

il lavoro e il 62% è convinto che comunque ci saranno più disoccupati.

LA NUOVA NORMALITÀ

il lavoro e il 62% è convinto che comunque ci saranno più disoccupati. «Negli ultimi dieci anni il prodotto interno lordo ha tenuto solo grazie alle esportazioni - prosegue Valerii - Adesso con almeno due anni di crisi davanti a noi per le vendite all' estero non possiamo permetterci una ulteriore contrazione dei consumi, soprattutto da parte di chi ha mantenuto la propria capacità di spesa». Fra i trend che secondo il direttore generale del Censis si andranno a rafforzare ci saranno l' attenzione all' italianità dei prodotti, che rispecchierà la crescente chiusura delle società e l' attenzione alla **sicurezza alimentare** e, inevitabilmente, il deciso



aumento delle vendite dei prodotti di base. Le prime avvisaglie si sono già avute sia durante il lockdown che nella prima settimana della Fase 2, durante la quale le vendite dei discount hanno fatto registrare i volumi più alti di sempre. «Con la chiusura del mese di maggio potremo avere un quadro più preciso, ma le tendenze si stanno già delineando ora - afferma Romolo De Camillis, Retailer service director di Nielsen Connect in Italia - Stiamo assistendo a una polarizzazione della clientela, da una parte chi è alla ricerca del primo prezzo e dall' altra chi può permettersi i prodotti di fascia alta. Un discorso che vale ancora di più nella situazione attuale con i ristoranti chiusi o poco frequentati e le cene con gli amici che si sono spostate tra le mura domestiche. La maggiore disponibilità economica, favorita dall' assenza dei divertimenti fuori casa, porterà a un incremento nell' acquisto di prodotti di lusso,

come per esempio lo champagne». Nella "nuova normalità" potrebbe esserci un ritorno ai negozi di prossimità. «Durante il lockdown i consumatori sono stati obbligati a fare acquisti nel punto vendita più vicino, che per molti è il negozietto sotto casa - conclude De Camillis - Per qualcuno è stata l' occasione per scoprire una buona qualità dei prodotti e del servizio, che in molti casi prevede la consegna a casa. I prezzi sono più alti rispetto a quelli dei discount ma è possibile che, soprattutto fra i pensionati, ci sia chi è disposto a spendere qualcosa in più per continuare ad usufruire della comodità. E la tenuta del libero servizio nella prima settimana post-lockdown va proprio in questa direzione». ©RIPRODUZIONE RISERVATA ORBON ALIJA/GETTY.