

I doni sotto l'albero



Natale è di nuovo alle porte – come ogni anno. Eppure in questo 2020 tutto è diverso. La consueta spensieratezza dei giorni festivi ha ceduto il passo a un clima di incertezza che non lascia indifferente nessuno. Quest'anno la cosiddetta festa della famiglia non merita veramente questo nome. La cerchia dei familiari ammessi è infatti

tanto limitata che per Natale non pochi non potranno vedere i propri cari. I festeggiamenti si terranno (forzatamente) in tono minore e anche le montagne non attireranno schiere di vacanzieri come d'abitudine in questo periodo, perché il Corona-Virus è ubiquitario. Il fatto che adesso si stia diffondendo anche una nuova variante del virus accresce ulteriormente il livello di incertezza. La scorsa primavera anche i pessimisti più incalliti non avrebbero mai immaginato che a Natale il Corona-Virus avrebbe ancora determinato le nostre vite. Eppure adesso le cose stanno proprio così, ed è già tempo di scambio dei doni sotto l'albero la vigilia di Natale. Davvero?

Nonostante le interferenze di portata epocale nelle nostre abitudini, non lasceremo infatti che il Natale ci venga scippato del tutto. Natale è e resta una festa commerciale di preцetto. Dopo la comunicazione delle ultime limitazioni imposte dalla Confederazione, chi negli scorsi giorni voleva farsi un'idea circostanziata delle relative conseguenze è rimasto non poco sbalordito circa il brulicante trambusto, indistinguibile in tutto e per tutto dalla consueta frenesia prenatalizia degli anni «normali». A prima vista, la differenza più evidente e immediata è soltanto il fatto che tutti prendono d'assalto i negozi muniti di mascherina protettiva. Altrimenti tutto sembra scorrere nel solco della consuetudine. Natale è un enorme evento commerciale durante il quale ci lasciamo andare ai più sfrenati eccessi materiali. Molto probabilmente nel 2020 le vendite natalizie non faranno registrare nuovi fatturati record, ma almeno nel commercio al dettaglio non si potrà certo parlare di un crollo. È infatti presumibile che molte cose siano state ordinate anche attraverso il commercio online. Natale resta a tutti gli effetti un fenomeno paradossale in cui compriamo cose di cui in realtà non abbiamo bisogno. Eppure anche nella situazione attuale continuiamo a comprarle – lo facciamo soltanto in modo diverso e altrove. La Posta e i servizi di consegna a domicilio registrano quindi cifre record. Insomma, non c'è Corona-Virus che tenga: a Natale i soldi girano quasi come d'abitudine.

Il dono come distruttore di valore?

Ovviamente non ci priveremo delle abbuffate, e men che meno delle grandi bevute. Vari studi evidenziano che nel periodo natalizio aumentano i ricoveri ospedalieri per

abusò di alcol, e i tassi di decesso conseguenti a intossicazione da alcol sono più elevati del solito. Inoltre mettiamo su peso – non tantissimo, in media nemmeno mezzo chilo – ma in seguito non riusciamo più a toglierci di dosso questi rotolini di ciccia in eccesso con diete o sport, nonostante tutti i buoni propositi che esprimiamo per il nuovo anno. In questo senso, il Natale tira fuori i nostri tratti più eccessivi. Anche gli economisti non ritengono che il sovrappiù sia incentivante. Di questo avviso è ad esempio Joel Waldfogel nel suo libro intitolato «Il libro che Babbo Natale non vi farebbe mai leggere – Perché non è giusto fare regali». L'economista statunitense giunge alla conclusione che le feste natalizie generano una perdita gigantesca per il sistema economico – una pura follia, a cui bisognerebbe porre fine. Molti regali sono infatti così privi di immaginazione e di senso da risultare semplicemente inutili e inservibili per i destinatari. Eppure sono stati fabbricati in modo più o meno oneroso, assorbendo moltissime ore di lavoro per la loro realizzazione – tutti valori che si tramutano per così dire in una nuvola di fumo, se il destinatario non attribuisce loro alcuna utilità o alcun valore. Con altissima probabilità è infatti possibile ritenere che, a parità di oggetto, la disponibilità di pagamento del destinatario sia più bassa rispetto a quella dell'autore del dono. Sotto il profilo economico il Natale è quindi rilevante in termini quantitativi, ma altamente inefficiente per quanto riguarda l'allocazione delle risorse. In questo senso, si può dunque parlare di una vera e propria perdita di ricchezza. Purtroppo gli eccessi si traducono infatti anche in un impiego inefficiente delle risorse, se non in un vero e proprio spreco, e anche la pandemia da Corona-Virus non è riuscita a cambiare di una virgola queste dinamiche. Quindi, per finire in bellezza, ecco come ogni anno quello che non è cambiato (e non cambia mai).

Tutti gli anni lo stesso copione

Si stima che la spesa pro capite per i regali natalizi ammonti a circa 330 franchi. Per l'intera Svizzera arriviamo dunque alla considerevole somma di 2,8 miliardi di franchi. Non tutti spendono in modo uguale: il 4% tra di noi alleggerisce il proprio portafoglio di oltre 1000 franchi, mentre il 15% spende meno di 100 franchi. Ma la grande maggioranza destina ai doni natalizi fra 200 e 500 franchi. La spesa pro capite degli uomini è in media superiore del 10% rispetto a quella delle donne. Gli abitanti della regione del Lago di Ginevra sono i più munifici, seguiti poi dagli svizzeri nordoccidentali e dagli zurighesi. La graduatoria in base alla tipologia di economie domestiche vede al primo posto le famiglie con figli, seguite dalle coppie e dai single. A spendere meno per i regali natalizi sono gli abitanti della Svizzera orientale. Questo o quell'

elemento si rispecchia e trova conferma nel comportamento di acquisto prenatalizio, tra l'altro per quanto concerne i cliché specifici per il sesso maschile e femminile

I doni sotto l'albero

le. In altre parole: lei regala calzini, lui regala orecchini. Le donne spendono tendenzialmente di più per capi di abbigliamento, gli uomini per gioielli. Sul versante dell'intrattenimento, le donne regalano più libri (anche e-book), gli uomini invece smartphone e gaming. La vigilia di Natale i regali sono disposti in bell'ordine sotto un abete nordico (due terzi di tutti gli alberi), oppure sotto un abete rosso (20%). Gli svizzeri tedeschi amano in particolar modo le candele come illuminazione natalizia (62%), mentre questa decorazione è apprezzata soltanto dal 12% degli svizzeri occidentali, che preferiscono piuttosto un'illuminazione elettrica. Oltre il 90% dei romandi adorna infatti l'albero di Natale con una ghirlanda luminosa. A proposito di alberi: secondo un sondaggio condotto nel 2017, il 46% di tutti gli intervistati un albero di Natale non lo compra proprio, mentre il 2% lo acquista la Vigilia stessa – più «last minute» di così! Ormai da tempo l'aspetto spirituale collegato al Natale ha lasciato strada a quello commerciale. Ma sotto l'albero di Natale ci ricordiamo ancora di cantare, almeno un po'. Le buone vecchie canzoni natalizie risuonano fra le mura domestiche in quasi un nucleo familiare su due nella Svizzera tedesca, ma solo in una famiglia su quattro nella Svizzera occidentale. La Svizzera aveva molti volti anche prima dell'avvento del Corona-Virus, e le cose sono destinate a restare così. È con questo spirito che auguro a tutti voi

Buone Feste e un felice e proficuo 2021. Se vorrete, l'appuntamento con questa rubrica è dunque per il nuovo anno. Tantissimi auguri, dunque, soprattutto di buona salute!

Martin Neff, Economista capo di Raiffeisen

I doni sotto l'albero

Raiffeisen Economic Research

economic-research@raiffeisen.ch

Tel. +41 (0)44 226 74 41

Importanti note legali

Esclusione di offerta

I contenuti della presente pubblicazione vengono forniti esclusivamente a titolo informativo. Essi non costituiscono dunque né un'offerta agli effetti di legge né un invito o una raccomandazione all'acquisto, ovvero alla vendita, di strumenti di investimento. La presente pubblicazione non rappresenta né un annuncio di quotazione né un prospetto di emissione ai sensi dell'art. 652a o dell'art. 1156 CO. Le condizioni complete applicabili e le avvertenze dettagliate sui rischi relativi a questi prodotti sono contenute nel rispettivo prospetto di quotazione. A causa delle restrizioni legali in singoli paesi, tali informazioni non sono rivolte alle persone la cui nazionalità o il cui domicilio si trovi in un paese in cui l'autorizzazione dei prodotti descritti nella presente pubblicazione sia soggetta a limitazioni.

La presente pubblicazione non ha lo scopo di offrire all'investitore una consulenza in materia d'investimento e non deve essere intesa quale supporto per le decisioni d'investimento. Gli investimenti qui descritti dovrebbero essere effettuati soltanto dopo un'adeguata consulenza Clientela privata e/o dopo l'analisi dei prospetti informativi di vendita vincolanti. Decisioni prese in base alla presente pubblicazione avvengono a rischio esclusivo dell'investitore.

Esclusione di responsabilità

Raiffeisen Svizzera società cooperativa intraprenderà tutte le azioni opportune atte a garantire l'affidabilità dei dati presentati. Raiffeisen Svizzera società cooperativa non fornisce tuttavia alcuna garanzia relativamente all'attualità, all'esattezza e alla completezza delle informazioni contenute in questa pubblicazione.

Raiffeisen Svizzera società cooperativa non si assume alcuna responsabilità per eventuali perdite o danni (diretti, indiretti e consecutivi), causati dalla distribuzione della presente pubblicazione o dal suo contenuto oppure legati alla sua distribuzione. In particolare, non si assume alcuna responsabilità per le perdite derivanti dai rischi intrinseci ai mercati finanziari.

Direttive per la salvaguardia dell'indipendenza dell'analisi finanziaria

La presente pubblicazione non è il risultato di un'analisi finanziaria. Le «Direttive per la salvaguardia dell'indipendenza dell'analisi finanziaria» dell'Associazione Svizzera dei Banchieri (ASB) non trovano pertanto applicazione in questa pubblicazione.