# -28 miliardi il conto del Covid al Fuori casa

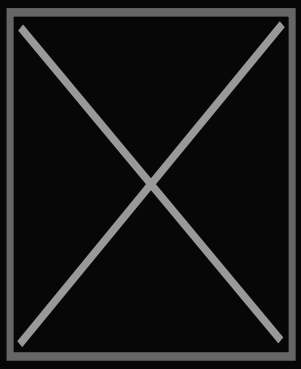
money-2159310-640-ff961b4f

Questo 2020 funesto, iniziato alla grande e poi investito dalla pandemia da Covid-19, che ha portato un Paese dopo l'altro a capitolare seguendo lo stesso copione: chiusura, riapertura controllata, fase 2 e fase 3, dopo un'estate che ha dato respiro grazie a un turismo tutto nostrano e la grande incognita dell'autunno, questo annus horribilis che conto presenterà al fuori casa? TradeLab ha fatto una previsione, rilasciate in anteprima a Mixer all'inizio di agosto. Ed ecco il verdetto: 57,3 miliardi di euro contro gli 85,3 miliardi con cui si era chiuso il 2019. "Secondo le nostre previsioni il fuori casa quest'anno perderà  28 miliardi di euro, di cui circa 18 miliardi solo nel trimestre marzo, aprile e maggio" spiega **Angela Borghi** di TradeLab. L'ipotesi di base è che le regole messe in atto fino ad ora si mantengano fino alla fine dell'anno, in primis il distanziamento sociale. Le variabili che frenano i consumi – già evidenziate nell'analisi di giugno dalla società di analisi e consulenza – sono sostanzialmente tre: la paura del contagio, la principale, seguita dalle preoccupazioni economiche e dal cambiamento nello stile di vita. Cui va aggiunta un'avvertenza: "I dati sono estremamente fluttuanti, il sentiment del consumatore varia anche in funzione delle notizie del giorno sull'evoluzione della pandemia, come ci evidenziano i monitoraggi quotidiani che effettuiamo".

**EVOLUZIONE DEL COVID**

La variabile più difficilmente quantificabile è proprio questa. Nessuno sa come evolverà la diffusione del virus, se e dove ci saranno nuovi focolai, se sarà necessario richiudere le attività in parte o in toto. E quando arriverà il tanto atteso vaccino. Le stime prevedono naturalmente che non vi sia un nuovo lockdown generale.

**PREOCCUPAZIONI ECONOMICHE**

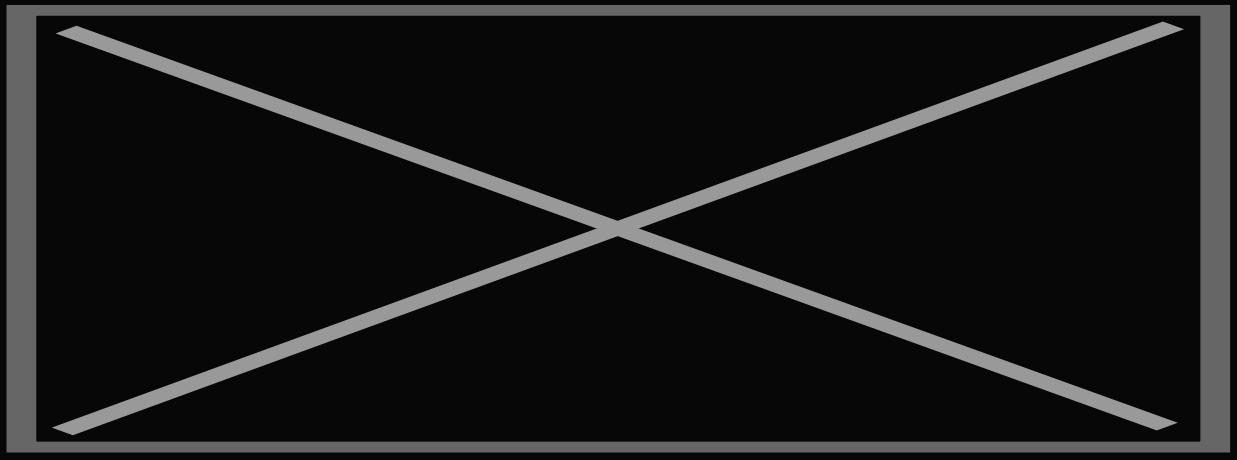


Che ampie fasce di popolazione subiranno pesantemente gli effetti della crisi è un dato di fatto, ma la crisi economica impatterà sui consumi fuori casa? “Tradizionalmente abbiamo visto che il consumo fuori casa ha dimostrato una certa rigidità rispetto al reddito. Anche durante la grande crisi economica del 2007-2017 ad esempio si è rinunciato ad altre spese come abbigliamento, arredamento, automobili mentre fuori casa e telefonia hanno continuato a crescere costantemente. Va detto però che questa è una crisi diversa, che ha impattato anche sugli aspetti sociali ed esperienziali. Noi però riteniamo che nel lungo periodo i consumi torneranno ai livelli pre-Covid, perché la struttura della società che li ha favoriti in questi ultimi anni – fatta di single, famiglie di piccole dimensioni, donne maggiormente occupate nel lavoro, giovani che vivono con i genitori – non è cambiata” spiega Borghi. A soffrire saranno le situazioni più funzionali: magari si tenderà a fare una colazione in più a casa o si porterà il pranzo in ufficio o in università, ma non si rinuncerà all’aperitivo o alla pizza con gli amici. Le maggiori preoccupazioni sul fronte economico sono comunque rilevate nel Sud Italia e nelle Isole.

**STILI DI VITA MUTATI**

La riapertura delle scuole (chiuse da inizio marzo) e la ripresa di alcuni uffici – le attività produttive hanno già ripreso – potrebbe portare ossigeno al fuori casa. Anche se alcune aziende hanno già prolungato lo smart working fino a fine anno. Già la ristorazione commerciale sta reagendo organizzandosi per consegnare i pasti in casa agli smart workers o approntando punti di ritiro dei pasti pronti. Le aziende stanno immaginando come ripensare mense e buoni pasto. Del resto, dopo il momento di entusiasmo vissuto durante il lockdown per la cucina home made, è pensabile che larghe fasce di lavoratori anche “ai domiciliari” non avranno né voglia né tempo di cucinare a casa.
“L’andamento della Gdo in questi ultimi mesi, che non registra più le grandi crescite della fase di lockdown, ci fa pensare che il fuori casa potrebbe, specie dall’autunno, intercettare anche fasce di home workers. Tramite il delivery in primis” dice Borghi. Il che potrebbe rivelarsi un’opportunità assai interessante per i bar e i ristoranti che sapranno organizzarsi e raggiungere i consumatori a casa propria.

[caption id="attachment_178748" align="aligncenter" width="635"]



Bar e

ristoranti dovranno organizzarsi per raggiungere i consumatori a casa propria[/caption]

**Il borsino dei consumi post-Covid**