mappa i territori di Monza e Brianza e Milano su cui opera Apa Confartigianato, l'associazione di rappresentanza della micro, piccola e media impresa aderente a Confartigianato Imprese. «Nel settore del food un prodotto di qualità si riconosce immediatamente – commenta Tatiana Moreschi, presidente degli alimentaristi di Apa Confartigianato –. Le feste sono l'occasione per portare sulla nostra tavola prodotti ben fatti, preparati a regola d'arte, in grado di far emergere le materie prime di qualità. Aderiamo come imprenditori con piacere a questa iniziativa e invito tutta la categoria che rappresento a fare lo stesso: è un buon modo per mettersi in vetrina e anche dare valore al nostro lavoro, fatto di cura, passione, sostenibilità e ricerca».

La campagna "Natale Artigiano" si inserisce nel solco delle attività di "Acquistiamo locale", che invita a regalare e a regalarsi doni che esprimono il valore artigiano made in Italy. Secondo la previsione elaborata da Confartigianato Imprese le feste di Natale faranno impennare la spesa. Fra i consumi natalizi spiccheranno quelli che puntano sulla tipicità, sull'identità territoriale, sull'unicità e qualità di prodotti e servizi. A livello regionale, Confartigianato stima che si spenderà di più in acquisti natalizi in Lombardia con 4,3 miliardi di euro (17,5% del totale nazionale).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ricetta di valore

IN VETRINA

«L'ingrediente della qualità»
Tatiana Moreschi

«Le feste sono l'occasione per portare sulla nostra tavola prodotti fatti a regola d'arte con materie prime di qualità»

Torrefazione Il Griso

Il caffè di Santa Claus

SEVESO

Dal caffè al liquore, dai biscotti alla marmellata: le proposte natalizie della Torrefazione Il Griso di Seveso vanno oltre il panettone. Tutte comunque nate dalla collaborazione con pasticcieri e produttori a chilometro zero. L'azienda nasce e rimane una torrefazione di caffè, rilevata nel 1991 da Claudia Balzan ***(nella foto sopra)*** a cui l'anno successivo si è unito Antonio Biscotti. «Tostiamo il caffè – racconta Claudia – e negli anni abbiamo pensato a produrre dolci e liquori a base di caffè». Per questo da 5 anni è nato il panettone al caffè con Alessandro Masia della scuola di Alma. Nel 2018 la Torrefazione Il Griso ha vinto la medaglia d'oro per la miglior miscela di caffè la "Storica 1991 100% arabica". Ora il caffè premiato è diventato ingrediente per la pallina al cioccolato fondente con liquore al caffè; non potevano mancare i biscotti al caffè e la marmellata di mele con l'espresso, chiamata "Apple coffee" e prodotta a quattro mani con un'azienda toscana. Claudia è esperta anche di cioccolato. Per le sue creazioni usa spesso cioccolato peruviano fondente all'80%. «È molto divertente anche la creazione dei prodotti – spiega –, con le aziende nostre partner facciamo diverse prove, fino a che non siamo soddisfatti. Ciascuno porta la sua competenza ed esperienza, per prodotti sempre più innovativi e di alta qualità». La dolcezza del cioccolato e dei dolci si coniuga con la delicatezza dell'impegno sociale. Ed è così che Claudia e Antonio collaborano con la sede di Besana dell'associazione Iride di Monza, oltre che con "I dolci di Ivan", di Briosco, per la produzione di panettoni con aggiunta di caffè in polvere.

I ragazzi dell'Iride hanno preso parte ad alcune fasi della lavorazione e si sono occupati dell'etichettatura. Collaborazioni anche con "Apicultura Dell'Orto" di Besana per il miele a chilometro zero e Marco Colzani, maitre chocolatier di Carate Brianza. Claudia e Antonio sono assaggiatori qualificati di caffè e trainer per Espresso italiano, quindi hanno offerto lezioni sensoriali ai ragazzi dell'Iride, per aiutarli a valorizzare gusto e olfatto.

C.B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

IL GIORNO
Monza Brianza
Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: N.D. Diffusione: 3926 Lettori: 26000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Lavoro di cesello

Luca e le sculture di cioccolato

Con i fratelli Marco e Laura guida l'azienda di famiglia
«Amore e sacrifici, ho rubato il mestiere dai più bravi»

Luca Nava da 27 anni gestisce la pasticceria di famiglia tra dolci della tradizione e opere d'arte di cioccolato

MONZA

Fa il pasticciere da una vita Silvio Corbetta. Mezzo secolo di esperienza con l'Arte del dolce, l'azienda a conduzione familiare aperta a Seregno con la moglie Daniela e la figlia Giorgia. Per Natale i clienti brianzoli chiedono prima di tutto il panettone tradizionale, poi le novità ai frutti di bosco, al pistacchio e ai marron glacé. Nei giorni che precedono la vigilia vanno anche i panettoni farciti, poi spazio alla fantasia nelle decorazioni. Ogni panettone, dal primo impasto alla confezione, richiede tre giorni di lavoro e non si possono saltare passaggi, altrimenti il dolce non viene. Il mastro pasticcere coccola il suo capolavoro al caldo a 27 gradi per favorire la lievitazione. In alternativa al panettone, "Arte del dolce" fa anche i Tronchetti di Natale, una speciale formulazione di pan di Spagna arrotolabile con crema ganasse o crema al burro e cioccolato. Per la vigilia di Natale è molto richiesto il panettone gastronomico, con pasta di pane tipo pan carré, farcito con salumi o pesce. «Il nostro lavoro è sacrificio – dice Corbetta –, non ci sono domeniche, Pasqua e mattina di Natale, ma ti regala una grande soddisfazione. Chi entra da noi sa che andrà a fare festa e ci rende in qualche modo partecipi della sua gioia». Specialista di panettoni anche Luca Nava, pasticciere monzese che oltre al classico, si sbizzarrisce aggiungendo gocce di cioccolato, noci o pistacchio. Ma la sua arte è nelle sculture di cioccolato: alberi di Natale, renne, Santa Claus sono i temi più gettonati per regali golosi. «I cesti natalizi sono superati – racconta –: molti regali vengono riciclati, ma il regalo di cioccolato non si ricicla mai e ti ricorda la persona che te lo ha donato». Anche Pasticceria Nava è un'azienda familiare da 27 anni, gestita dai tre fratelli Luca, Marco e Laura. «Il lievito madre per il panettone – dice Luca – si custodisce di anno in anno e si tramanda da generazioni». Luca Nava ha imparato a bottega tra Milano e Monza: «Il mestiere va rubato ai più bravi. Ci vuole amore, passione, pazienza e fantasia. Passano i decenni, procede a passo spedito l'era digitale, ma il tocco del pasticciere è insostituibile. Prendiamo ad esempio un cannoncino: viene manipolato 7- 8 volte, al tatto capisci se il prodotto ha la giusta consistenza ed elasticità. Chi si avvicina all'arte del pasticciere, o smette subito o rimane per passione. I giovani hanno voglia che qualcuno li segua e li aiuti a crescere».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Achille Zoia ha iniziato oltre 70 anni fa come garzone da Biffi a Milano Nel tempo è diventato un'istituzione nella pasticceria

Tocco di classe

Achille Zoia il Re Panettone

A 87 anni è ancora l'anima del suo laboratorio
«L'impasto Paradiso è stato una rivoluzione»

CONCOREZZO

Stampi e impasti sono stati la sua vita. Ci ha lavorato in mezzo per più di 70 anni e ancora adesso che ha superato il traguardo delle 87 primavere ogni giorno, in bottega, ci mette il tocco di classe che fa la differenza. Achille Zoia è l'artigiano del Natale con la maiuscola. Il Maestro che più di 40 anni fa ha creato il Panettone Paradiso, base, un lievitato nuovo che ha portato la sua Boutique del dolce, a Concorezzo, al successo. Tappa fissa per golosi dal palato fine che arrivano da vicino e da lontano, due clienti francesi hanno appena acquistato il dolce di persona, quando il re dei pasticcieri spunta da dietro al bancone. «E pensare che è nato tutto da un problema – racconta il fondatore –: negli anni Ottanta c'era un salumiere di fronte a noi che vendeva panettoni industriali e il nostro milanese rimaneva in vetrina. Ho raccolto la sfida e creato la novità che ha fatto la differenza: la nostra pasta ha segnato un prima e un dopo nel settore. E da allora tutti vogliono il panettone fatto in casa». Nulla qui è cambiato, «tranne lo sbarco in rete» grazie alla nipote Erika, 25 anni, quarta generazione della griffe dolciaria più famosa della Brianza. Anche la conduzione è rimasta familiare, ci sono i figli, Monica alle vendite e agli allestimenti, Bruno accanto al papà, come il genero Stefano. «È sua la creazione che va forte quest'anno: il panettone ai pistacchi e cioccolato bianco», conferma il Maestro, due anni fa incoronato Re Panettone alla famosa competizione nazionale, dopo aver ricevuto l'oscar alla carriera da Iginio Massari. A casa Zoia le ricette contano fino a un certo punto: «Non ho segreti, ai miei allievi ho insegnato tutto quel che so, quel che conta è la passione». Dietro a ogni infornata c'è la ricerca maniacale delle materie prime «senza le quali non si può arrivare al risultato», dalle noci di Sorrento, al miele piemontese, alle mandorle della Puglia. «E poi lo studio, ai giovani dico di non smettere mai di imparare, la tecnologia corre molto più velocemente di quanto non fosse per noi, bisogna stare al passo e affiancarsi a professionisti laureati». Zoia è un marchio di qualità. Con quella nostalgia degli inizi che con un'alchimia che solo lui conosce mette dentro ogni cioccolatino, ventaglietto di sfoglia con lo zucchero, «il mio preferito», e panettone. «Ero 'garzoncino', da Biffi, a Milano. Tappa fissa dei 'sciuri', la domenica mattina». Con i suoi dolci Achille ha regalato un tocco di glamour a tutti. Forse questo è il suo merito più grande.

Barbara Calderola

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

IL GIORNO
Monza Brianza
Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: N.D. Diffusione: 3926 Lettori: 26000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

L'inclusione nel bicchiere

01948

Un brindisi con la birra "speciale"

01948

MONZA

Al birrificio Alma di Monza la birra acquista il sapore del Natale. «In questo periodo – spiega Alberto Moreo, titolare dell'azienda con Davide Montrasio – proponiamo la birra di Natale. È una preparazione ad alto grado alcolico, adatto a un periodo freddo, molto speziata con cannella, cardamomo, zenzero e scorza di arancia dolce. Ma è il malto tostato che dà l'aroma simile a liquirizia e cacao. Una birra che può essere conservata da 2 a 5 anni, per una degustazione in occasioni speciali, magari da un Natale all'altro». Ne sono stati prodotti circa 250 litri, tra fusti per la spillatura diretta e bottiglie. Disponibili anche al pub di via Pasubio dove sono anche coinvolti i ragazzi disabili della Rete Tiki Taka. Gli antichi stabilimenti dimessi della Simmenthal, con il loro gusto minimalista industriale acquistano un'aria di laboriosità chic, sotto la gestione di Simone Monzo, esperto di street food. L'apertura è andata sold out con centinaia di appassionati della birra e curiosi che hanno affollato il locale e le vie intorno, per assaggiare le birre Clara (la birra inglese semplice e delicata), Honolulu (da luppoli americani e neozelandesi), Nebula (lavorazione di origine Belga) e Straripa (inglese, Fruttata ma anche erbacea e leggermente terrosa) le specialità della casa. «Stiamo ipotizzando di fare i "giovedì inclusivi" – anticipa Alberto –, serate in cui ci saranno al banco giovani disabili che potranno cimentarsi con il lavoro in una vera birreria». Si tratta di un altro progetto messo a segno dalla Rete Tiki Taka per far fare pratica ai ragazzi con disabilità in un contesto lavorativo a tutti gli effetti.

C.B.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

IL GIORNO
Monza Brianza
Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: N.D. Diffusione: 3926 Lettori: 26000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

15-DIC-2023
da pag. 10 / foglio 1

La Provincia di Lecco

Quotidiano - Dir. Resp.: Diego Minonzio
Tiratura: N.D. Diffusione: 2306 Lettori: 26000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

La campagna per gli acquisti locali «Duemila imprese coinvolte»

I numeri

Al Lecco la spesa prevista per i regali di Natale sarà di 94 milioni sui prodotti artigianali

Bellezza, tradizione e innovazione rappresentano il valore artigiano del regalo di Natale. A Lecco è prevista una spesa di 94 milioni di euro, intercettabile da duemila imprese artigiane.

"Acquistiamo locale" è il claim della campagna lanciata da Confartigianato Imprese a livello nazionale, con l'obiettivo di valorizzare il territorio e sostenere le imprese artigiane. «I prodotti e servizi offerti dalle imprese artigiane italiane sono caratterizzati da una artigianalità basata sul valore del lavoro, sull'ascolto del cliente e sulla personalizzazione del prodotto, a cui si associa l'alta qualità delle materie prime e dei prodotti realizzati.- sottolinea Ilaria Bonacina, presidente di Confartigianato Imprese Lecco - In molte realizzazioni trova una sintesi la cultura secolare della manifattura artistica e della rielaborazione dei materiali. Lavorazioni a regola d'arte caratterizzano prodotti ad alta creatività, innovazione e originalità. I prodotti e servizi dell'artigianato sono focalizzati sulla domanda di prossimità, grazie alla profonda conoscenza del mercato del locale da parte degli imprenditori. Scegliere prodotti e servizi realizzati da imprese artigiane e micro piccole imprese locali vuol dire sostenere non solo l'imprenditore e i suoi dipendenti, e quindi le loro famiglie, ma anche contribuire alla trasmissione della cultura cristallizzata nel sapere artigiano nonché al benessere della comunità, garantendo sia la remunerazione del lavoro e dei fattori produttivi locali che il gettito fiscale necessario per sostenere il sistema di welfare».

A novembre 2023 la fiducia dei consumatori è tornata a salire mentre è scesa l'inflazione. I prezzi del "carrello della spesa" sono in aumento del 6,1%, ma crescono meno (+4,8% a ottobre) quelli della "slitta di Babbo Natale", un paniere elaborato da Confartigianato composto da beni alimentari e bevande, oggetto di consumo nei momenti conviviali delle festività natalizie, da un ampio ventaglio di prodotti che possono essere regalati durate le festività e dai i servizi di ristorazione e alloggio, regalati o fruiti durante le vacanze natalizie.

In Lombardia Babbo Natale è più fortunato con prezzi della slitta che crescono meno (+4,4%) della media nazionale (+4,8%) e dell'Eurozona (+5,2%). Questo vale per 9 province su 12 visto che per tre di loro si osservano prezzi più alti, anche della media nazionale: Lodi (+5,1%), Milano (+4,8%) e Varese (+4,8%). Lecco arriva subito dopo, con un aumento di 4,7 punti. Le festività legate al Natale modificano notevolmente le abitudini di spesa dei consumatori: a dicembre il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale. In chiave provinciale, la spesa delle famiglie a dicembre supera mezzo miliardo di euro a Milano (1.474 milioni di euro) e a Brescia (521 milioni di euro). Segue Bergamo con una spesa di 452 milioni, Varese con 371, Monza e Brianza con 364, Como con 251, Pavia con 235, Mantova con 165, Cremona con 147, Lecco con 139, Lodi con 94 e Sondrio con 76.

Sono 51mila le imprese artigiane attive operanti in 47 settori in cui si realizzano prodotti artigianali e si offrono servizi di qualità che possono essere regalati in occasione del Natale, pari al 26,2% delle imprese artigiane italiane. Per quanto riguarda Lecco, si contano 1.993 imprese (26,8% sul totale dell'artigianato), per 6.285 addetti (31,4%).

G.Col.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Regali natalizi, successo per i prodotti artigianali

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

PROVINCIA ED. SONDRIO

15-DIC-2023
da pag. 10 / foglio 1

Quotidiano - Dir. Resp.: Diego Minonzio
Tiratura: N.D. Diffusione: 2055 Lettori: 51000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

La campagna per gli acquisti locali «Duemila imprese coinvolte»

I numeri

Al Lecco la spesa prevista per i regali di Natale sarà di 94 milioni sui prodotti artigianali

Bellezza, tradizione e innovazione rappresentano il valore artigiano del regalo di Natale. A Lecco è prevista una spesa di 94 milioni di euro, intercettabile da duemila imprese artigiane.

"Acquistiamo locale" è il claim della campagna lanciata da Confartigianato Imprese a livello nazionale, con l'obiettivo di valorizzare il territorio e sostenere le imprese artigiane. «I prodotti e servizi offerti dalle imprese artigiane italiane sono caratterizzati da una artigianalità basata sul valore del lavoro, sull'ascolto del cliente e sulla personalizzazione del prodotto, a cui si associa l'alta qualità delle materie prime e dei prodotti realizzati.- sottolinea Ilaria Bonacina, presidente di Confartigianato Imprese Lecco - In molte realizzazioni trova una sintesi la cultura secolare della manifattura artistica e della rielaborazione dei materiali. Lavorazioni a regola d'arte caratterizzano prodotti ad alta creatività, innovazione e originalità. I prodotti e servizi dell'artigianato sono focalizzati sulla domanda di prossimità, grazie alla profonda conoscenza del mercato del locale da parte degli imprenditori. Scegliere prodotti e servizi realizzati da imprese artigiane e micro piccole imprese locali vuol dire sostenere non solo l'imprenditore e i suoi dipendenti, e quindi le loro famiglie, ma anche contribuire alla trasmissione della cultura cristallizzata nel sapere artigiano nonché al benessere della comunità, garantendo sia la remunerazione del lavoro e dei fattori produttivi locali che il gettito fiscale necessario per sostenere il sistema di welfare».

A novembre 2023 la fiducia dei consumatori è tornata a salire mentre è scesa l'inflazione. I prezzi del "carrello della spesa" sono in aumento del 6,1%, ma crescono meno (+4,8% a ottobre) quelli della "slitta di Babbo Natale", un paniere elaborato da Confartigianato composto da beni alimentari e bevande, oggetto di consumo nei momenti conviviali delle festività natalizie, da un ampio ventaglio di prodotti che possono essere regalati durate le festività e dai i servizi di ristorazione e alloggio, regalati o fruiti durante le vacanze natalizie.

In Lombardia Babbo Natale è più fortunato con prezzi della slitta che crescono meno (+4,4%) della media nazionale (+4,8%) e dell'Eurozona (+5,2%). Questo vale per 9 province su 12 visto che per tre di loro si osservano prezzi più alti, anche della media nazionale: Lodi (+5,1%), Milano (+4,8%) e Varese (+4,8%). Lecco arriva subito dopo, con un aumento di 4,7 punti. Le festività legate al Natale modificano notevolmente le abitudini di spesa dei consumatori: a dicembre il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale. In chiave provinciale, la spesa delle famiglie a dicembre supera mezzo miliardo di euro a Milano (1.474 milioni di euro) e a Brescia (521 milioni di euro). Segue Bergamo con una spesa di 452 milioni, Varese con 371, Monza e Brianza con 364, Como con 251, Pavia con 235, Mantova con 165, Cremona con 147, Lecco con 139, Lodi con 94 e Sondrio con 76.

Sono 51mila le imprese artigiane attive operanti in 47 settori in cui si realizzano prodotti artigianali e si offrono servizi di qualità che possono essere regalati in occasione del Natale, pari al 26,2% delle imprese artigiane italiane. Per quanto riguarda Lecco, si contano 1.993 imprese (26,8% sul totale dell'artigianato), per 6.285 addetti (31,4%).

G.Col.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Regali natalizi, successo per i prodotti artigianali

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

15-DIC-2023
da pag. 23 / foglio 1

il Resto del Carlino MODENA
Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: N.D. Diffusione: 4885 Lettori: 51000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Da noi "frena" la slitta di Babbo Natale

Inflazione in Emilia Romagna è sotto la media dell'Eurozona

Una recente indagine dell'ufficio studi Lapam Confartigianato, ha confermato che in Emilia-Romagna Babbo Natale è più fortunato perché i prezzi della slitta crescono meno della media nazionale, che fa registrare un +4,8%, e persino dell'Eurozona, la quale registra invece un +5,2%. Sempre secondo questa indagine, a dicembre ammonta a circa 2 miliardi di euro la spesa delle famiglie emiliano-romagnole per prodotti e servizi maggiormente selezionati come regalo per le festività. Vanno per la maggiore prodotti alimentari e bevande, moda e gioielleria, mobili, tessili per la casa, cristalleria, stoviglie e attrezzature domestiche, utensili e oggetti per casa e giardino, giochi, articoli sportivi, libri e servizi di cura della persona. Alla luce di questa analisi, la presidente Cinzia Ligabue torna a ribadire l'importanza di scegliere i negozi di prossimità per i propri acquisti natalizi: «fare acquisti nei negozi locali non è solo uno scambio commerciale, ma un atto di solidarietà».

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

14-DIC-2023
da pag. 22 / foglio 1 / 2

IL GIORNALE DI VICENZA
Quotidiano - Dir. Resp.: Marino Smiderle
Tiratura: 19305 Diffusione: 17350 Lettori: 159000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Lo studio

Dai brindisi ai cenoni di Natale Nel Vicentino le feste costano 351 milioni

• L'analisi di Confartigianato evidenzia come la fiducia dei consumatori sia tornata a salire dopo mesi

CLAUDIA MILANI VICENZI
claudia.milani@ilgiornaledivicenza.it

Una tavola imbandita all'insegna di leccornie e prodotti tipici. È quella che ci si appresta a preparare per le festività natalizie e che, secondo i dati dell'Ufficio studi di Confartigianato, costerà ai vicentini 216 milioni di euro. Una cifra che si riferisce a cibo e bevande e che salirà a 351 milioni se si considerano altri prodotti e servizi tipici del Natale. Numeri che rivelano subito una prima, importante novità: la fiducia dei consumatori a novembre 2023 è tornata a salire, dopo quattro mesi consecutivi di flessione; nello stesso tempo l'inflazione è scesa e nel terzo trimestre del 2023 i consumi delle famiglie hanno ripreso a crescere, pur sempre con attenzione e cautela.

I prezzi della "slitta di Babbo Natale", paniere composto da beni e servizi oggetto di consumo durante le festività o che possono essere regalati in occasione del Natale e della Befana a ottobre 2023 risultavano in aumento del +5,5% rispetto ad un anno fa, variazione superiore alla media nazionale (+4,8%) e a quella regionale (+4,9%). «Siamo pur sempre sotto all'inflazione del complessivo carrello della spesa che a livello nazionale cresce del +6,1% - precisa Cristian Veller, vice presidente di Confartigianato Imprese Vicenza con delega ai Sistemi e Mestieri -. I nostri artigiani in un anno hanno dovuto scontare aumenti delle materie prime, delle forniture energetiche e l'inflazione. Parte di questi in una prima fase sono stati assorbiti in qualche modo dalle imprese, ora qualche adeguamento c'è stato pur sempre avendo l'accortezza di trovare il giusto equilibro per non allontanare i clienti».

Per quanto riguarda l'acquisto di prodotti tipici natalizi ad essere coinvolte a livello provinciale saranno 969 imprese artigiane dei settori alimentare, bevande e ristorazione (pari all'1,4% delle imprese totali dell'economia italiana e al 4,6% dell'artigianato nazionale) che occupano 5.104 addetti (pari all'1,6% degli addetti totali dell'economia italiana e al 7,5% degli addetti dell'artigianato nazionale).

Buone anche le prospettive export dei due settori: i "pacchi" del Made in Vicenza che prendono la strada verso l'estero hanno infatti un valore che si aggira su 1,26 miliardi di euro (ultimi 12 mesi ad giugno 2023), pari al 17,7% delle esportazioni manifatturiere e 4,9% del valore aggiunto. Inoltre, nella prima metà del 2023 le esportazioni vicentine di alimentari e bevande sono cresciute del 15,3%, variazione quasi doppia rispetto a quella registrata a livello nazionale (8,7%).

Se a farla da padrone sono i consumi alimentari, altre proposte artigianali finiscono sotto l'albero, per un totale di consumi intercettabili dalle 6.392 imprese artigiane presenti sul territorio, che operano in 47 diversi settori e danno lavoro a 25.293 addetti. In pratica una realtà che rappresenta oltre un terzo (37,1%) dell'artigianato vicentino e che pone Vicenza al primo posto in Veneto per numero di imprese artigiane e addetti.

Un esempio, della varietà del mondo artigiano, e del prodotto "su misura", è "Regala un'esperienza". Proposta da ViArt, il portale di Confartigianato Imprese Vicenza per la promozione dell'artigianato artistico e alimentare vicentino, l'iniziativa permette agli utenti di diventare "artigiani per un giorno" grazie a pacchetti di esperienze o laboratori che si svolgeranno proprio nelle botteghe, a contatto con gli artigiani. Un dono unico sia per tipologia e sia perché ogni esperienza, è frutto di un'alchimia che nasce tra partecipanti e artigiano. Non è l'unica iniziativa: Confartigianato rilancia la campagna #Acquistiamo locale: «Scegliere prodotti locali vuol dire conoscerne le provenienza, valorizzare il Made in Italy e contribuire all'economia dei territori».

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

IL GIORNALE DI VICENZA
Quotidiano - Dir. Resp.: Marino Smiderle
Tiratura: 19305 Diffusione: 17350 Lettori: 159000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

La spesa di Natale I vicentini spenderanno 351 milioni di euro di cui 216 per alimenti e bevande. FOTO ARCHIVIO

Cibo e bevande

La spesa in città e provincia sarà di 216 milioni
Saranno coinvolte complessivamente 969 imprese artigiane

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

14-DIC-2023
da pag. 15 / foglio 1

L'UNIONE SARDA

Quotidiano - Dir. Resp.: Emanuele Dessì
Tiratura: 27950 Diffusione: 28053 Lettori: 188000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Consumi. L'analisi: premiati gli esercizi di prossimità e i prodotti di micro-piccole imprese

Babbo Natale sardo, slitta da 700 milioni

Paniere Confartigianato: due terzi degli acquisti di dicembre per enogastronomia

01948 01948

Secondo il paniere natalizio elaborato dall'Ufficio Studi di Confartigianato Imprese Sardegna, su dati Istat e UnionCamere, composto da beni alimentari e bevande, merci di consumo conviviali, un ampio ventaglio di prodotti che possono essere regalati durante le festività e servizi di ristorazione e alloggio, regalati o fruiti durante le vacanze natalizie, due terzi del valore totale di 685 milioni di euro (il 67,7%) è costituito dalla spesa per prodotti alimentari e bevande, pari a 464 milioni.

Tipicità e qualità

Come è consuetudine primeggiano gli acquisti che puntano sulla tipicità e sulla qualità di prodotti e servizi. «I dati dimostrano come i consumatori preferiscano acquistare prodotti e servizi realizzati da artigiani e micro-piccole imprese locali - commentano Maria Amelia Lai e Daniele Serra, presidente e segretario di Confartigianato Imprese Sardegna - Scegliere prodotti e servizi realizzati da queste piccole realtà vuol dire sostenere non solo l'imprenditore e i suoi dipendenti, e quindi le loro famiglie, ma anche contribuire alla trasmissione della cultura cristallizzata nel sapere artigiano nonché al benessere della comunità, garantendo sia la remunerazione del lavoro e dei fattori produttivi locali sia il gettito fiscale. I clienti credono nelle produzioni, nelle botteghe e nei negozi artigiani di prossimità, che propongono una artigianalità basata sul valore del lavoro, sull'ascolto del cliente e sulla personalizzazione del prodotto, a cui si associa l'alta qualità delle materie prime e dei prodotti».

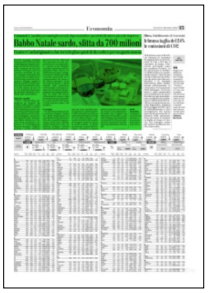
La mappa

Tra i prodotti realizzati dalle imprese artigiane isolane che i sardi compreranno e si scambieranno in queste festività, oltre a quelli enogastronomici, anche abiti e gioielli, mobili, tessili per la casa, cristalleria, stoviglie e utensili domestici, utensili e attrezzature per casa e giardino, giochi, giocattoli, articoli sportivi, libri, articoli di cartoleria e materiale da disegno e servizi di cura della persona. A dicembre il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale. In chiave provinciale, la spesa delle famiglie a dicembre in questo paniere ammonta a 210 milioni a Sassari (142 alimentari e bevande), 184 a Cagliari (125 alimentari e bevande), 141 nel Sud Sardegna (95 alimentari e bevande), 87 a Nuoro (59 alimentari e bevande) e 64 a Oristano (43 alimentari e bevande).

RIPRODUZIONE RISERVATA

TAGLIERE
La spesa di dicembre dei sardi per cibo e alcolici è stimata in 464 milioni

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948



13-DIC-2023
da pag. 9 / foglio 1

La Provincia di Lecco

Quotidiano - Dir. Resp.: Diego Minonzio
Tiratura: N.D. Diffusione: 2306 Lettori: 26000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Le spese di Natale valgono 94 milioni

01948 01948

Lo studio
Confartigianato punta sulla campagna "Acquistiamo locale"

Valgono circa 94 milioni di euro le spese natalizie in provincia di Lecco per prodotti scelti dalle famiglie, molto spesso come regalo e in buona parte realizzati anche da imprese artigiane.

In proposito, la presidente di Confartigianato Imprese Lecco, Ilaria Bonacina, rilancia in chiave lecchese un messaggio forte legato alla campagna "Acquistiamo locale" a favore di prodotti «caratterizzati da una artigianalità basata sul valore del lavoro, sull'ascolto del cliente e sulla personalizzazione del prodotto, a cui si associa l'alta qualità delle materie prime e dei prodotti realizzati».

« In molte realizzazioni – afferma Bonacina in una nota - trova una sintesi la cultura secolare della manifattura artistica e della rielaborazione dei materiali. Lavorazioni a regola d'arte caratterizzano prodotti ad alta creatività, innovazione e originalità".

Bonacina sottolinea il valore di prodotti e servizi dell'artigianato "focalizzati sulla domanda di prossimità, grazie alla profonda conoscenza del mercato del locale da parte degli imprenditori. Scegliere prodotti e servizi realizzati da imprese artigiane e micro piccole imprese locali vuol dire sostenere non solo l'imprenditore e i suoi dipendenti, e quindi le loro famiglie, ma anche contribuire alla trasmissione della cultura cristallizzata nel sapere artigiano nonché al benessere della comunità, garantendo sia la remunerazione del lavoro e dei fattori produttivi locali che il gettito fiscale necessario per sostenere il sistema di welfare». **M.Del.**

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

GAZZETTA DI MODENA

12-DIC-2023
da pag. 18 / foglio 1 / 2

Quotidiano - Dir. Resp.: Cristiano Meoni
Tiratura: 6411 Diffusione: 5280 Lettori: 86000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Modena spenderà 300 milioni di euro per i regali di Natale

L'appello di Lapam: «Comprate dagli artigiani»

«Scegliere prodotti artigianali significa scegliere la qualità, il valore del lavoro ed è un sinonimo di garanzia e personalizzazione. Invitiamo ad acquistare locale per fare compere natalizie, privilegiando i negozi di prossimità, sostenendo così non solo gli imprenditori, i loro dipendenti e le loro famiglie, ma anche per contribuire alla trasmissione della cultura del sapere artigiano».

Daniele Casolari, segretario Licom Lapam Confartigianato, ribadisce l'importanza di valorizzare i prodotti artigianali per i propri acquisti di Natale, diffidando da prodotti imitatori e spesso di bassa qualità sostenendo la campagna promossa da Confartigianato a livello nazionale #Acquistiamolocale. Come emerge da un'analisi dell'ufficio studi Lapam Confartigianato, a novembre 2023 la fiducia dei consumatori torna a salire mentre scende l'inflazione. I prezzi del "carrello della spesa" sono in aumento del 6,1%, mentre crescono meno (+4,8% a ottobre a livello nazionale e +4,5% a livello regionale) quelli della "slitta di Babbo Natale", un paniere composto da beni alimentari e bevande, da prodotti che possono essere regalati durante le festività e dai servizi di ristorazione e alloggio, regalati o fruiti durante le vacanze natalizie. Modena è una delle due province in regione dove i prezzi aumentano più della media nazionale, registrando un +4,9% (l'altra provincia è Bologna che segna +5%).

Le festività legate al Natale modificano notevolmente le abitudini di spesa dei consumatori: a dicembre il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale. Modena si piazza al secondo posto in Emilia-Romagna, dietro a Bologna, anche per la spesa delle famiglie che a dicembre ammonta a 296 milioni di euro.

Nel modenese sono 4.384 le imprese artigiane in cui si realizzano prodotti artigianali e si offrono servizi di qualità che possono essere regalati in occasione del Natale, pari al 26,5% del totale delle imprese artigiane del territorio. Qui lavorano 14.522 operai, il 29% degli addetti dell'artigianato modenese.

«Lavorazioni a regola d'arte caratterizzano prodotti ad alta creatività, innovazione e originalità – conclude Casolari–. I prodotti e servizi dell'artigianato sono focalizzati sulla domanda di prossimità, grazie alla profonda conoscenza del mercato locale da parte degli imprenditori. Acquistare in negozio è più che una transazione commerciale: è un atto che sostiene la vitalità della nostra comunità locale. L'acquisto in negozio offre l'opportunità di esaminare e toccare fisicamente i prodotti prima di acquistarli, situazione che nell'online non è possibile. Questo consente di fare scelte più informate e di trovare esattamente ciò che si cerca. Inoltre un commerciante o un artigiano seguono il cliente anche nella fase di post vendita, garantendo un servizio unico e su misura, personalizzato, che dà ancora più valore all'acquisto». ●

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

GAZZETTA DI MODENA

12-DIC-2023
da pag. 18 / foglio 2 / 2

Quotidiano - Dir. Resp.: Cristiano Meoni
Tiratura: 6411 Diffusione: 5280 Lettori: 86000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Shopping Anche in centro è iniziata la caccia al regalo

Modena È la città in regione, insieme a Bologna, dove i prezzi aumentano più della media nazionale

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

GAZZETTA DI REGGIO

12-DIC-2023
da pag. 20 / foglio 1

Quotidiano - Dir. Resp.: Cristiano Meoni
Tiratura: 6518 Diffusione: 5306 Lettori: 84000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

«Al posto dell'online privilegiate prodotti artigianali locali»

L'appello di Casolari di Lapam

Reggio è la città in regione con l'aumento dei prezzi più contenuto. Oltre 3100 aziende privilegiano la creatività

Reggio Emilia «Scegliere prodotti artigianali significa scegliere la qualità, il valore del lavoro ed è un sinonimo di garanzia e personalizzazione. Invitiamo per le compere natalizie a privilegiare i negozi di prossimità, sostenendo così non solo gli imprenditori, i loro dipendenti e le loro famiglie, ma anche contribuire alla trasmissione della cultura del sapere artigiano».

Daniele Casolari, responsabile sindacale e delle categorie Lapam Confartigianato, ribadisce l'importanza di valorizzare i prodotti artigianali per i propri acquisti di Natale, diffidando da prodotti imitatori e spesso di bassa qualità sostenendo la campagna promossa da Confartigianato a livello nazionale dal nome #Acquistiamolocale.

Come emerge da un'analisi dell'ufficio studi Lapam Confartigianato, a novembre 2023 la fiducia dei consumatori è tornata a salire mentre è scesa l'inflazione. I prezzi del "carrello della spesa" sono in aumento del 6,1%, mentre crescono meno (+4,8% a ottobre a livello nazionale e + 4,5% a livello regionale) quelli della "slitta di Babbo Natale", un paniere composto da beni alimentari e bevande, da prodotti che possono essere regalati durante le festività e dai servizi di ristorazione e alloggio, regalati o fruiti durante le vacanze natalizie.

Reggio Emilia è la provincia dove si registra l'aumento dei prezzi più contenuto in tutta Emilia-Romagna, pari al +3,4%.

Le festività legate al Natale modificano notevolmente le abitudini di spesa dei consumatori: a dicembre il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale. Reggio Emilia si piazza al terzo posto in Emilia-Romagna, dietro a Bologna e Modena, per la spesa delle famiglie che a dicembre ammonta a 211 milioni di euro.

Nel reggiano sono 3.157 le imprese artigiane in cui si realizzano prodotti artigianali e si offrono servizi di qualità che possono essere regalati in occasione del Natale, pari al 22,7% del totale delle imprese artigiane del territorio. Qui lavorano 10.082 operai, il 26,8% degli addetti dell'artigianato reggiano.

«Lavorazioni a regola d'arte caratterizzano prodotti ad alta creatività, innovazione e originalità – conclude Casolari – I prodotti e servizi dell'artigianato sono focalizzati sulla domanda di prossimità, grazie alla profonda conoscenza del mercato locale da parte degli imprenditori. Acquistare in negozio è più che una transazione commerciale: è un atto che sostiene la vitalità della nostra comunità locale. L'acquisto in negozio offre l'opportunità di esaminare e toccare fisicamente i prodotti prima di acquistarli, situazione che nell'online non è possibile. Questo consente di fare scelte più informate e di trovare esattamente ciò che si cerca». ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Secondo Lapam, per la spesa natalizia le famiglie dovrebbero optare per le aziende locali

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

12-DIC-2023
da pag. 2 / foglio 1 / 3

IL GAZZETTINO TREVISO
Quotidiano - Dir. Resp.: Roberto Papetti
Tiratura: N.D. Diffusione: 8132 Lettori: 85000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Natale, decolla lo shopping ristoranti già con il pienone

Nella Marca la previsione di spesa di Confartigianato a dicembre per i prodotti alimentari e altri prodotti, regali e servizi tipici natalizi raggiungerà i 354 milioni di euro. Soddisfatti i ristoranti: «Già tutto prenotato fino alla vigilia». Filini a pagina II

Natale, nella Marca spese per 354 milioni di euro

▶Gli acquisti dei trevigiani secondo Confartigianato: 218 milioni per alimenti e bevande e 136 per i servizi

▶Lanciata la campagna "Acquistiamo locale": «Regalate ciò che esprime il vero made in Italy»

IL QUADRO

TREVISO L'artigianato trevigiano protagonista delle spese di Natale delle famiglie. Nella Marca la previsione di spesa a dicembre per i prodotti alimentari e bevande e altri prodotti e servizi tipici natalizi raggiungerà i 354 milioni di euro, dei quali 218 per alimentari e bevande e 136 per altri prodotti e servizi tipici di Natale. Numeri che collocano la provincia tra i primi posti in Veneto. A fare i conti è Confartigianato Marca Trevigiana: «Per questo abbiamo rilanciato la campagna social "Acquistiamo locale" - afferma il presidente Oscar Bernardi - : un invito a regalare e a regalarsi doni che esprimono il valore artigiano made in Italy».

I NUMERI

Le imprese artigiane trevigiane coinvolte in questo particolare settore sono 5.879, il 29,7% del totale dell'artigianato in provincia, con 21.505 addetti, pari al 35,9% del totale degli occupati nell'artigianato. «Scegliere prodotti e servizi realizzati da imprese artigiane e piccole imprese locali», sottolinea Oscar Bernardi, presidente Confartigianato Imprese Marca Trevigiana, «vuol dire sostenere l'imprenditore e i suoi dipendenti e quindi le loro famiglie. La scelta, inoltre, contribuisce alla trasmissione della cultura cristallizzata nel sapere artigiano, nonché al benessere della comunità, garantendo sia la remunerazione del lavoro e dei fattori produttivi locali che il gettito fiscale necessario per sostenere il sistema di welfare».

LA SLITTA DI BABBO NATALE

I dati positivi sono anche dovuti allo sforzo delle imprese artigiane di contenere l'aumento dei prezzi a causa dell'inflazione, i prodotti e servizi della "slitta di Babbo Natale"(alimentari e dolci) nella Marca Trevigiana sono cresciuti rispetto all'anno scorso del 4,9%, contro un'inflazione del 6,1% del "carrello della spesa". «Una maggiore ricerca di qualità, il su misura e la sostenibilità», fa notare Oscar Bernardi, «spiegano la crescente tendenza all'acquisto di prodotti artigiani. Per questo abbiamo rilanciato la campagna social "Acquistiamo locale": un invito a regalare e a regalarsi doni che esprimono il valore artigiano made in Italy, la nostra cultura imprenditoriale, il gusto per il bello, il buono e il ben fatto dei tanti, diversi territori del nostro Paese. "Acquistiamo locale" è un modo per valorizzare il lavoro delle imprese, è la scelta consapevole, responsabile e sostenibile per rinsaldare il rapporto di fiducia tra imprenditori e cittadini nelle comunità». I buoni risultati attesi dalla "slitta di Babbo Natale" sono dovuti alla forza del comparto artigiano legato ai prodotti natalizi.

I NUMERI

La Marca Trevigiana, infatti, è seconda in Veneto per imprese artigiane nei settori alimentare, bevande e ristorazione. Sono 1.105, pari al 5,6% di tutti le imprese artigiane. Gli addetti sono 5.115, pari al 8,6% di tutti gli occupati dell'artigianato. A fare la parte del leone è la ristorazione trevigiana, con 681 imprese, pari al 61,6% dell'intero comparto, con 2.781 addetti, il 54,4% del totale. A seguire, l'alimentare con 396 imprese (35,8%), dato che colloca il comparto al primo posto in regione. Gli occupati sono 2.157 (42,2%). Chiudono le imprese delle bevande che sono 28 (2,5%) con 177 addetti (3,5%). Il settore dell'alimentare e delle bevande nella Marca Trevigiana contribuisce anche all'export. Le esportazioni tre il terzo trimestre 2022 e lo stesso periodo del 2023 assommano a un miliardo 658 milioni di euro, con le bevande che totalizzano oltre un miliardo di export, segnando un incremento del 4,2% rispetto al 2020. Le esportazioni dell'alimentare sono cresciute del 2,4% rispetto al 2020, sfiorando i 600 milioni di euro. «I prodotti e i servizi offerti dalle imprese artigiane conclude Bernardi - sono caratterizzati da una artigianalità basata sul valore del lavoro, sull'ascolto del cliente e sulla personalizzazione del prodotto, a cui si associa l'alta qualità delle materie prime e dei prodotti realizzati».

Elena Filini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

IL GAZZETTINO TREVISO
Quotidiano - Dir. Resp.: Roberto Papetti
Tiratura: N.D. Diffusione: 8132 Lettori: 85000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

IL PRESIDENTE OSCAR BERNARDI: «SOSTENIAMO LE NOSTRE IMPRESE E LE NOSTRE FAMIGLIE»

01948 01948

Nella Marca La spesa toccherà i 354 milioni di euro

Il rilancio del commercio

IL RITORNO AI CONSUMI Quest'anno, secondo Confartigianato, nella Marca verranno spesi 354 milioni di euro per le spese di Natale, la maggior parte dei quali per prodotti alimentari e bevande

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

IL GAZZETTINO TREVISO
Quotidiano - Dir. Resp.: Roberto Papetti
Tiratura: N.D. Diffusione: 8132 Lettori: 85000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

01948 01948

IL PRESIDENTE Oscar Bernardi

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

12-DIC-2023
da pag. 7 / foglio 1

il Resto del Carlino
REGGIO

Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: N.D. Diffusione: 6818 Lettori: 39000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

L'appello di Lapam

«Scegliete gli artigiani per fare i vostri regali di Natale» I reggiani spenderanno 211 milioni

A pagina 7

Regali, l'appello di Lapam «Scegliete gli artigiani»

Daniele Casolari: «Così si sostengono imprenditori, dipendenti e famiglie» I reggiani a dicembre compreranno al dettaglio per 211 milioni di euro

«Scegliere prodotti artigianali significa scegliere la qualità, il valore del lavoro ed è un sinonimo di garanzia e personalizzazione. Invitiamo ad acquistare locale per fare compere natalizie, privilegiando i negozi di prossimità, sostenendo così non solo gli imprenditori, i loro dipendenti e le loro famiglie, ma anche per contribuire alla trasmissione della cultura del sapere artigiano».

Daniele Casolari, responsabile sindacale e delle categorie Lapam Confartigianato, ribadisce l'importanza di valorizzare i prodotti artigianali per i propri acquisti di Natale, sostenendo la campagna promossa da Confartigianato a livello nazionale #Acquistiamolocale. Come emerge da un'analisi dell'ufficio studi Lapam Confartigianato, a novembre 2023 la fiducia dei consumatori torna a salire mentre scende l'inflazione. I prezzi del 'carrello della spesa' sono in aumento del 6,1%, mentre crescono meno (+4,8% a ottobre a livello nazionale e + 4,5% a livello regionale) quelli della 'slitta di Babbo Natale'. Reggio è la provincia dove si registra l'aumento dei prezzi più contenuto in regione, pari al +3,4%. A dicembre il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale. Reggio Emilia si piazza al terzo posto in Emilia-Romagna, dietro a Bologna e Modena, per la spesa delle famiglie che a dicembre ammonta a 211 milioni di euro.

Nel reggiano sono 3.157 le imprese artigiane in cui si realizzano prodotti artigianali e si offrono servizi di qualità che possono essere regalati in occasione del Natale, pari al 22,7% del totale delle imprese artigiane del territorio. Qui lavorano 10.082 operai, il 26,8% degli addetti dell'artigianato reggiano.

I DATI

Nel reggiano sono 3.157 le imprese artigiane in cui si realizzano prodotti di qualità che possono essere regalati, pari al 22,7% del totale

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

12-DIC-2023
da pag. 21 / foglio 1 / 2

la tribuna di Treviso
Quotidiano - Dir. Resp.: Luca Ubaldeschi
Tiratura: 9455 Diffusione: 6766 Lettori: 114000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Stime di Confartigianato: prodotti alimentari e vino in cima alla lista
Coinvolte 5.879 imprese del comparto, con più di 21 mila addetti

Regali di Natale, è boom Nella Marca trevigiana giro d'affari da 354 milioni «La spesa sta crescendo»

IL TREND

Tra prodotti alimentari, bevande e altri prodotti e servizi natalizi, i trevigiani questo Natale spenderanno 354 milioni di euro. E anche quest'anno l'artigianato della Marca si conferma protagonista del periodo. In particolare, di tutto l'ammontare, 218 milioni andranno per acquistare alimentari e bevande e 136 milioni saranno destinati ad altri prodotti e servizi tipici di Natale. Numeri da capogiro, considerando la situazione contingente non proprio rosea, che collocano la Marca tra i primi posti in Veneto. Le imprese artigiane trevigiane coinvolte in questo business sono quasi sei mila, il 29,7% del totale dell'artigianato dell'intera provincia, settore in cui lavorano 21.505 addetti, pari al 35,9% del totale degli occupati nell'artigianato. «Scegliere prodotti e servizi realizzati da imprese artigiane e piccole imprese locali», sottolinea Oscar Bernardi, presidente Confartigianato, «vuol dire sostenere l'imprenditore e i suoi dipendenti e quindi le loro famiglie. La scelta, inoltre, contribuisce alla trasmissione della cultura cristallizzata nel sapere artigiano, nonché al benessere della comunità, garantendo sia la remunerazione del lavoro e dei fattori produttivi locali che il gettito fiscale necessario per sostenere il sistema di welfare». I dati positivi di questo settore sono anche la diretta conseguenza dello sforzo delle imprese artigiane di contenere l'aumento dei prezzi. Se il carrello della spesa è aumentato per inflazione del 6,1%, i cosiddetti prodotti e servizi della "slitta di Babbo Natale", e cioè tutti i prodotti artigiani di consumo, dal pane alla carne, fino alle bevande, ma anche abbigliamento, articoli per la casa e per gli animali e i servizi alla persona, nella Marca sono aumentati meno: del 4,9% rispetto all'anno scorso. «Una maggiore ricerca di qualità, il su misura e la sostenibilità», dice Bernardi, «spiegano la crescente tendenza all'acquisto di prodotti artigiani. Per questo abbiamo rilanciato la campagna social "Acquistiamo locale": un invito a regalare e a regalarsi doni che esprimono il valore artigiano made in Italy, la nostra cultura imprenditoriale, il gusto per il bello, il buono e il ben fatto dei tanti, diversi territori. "Acquistiamo locale" è un modo per valorizzare il lavoro delle imprese, è la scelta consapevole». —

LORENZA RAFFAELLO

Il presidente Oscar Bernardi

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

la tribuna di Treviso
Quotidiano - Dir. Resp.: Luca Ubaldeschi
Tiratura: 9455 Diffusione: 6766 Lettori: 114000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

01948 01948

Natale a Treviso

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

11-DIC-2023
da pag. 7 / foglio 1

Bresciaoggi
Quotidiano - Dir. Resp.: Massimo Mamoli
Tiratura: N.D. Diffusione: 16000 Lettori: 80000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

L'altro fronte

01948 01948

«Artigianato, per gli acquisti una scelta di alta qualità»

Eugenio Massetti

Il regalo natalizio a Brescia acquista valore artigiano con una previsione complessiva di spesa di 521 milioni di euro, secondo l'Osservatorio di Confartigianato Lombardia. La nostra provincia si posiziona al quinto posto in Italia per spesa natalizia, con il 2,1% del totale dei consumi nazionali. «Per Natale acquistiamo locale: scelta consapevole, responsabile e sostenibile - commenta il presidente di Confartigianato Brescia e Lombardia, Eugenio Massetti -. Vuol dire sostenere non solo l'imprenditore e i suoi dipendenti, ma anche contribuire alla trasmissione della cultura cristallizzata nel sapere artigiano nonché al benessere della comunità». La spesa natalizia, che supera del 28,3% la media annuale a dicembre, è guidata da prodotti e servizi artigianali, con una particolare attenzione verso prodotti alimentari e bevande, moda, gioielleria, mobili e tessili per la casa. In particolare, i dati dell'osservatorio indicano che il 63% della spesa natalizia è destinato a prodotti alimentari e bevande, 327 milioni di euro, mentre altri 194 milioni sono spesi su prodotti e servizi tipici del periodo natalizio. Un settore in crescita rispetto al 2022, con l'aumento di spesa che è influenzato non soltanto dall'inflazione ma anche dalla crescente preferenza per prodotti di alta qualità e dalla rafforzata e crescente fiducia dei consumatori. **G.Fer.**

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

Città e Provincia
Regali e ristorazione Per il Natale la spesa dei bresciani sarà di 462 milioni

Gazzetta del Sud

11-DIC-2023
da pag. 8 / foglio 1

Quotidiano - Dir. Resp.: Alessandro Notarstefano
Tiratura: 12586 Diffusione: 9665 Lettori: 198000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Il paniere elaborato da Confartigianato Sicilia composto da beni alimentari e bevande

A Natale una spesa da 1,9 miliardi

Prezzi più alti della media regionale e nazionale si osservano per Palermo (+5,0%), Siracusa (+5,0%) e Messina (+4,9%)

Gli sforzi delle famiglie a dicembre ammontano a 256 milioni a Messina

PALERMO

Mentre i prezzi del carrello della spesa sono in aumento del 6,1%, crescono meno (+4,8% a ottobre) quelli della "slitta di Babbo Natale", un paniere elaborato da Confartigianato composto da beni alimentari e bevande, oggetto di consumo nei momenti conviviali delle festività natalizie, da un ampio ventaglio di prodotti che possono essere regalati durate le festività e dai i servizi di ristorazione e alloggio, regalati o fruiti durante le vacanze natalizie. In Sicilia Babbo Natale è più fortunato con prezzi della slitta che crescono meno (+4,3%) della media nazionale (+4,8%) e dell'Eurozona (+5,2%). Prezzi più alti della media regionale e nazionale si osservano per Palermo (+5,0%), Siracusa (+5,0%) e Messina (+4,9%).

Le festività legate al Natale modificano notevolmente le abitudini di spesa dei consumatori: a dicembre il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale. A dicembre ammonta a 1,9 miliardi la spesa delle famiglie siciliane per prodotti e servizi maggiormente scelti come regalo, che per due terzi (67,7%) è costituita dalla spesa per prodotti alimentari e bevande, pari a 1,3 miliardi.

In chiave provinciale, la spesa delle famiglie a dicembre, nel perimetro merceologico in esame, ammonta a 466 milioni a Palermo, a 421 milioni a Catania, a 256 milioni a Messina, a 170 milioni a Trapani, a 163 milioni ad Agrigento, a 154 milioni a Siracusa, a 122 milioni a Ragusa, a 98 milioni a Caltanissetta e a 64 milioni a Enna. Sono 21 mila le imprese artigiane attive operanti in 47 settori in cui si realizzano prodotti artigianali e si offrono servizi di qualità che possono essere regalati in occasione del Natale, pari al 37,2% delle imprese artigiane italiane.

Queste imprese danno lavoro a 51mila addetti cioè a quasi un quinto (38,7%) degli addetti dell'artigianato dell'Isola, valore che la posiziona 4ª nel ranking nazionale. A livello territoriale si rileva un peso superiore alla media nazionale (33,9%) e regionale (38,7%) per le province di: Palermo (40,9%), Caltanissetta (40,4%), Catania (39,1%), Trapani (38,9%) e Agrigento (38,8%). Palermo figura tra le prime 10 province italiane per peso più rilevante dell'artigianato interessato dalla domanda per le festività.

I prodotti e i servizi dell'artigianato sono focalizzati sulla domanda di prossimità, grazie alla profonda conoscenza del mercato del locale da parte degli imprenditori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I prezzi del carrello Crescono meno (+4,8% a ottobre) quelli della "slitta di Babbo Natale"

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

10-DIC-2023
da pag. 15-16 foglio 1 / 2

IL TEMPO
ROMA
Quotidiano - Dir. Resp.: Davide Vecchi
Tiratura: N.D. Diffusione: 3400 Lettori: 63000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

A Natale si spenderà di più per regali e cenone

Budget dei romani salito del 5% Il volume d'affari è di 1,8 miliardi

••• Budget aumentato del 5% rispetto allo scorso anno e una spesa complessiva di 1,8 miliardi per regali e alimentare. Dati che fanno schizzare la Capitale e l'hinterland al terzo posto tra le province, dietro solo a Milano e Napoli. L'analisi di Confartigianato conferma che quello natalizio è un periodo d'oro per il commercio: +28% di vendite al dettaglio rispetto alla media annua.

Verucci a pagina 16

CONSUMI DELLE FESTE

Analisi Confartigianato sulle tendenze d'acquisto delle famiglie. Più dei romani spenderanno i milanesi e i napoletani

A Natale spesa da 1,8 miliardi

Quest'anno aumenterà del 5% il budget per regali e alimentare. Capitale terza provincia italiana

Il commercio esulta
In questo periodo decollano le vendite al dettaglio: +28,3% rispetto alla media annua

Esportazioni
Il valore della merce spedita dalle imprese capitoline è cinque volte inferiore a quello meneghino

DAMIANA VERUCCI

••• I romani non rinunciano al regalo di Natale e sono disposti a spendere anche di più sia per mangiare che per un presente sotto l'albero, circa il 5 per cento dello scorso anno secondo l'ultima analisi di Confartigianato Roma, che ha esaminato il paniere tipico natalizio e la disponibilità di spesa delle famiglie italiane.

Se il Lazio è tra le prime tre regioni per spesa con 2 miliardi e 429 milioni, Roma è la prima provincia con un mliardo e 821 milioni, ovvero il 7,5% del totale nazionale, dopo Milano e Napoli. Si va dal pesce ai piatti pronti, dalle marmellate agli alcolici e alle spezie fino agli articoli per arredo, attrezzature per la casa, giocattoli, apparecchi telefonici, libri e articoli di cartoleria. Senza contare servizi di ristorazione, di alloggio e tutto ciò che è legato al turismo che sotto le feste registra un aumento sia delle vendite di pacchetti viaggio e biglietti aereo, che dei prezzi. È in assoluto proprio questo, continuano da Confartigianato, il periodo dell'anno che nell'ultimo triennio fa registrare un valore delle vendite al dettaglio superiore del 28,3% rispetto alla media annuale e nello specifico del 20,4% in più nel caso di prodotti alimentari e del 34,8% di quelli non alimentari. Proprio a dicembre, mese dell'anno con il maggiore volume di spesa, si concentra il 10,7% delle vendite totali annuali e il 10% di quelle dei soli prodotti alimentari. Molta parte la fanno le imprese che producono prodotti tipici natalizi che nella Capitale sono oltre 13mila e 400 con quasi 30mila addetti. Il merito di questi numeri, ben al di sopra delle altre province italiane, lo si deve anche ai marchi di qualità e di eccellenza che si attribuiscono ai prodotti «made in Lazio». Sono trenta tra Doc, Igp, Stg (specialità tradizione garantita), solo sulla parte alimentare di qualità, registrati nella nostra regione, che è invece prima in Italia se si considerano solamente le paste fresche e i prodotti della panetteria, biscotteria, pasticceria e confetteria, con 192 prodotti tradizionali. Nel comparto bevande e ristorazione, inoltre, sono coinvolte 4.161 imprese per oltre 13mila e 200 addetti. Nella Capitale le stesse attività sono quasi duemila e seicento per oltre 8.200 addetti. Tuttavia, considerando il peso dei lavoratori dell'artigianato alimentare e bevande sul totale economia, il Lazio è purtroppo ultimo con lo 0,7% (prima la Sardegna con il 3,3%). Anche sul fronte export i numeri del paniere natalizio non sono molto incoraggianti: sul fronte alimentare e bevande il Lazio supera il miliardo di valore mentre Roma sfiora i 550 milioni, molto lontana da Milano, che supera invece i due miliardi e 500 milioni. «Quello che viene prodotto nel nostro territorio sembra restare qui più volentieri piuttosto che andare altrove, a dimostrazione che

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948 - L.1634 - T.1634

IL TEMPO
ROMA
Quotidiano - Dir. Resp.: Davide Vecchi
Tiratura: N.D. Diffusione: 3400 Lettori: 63000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

c'è ancora molto da fare sulle nostre imprese che si affacciano sui mercati internazionali - spiega Andrea Rotondo, presidente Confartigianato Roma - il Natale resta comunque il periodo più redditizio per i nostri imprenditori, nonostante quest'anno l'aumento dei prezzi sia legato più all'inflazione che alla domanda dei consumatori».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Shopping
Acquisti in centro durante il periodo natalizio

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948 - L.1634 - T.1634

09-DIC-2023
da pag. 13 / foglio 1

L'Arena

Quotidiano - Dir. Resp.: Massimo Mamoli
Tiratura: 21849 Diffusione: 18851 Lettori: 203000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

ACQUISTI, LOMBARDIA AL PRIMO POSTO

01948 01948

Non in tutte le città si spenderà allo stesso modo per queste vacanze di Natale. A livello regionale, Confartigianato stima che si spenderà di più in acquisti natalizi in Lombardia con 4,3 miliardi di euro (17,5 per cento del totale nazionale). Seguono il Lazio con 2,4 miliardi, il Veneto (2 miliardi) che sarà quindi, in questa speciale classifica, sul terzo gradino del podio. Seguono la Campania (1,9 miliardi), l'Emilia-Romagna (1,9 miliardi), la Sicilia (1,9 miliardi), il Piemonte (1,9 miliardi), la Toscana (1,5 miliardi), la Puglia (1,4 miliardi).

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

09-DIC-2023
da pag. 1-3 / foglio 1 / 2

CORRIERE DELLA SERA
Milano
Quotidiano - Dir. Resp.: Luciano Fontana
Tiratura: N.D. Diffusione: 56598 Lettori: 471000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Appello di Confartigianato Crescono vendite e prezzi

Spettro contraffazione sui giocattoli di Natale

di **Giampiero Rossi**

Una media di settemila giocattoli contraffatti sequestrati ogni giorno in Lombardia. La battaglia contro la pirateria industriale incrocia quella per la sicurezza dei bambini, nei giorni che portano al Natale. Negli ultimi tre anni sono 395 le operazioni hanno condotto al sequestro di prodotti contraffatti per un valore totale di 11 milioni di euro. L'allarme, nel periodo in cui i giocattoli diventano protagonisti del mercato, arriva da Confartigianato Lombardia, anche a tutela delle 97 piccole e micro aziende.

a pagina 3

Contraffatti e insicuri Ogni giorno sequestrati settemila giocattoli

Appello di Confartigianato: sosteniamo l'impresa sana

Sotto l'albero
In Lombardia i prezzi aumentano del 4,4% a dicembre. Cresce la vendita al dettaglio

Regali di Natale

di **Giampiero Rossi**

Ogni giorno, in Lombardia, vengono sequestrati dalle forze dell'ordine circa 7 mila giochi e giocattoli. Si tratta di contraffazioni, di prodotti che non rispettano gli standard di legge, cioè di sicurezza. E si parla della sicurezza dei bambini. Ma nonostante ciò, l'industria illegale del giocattolo non sembra conoscere crisi: negli ultimi tre anni, infatti, sono state 395 le operazioni di polizia che hanno condotto al sequestro di prodotti contraffatti per un valore complessivo di oltre 11 milioni di euro. E la Lombardia, tra l'altro, ospita la più alta concentrazione di aziende produttrici di giochi e giocattoli in Italia. L'allarme, nel periodo in cui i giocattoli diventano protagonisti del mercato, arriva da Confartigianato Lombardia, che oltre ai consumatori vorrebbe tutelare le 97 piccole e micro aziende del settore (il 30,8 per cento delle quali artigiane), che danno lavoro a circa 400 persone e negli ultimi 12 mesi hanno esportato sui mercati esteri per circa 150 milioni di euro.

Insomma, da una parte la pirateria economica e la minaccia alla sicurezza di bambini, dall'altra il lavoro di qualità, piccole imprese che generano fatturati che potrebbero anche essere più ricchi, con ricadute positive sul territorio. «Scegliere prodotti e servizi realizzati da imprese artigiane e micro piccole imprese locali vuol dire sostenere non solo l'imprenditore e i suoi dipendenti, e quindi le loro famiglie — osserva il presidente di Confartigianato Lombardia, Eugenio Massetti —, ma anche contribuire alla trasmissione della cultura cristallizzata nel sapere artigiano nonché al benessere della comunità, garantendo sia la remunerazione del lavoro e dei fattori produttivi locali che il gettito fiscale necessario per sostenere il sistema di welfare».

Ma l'appuntamento con le festività di fine anno è anche l'occasione per un'analisi dei consumi e dei mercati, e a questo proposito Confartigianato ha elaborato un proprio riferimento statistico, la «slitta di Babbo Natale», cioè un paniere-indice composto da beni alimentari e bevande,

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948 - L.1809 - T.1809

CORRIERE DELLA SERA
Milano
Quotidiano - Dir. Resp.: Luciano Fontana
Tiratura: N.D. Diffusione: 56598 Lettori: 471000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

oggetto di consumo nel periodo natalizio, oltre che da un ampio ventaglio di prodotti e servizi che possono essere regalati, e poi i servizi di ristorazione e alloggio, a loro volta regalati o fruiti durante le vacanze natalizie. E la parziale buona notizia è che, nell'insieme, i prezzi della slitta lombarda crescono meno (+4,4%) rispetto alla media nazionale (+4,8%) e dell'Eurozona (+5,2%). Ma per quanto riguarda Milano il dato è lievemente più alto: +4,8%.

In queste settimane si modificano anche sensibilmente le abitudini di spesa dei consumatori: a dicembre il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale e raggiunge i 4,3 miliardi di euro (a Milano 1.474 milioni), che per quasi due terzi (63%) è costituita dalla spesa per alimentari e bevande, pari a 2,7 miliardi di euro, ma che complessivamente ruotano attorno ai prodotti inseriti nella slitta-paniere. E quindi: alimentari e bevande, moda e gioielleria, mobili, tessili per la casa, cristalleria, stoviglie e utensili domestici, utensili e attrezzature per casa e giardino, giochi, giocattoli, articoli sportivi, libri, articoli di cartoleria e materiale da disegno e servizi di cura della persona. «I prodotti e servizi dell'artigianato sono focalizzati sulla domanda di prossimità, grazie alla profonda conoscenza del mercato locale da parte degli imprenditori — sottolinea Massetti — che offrono anche consulenza e il supporto ai clienti per installazioni e riparazioni, garanzia di una maggiore circolarità e di una riduzione dei rifiuti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il paniere

● Confartigianato ha elaborato un paniere dei prezzi territoriale, la «slitta di Babbo Natale», cioè un indice composto da beni alimentari e bevande, oggetto di consumo nel periodo natalizio e da prodotti e servizi che possono essere regalati o fruiti durante le vacanze

● Nell'insieme, i prezzi della slitta lombarda crescono meno (+4,4%) rispetto alla media nazionale (+4,8%) e dell'Eurozona (+5,2%), ma Milano registra un +4,8%

● A dicembre il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale raggiunge i 4,3 miliardi di euro (a Milano 1.474 milioni), che per quasi due terzi (63%) è costituita dalla spesa per alimentari e bevande, pari a 2,7 miliardi di euro

Monitoraggio Negli ultimi tre anni, in tutta la Lombardia, sono state 395 le operazioni di polizia che hanno condotto al sequestro di prodotti contraffatti per un valore complessivo di oltre 11 milioni di euro

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948 - L.1809 - T.1809

09-DIC-2023
da pag. 9 / foglio 1

GIORNALE DI SICILIA
Quotidiano - Dir. Resp.: Marco Romano
Tiratura: 8389 Diffusione: 6167 Lettori: 206000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Nell'isola l'aumento è inferiore (+4.3%) rispetto alla media nazionale (+4.8%)

Natale, i prezzi crescono... di meno

01948 01948

Antonio Giordano

A novembre 2023 la fiducia dei consumatori torna a salire mentre scende l'inflazione. Mentre i prezzi del carrello della spesa sono in aumento del 6,1%, crescono meno (+4,8% a ottobre) quelli della «slitta di Babbo Natale», un paniere elaborato da Confartigianato composto da beni alimentari e bevande, oggetto di consumo nei momenti convivali delle festività natalizie, da un ampio ventaglio di prodotti che possono essere regalati durate le festività e dai i servizi di ristorazione e alloggio, regalati o fruiti durante le vacanze natalizie. In Sicilia Babbo Natale è più fortunato con prezzi della slitta che crescono meno (+4,3%) della media nazionale (+4,8%) e dell'Eurozona (+5,2%).

Secondo l'elaborazione del centro studi degli artigiani la spesa delle famiglie a dicembre, nel perimetro merceologico in esame, ammonta a 466 milioni di euro a Palermo, a 421 milioni di euro a Catania, a 256 milioni di euro a Messina, a 170 milioni di euro a Trapani, a 163 milioni di euro ad Agrigento, a 154 milioni di euro a Siracusa, a 122 milioni di euro a Ragusa, a 98 milioni di euro a Caltanissetta e a 64 milioni di euro a Enna. Sono 21 mila le imprese artigiane attive operanti in 47 settori in cui si realizzano prodotti artigianali e si offrono servizi di qualità che possono essere regalati in occasione del Natale, pari al 37,2% delle imprese artigiane italiane. Queste imprese danno lavoro a 51mila addetti cioè a quasi un quinto (38,7%) degli addetti dell'artigianato dell'Isola, valore che la posiziona 4^ nel ranking nazionale. «Scegliere prodotti e servizi realizzati da imprese artigiane e micro piccole imprese locali – dice Daniele La Porta, presidente di Confartigianato Sicilia – vuol dire sostenere non solo l'imprenditore e i suoi dipendenti, e quindi le loro famiglie, ma anche contribuire alla trasmissione della cultura cristallizzata nel sapere artigiano nonché al benessere della comunità, garantendo sia la remunerazione del lavoro e dei fattori produttivi locali che il gettito fiscale necessario per sostenere il sistema di welfare». (*AGIO*)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

09-DIC-2023
da pag. 6 / foglio 1 / 2

Quotidiano - Dir. Resp.: Rosario Torneselio
Tiratura: 11481 Diffusione: 7892 Lettori: 162000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Economia

Lo studio di Confartigianato regionale che lancia la campagna "AcquistiAmo locale" in favore delle piccole e medie imprese del territorio. Il presidente Sgherza: «Preserviamo la nostra tradizione»

Il Natale spinge i consumi In Puglia ben 1,5 miliardi per regali e prodotti tipici

Giuseppe MARTELLA

I pugliesi spenderanno quasi 1,5 miliardi di euro durante le feste di Natale. In Puglia si faranno acquisti per un miliardo e 474 milioni di euro. Numeri importanti, pari al 6% circa di tutta la spesa italiana e "spinti" dalla spesa di alimentari, bevande e altri prodotti e servizi tipici di questo periodo dell'anno. È quanto emerge all'Ufficio Studi di Confartigianato Imprese, per il quale la parte più rilevante dei consumi natalizi e di inizio anno sarà intercettata in particolare dalle micro, piccole e medie aziende. Un trend che coinvolge 311mila imprese artigiane con 882mila addetti che operano in 47 settori, dalle specialità alimentari all'oggettistica, dall'abbigliamento ai prodotti per la casa fino ai giocattoli. E proprio in Puglia, sempre secondo lo stesso report, la quota di mercato conquistata dall'artigianato nelle settimane dicembrine e di inizio gennaio sarà superiore alla media nazionale. Un settore di straordinaria importanza quello artigianale natalizio nel Tacco d'Italia sospinto in particolare dai 22 prodotti, realizzati e prodotti in massima parte dalle piccole imprese rappresentate da Confartigianato regionale, tra Dop (Denominazione di Origine Protetta), Igp (Indicazione Geografica Protetta) e Stg (Specialità Tradizionale Garantita). A scorrere la classifica delle regioni più "spendaccione" a Natale fotografata dall'Ufficio Studi di Confartigianato, la Puglia occupa il nono posto assoluto. A guidare la graduatoria per le maggiori spese natalizie la Lombardia con 4,3 miliardi di euro (17,5% del totale nazionale). Seguono il Lazio con 2,4 miliardi, il Veneto (2 miliardi), la Campania (1,9 miliardi), l'Emilia-Romagna (1,9 miliardi), la Sicilia (1,9 miliardi), il Piemonte (1,9 miliardi), la Toscana (1,5 miliardi), dato quest'ultimo di poco superiore a quello pugliese. «I prodotti e i servizi offerti dalle piccole imprese e dalle imprese artigiane del nostro territorio sono caratterizzati da una qualità superiore dovuta non soltanto alle materie prime utilizzate – sottolinea con soddisfazione Francesco Sgherza, presidente di Confartigianato Imprese Puglia - ma anche al valore del lavoro, all'ascolto del cliente e alla personalizzazione, espressione di alta creatività, innovazione e originalità». Il quadro positivo per le micro e piccole medie imprese dell'artigianato è favorito da una crescente fiducia dei consumatori misurata in Puglia come su tutto il territorio nazionale. Un indicatore importante sul quale impatta in maniera decisiva il chiaro calo dell'inflazione. A novembre, secondo i dati preliminari, la corsa inflazionistica ha evidenziato una netta decelerazione, attestandosi a +0,8%, un dato quest'ultimo che non si registrava da marzo 2021. A influire sul rallentamento dell'inflazione la netta flessione sul piano congiunturale dei prezzi dei beni energetici ma anche un minore velocità della crescita del prezzo dei beni alimenta-

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

Quotidiano di Puglia
Quotidiano - Dir. Resp.: Rosario Torneello
Tiratura: 11481 Diffusione: 7892 Lettori: 162000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

ri (+6,1%, era +6,3% a ottobre), con conseguente freno alla crescita su base annua dei prezzi del "carrello della spesa" (+5,8%, era +6,1% a ottobre).

A sottolineare, del resto, una congiuntura positiva arrivano anche i dati sulla spesa delle famiglie del terzo trimestre 2023 che segna, a prezzi costanti, un aumento pari a un +0,7% rispetto ai tre mesi precedenti. L'artigianato locale e delle piccole e medie imprese pare quindi vivere un momento di sostanziale positività: «Scegliere prodotti e servizi delle aziende e degli artigiani locali significa sostenere non solo gli imprenditori e i loro dipendenti, ma preservare la cultura artigiana e contribuire al benessere della comunità. È questo il senso – dice ancora il presidente Sgherza – della campagna Confartigianato "AcquistiAmo Locale", un invito a regalare e regalarsi doni che esprimono il valore artigiano made in Italy. "AcquistiAmo locale" è un modo per valorizzare il lavoro delle imprese – conclude il presidente di Confartigianato Puglia - una scelta consapevole e responsabile».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Zoom

Il dato della regione è il 6% del totale italiano

1 Il miliardo e 474 milioni di euro di spesa natalizia prevista da Confartigianato spinge la Puglia fra le prime regioni italiane per consumi. Vale il 6% del totale italiano.

Ben 22 prodotti tipici da Foggia a Lecce

2 La Puglia artigiana conta 22 prodotti tipici, realizzati e prodotti in massima parte dalle piccole imprese rappresentate da Confartigianato regionale, fra Dop, Igp e Stg.

Lieve calo dell'inflazione che si riduce dello 0,8%

3 Scende lievemente l'inflazione, con un -0,8%, un dato quest'ultimo che non si registrava da marzo 2021. A influire, la flessione dei prezzi dei beni energetici.

Puglia al nono posto della classifica nazionale

4 A guidare la classifica delle spese natalizie la Lombardia. Seguono Lazio, Veneto, Campania, Emilia-Romagna, Sicilia, Piemonte, Toscana e Puglia.

Sopra, Francesco Sgherza di Confartigianato Puglia

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

08-DIC-2023
da pag. 20 / foglio 1

il Resto del Carlino RAVENNA
Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: N.D. Diffusione: 8675 Lettori: 40000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

«Rinnoviamo l'invito ad acquistare prodotti locali»

01948 01948

Artigianato e commercio sono fondamentali per la società ed il territorio

L'Ufficio studi nazionale di Confartigianato ha 'pesato' il valore degli acquisti del periodo di Natale 2023, che dovrebbe raggiungere il volume di 24,4 miliardi di euro. Quasi due terzi degli acquisti saranno dedicati ad alimentari e bevande, tra i quali spiccheranno quelli che puntano sulla tipicità, sull'identità territoriale, sull'unicità e qualità di prodotti e servizi, per una sempre più diffusa attenzione alla qualità e alla sostenibilità di prodotti tipici del territorio.

Un trend che, nel nostro Paese, coinvolge oltre 300mila aziende artigiane e 882mila addetti. Motivi che hanno portato Confartigianato a rilanciare anche quest'anno la campagna #acquistiamolocale, ovvero un invito a regalare e a regalarsi doni che esprimono il valore artigiano made in Italy. Per Confartigianato, i prodotti e i servizi offerti dalle imprese artigiane italiane sono caratterizzati da una artigianalità basata sul valore del lavoro, sull'ascolto del cliente e sulla personalizzazione del prodotto, a cui si associa l'alta qualità delle materie prime e dei prodotti realizzati. In molte realizzazioni, trova una sintesi la cultura secolare della manifattura artistica e della rielaborazione dei materiali.

L'offerta dell'artigianato italiano è focalizzata sulla creazione di valore per la domanda di prossimità, grazie alla profonda conoscenza del mercato del locale da parte degli imprenditori, sul quale si rivolge la consulenza e il supporto ai clienti per installazioni e riparazioni. Scegliere prodotti e servizi di imprese locali vuol dire sostenere non solo l'imprenditore, i suoi dipendenti e le rispettive famiglie, ma anche contribuire alla trasmissione della cultura incorporata nel sapere artigiano nonché al benessere della comunità, garantendo sia la remunerazione del lavoro e dei fattori produttivi locali.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

GIORNALE DI BRESCIA

06-DIC-2023
da pag. 37 / foglio 1 / 2

Quotidiano - Dir. Resp.: Nunzia Vallini
Tiratura: 22184 Diffusione: 22769 Lettori: 232000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Per i bresciani sarà un... caro Natale: cenone e regali ci costeranno 521 milioni

Confartigianato: quinti in Italia per consumi. L'invito di Massetti: «Scegliere l'acquisto di prodotti locali»

L'indagine

Anita Loriana Ronchi

BRESCIA. Babbo Natale fa tappa volentieri a Brescia e in Lombardia, ancor più quando i suoi doni sono prodotti dell'artigianato locale.

La nostra regione è infatti quella dove si spenderà di più per metter sotto l'albero prodotti e servizi di artigianato, con 4,3 mld di euro (17,5% del totale nazionale), seguita dal Lazio con 2,4 miliardi, Veneto (2 miliardi) e Campania (1,9 miliardi).

Il raffronto. La provincia di Brescia, poi, con una spesa di 521 milioni (il 2,1% del totale consumi nazionali), è la quinta in assoluto dopo Roma 1.821 milioni di euro (7,5% del totale nazionale), Milano 1.474 milioni (6,0%), Napoli 1.015 milioni (4,2%), Torino 1.005 milioni (4,1%). Di questi 521 milioni che saranno spesi quest'anno sul territorio, 327 sono destinati a prodotti alimentari e bevande, 194 ad altri prodotti e servizi tipici del periodo natalizio; numeri in aumento rispetto allo scorso anno (erano 464 milioni nel 2022) per la nostra provincia, complice l'inflazione certo, ma anche - si evince -per una scelta mirata di affidarsi a generi di qualità.

L'Osservatorio. La fotografia della «slitta di Babbo Natale» 2023 emerge dall'ultima elaborazione dell'Osservatorio di Confartigianato Lombardia, in cui viene peraltro confermato il dato per cui nelle feste di fine anno si modificano notevolmente le abitudini di spesa dei consumatori, tanto che a dicembre il valore delle vendite al dettaglio supera del 28,3% la media annuale.

Quanto ai beni e servizi maggiormente scelti come regalo su scala regionale, in testa troviamo sempre prodotti alimentari e bevande, che costituiscono quasi i due terzi (63%), equivalenti a 2,7 miliardi di euro, quindi moda e gioielleria, mobili, tessili per la casa, cristalleria, stoviglie e utensili domestici, utensili e attrezzature per casa e giardino, giochi, giocattoli, articoli sportivi, libri, articoli di cartoleria e materiale da disegno e servizi di cura della persona.

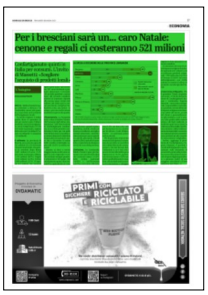
L'inflazione. In Lombardia, Babbo Natale è pure più fortunato con i prezzi della slitta che crescono meno (+4,4%) della media nazionale (+4,8%) e dell'Eurozona (+5,2%), così come a Brescia, con il 4%: un dato che vale per 9 province su 12, mentre per tre di loro - Lodi, Milano, Varese - si osservano prezzi anche più alti.

Più in generale, il trend dei consumi e dei prezzi è connotato da un rialzo a novembre 2023 della fiducia dei consumatori e da una discesa dell'inflazione e, se è vero che i prezzi del carrello della spesa registrano un +6,1%, aumentano invece meno (+4,8% a ottobre) quelli del paniere natalizio, che include anche servizi di ristorazione e alloggio, regalati o fruiti durante le vacanze natalizie.

Va ricordato che sono 51mila le imprese artigiane lombarde operanti in 47 settori in cui si realizzano prodotti artigianali; 7.395 nella sola provincia di Brescia (il 26,4% sul totale dell'artigianato), con 23.899 addetti nei settori di offerta di prodotti e servizi tipici del Natale.

L'intervento di Massetti. «Per il prossimo Natale acquistiamo locale – è l'invito del presidente di Confartigianato Brescia e Lombardia, Eugenio Massetti -: una scelta consapevole, responsabile e sostenibile. I prodotti e servizi offerti dalle imprese artigiane sono basati su valore del lavoro, ascolto del cliente e personalizzazione del prodotto, a cui si associa l'alta qualità delle materie prime e dei beni realizzati, in molti dei quali trova sintesi la cultura secolare della manifattura artistica e della rielaborazione dei materiali. Lavorazioni a regola d'arte che caratterizzano prodotti ad alta creatività, innovazione e originalità».

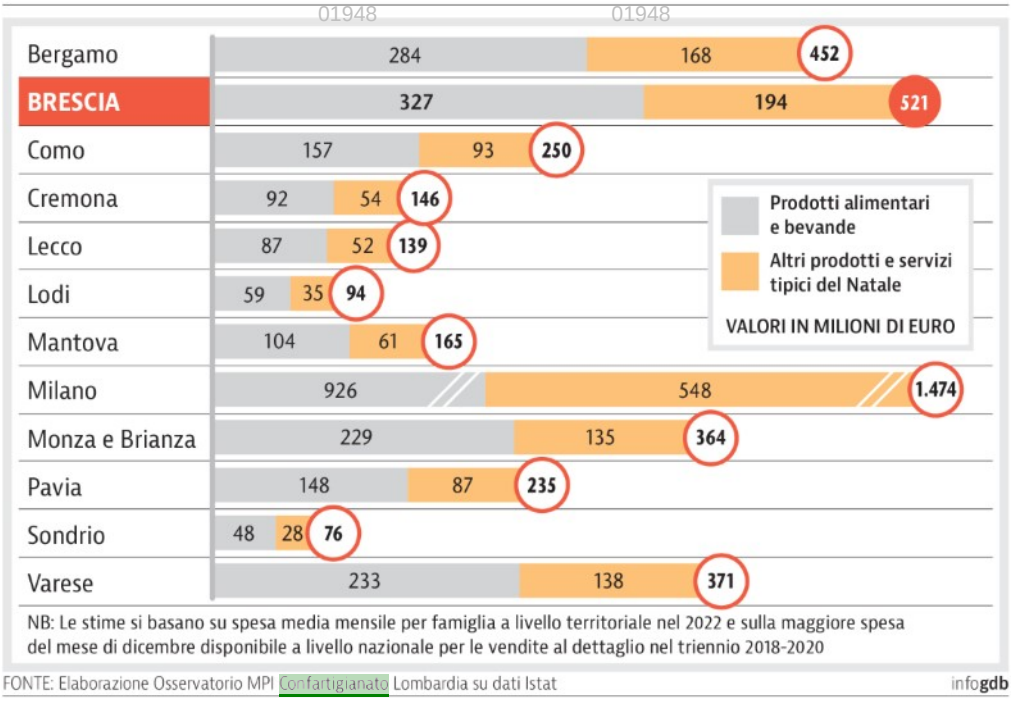
Inoltre, aggiunge il presidente di Confartigianato, Eugenio Massetti, «i prodotti e servizi dell'artigianato sono focalizzati sulla domanda di prossimità, grazie alla profonda conoscenza del mercato locale da parte degli imprenditori, a garanzia anche di una maggiore circolarità e di una riduzione dei rifiuti». //



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

GIORNALE DI BRESCIA
06-DIC-2023
da pag. 37 / foglio 2 / 2
Quotidiano - Dir. Resp.: Nunzia Vallini
Tiratura: 22184 Diffusione: 22769 Lettori: 232000 (0001948)
DATA STAMPA
www.datastampa.it

LA SPESA A DICEMBRE NELLE PROVINCE LOMBARDE



Il presidente. Eugenio Massetti

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

06-DIC-2023
da pag. 9 / foglio 1

il Resto del Carlino
FORLÌ
Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: N.D. Diffusione: 4846 Lettori: 47000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

L'INTERVENTO

Un invito: a Natale acquistiamo prodotti locali

Le feste di Natale fanno impennare la spesa degli italiani che quest'anno, a dicembre, raggiungerà il valore di 24,4 miliardi, vale a dire il 28,3% in più della media annuale. Le stime indicano che quasi i due terzi degli acquisti, pari a 15,9 miliardi, saranno dedicati ad alimentari e a bevande. L'ufficio studi di Confartigianato prevede che, nei consumi natalizi del 2023, spiccheranno quelli che puntano sulla tipicità, sull'identità territoriale, sull'unicità e qualità di prodotti e servizi. Un trend che coinvolge 311mila aziende artigiane con 882mila addetti che operano in 47 settori, dalle specialità alimentari all'oggettistica, dall'abbigliamento ai prodotti per la casa fino ai giocattoli.

A supportare l'acquisto di prodotti artigiani è la sempre più diffusa attenzione alla qualità, all'unicità e alla sostenibilità di prodotti su misura, personalizzati, tipici del territorio, a basso impatto sull'ambiente. Per questo Confartigianato rilancia anche quest'anno la campagna Acquistiamo locale: un invito a regalare, e regalarsi, doni che esprimono il valore artigiano made in Italy, la nostra cultura imprenditoriale, il gusto per il bello, il buono e il ben fatto dei tanti, diversi territori del nostro Paese. Acquistiamo locale è un modo per valorizzare il lavoro delle imprese, è la scelta consapevole, responsabile e sostenibile per rinsaldare il rapporto di fiducia tra imprenditori e cittadini nelle comunità.

A livello regionale, Confartigianato stima che si spenderà di più in acquisti natalizi in Lombardia con 4,3 miliardi di euro (17,5% del totale nazionale). Seguono il Lazio con 2,4 miliardi, il Veneto (2 miliardi), la Campania (1,9 miliardi) e l'Emilia-Romagna (1,9 miliardi). Scegliere di rivolgersi alle imprese artigiane e micro piccole imprese locali vuol dire sostenere non solo l'imprenditore, coi suoi dipendenti e le rispettive famiglie, ma anche contribuire al benessere della comunità, per le ricadute positive, che un sistema imprenditoriale vitale garantisce.

Luca Morigi presidente Confartigianato Forlì

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

05-DIC-2023
da pag. 7 / foglio 1

Corriere Adriatico
ANCONA
Quotidiano - Dir. Resp.: Giancarlo Laurenzi
Tiratura: N.D. Diffusione: 4105 Lettori: 49000 (0001948)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Natale, i marchigiani spenderanno mezzo miliardo

01948 01948

Gilberto Gasparoni

Confartigianato: «Comprate solo prodotti del commercio locale»

LE STIME

ANCONA L'assist del Natale all'economia locale. Con l'arrivo delle feste, è tempo di spese e le famiglie marchigiane sono pronte a spendere 597 milioni di euro, in questo mese di dicembre, per prodotti e servizi realizzati in particolare dalle piccole imprese artigiane del nostro territorio. La stima è dell'Ufficio studi di Confartigianato, che sottolinea come la maggior parte di questa quota sarà destinata alla tavola, con prodotti alimentari e bevande che da soli peseranno per 389 milioni di euro.

L'universo regionale

Nelle Marche sono 12.850 le imprese artigiane, con oltre 45mila addetti che operano nei settori di offerta di prodotti e servizi tipici del Natale (dagli alimentari, ai giocattoli, agli articoli tessili e di pelletteria, ai beni e servizi per la cura della persona, solo per fare qualche esempio). «C'è un universo di micro e piccole imprese che da sempre sono l'anima del nostro tessuto produttivo», osserva il segretario di Confartigianato Marche Gilberto Gasparoni, che aggiunge: «Scegliere per questo Natale un regalo realizzato o offerto da un'impresa delle Marche, è un gesto fondamentale per il luogo in cui viviamo, per preservarne la vitalità e l'unicità. Un gesto che permette di sostenere imprese, lavoratori, comunità e che contribuisce all'eccellenza del made in Italy». A questo scopo, Confartigianato ha rilanciato la campagna Abbiamo a cuore il nostro territorio: acquistiamo locale, che punta proprio a ridare linfa vitale alle botteghe artigiane ed ai negozi locali, che soffrono la concorrenza delle grandi catene e dei marchi internazionali. La scommessa è soprattutto sul food, con un'offerta enogastronomica d'eccellenza. Un settore, quello dell'agroalimentare delle Marche, rappresentato da 2.686 imprese artigiane che danno lavoro a 11.595 addetti.

m. m.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948