

Dalle creme antirughe ai canditi ecco i consumi che ci consolano

MARINA CAVALLIERI

C'È UNA strana classifica, poco conosciuta, di prodotti che seducono i clienti, di oggetti che vengono acquistati senza indecisioni, portati a casa senza sensi di colpa. È il mercato delle gratificazioni mordi e fuggi. A basso costo e ad alto tasso di soddisfazione. Sono patatine e integratori, ingredienti per torte e smalti, arredi per giardino e pentole. Smartphone evolutissimi e creme antirughe. Ma anche sughi pronti e complessi vitaminici.

È CIÒ per cui spendono gli italiani, consumi consolatori, quello a cui anche in un periodo penitenziale come questo non si rinuncia. In una fase di risparmio, di contrazione delle spese, sono gli unici prodotti che esibiscono un vistoso segno positivo. I veri beni rifugio, non per il portafoglio ma per l'anima.

A guardare gli scontrini del 2011 gli italiani hanno acquistato tutto ciò che occorre per fare aperitivi in casa, dalle patatine aromatizzate ai drink, dalla birra analcolica al pane per tramezzini. Hanno comprato più degli anni passati ingredienti per fare dolci, dal lievito allo zucchero ai canditi, e in misura maggiore anche addobbi per fare feste in casa. È il recupero della dimensione domestica, la necessità di risparmiare che induce a tornare a riti familiari. Ecco dunque gli italiani comprare pentole e bicchieri, anche +21%, e aumentare il consumo di detersivi, fino al 14% in più, per tenere la casa più pulita.

«Le famiglie stanno più tempo in casa, spendono di più per colazioni, aperitivi, dolci e feste», spiega Nicola De Carne, manager del centro di ricerca Nielsen. «Il recupero della dimensione domestica è una delle tendenze attuali del consumo. Un aspetto di questa è l'«enjoy cooking», il piacere di cucinare, che ha visto in un mercato degli elettrodomestici che va malissimo il buon risultato di oggetti come frullatori, tostiere, tritatutto. Accanto a questi prodotti

che si vendono molto bene ci sono poi quelli con alto contenuto di servizio, che fanno risparmiare tempo, i cibi pronti, dalle insalate lavate ai sughi già fatti.

Poi, un'altra tendenza molto solida, che dura ormai da diversi anni, è quella della salute e del benessere».

In un mondo che si complica, pieno di ostacoli, star bene in salute è la prima necessità, il corpo l'unica certezza, ecco dunque il grande consumo di integratori e crusche, di complessi vitaminici, di panini senza glutine, le cui vendite sono raddoppiate, e di latte arricchito, +88%, un vero boom.

Ma è la cosmetica il reparto dei piccoli peccati, delle gratificazioni irrinunciabili, dei desideri: cofanetti per il trucco, creme anti-rughe, smalti, tutti prodotti che non conoscono crisi, con un'imprevedibile impennata anche per ciò che riguarda l'igiene dei piedi. «Il consumo di cosmetici non segue la congiuntura è entrato nel quotidiano dei consumatori, per l'igiene corpo si utilizzano almeno cinque prodotti al giorno», spiega Gianandrea Positano del Centro studi di Unipro. «Anche gli smalti sono entrati ormai a far parte della vita delle italiane come accade negli altri paesi. Così i consumi di profumi che non calano. C'è poi da tener conto che un terzo del mercato è ormai costituito da uomini».

Benessere fisico ma non solo. Gli italiani spendono anche per collegarsi ad internet, per comprare dispositivi che non li lascino mai soli, come smartphone e tablets, sono disposti a fare sacrifici pur di

stare connessi. Nel 2011 sono raddoppiate le vendite di tablets ed è aumentato di circa il 20 per cento il numero degli utenti collegati alla Rete da dispositivi mobili.

Questo è il mercato degli adulti, esiste poi parallelo quello dei bambini. Per loro le mam-

me comprano meno vestiti nelle boutique e più sulle bancarelle (+13%) e per consolarli, o consolarsi, più lecca lecca (+5%).

Aumentano anche gli accessi a Internet dagli smartphone e dai computer. Picco assoluto per i tablet



Dai canditi alle creme antirughe i nuovi riti della spesa che consola

In un anno, boom di consumi per la casa e i piccoli piaceri

La spesa consolatoria

(2011, variazione sul 2010)



TECNO-MANIA

Tablets	+100,2%
Videogiochi	+10,3%
Accessi ad internet da smartphone e tablets	+20%



Fonte: Audiweb-Nielsen, Assinform, Ask Bocconi

MANGIARE a CASA

Patatine aromatizzate	+24,7%
Ingredienti per pasticceria	+8,4%
Pane per tramezzino	+7,2%
Accessori per feste	+3,5%
Birre analcoliche e aperitivi analcolici	+7%

Fonte: Nielsen

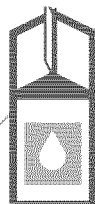


COSMETICI

Cofanetti trucco	+21,4%
Smalti	+12,2%
Creme per le mani	+6,2%
Confezioni da regalo	+3,5%
Creme antirughe	+2,5%
Saponi liquidi	+3,9%



Fonte: Unipro



SALUTE & BENESSERE

Latte fresco arricchito	+88,3%
Panini senza glutine	+42,5%
Integratori e crusche	+31,0%
Complessi vitaminici	+13,8%

Fonte: Nielsen

PULIZIA & CASALINGHI

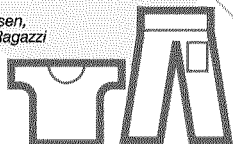
Detergenti pavimenti	+14,7%
Detersivi liquidi	+7,2%
Deodoranti casa/auto	+6,1%
Detersivi per lavastoviglie	+6%
Pulizia calzature	+7%

Fonte: Assocasa-Nielsen

SPAZIO BIMBI

Abbigliamento per bambini su bancarelle	+13%
Caramelle, lecca lecca	+4,9%
Libri per bambini 0-5 anni	+8%

Fonte: Smi, Nielsen, Fiera Libro per Ragazzi



RISPARMIO di TEMPO

Sughi pronti e surgelati	+29%
Carni elaborate di suino	+26,9%

Fonte: Nielsen

CUCINA FACILE

Tostiere	+7,5%
Frullatori	+3,4%
Tritatutto	+2,8%

Fonte: Nielsen

PENTOLE e ACCESSORI PER LA CASA

Bicchieri	+21,4%
Arredi per giardino e giardinaggio	+12,7%
Piante e fiori	+2,3%



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.