

L'Economic Outlook di Mastercard sui consumi

06901

06901

# Un 2024 in ripresa

## Aumenterà la spesa discrezionale

DI MATTEO RIZZI

**N**el 2023, i consumatori si sono mostrati attenti, con il peso dell'inflazione che ha inciso sull'acquisto di generi alimentari e sulle bollette. Ma nel 2024, la storia cambia. Si prevede uno scenario in cui sarà possibile dedicare più risorse alle spese discrezionali, grazie all'aumento del potere d'acquisto degli stipendi e a una riduzione dell'inflazione. Tutto ciò sarà caratterizzato da una resistenza dell'acquisto in negozio, nonostante la presenza consolidata dell'e-commerce. Quest'ultimo, infatti, diventa sempre più uno strumento fondamentale per prendere decisioni informate e confrontare i prezzi sul mercato. Diventa marcata, inoltre, la costante crescita della spesa dedicata alle esperienze, a discapito dell'acquisto di beni materiali. È quanto indica il Mastercard Economics Institute, che ieri ha presentato a Milano l'Economic Outlook 2024.

«Quest'anno è stato molto peculiare, caratterizzato da un'esplosione dell'inflazione con prezzi alle stelle. Un anno complicato ma che sicuramente ha portato a una trasformazione del consumatore con un moderato ottimismo nei confronti dell'anno prossimo», ha spiegato **Michele Centemero**, country manager Italia di Mastercard. «Quello che emerge è che gli italiani, oltre a fare scelte più attente, non hanno perso l'elemento gratificante dell'ac-

quisto e proprio il punto fisico nella vendita del negozio sta tenendo bene, soprattutto nelle grandi città come Milano e Roma».

Durante l'estate, abbiamo assistito a un luglio positivo seguito da una prima metà di agosto favorevole, ma a una significativa diminuzione nella seconda metà, con settembre che ha poi registrato un recupero. «In questo luna park dei consumi, gli italiani hanno iniziato a comprendere e affrontare gli acquisti quotidiani in modo più intelligente, non solo sfruttando la tecnologia ma anche informandosi, facendo scelte oculate e stabilendo le giuste priorità nei loro acquisti».

Il tasso d'inflazione, pari allo 0,7% nel mese di ottobre, è significativamente inferiore alla crescita salariale del 2,9%: ciò significa che i redditi disponibili «reali» dei consumatori sono in aumento rispetto allo scorso anno. Si prevede, quindi, che questo maggiore potere d'acquisto del consumatore si tradurrà in un aumento della spesa discrezionale in vista del nuovo anno.

Gli italiani non rinunciano mai al ristorante, che «rimane il momento di aggregazione più importante». Mentre i resi dell'e-commerce registrano un aumento, con il 10,3% degli acquisti online che viene restituito (vs 5,9% nel 2019). In confronto, i resi degli acquisti in negozio sono solo lo 0,4% nel 2023, rispetto allo 0,1% del 2019.

— © Riproduzione riservata — ■



Michele Centemero

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1747 - T.1674



Superficie 36 %