

THE **COVID-ADJUSTED** BUSINESS

Cosa cambia nel business virus-compatible

La ricerca 2020
della Società del Marketing **Lab**





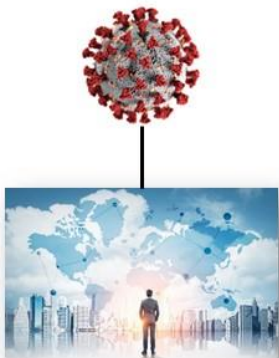
IL CAPITALISMO ETICO

Comunicazione e reputazione dell'impresa sostenibile

MI La Società del Marketing **Lab**



L'indagine 2020 era sul Capitalismo Etico. Avevamo fatto già una prima riunione, ma ora la crisi Covid ha imposto i "suoi" temi. Che tra l'altro non sembrano nemmeno tanto distanti.



THE **COVID-ADJUSTED** BUSINESS

Cosa cambia nel business virus-compatible

La ricerca 2020
della Società del Marketing Lab

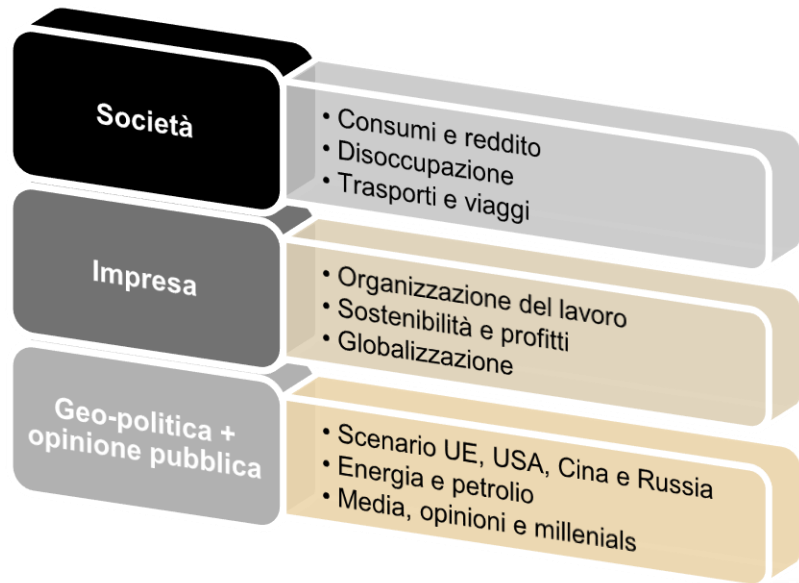
MI La Società del Marketing **Lab**



MI La Società del Marketing **Lab**

Piano operativo

- I quattro macro-temi indicati saranno trattati separatamente in 3 (tre) questionari + riunioni.
- Ci sono evidenti sovrapposizioni (es. trasporti e lavoro). Sarà necessario uno sforzo nelle risposte per stare quanto più aderenti al tema della domanda. Sapendo che in un altro questionario ci sarà spazio per completare.



Ambiente e metodologia

- Senior manager ed esperti
- Ambiente selezionato e stimolante
- Questionari online
- Incontri online (per ora) e fisici
- 3 appuntamenti da aprile/maggio a settembre
- Libro e forum pubblico a novembre

Schema metodologico, ripetuto a aprile/maggio, luglio e settembre

Questionario online
Parte A

- Domande a risposta aperta.
- Output: elenco di statements dalle risposte ricevute

Questionario online
Parte B

- Accordo/disaccordo con le affermazioni
- Output: batteria di opinioni più condivise

Incontro
Online (poi offline)

- Dibattito e confronto
- Sintesi degli output del questionario

Output
dei 3 round

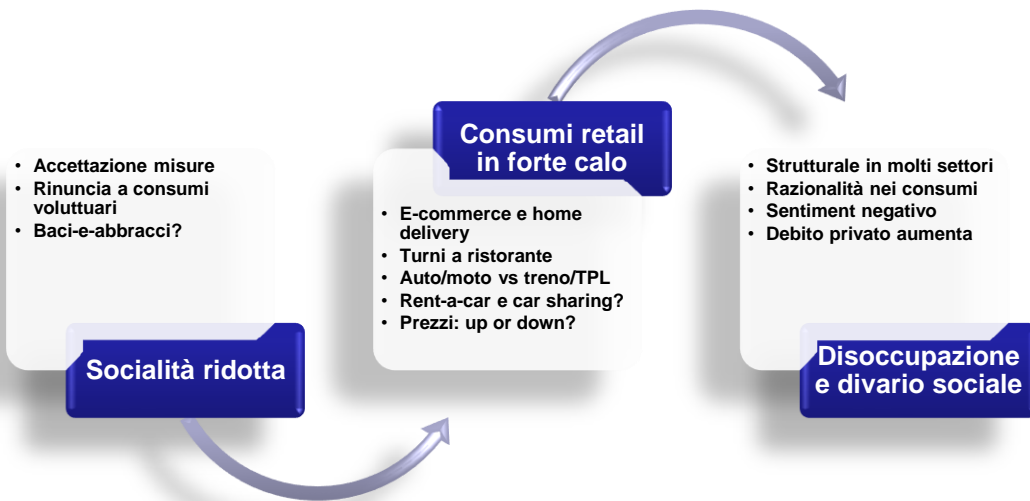
Novembre

Libro
indicazioni
dell'indagine

Forum
pubblico di
presentazione



Più un tramonto che un'alba



**Consumi ESSENZIALI: spesa,
bar, trasporti, negozi quotidiani**

**Guanti e
mascherina**

**Social
distancing**

Diffidenza

Code

**No luoghi chiusi
e affollati**

Agree

20/50%
disagree

+50%
disagree



Reazioni dei consumatori: accettazione o rinuncia?

**Rinuncia
acquisto fisico**

**Online +
ritiro in negozio**

**Nearly normal:
ok code e tutto il resto.**

**Beni voluttuari:
hassle-free o rimandati**

Agree

20/50%
disagree

+50%
disagree



**Pranzi, movida, cinema, mare,
convegni, viaggi, palestre.**

**Calo forte
domanda 2020**

**Autunno: la
socialità prevale**

**At home:
cene, TV**

**Viaggi ok ma
non tra la folla**

**Sport molto
individuale**

Agree 20/50% disagree +50% disagree



Tempo libero e relazioni: si cambia?

Forti cambiamenti subito,
poi graduale ritorno alla
normalità, fino al vaccino

Relazioni virtuali,
meno italian style,
più in famiglia

Strumenti e soluzioni
nuove

Agree

20/50%
disagree

+50%
disagree



Consumi che faticano a recuperare.

**Bar e ristoranti:
spazi.**

**Cinema, concerti
e teatri**

**Turismo e
trasporti**

**Rent-a-car e
car sharing**

Palestre

Retail

Agree

20/50%
disagree

+50%
disagree



Moltiplicazione delle strutture fisiche. Quali settori?

Difficile, solo se margini molto alti

Turni a ristorante

E-commerce e home delivery

Più auto e meno treni e TPL

Agree

20/50%
disagree

+50%
disagree



I prezzi dei prodotti e dei servizi

Bar, ristoranti
e spiagge
aumenteranno

Prezzi trasporti
in calo

Competizione
sul prezzo

Stabili beni
consumo e
home delivery

Smart working:
meno viaggi ma
più costosi

Agree

20/50%
disagree

+50%
disagree



Calo dell'occupazione

Politica e imprese
devono limitare
il fenomeno

Precari e
sommerso: più
disuguaglianze e
meno sicurezza

Famiglia e terzo
settore aiuteranno

Licenziamenti
collettivi dopo
la CIG

<35 e >60 più
turismo, leisure
e abbigliamento

Agree

20/50%
disagree

+50%
disagree



Disoccupazione: transitoria o strutturale?

**Nuove professioni
(controllo e
sicurezza)**

**Reinserimento
parziale, in 3/5
anni**

**Burocrazia e
assistenza la
rendono
strutturale**

**Lavoratori digitali
ce la faranno**

**Strutturale per
bar, ristoranti e
cinema**

**Rischio di
licenziamenti
non necessari**

Agree

20/50%
disagree

+50%
disagree



2020: *sentiment*, reddito e risparmio

**Cautela ma
bisogno di auto-
gratificazione**

**Meno spese non
necessarie e più
razionalità**

**Sentiment
negativo: sfiducia
sistema Italia**

**Aumento debito
privato**

**Meno reddito
disponibile e più
divario sociale**

**Meno investimenti
non necessari e
più risparmio**

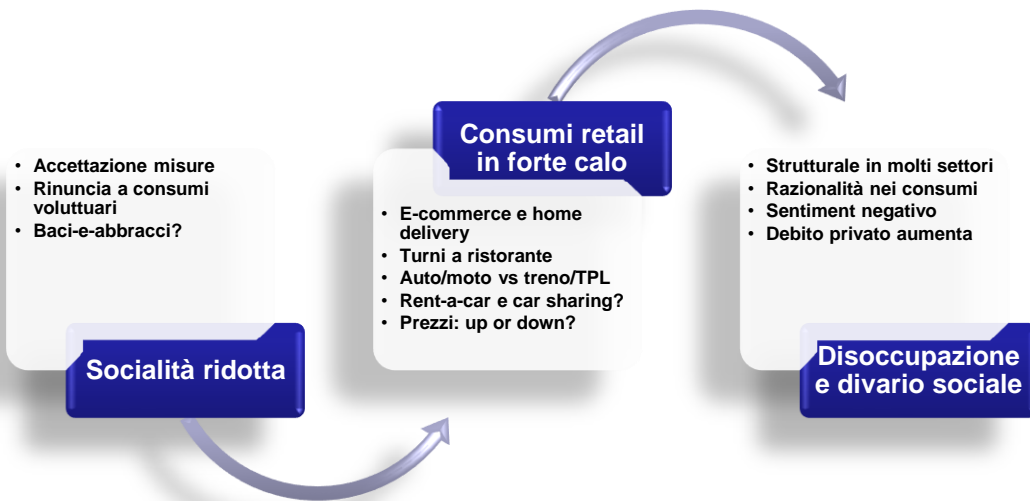
Agree

20/50%
disagree

+50%
disagree



Più un tramonto che un'alba



Piano operativo

- I quattro macro-temi indicati saranno trattati separatamente in 3 (tre) questionari + riunioni.
- Ci sono evidenti sovrapposizioni (es. trasporti e lavoro). Sarà necessario uno sforzo nelle risposte per stare quanto più aderenti al tema della domanda. Sapendo che in un altro questionario ci sarà spazio per completare.

Coming up next
Luglio

