

Censis-Confimprese: la spesa delle famiglie a fine anno supererà i 1.000 miliardi di euro

Retail, c'è voglia di canali fisici

Il 65% degli italiani tornerà nelle piazze dello shopping

DI MARCO LIVI

Rimbalzo dei consumi, crescita dei canali fisici del retail e internet come mezzo per informarsi su prodotti e aziende. Il quadro emerge dal 2° Rapporto Censis-Confimprese, l'associazione che raggruppa gli operatori del retail, con il contributo di Nhood, che è stato presentato ieri a Roma. Alla fine dell'anno, infatti, la spesa per consumi delle famiglie supererà i 1.000 miliardi di euro e nel secondo trimestre del 2021 i consumi degli italiani si sono già ripresi del 14,2% rispetto allo stesso periodo del 2020 (33 miliardi in più), con una inversione di tendenza rispetto al -5,4% registrato nel primo trimestre dell'anno. L'incremento a fine anno sarà di 60 miliardi sul 2020 e, se non ci saranno nuovi stop sanitari, a Natale sono previsti almeno 9 miliardi di spesa in più rispetto alle passate festività.

A trainare i consumi sono 4,5 milioni gli italiani che, forti di redditi rimasti intatti e di risparmi forzosi dovuti all'impossibilità di poterli utilizzare durante la pandemia, ora sono pronti a spendere più di quanto facessero nel periodo pre-Covid. Usciti dall'emergenza, secondo lo studio il 57,2% degli italiani tornerà infatti a spostare soldi dal risparmio ai consumi. L'incremento degli acquisti sarà favorito dalla voglia di tornare a uscire di casa, dopo essere stati costretti tra le mura domestiche e ormai stanchi di interazioni digitali. Il 51,9% non sopporta infatti più gli incontri da remoto per il lavoro, lo studio o le relazioni interpersonali, mentre il 52,8% ritiene che il digitale sia eccessivamente presente nelle proprie vite e che ora c'è bisogno di un riequilibrio con il mondo fisico. Il 65% (il 77,4% tra i giovani) vuole tornare a trascorrere tempo fuori casa per incontrare gli amici, man-

giare insieme e fare shopping. Cresce quindi la voglia di tornare ad acquistare nei canali fisici del commercio: il 64% degli italiani ha nostalgia dei negozi fisici, dei centri commerciali, delle piazze dello shopping, anche riducendo il ricorso all'e-commerce. E tra questi, prevalgono le donne (67,6%) e le persone benestanti (69,8%).

Ma quali sono i nuovi driver degli acquisti? Il consumatore vuole utilizzare ogni tipo di informazione disponibile per decidere cosa comprare e dove farlo ed è questo il fattore chiave con cui il retail dovrà misurarsi. Il 64,9% degli utenti di internet cerca infatti informazioni su aziende, prodotti e servizi e il 53,4% confronta i prezzi dei prodotti e servizi per valutare le diverse opzioni. L'e-commerce è comunque una realtà consolidata: il 51,6% degli internauti (il 62,3% delle persone più istruite, il 64,6% dei 30-44enni) ha effettuato almeno un acquisto online nell'ultimo mese, ma dopo la pandemia ogni consumatore costruirà la sua spesa personale combinando canali fisici del retail e online.

«È un'Italia che ce la fa quella che il Censis fotografa dopo i diciannove mesi di pandemia che hanno messo a dura prova la tenuta del retail», ha detto **Mario Resca**, presidente di Confimprese. «La stabilità del governo Draghi, la ripresa dell'economia italiana, che è tra quelle europee a più alta crescita, la voglia di normalità unita ai risparmi degli italiani sono il vero vaccino dell'Italia post Covid-19. Oggi qualche incognita potrebbe provocare temporanee frenate, come la scarsità di materie prime su scala globale, la mancanza di manodopera specializzata e l'inflazione. Per questo è necessario assicurare gli italiani con politiche di welfare e incentivi volti a proteggere e promuovere il loro benessere economico e sociale».

© Riproduzione riservata



Il presidente di Confimprese Mario Resca

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901



Superficie 55 %