Consumatori mondiali in prima linea post lockdown

scritto da Agnese Ceschi | 1 Luglio 2020



Man mano che i governi dei vari Stati mondiali allentano le misure restrittive di lockdown soprattuto per il settore della ristorazione, cambia il **ruolo del consumatore nei diversi mercati**. In molti Paesi stanno iniziando ora le manovre di riapertura dei locali pubblici cercando di trovare il giusto bilanciamento tra salute e sicurezza pubblica ed emergenza economico-finanziaria.

IWSR ha pensato di redigere per questo un report che testimonia le diverse situazioni attraverso delle istantanee bisettimanali che catturano gli ultimi sviluppi della pandemia e il suo impatto sul industria delle bevande alcoliche in 12 mercati chiave: Argentina, Australia, Cina, Francia, Germania, India, Italia, Messico, Sudafrica, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti.

Un importante fattore e trend di analisi evidenziato dagli analisti di IWSR è proprio legato al ruolo del consumatore nel momento in cui i diversi Stati nazionali hanno allentato le misure restrittive. **Ogni Paese è diverso e dunque vale la pena analizzare come i consumatori hanno reagito all'apertura**. Le differenze sono date, secondo gli analisti, da una complessa combinazione di diversi fattori che vanno dalla gravità dell'impatto del Covid-19 nel Paese in termini di numeri di contagiati e deceduti, al mood nazionale rispetto alla paura di una seconda ondata, fino a comprendere anche considerazioni di carattere politico, o economico (come l'impatto dei prezzi al ristorante).

Tra tutti i Paesi presi in esame, la **Cina** è quello che sembra aver raggiunto il più alto grado di "normalità", ma è necessario specificare alcune cose. In Cina più che di restrizioni strutturali e da parte del governo, si sta analizzando la predisposizione del consumatore, sia in termini di spesa che in termini di riadozione delle precedenti abitudini di consumo, elementi fondamentali per ricondurre il Paese verso la "normalità". Ad esempio, l'abitudine di bere fuori casa non è ancora stato pienamente ripresa, infatti il modo in cui i consumatori approcciano normalmente queste situazioni di condivisione di pietanze o bibite non li ha ancora resi sufficientemente sicuri nel riaffrontarle. Un test arriverà in autunno, che è tradizionalmente un periodo di punta della stagione dei banchetti durante la festa di metà autunno.

In **Germania**, c'è una grande disparità di atteggiamenti nei consumatori: c'è chi teme ancora molto l'esposizione non necessaria a situazioni di contagio possibile e si basa molto sulla fiducia nei confronti del ristorante e della capacità di gestire il distanziamento sociale. Si stanno diffondendo alternative all'aria aperta come chioschi in città che sono un buon surrogato dei luoghi chiusi, complici anche le belle temperature.

In **Francia** si segnala un'iniziale euforia alla riapertura dei locali, che nel corso dei giorni è andata attenuandosi. Mentre nella Capitale la frequentazione dei locali rimane notevolmente limitata (solo bar con terrazze aperte, senza clienti ammessi all'interno), il primo ristorante che ha riaperto al di fuori di Parigi il 2 giugno ha presentato lunghe code per l'ingresso, scene di festa e uno stato d'animo di ottimismo tra i proprietari. Tuttavia, due settimane dopo, l'euforia iniziale sta perdendo la sua brillantezza: la pressione economica e le preoccupazioni per una possibile seconda ondata stanno facendo sentire il loro impatto.

In **Australia**, la restrizioni per la frequentazione di locali o ristoranti persistono con diverse regole a seconda dello Stato con un patchwork variegato di opzioni: solo prenotazione, solo posti a sedere, fascia oraria stabilita, diverse densità di numero di persone nei locali… L'Australia è il primo Paese tra quelli presi in esame da IWSR ad aver già annunciato una tabella di marcia per consentire nuovamente gli assembramenti. Il 12 giugno il governo federale ha annunciato infatti le prime mosse per passare alla fase 3.

In tutti i mercati, il turismo richiede invece un'attenzione più dedicata e avrà tempistiche molto più lente. Posizioni discordanti: in Australia, ad esempio, il governo ha annunciato che il turismo internazionale non sarà probabilmente riaperto fino al 2021. Al contrario, nei Paesi dell'Europa meridionale stanno lavorando a scadenze più brevi per riaprire la loro frontiere.

Nel frattempo, tuttavia, i governi dovranno concentrarsi sull'accelerare la partecipazione nel settore on-premise, dal momento che la convivialità è considerata una delle pietre miliari del consumo di alcol. In Cina, ad esempio, il governo ha da poco lanciato una serie di programmi per incoraggiare il ritorno alla frequentazione dei ristoranti e dei locali con l'organizzazione di un "festival serale" a Shanghai per ricominciare a godersi la vita notturna, con l'estensione

delle ore di shopping ed eventi speciali in loco.

Insomma, assistiamo a come le riaperture sono graduali e risentano di numerosi fattori soggettivi di Paese in Paese. Staremo a vedere se la generale volontà dei governi di andare verso una fase 3 sarà confermata anche dai consumatori.