

# Covid-19: effetti e azioni secondo le imprese

Si propone l'analisi dedicata alle modalità di reazione delle imprese e agli atteggiamenti su alcuni fondamentali economici nell'attraversamento della crisi Covid-19, evidenziando il sentimento delle imprese nella seconda settimana di giugno e confrontato con l'analisi svolta a fine aprile. Al centro dell'analisi sono stati posti gli elementi più caratterizzanti dei mercati di sbocco.

In materia di **distribuzione** nel precedente focus era stato evidenziato come fenomeno fondamentale l'espansione dell'e-commerce, oltre alla preoccupazione per la chiusura di molti punti vendita. Nel focus di metà giugno si confermano queste indicazioni ed emergano significative preoccupazioni sul sostegno nel medio e lungo periodo delle figure professionali. Si conferma il tema della disintermediazione che ha visto una accelerazione a cavallo della crisi.



Per quanto concerne il **consumatore** il quadro delineato a cavallo delle rilevazioni conferma il maggior ricorso agli acquisti online, così come emerge inevitabilmente il fenomeno della maggior propensione al risparmio, con evidenti impatti sulle disponibilità di spesa. Si disegna una nuova tipologia di consumo, ancora prudente e timoroso per l'impoverimento delle disponibilità di spesa, pur non rinunciando alla quotidiana routine cosmetica.

In tema di **concorrenza** al primo posto gli imprenditori confermano la paura per la chiusura di molte realtà anche se si segnalano attività di riconversione importanti che **danno vita a** nuove iniziative distributive imprenditoriali. Gli aspetti legati alla scarsa liquidità, alla frequentazione ancora rallentata e le nuove abitudini digitali impongono un ripensamento delle filiere, dilatando i concetti tradizionali di canali specializzati. Da questa rivoluzione nasceranno sicuramente nuove e più dinamiche realtà.

**EFFETTI ATTESI AL 27 APRILE**  
 livello medio di attesa su scala da 1 a 5  
 (1=per niente atteso e 5=molto atteso)

**EFFETTI RISCONTRATI  
 AL 15 GIUGNO**

DISTRIBUZIONE	3,85	BEN OLTRE LE ASPETTATIVE	SOPRA LE ASPETTATIVE	IN LINEA CON LE ASPETTATIVE	SOTTO LE ASPETTATIVE	BEN SOTTO LE ASPETTATIVE
Espansione e-commerce	4,43	8,3%	<b>25,0%</b>	<b>45,8%</b>	8,3%	12,5%
Chiusura punti vendita	3,81	-	12,5%	<b>75,0%</b>	8,3%	4,2%
Nuovi modelli di vendita (disintermediazione)	3,62	-	8,3%	<b>58,3%</b>	25,0%	8,3%
Sostegno nel medio-termine sulle figure professionali, caratteristiche del nostro settore sia dal lato industriale che dal lato del professionista (acconciatori, beauty consultants, estetiste, promoters, truccatori, ecc.)	3,56	-	12,5%	<b>37,5%</b>	<b>41,7%</b>	8,3%
CONSUMATORE	3,17	3,1%	17,7%	50,0%	18,8%	10,4%
Nuove routine di consumo: più online e meno offline	4,05	8,3%	16,7%	<b>54,2%</b>	16,7%	4,2%
Maggior propensione al risparmio	3,93	4,2%	<b>29,2%</b>	<b>66,7%</b>	-	-
Maggior propensione al consumo	2,51	-	8,3%	<b>33,3%</b>	<b>37,5%</b>	20,8%
Nuove routine di consumo: meno online e più offline	2,19	-	16,7%	<b>45,8%</b>	<b>20,8%</b>	16,7%
CONCORRENZA	3,14	1,4%	19,4%	55,6%	15,3%	8,3%
Chiusura di molte realtà d'impresa	3,44	-	12,5%	<b>75,0%</b>	12,5%	-
Nuove aggregazioni	3,42	-	4,2%	<b>50,0%</b>	<b>33,3%</b>	12,5%
Nascita di nuove realtà d'impresa	2,56	4,2%	<b>41,7%</b>	<b>41,7%</b>	-	12,5%