Euromonitor: arrivano i trend dei consumatori del 2022

shutterstock-1471445261-d61d39b5

Dieci tendenze, dall'ecosostenibilità alle nuove tecnologie digitali, che plasmeranno il comportamento dei consumatori nel corso dei prossimi dodici mesi. Come ogni anno, Euromonitor International ha anticipato nel suo report "Top 10 Global Consumer Trends 2022" cosa guiderà le decisioni di acquisto nel corso dell'anno appena iniziato.

"*Le aziende devono trasformarsi insieme alle preferenze dei consumatori in rapida evoluzione*", ha commentato **Alison Angus**, responsabile degli stili di vita di Euromonitor International. "*Tornare ai comportamenti e alle strategie pre-pandemia probabilmente non genererà gli stessi risultati andando avanti*".

Vediamo dunque da vicino di cosa si tratta:

- **Backup planners**. I consumatori non si arrendono quando la catena di approvvigionamento si interrompe, causando la carenza di alcuni prodotto. Piuttosto, cercano sempre strade differenti, spostando le loro preferenze sulle migliori opzioni disponibili.
- **Climate Changers**. Nel 2021, il 35% dei consumatori globali ridurrà attivamente le proprie emissioni di carbonio. L'eco-ansia e l'emergenza climatica influenzeranno un'**economia a Km0**.
- **Anziani digitali**. I consumatori meno giovani diventeranno utenti tecnologici più esperti. Per questo motivo, le soluzioni virtuali dovranno essere adattate alle esigenze di questo pubblico online in espansione.
- **Aficionados della finanza**. La gestione democratica del denaro permette ai consumatori di rafforzare l'alfabetizzazione e la sicurezza finanziaria. Più della metà dei consumatori globali crede che si troverà meglio finanziariamente nei prossimi cinque anni.

- **The Great Life Refresh**. I consumatori si concentrano sulla crescita personale e il benessere, facendo drastici cambiamenti di vita che riflettono i loro valori, passioni e scopi.
- **Il movimento Metaverse**. Ecosistemi **digitali immersivi** e in 3D iniziano a trasformare le connessioni sociali. Le vendite globali di cuffie AR/VR sono cresciute del 56% dal 2017 al 2021, raggiungendo 2,6 miliardi di dollari l'anno scorso.
- **Inseguimento di Preloved**. Lo shopping di seconda mano e i mercati peer-to-peer fioriscono mentre i consumatori cercano oggetti unici, accessibili e sostenibili.
- **Urbani rurali**. I consumatori si trasferiscono in quartieri più sicuri, più puliti e più verdi.
- **Cercatori di auto-amore**. L'autenticità, l'accettazione e l'inclusione sono in prima linea nelle scelte di vita e nelle abitudini di spesa.
- **Il paradosso della socializzazione**. I livelli di comfort fluttuanti creano un ritorno conflittuale alla vita pre-pandemica. Nel 2021, il 76% dei consumatori globali ha preso precauzioni per **la salute e la sicurezza** quando esce di casa.