

“Caro” Natale 2022, troppi rincari sotto l’albero

Che Natale sarà? Senz’altro un Natale senza pace almeno per quanto riguarda i prezzi legati ai rincari che non danno tregua agli italiani. Mettere in fila i dati non è certamente incoraggiante: rispetto al Natale 2021, gli italiani quest’anno spenderanno di più. L’inflazione morde, stabile all’11,8% dal mese di novembre; i rincari energetici (+54% a fine ottobre 2022) hanno trainato al rialzo i costi di tutta una serie di prodotti di consumo, molti dei quali protagonisti delle prossime festività, quali ad esempio i beni alimentari che secondo i dati rilevati nel recente ultimo Focus dell’Osservatorio Economia e Territorio di CNA Veneto sono aumentati di 14,6% (alimentari e bevande).

Basti considerare gli aumenti dei prodotti al dettaglio secondo le tabelle di rincari riportate dal Codacons: + 41,7% per il burro; +49% per lo zucchero; +23,5% per farina e cereali. Sempre il Codacons lancia un altro allarme: Pandori e Panettoni industriali sono aumentati in media del 37% rispetto al Natale 2021, sfiorando addirittura picchi del +59% per alcuni tra i brand più famosi.

Per i prodotti artigianali di panificazione più contenuti gli aumenti, tra il +3 ed il +7%, ma le oltre 25mila imprese per un totale di 100mila addetti, sono da mesi combattono i rincari delle materie prime – farine, imballaggi, carburanti – mentre stanno fronteggiando con difficoltà le tariffe, oramai alle stelle, delle bollette di gas ed energia elettrica, nonostante il ridimensionamento nelle recenti settimane.

E la notizia di questi giorni è che si teme per un ulteriore aumento del prezzo del latte che arriverà a sfiorare i 3 euro al litro.

Quest'anno quindi gli italiani compreranno di meno, ma gli artigiani cercheranno di produrre di più e in modo più sostenibile per compensare gli aumenti dei costi e per cercare di far quadrare i bilanci. Secondo le rilevazioni di [CNA Veneto](#), un panificio è tra le attività che più risente dei rincari energetici: per produrre articoli da forno l'incidenza dei costi energetici sui costi totali in questo 2022 è più che triplicata rispetto al 2021 (si passa in media da un 4,2 per cento ad un 13,9 per cento). Rincari che incidono sulle attività di panificazione più che su un'impresa di produzione meccanica o una carrozzeria.

Certamente la situazione non è semplice: il prossimo Natale sarà comunque un Natale amaro, nonostante, almeno in apparenza, si sia tornati ai livelli pre-pandemia anche per quanto riguarda i consumi, ben avviati grazie al turismo natalizio – Ponte dell'Immacolata e Mercatini di Natale – che, secondo le stime [CNA](#), ha movimentato una cifra pari a 4 miliardi di euro, sembra superando anche i risultati del 2019.

Ma, nonostante ciò, gli italiani in questo Natale si troveranno nella condizione di poter comprare meno seppure a budget invariato dall'anno scorso, e gli artigiani dovranno quindi produrre e cercare di vendere di più per far quadrare il bilancio. Solo nello scorso anno, secondo i dati CNA, erano stati quasi 5 milioni i panettoni artigianali venduti nell'arco delle festività, con un aumento relativo intorno al +5,5%, ed un valore pari a poco meno di 130 milioni di euro.

«I nostri artigiani stanno fronteggiando già da lungo tempo questo tsunami economico, – commenta il **Segretario CNA Veneto Matteo Ribon** –. Le difficoltà sono tangibili –. Il lavoro non manca, ma la congiuntura economica è sfavorevole, rallenta e complica le dinamiche di produzione: l'aumento dei prezzi, pochi ordini, rialzo dell'inflazione e gli stipendi pressoché fermi. Ci troviamo in una economia di resistenza dinanzi alla quale le imprese artigiane cercano di fare la loro parte mantenendo il livello elevato dei loro prodotti artigianali e

l'impegno sempre costante per ricreare un volano economico».