

Coronavirus: dall'offline all'online, così cambiano i nostri consumi in tempo di pandemia

LINK: https://www.repubblica.it/tecnologia/prodotti/2020/03/13/news/dall_offline_all_online_cosi_cambiano_i_nostri_consumi_in_tempo_di_pandemia-25...

Report di Reply sulle tendenze dei cittadini nel periodo del coronavirus. Aumentano le app per il telelavoro, gli acquisti online per prodotti per la casa o per igiene e anche le assicurazioni sanitarie. Dal consumo offline a quello online, da una prima fase di ansietà all'azione. Come cambiano i consumi, i comportamenti e le tendenze dei cittadini in tempo di pandemia? Ce lo racconta un rapporto Reply che, con Sonar Trend Platform, ha mappato trend e andamenti di mercato, utilizzando la tecnologia per cercare di capire come mutano e muteranno le abitudini dei consumatori globali, a partire dall'osservazione di ciò che è avvenuto in Cina nei giorni tra la fine di febbraio e i primi di marzo dopo diverse settimane di isolamento. Grazie a una piattaforma che analizza milioni di dati e si basa su due differenti tecnologie, China Beats per il mercato cinese e Trend Sonar per il mondo occidentale, Reply ha osservato alcuni dei trend più significativi in tempo di coronavirus. Il cambio di passo più evidente, chiaramente, è il passaggio dall'offline

all'online. La pandemia e le misure per contenerla hanno spostato i consumi dalla vendita al dettaglio nei negozi all'aumento di acquisti su canali di e-commerce. Cresce infatti il servizio di food delivery e consegna cibo a domicilio, ma cresce anche per esempio la richiesta online di prodotti per l'igiene della casa oppure, spaventati dal virus, la domanda per polizze assicurative di vita o sanitarie. Crescono anche gli acquisti online di prodotti e accessori per la cura alla persona come rasoi, asciugacapelli, detergenti, creme, dispositivi massaggianti, ma anche la richiesta per ortaggi freschi e prodotti per cucinare e preparare il cibo in casa. Salgono in oltre, ben sopra il 70%, le richieste per farmaci, medicinali, mascherine e tutto ciò che ha a che fare con le cure mediche. Coronavirus: dall'offline all'online, così cambiano i nostri consumi in tempo di pandemia. Condividi. Notevole l'incremento dei servizi di intrattenimento online, dei videogiochi e soprattutto dei servizi legati al lavoro da remoto, questione che si sta già osservando anche in Italia dove fra le app più

scaricate nell'ultimo periodo figurano per esempio diversi sistemi per il lavoro da casa, come Hangout Meet di Google o Google Classroom. Al contrario, cala come ipotizzabile la domanda per una lunga serie di prodotti e di settori, dalla ristorazione ai bar, dai viaggi a tutto ciò che è legato al turismo, dai cinema alle manifestazioni culturali e nella maggior parte dei settori la parola chiave per ricominciare sembra essere "reinventarsi online", spesso facendo ricorso al live streaming o la realtà virtuale. La piattaforma China Beats porta l'esempio del settore automotive: con la chiusura di autosaloni e concessionarie nel febbraio 2020 in Cina c'è stato un crollo delle vendite di auto del 92%. Per riuscire a mantenere l'interazione con i consumatori e presentare al pubblico nuovi modelli, alcuni produttori si stanno lanciando sugli showroom virtuali: con questo sistema, in generale, coloro che hanno investito in digitalizzazione e realtà virtuale stanno riuscendo a contenere le perdite e per esempio le ricerche online su determinate merci non calano, tenendo alta la

speranza di una futura ripresa. Le ricerche online, sempre per comprendere le tendenze, sono sempre al centro del report Reply che ha tentato di capire anche, a livello soggettivo, la risposta iniziale alla situazione di crisi in Europa. In generale si evince che le persone sono passate da una fase di ansietà con ricerche su Google, caratterizzate per esempio da parole chiave su sintomi e problematiche legate al contagio da coronavirus, a una fase di "azione" fatta di ricerca di prodotti come mascherine o disinfettanti e altro per cercare di contenere l'epidemia. Il report, infine, in una condizione di estrema difficoltà economica per tutti, osserva anche come l'odierna situazione, per esempio in Cina, si sia trasformata in una opportunità per alcune aziende che forniscono servizi digitali legate ai trasporti, ai servizi per l'istruzione e per il lavoro remoto o ad applicazioni per il live streaming, o comunque si sia concretizzata in una sorta di "test" per capire l'orientamento dei consumi e le modalità di fruizione del futuro, nella speranza che presto la pandemia in corso possa essere sconfitta. (g.t.)