

06

LUNGO TERMINE  RISCHIO MEDIO E ALTO

Nuove abitudini di consumo in un mondo post-lockdown





La nuova categoria di consumatori più giovani acquista oggi in modo diverso: a loro piace fare acquisti e trascorrere del tempo online. Inoltre, sono spesso più interessati ad avere un'esperienza che a possedere un bene tangibile. Questo fenomeno è anche al servizio dell'economia della condivisione.

A causa della crisi del Covid-19, un nuovo trend di consumo basato sullo "stay at home" ha accelerato verso più e-commerce, cocooning, fai da te, giardinaggio, vita sana, cura degli animali e così via. C'è una forte domanda di consumo repressa, in quanto le famiglie non sono state in grado di spendere normalmente durante il lockdown. Questa stessa domanda sta per essere scatenata e i vaccini potrebbero essere un potente catalizzatore.

LE NOSTRE RACCOMANDAZIONI

Questo tema azionario è rivolto agli investitori dinamici che vogliono trarre vantaggio dalle nuove abitudini di consumo globali.

Questo tema può essere giocato con singoli titoli, molti dei quali sono large cap e quindi molto liquidi. D'altro canto, alcune di queste nuove abitudini sono ancora agli inizi e richiederanno quindi una diversificazione e/o più tempo per raggiungere il pieno potenziale. Pertanto, i fondi, gli ETF e i prodotti strutturati rappresentano altre soluzioni d'investimento per poter esporsi a questo tema.

Infine, si tenga a mente che varie nuove tendenze nello streaming, nella musica, nei giochi, nello shopping online e nei pagamenti elettronici sono più mature e redditizie in Asia, e promettono maggiori potenzialità rispetto all'Occidente. Soprattutto, raccomandiamo la diversificazione globale.



RISCHI PRINCIPALI

I rivenditori tradizionali si trovano ad affrontare una forte concorrenza da parte di "operatori puri" nello spazio online. In effetti, alcuni di loro hanno tardato ad adattarsi. Anche le migliori marche di lusso hanno adottato misure per vendere i loro prodotti via Internet.

Mentre alcuni venditori/fornitori di servizi online godono di un business in espansione, molti altri stanno rapidamente scomparendo dalla scena.

Anche nel commercio elettronico, la concorrenza è feroce, e i nuovi operatori impiegano più tempo per diventare redditizi e/o a volte non trovano i lavoratori qualificati giusti per promuovere la loro espansione, o perché non sono disposti a pagare i costi necessari.

La chiave del successo è la presenza online

Amazon e altri affermati rivenditori online stanno ottenendo un successo travolgente. I rivenditori tradizionali si sono resi conto che, per attirare (e trattenere) i giovani consumatori, devono dotarsi di un'offerta online che sia interessante. Il mercato dell'e-commerce continua ad espandersi in maniera sostenuta, trainato dalle nuove generazioni oramai iperconnesse. Molti rivenditori tradizionali si stanno reinventando. Ad esempio, Wal Mart, un rivenditore americano al dettaglio, ha lanciato un'attraente offerta online, mentre invece Marks & Spencer, un rivenditore britannico di prodotti alimentari e di abbigliamento, ha rallentato il passo.

Trascorri il tuo tempo libero in casa!

La crisi del Covid-19 ha introdotto nuove abitudini di consumo. La gente ha dovuto trovare nuovi modi per intrattenersi a casa, a causa della chiusura in massa di negozi, ristoranti, cinema, parchi di divertimento e altri luoghi dove trascorrere il tempo libero all'aperto. I consumatori hanno scoperto una nuova gamma di prodotti e servizi sul web.

Inoltre, gli individui che erano riluttanti ad acquistare online per ragioni di sicurezza (o di altro tipo) sono ora "intrappolati nella rete". Questo trend degli acquisti online ha subito un'accelerazione ed è destinato a continuare. L'e-commerce, lo streaming, i videogiochi e gli sport elettronici stanno raggiungendo un pubblico sempre più vasto.

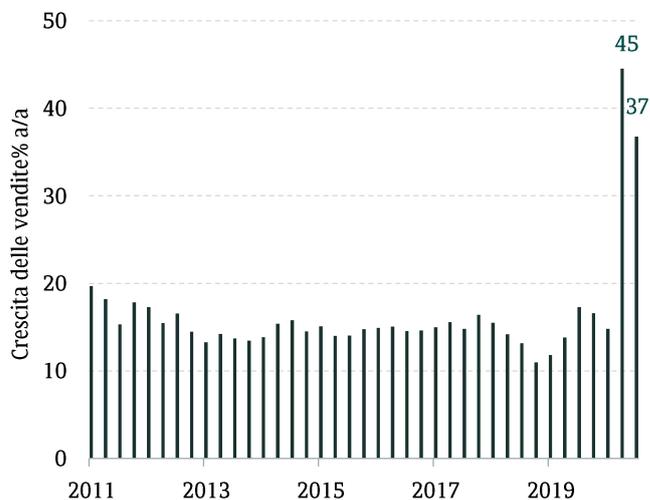
Proprio come per i prodotti tradizionali, le aziende intelligenti che partecipano a queste nuove tendenze di consumo creano regolarmente nuovi prodotti aggiornati per i consumatori che vogliono rimanere al passo coi tempi. Nel settore dei giochi elettronici, Sony ha recentemente lanciato la sua PlayStation 5 (PSS) e Microsoft ha lanciato la nuova console Xbox Series X. Gli sviluppatori di videogiochi stanno lanciando infatti sequel dopo sequel dei loro migliori articoli.

La vendita al dettaglio e lo streaming online richiedono un investimento in infrastrutture e servizi, compresi i sistemi elettronici di pagamento e una logistica efficiente per la consegna fisica e online.

Nel mondo fisico, sullo sfondo della pandemia del coronavirus, i consumatori si sono impegnati a migliorare i loro "habitat". Alcuni hanno deciso che la loro residenza nel centro delle città è troppo piccola e si sono trasferiti nella provincia alla ricerca di uno spazio abitativo più ampio o di un giardino. Di conseguenza, i negozi di fai da te, giardinaggio, mobili e arredamento per interni sono stati sommersi dai clienti. Altri desiderano più compagnia e acquistano un animale domestico. Oltre a migliorare il loro benessere mentale, i proprietari di cani, ad esempio, hanno scoperto che camminare assieme al loro nuovo "amico peloso" costituisce anche un buon esercizio fisico, consentendo loro di condurre una vita più sana.

LUNGO TERMINE RISCHIO MEDIO E ALTO

COMMERCIO ELETTRONICO AL DETTAGLIO NEGLI STATI UNITI: LA CRESCITA DELLE VENDITE HA SUBITO UN'ACCELERAZIONE NEL 2020



Fonte: St Louis Fed, 30 novembre 2020

Una vita sana

Avere un animale in casa può essere benefico per la propria salute, e offre agli amanti degli animali domestici un focus aggiuntivo, soprattutto durante i lockdown. Questa moda non è nuova. Gli abitanti delle città hanno iniziato a spendere parte dei loro soldi per rendere felice il loro nuovo animale da compagnia. Inoltre, numerosi "colletti bianchi" hanno lavorato di tipo sedentario. Quando riescono a partecipare ad attività ricreative, l'attenzione principale è rivolta alla loro salute, quindi spesso vanno in palestra o praticano altri sport.

L'ascesa della classe media asiatica

In Cina, si stima che la classe media ora superi l'intera popolazione americana! Anche in India e in altri mercati emergenti, la classe media si sta espandendo rapidamente sulla scia del rialzo degli stipendi. Ciò significa che, dopo aver soddisfatto i propri bisogni primari, la nuova classe media asiatica avrà abbastanza denaro da spendere in beni di natura discrezionale, tra cui beni di lusso, attrezzature sportive, auto (elettriche) e bevande di marca.