

COVID-19

Il consumatore “riluttante”: attese ,
preoccupazioni e tendenze di consumo

24 GIUGNO 2020

BAIN & COMPANY 

COVID-19 - Impatto su consumatori : come si sentono e come si comporteranno

IL CONSUMATORE E IL LOCKDOWN



1

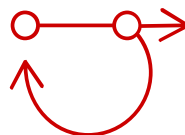
Quale esperienza? Quale il vissuto durante il lockdown?



2

Cosa è cambiato rispetto a prima?

IL CONSUMATORE E LA FASE 2



3

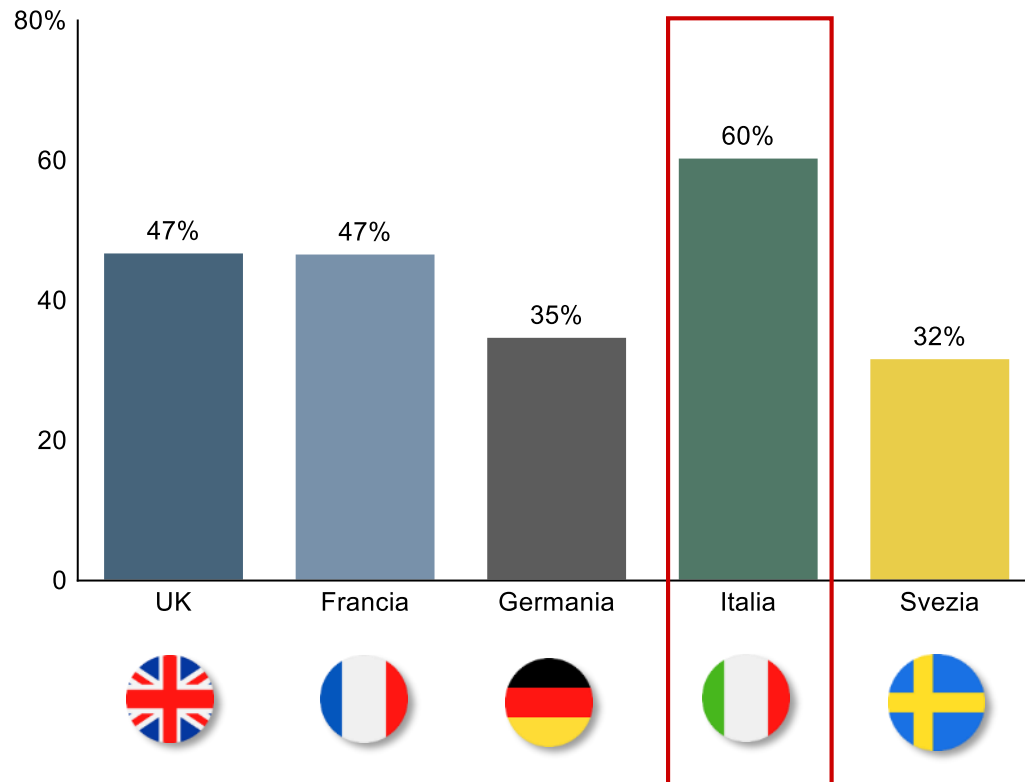
E ora quali le attese ?

Molti hanno posticipato gli acquisti, gli Italiani in maniera superiore agli altri Paesi

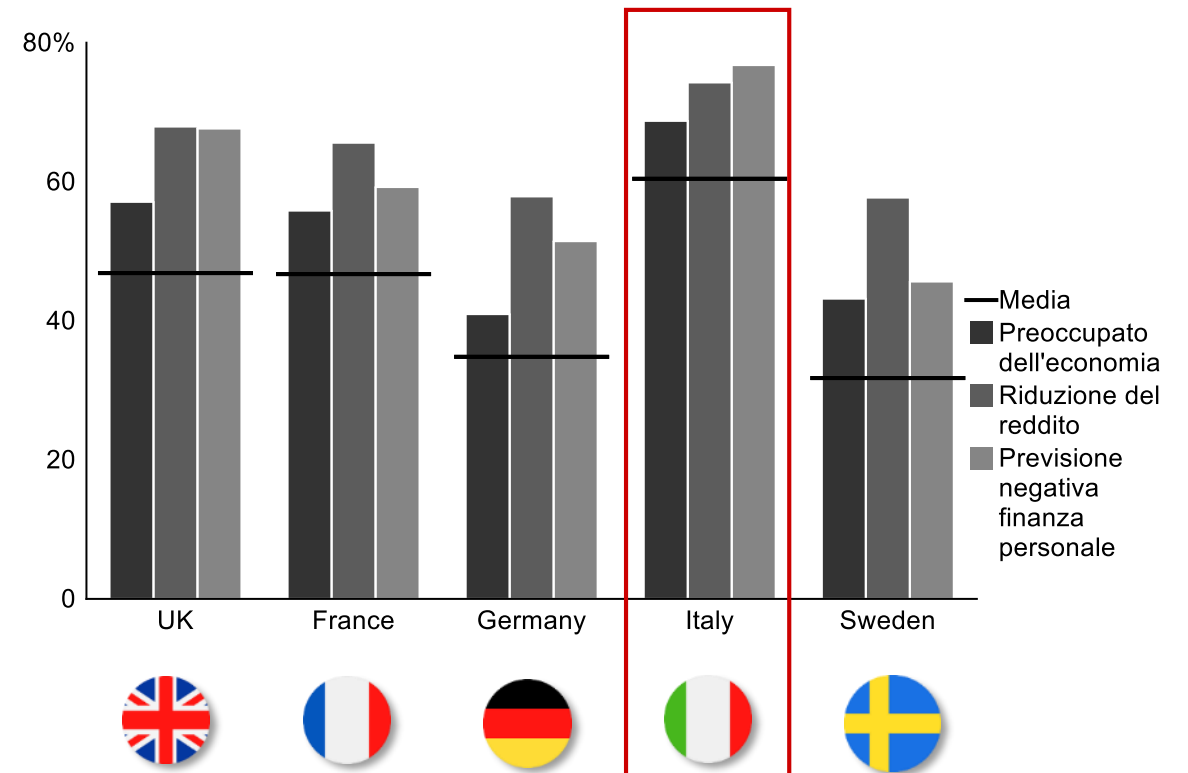
IL VISSUTO

Ho posticipato molti acquisti durante il lockdown, soprattutto perché sono preoccupato della situazione economica o mia personale situazione finanziaria

Acquisti posticipati (% d'accordo/molto d'accordo)



Acquisti posticipati (% d'accordo/molto d'accordo)




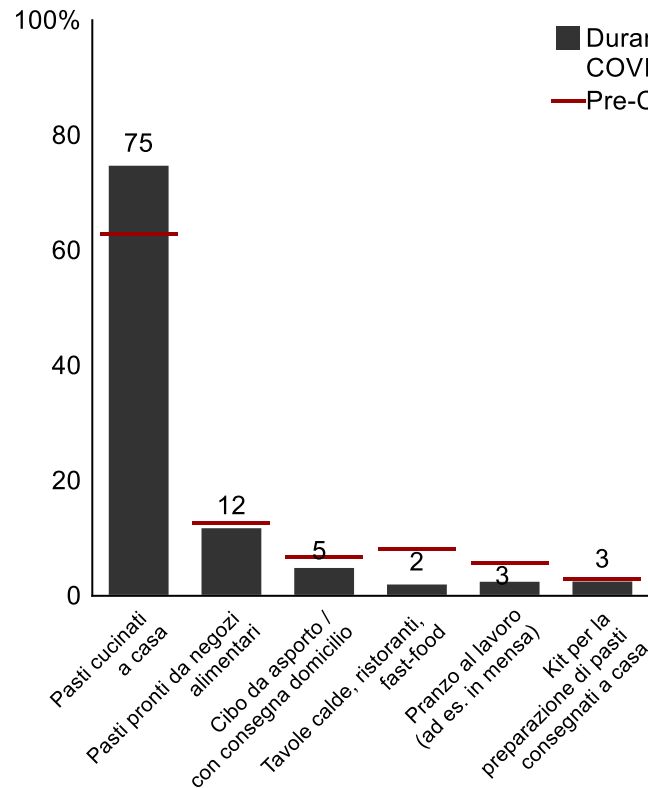
Sfondo: Bain EMEA COVID-19 Consumer/Shopper Survey, powered by Dynata, Wave 1, May 2020, N=7,564


Nonostante le opzioni di asporto e di ristorazione, i consumatori **hanno scelto di cucinare da soli** (un aumento più significativo in Italia)

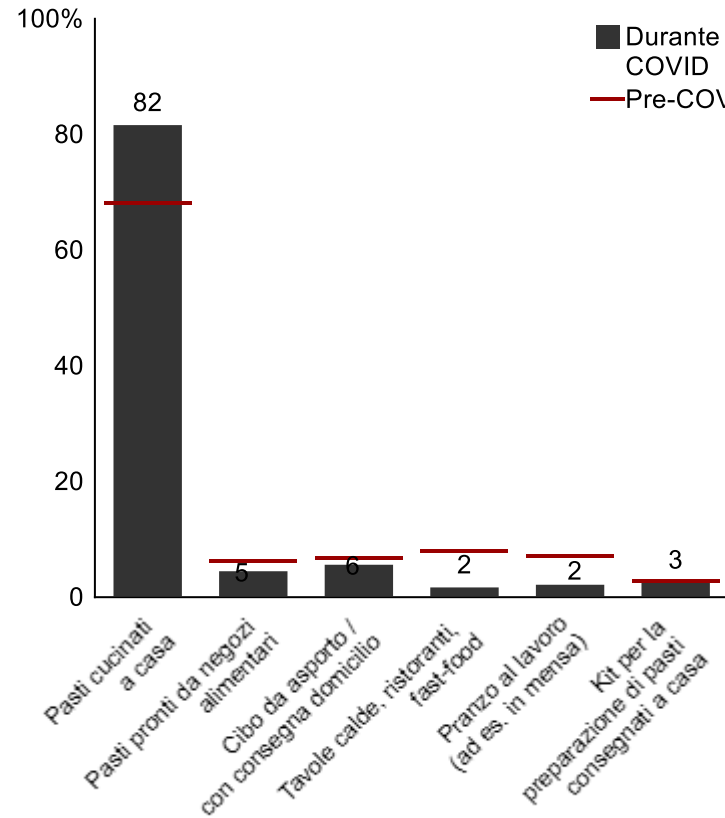
COMPORAMENTO D'ACQUISTO


Pensi ai pasti che ha consumato prima del COVID-19, come ha modificato le sue abitudini ?

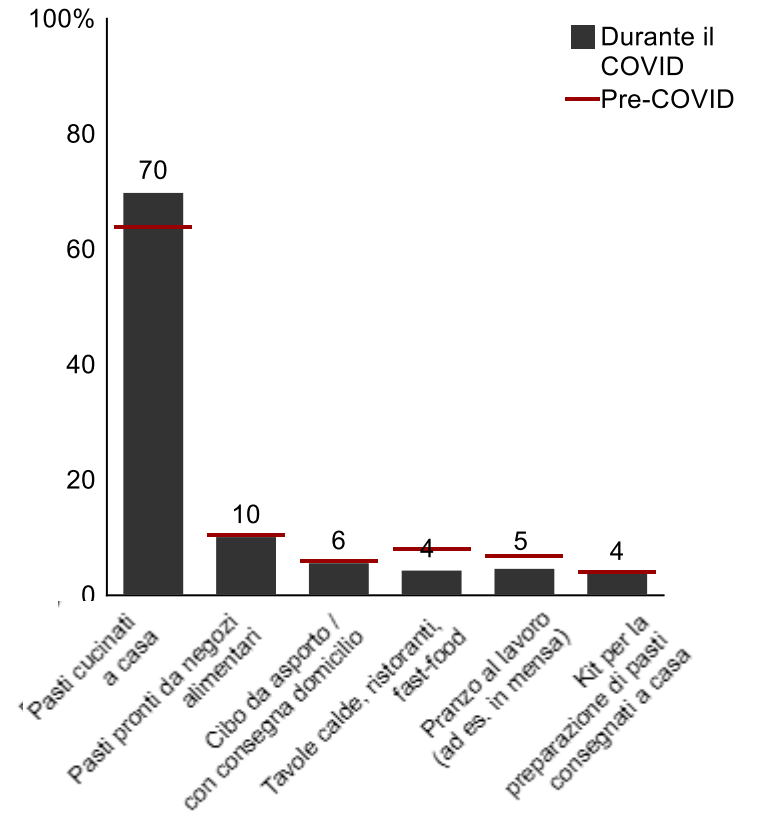
% occasioni consumo (Durante e. Pre-COVID) 



% occasioni consumo (Durante e. Pre-COVID) 



% occasioni consumo (Durante e. Pre-COVID) 



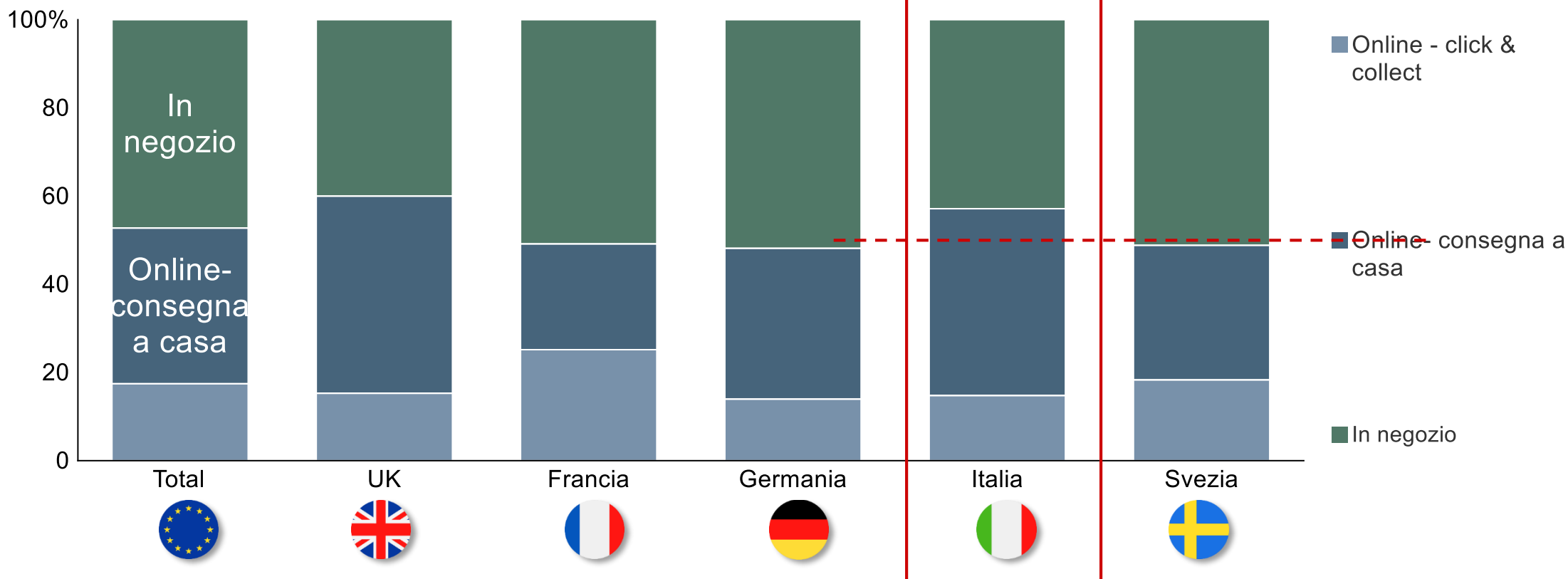
Fonte: Bain EMEA COVID-19 Consumer/Shopper Survey, powered by Dynata, Wave 1, Maggio 2020, N=7,564

L'online è stata un'opzione importante (a cui si sarebbe fatto ancora più ricorso se non ci fossero stati ostacoli/ un'offerta sufficiente)

COMPORAMENTO D'ACQUISTO

Nell'attuale situazione e se non ci fossero stati ostacoli per gli acquisti online, quale tra le seguenti opzioni sarebbe la Sua preferita per effettuare la spesa di generi alimentari?

Canale preferito per la spesa - nessuna barriera all'online(%)



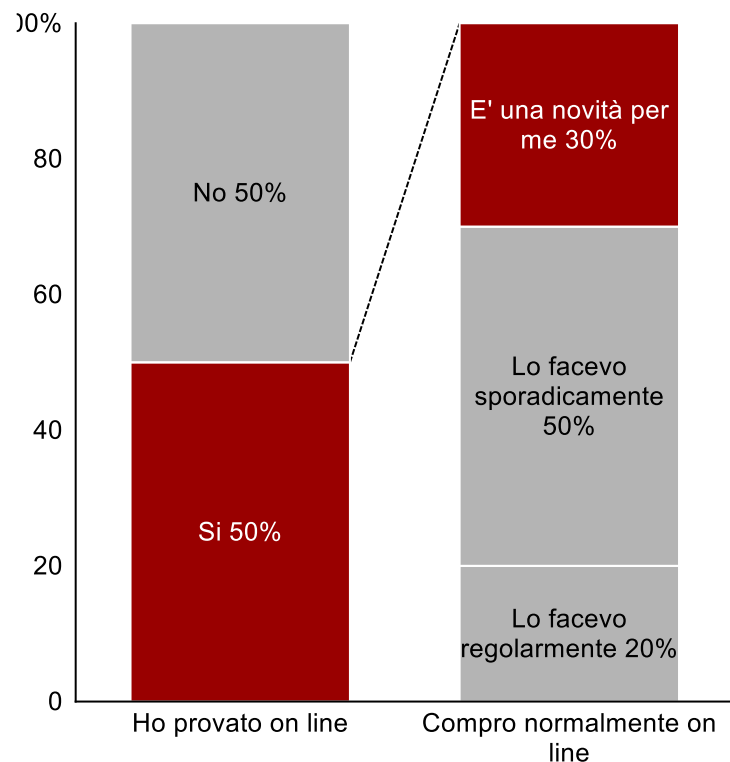
30% che ha fatto la spesa on line sono stati **nuovi clienti**, di tutte le generazioni

COMPORAMENTO D'ACQUISTO



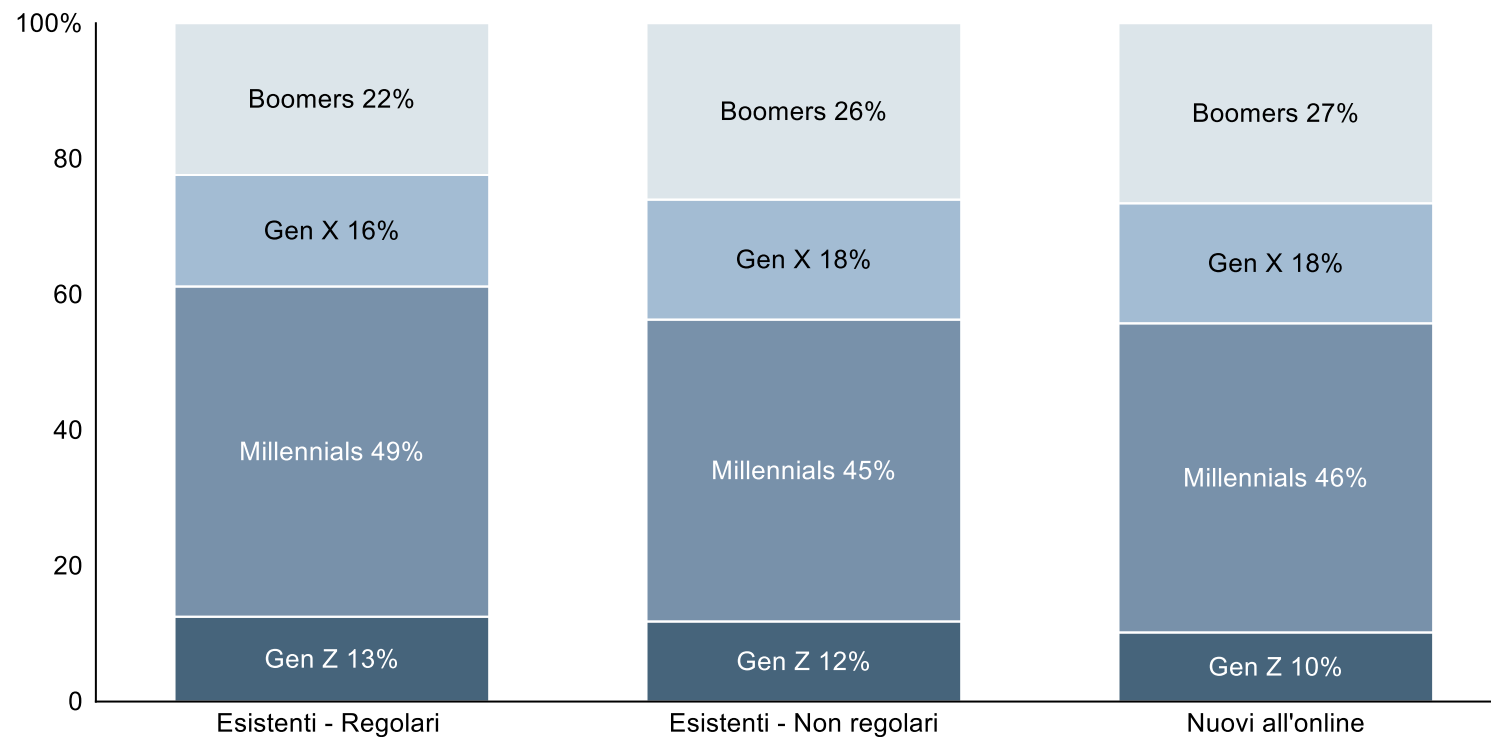
Ha provato on line? E' stata una novità?

Provato a comprare on line
% clienti esistenti vs. nuovi



Quale "Generation" ?

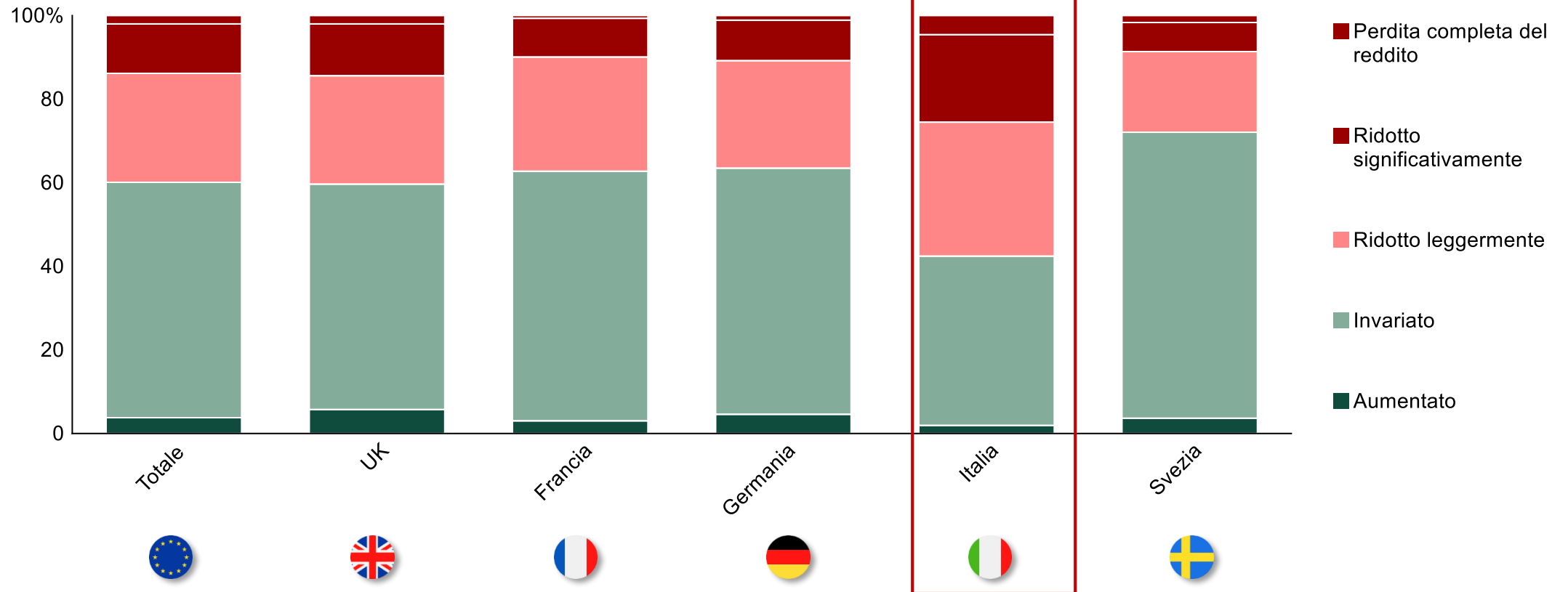
% che hanno provato ad acquistare on line
% esistenti vs. nuovi online shoppers



Molti ritengono che la **sicurezza finanziaria** sia a rischio: in Italia le attese di peggioramento sono superiori agli altri Paesi (**60% vs. 40%**)

Come il vostro reddito è stato influenzato rispetto a prima della pandemia COVID-19?

Cambiamenti del reddito familiare
(% selezione)



Fonte: Bain EMEA COVID-19 Consumer/Shopper Survey, dati da Dynata, Wave 1, Maggio 2020, N=7,564

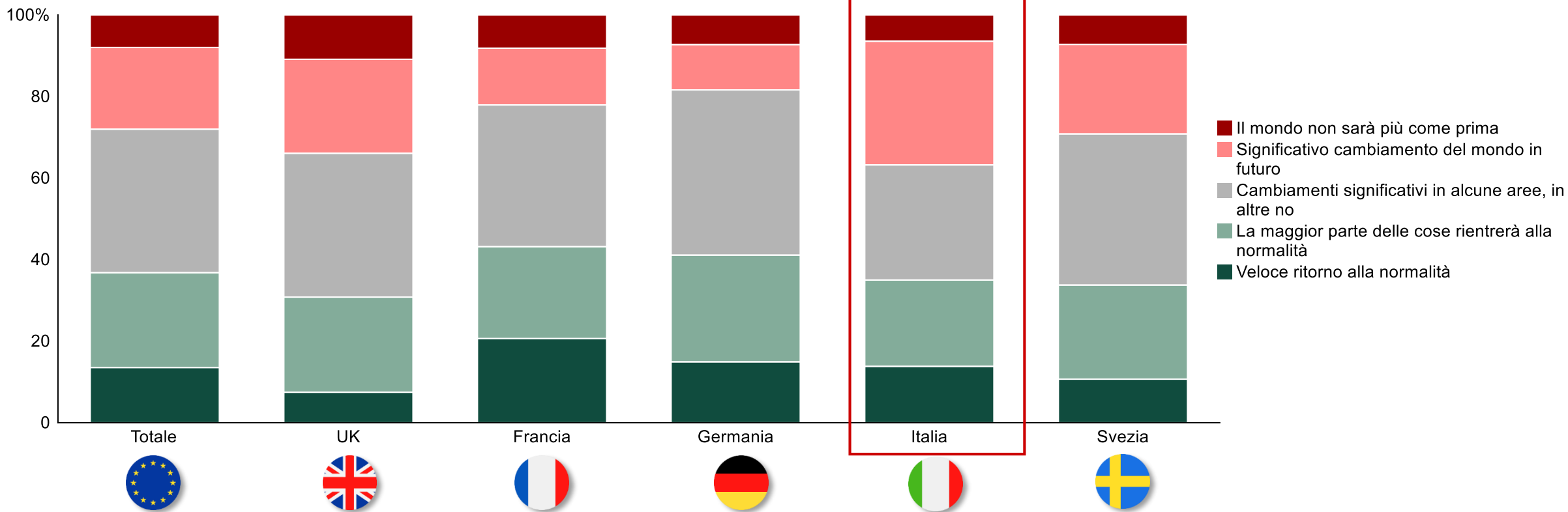
This information is confidential and was prepared by Bain & Company solely for the use of our client; it is not to be relied on by any 3rd party without Bain's prior written consent

Il 40% degli Italiani ritiene che il COVID-19 cambierà significativamente il loro stile di vita; solo il 15% crede in un veloce ritorno alla normalità

LA PERCEZIONE

In che misura ritiene che il mondo così come lo conosceva sarà permanentemente cambiato a causa della pandemia di COVID-19?

Impatto atteso post-COVID sul mondo
(% risposte)



Source: Bain EMEA COVID-19 Consumer/Shopper Survey, powered by Dynata, Wave 1, Maggio 2020, N (ITA)=1.506, N(TOT)=7,564 | Q#68

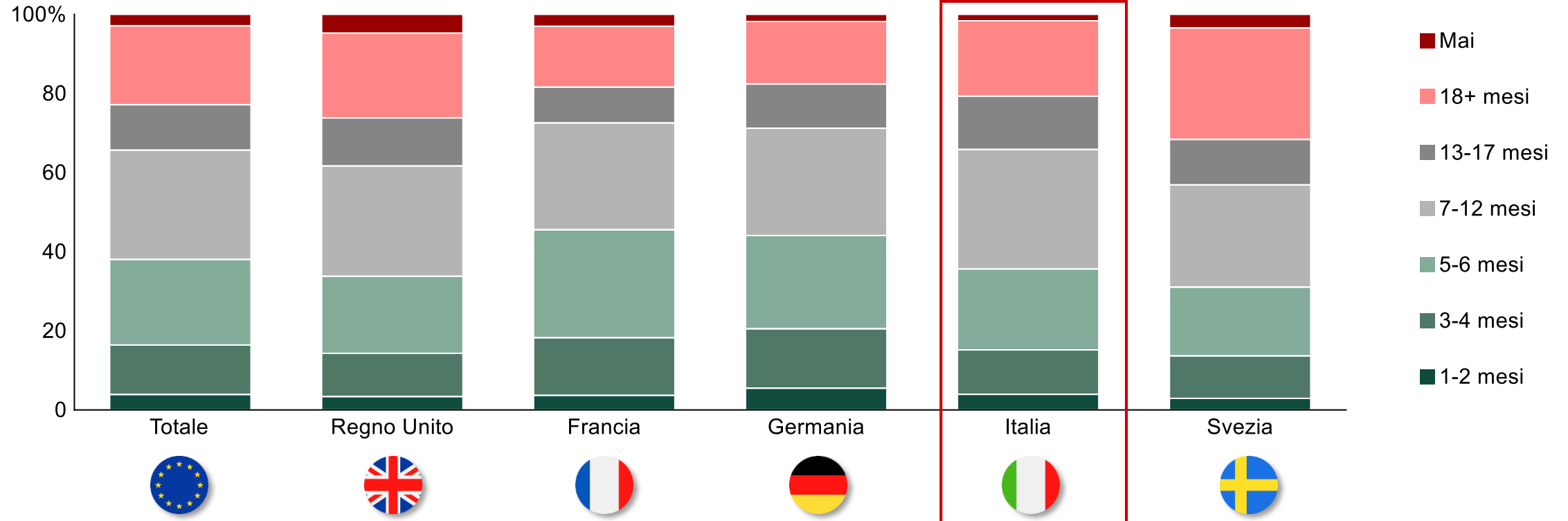
This information is confidential and was prepared by Bain & Company solely for the use of our client; it is not to be relied on by any 3rd party without Bain's prior written consent

La maggior parte degli intervistati crede che ci vorrà un **periodo di tempo rilevante (almeno 7 mesi)** prima che le persone tornino a comportamenti «normali»

IL CONSUMATORE RILUTTANTE

Quanto tempo sarà necessario perché la sua vita torni alla normalità?

Tempo stimato per il ritorno alla normalità (% risposte)



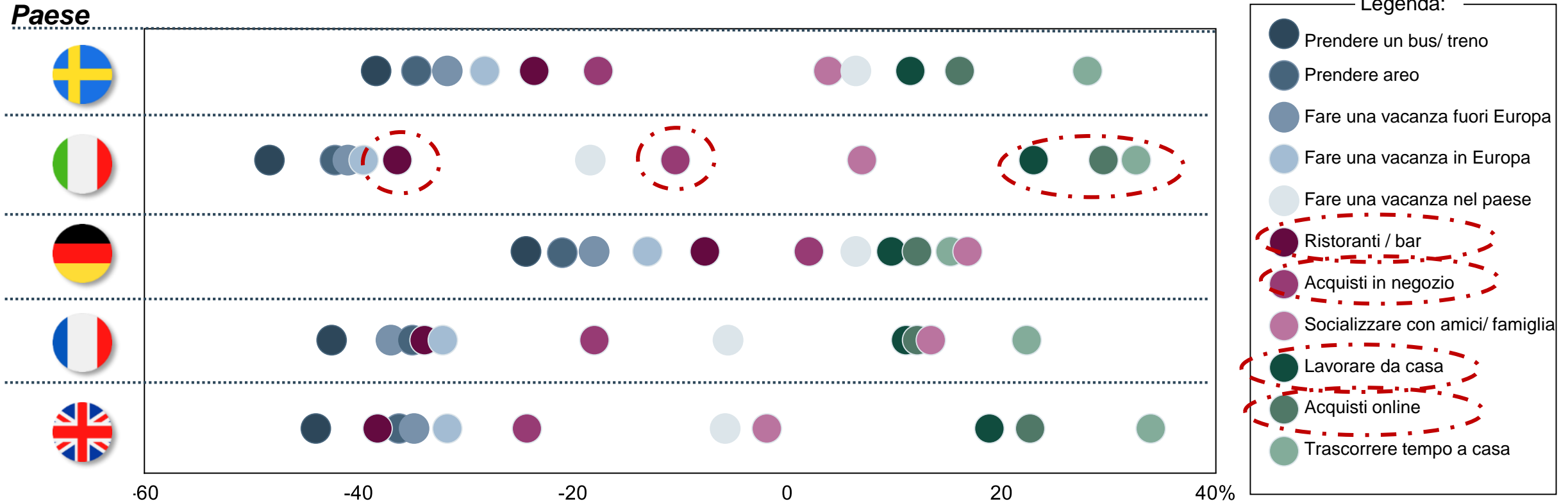
Note: Escluse risposte «Non so»

Source: Bain EMEA COVID-19 Consumer/Shopper Survey, powered by Dynata, Wave 1, Maggio 2020, N=7,564

Italia, Regno Unito e Francia i paesi più «avversi al rischio» relativamente a viaggi e ristorazione, gli italiani e i francesi più inclini a socializzare con amici / famiglia

RITORNO ALLA NORMALITÀ

Nei prossimi 12-18 mesi, ritiene che svolgerà di più o di meno le seguenti attività rispetto a prima dell'inizio della pandemia di COVID-19?



Propensione a intraprendere le attività

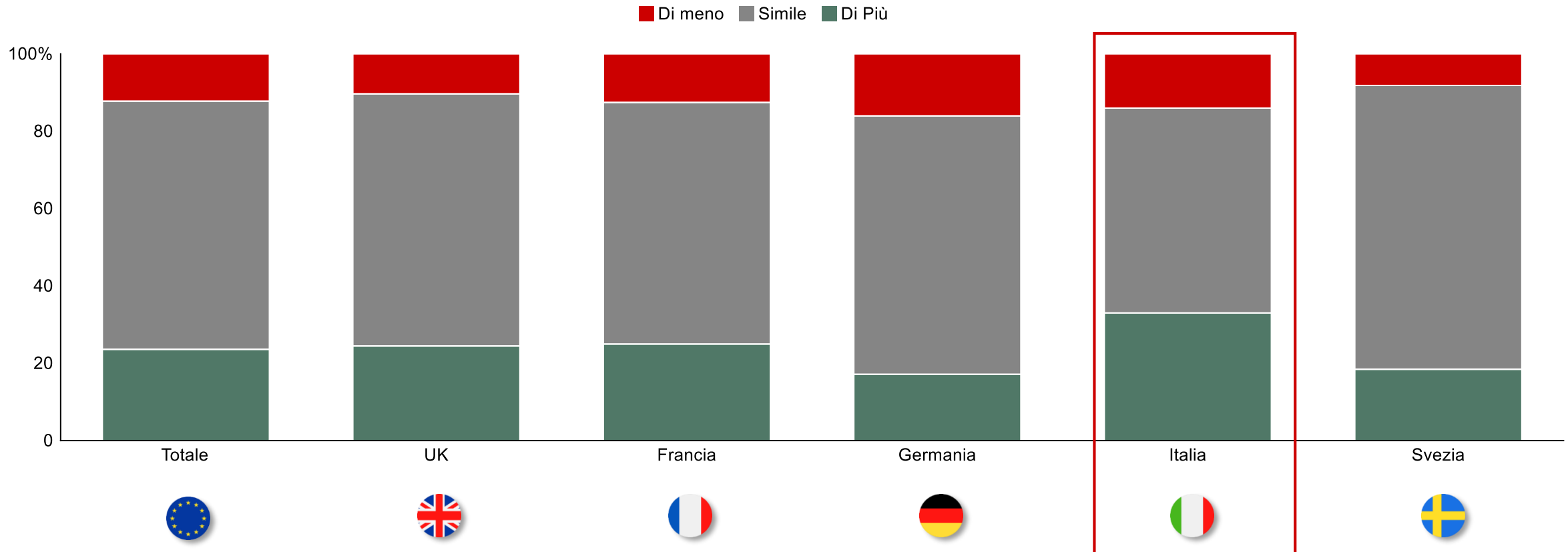
% rispondenti che aumenterà la frequenza - % di rispondenti che diminuirà la frequenza

La quota di pasti preparati a casa sarà ancora (di molto) superiore vs. il periodo pre COVID anche dopo il lock-down

IL CONSUMATORE RILUTTANTE

Come pensa che cambieranno i suoi pasti ora che sono allentate le restrizioni (rispetto a prima della pandemia di COVID-19)?

Pasti cucinati a casa



Fonte: Bain EMEA COVID-19 Consumer/Shopper Survey, in collaborazione con Dynata, Wave 1, Maggio 2020, N=7,564

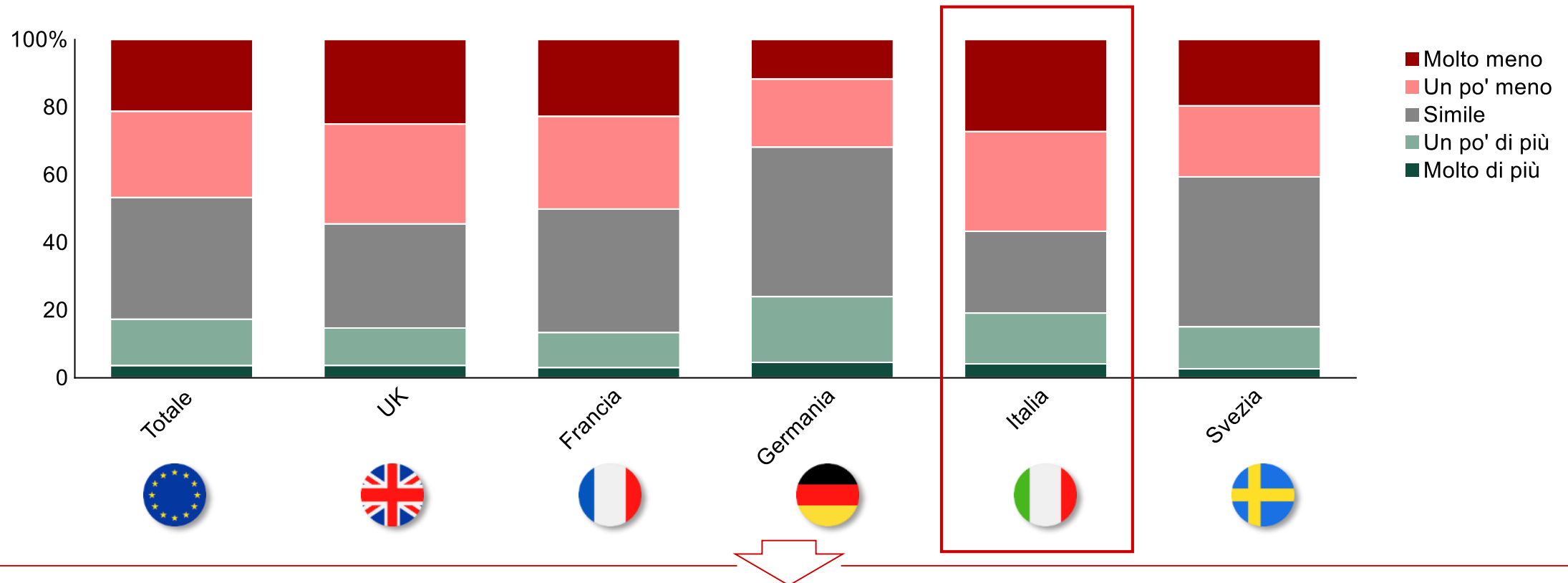
This information is confidential and was prepared by Bain & Company solely for the use of our client; it is not to be relied on by any 3rd party without Bain's prior written consent

Nei prossimi 12-18 mesi molti dichiarano che ricorreranno di meno a consumi fuori casa

IL CONSUMATORE RILUTTANTE

Nei prossimi 12-18 mesi, ritiene che svolgerà di più o di meno le seguenti attività rispetto a prima dell'inizio della pandemia di COVID-19?

Mangiare e bere fuori in ristoranti, bar, ecc.



Proseguirà l'effetto di sostituzione del "fuori casa" con maggiore preparazione dei pasti a casa

Fonte: Bain EMEA COVID-19 Consumer/Shopper Survey, in collaborazione con Dynata, Wave 1, Maggio 2020, N=7,564

