

ECONOMIA

CIRCUITI E SCENARI

di SILVIA MOROSI
e MICHELA ROVELLI

PIÙ PIZZE CHE PERSONE COSA SI MUOVE IN CITTÀ

La pandemia ha definito due ere nel nostro modo di acquistare e spostarci: durante e post lockdown. I comportamenti che abbiamo adottato in quei mesi diventeranno abitudini? Bici e monopattini impazzano. L'e-commerce è esploso e il 70% dei nuovi utenti vuole continuare così. Uber nel mondo trasporta ora più cibo che esseri umani

Il tavolo della cucina è diventato un ufficio. La camera dei bimbi una classe. Il passatempo preferito? La pizza fatta in casa. Da marzo abbiamo rivoluzionato il nostro modo di vivere, dentro casa, ma anche fuori. Una "nuova normalità" alla quale ci siamo adattati e che consolideremo **in autunno quando dovremo decidere se andare al ristorante o prenotare la cena via app, se usare l'auto, la metro o una bici condivisa per andare al lavoro, se comprare dei jeans in un negozio o online.** La domanda, insomma, è: i comportamenti che abbiamo adottato diventeranno abitudini a lungo termine?

I più importanti frequentatori delle strade durante il lockdown sono stati i fattorini. Ed è infatti l'e-commerce il servizio che più si è fatto conoscere, conquistando anche quanti mai avrebbero pensato di acquistare prodotti o addirittura fare la spesa, online. Secondo l'analisi di Netcomm, consorzio del commercio Digitale Italia, tra gennaio e maggio due milioni di consumatori hanno scoperto l'e-commerce. «Si prevede un incremento delle vendite

online del 26% quest'anno, cifra superiore rispetto a quelle degli ultimi dieci anni», spiega il presidente Netcomm Roberto Liscia. «Il 70% dei nuovi utenti continuerà ad acquistare in Rete. Un processo non dovuto solo all'emergenza ma al cambiamento dei costumi». La conferma arriva da Nielsen Italia: nel post lockdown le vendite online si attestano al +84,4%. L'assenza di una catena distributiva made in Italy ha portato alla concentrazione degli ordini su poche piattaforme. In primis Amazon, il cui utilizzo è esploso in tutto il mondo. **Ma ciò che prevede nei prossimi mesi Liscia è anche altro: «L'emergenza ha spinto migliaia di piccoli esercenti a convertirsi al digitale in poche settimane.** Il negozio si trasformerà. E gli effetti li vedremo già questo autunno».

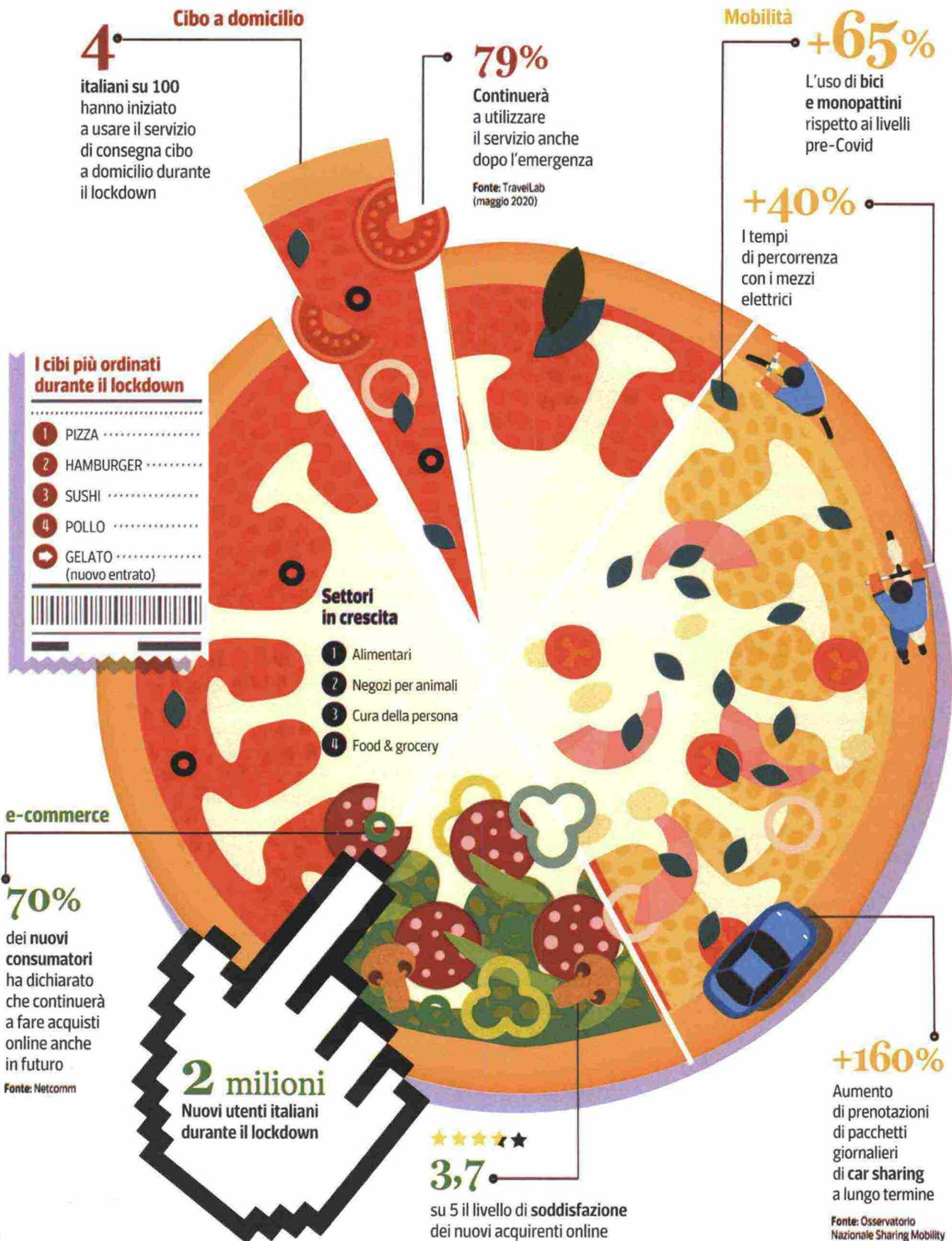
Uber, più delivery che auto

A metà strada tra i colossi delle vendite online e le piattaforme locali troviamo il delivery, i cui protagonisti corrono in bici o in motorino. Per portarci a casa ciò che ci occorre in un attimo, soprattutto il cibo. Ha fatto discutere la tri-

mestrale di Uber che rivela come, a livello mondiale, il servizio Eats (di food delivery, appunto) abbia superato quello dei passaggi in auto da privati. Ovvero il business principale della società. Come conferma Uber Italia, anche nel nostro Paese Eats sta crescendo a doppia cifra. In generale, il settore ha registrato buoni numeri (dati TradeLab, maggio 2020): 4 italiani su 100 hanno iniziato a usare il servizio durante il lockdown. E se gli utilizzatori abituali sono calati del 50% per la paura del contagio, i numeri sono poi tornati ai livelli di gennaio.

Caso ampiamente studiato durante il lockdown è Glovo, unico servizio attivo in Italia di *everything delivery*, in grado cioè di consegnare tutto ciò che desideriamo. **Se il settore food ha subito una contrazione all'inizio dell'emergenza, oggi è in crescita del +10-20%**, mentre continua la scia virtuosa degli altri servizi: la spesa ha registrato un boom del 400% nel lockdown, e a luglio tocca un +15% rispetto ai livelli pre-Covid; le consegne espresse che tra marzo e maggio hanno visto un +1000%

CONSUMI NELL'ERA COVID, LE NUOVE MAPPE



PAOLA PARRA

ECONOMIA

CONTROMANO

E New York
riscopre il piacere
di guidare:
+18% di auto

Che siano in acquisto o in leasing, con la pandemia New York ha riscoperto il piacere delle quattro ruote. Gli abitanti della Grande Mela, che da tempo avevano rinunciato ai trasporti privati a vantaggio di taxi e mezzi pubblici, sono tornati al volante creando un fenomeno che i media hanno già ribattezzato *Carmageddon*. Se il possesso di un'auto un tempo era "riservato" a pendolari e pochi altri – anzi, non possedere un veicolo era quasi motivo di orgoglio – da metà marzo il trend è cambiato. Secondo i dati del *New York Times*, tra giugno e luglio nella Grande Mela sono state elaborate 73.933 immatricolazioni (+18 per cento rispetto allo stesso periodo del 2019). Vanno forte anche gli scooter, che hanno registrato un boom di acquisti alla fine di aprile. La poca esperienza alla guida ha, però, provocato diversi incidenti, tanto che l'azienda di scooter-sharing elettrici Revel ha deciso di interrompere il suo servizio nella metropoli newyorchese dopo la morte di due persone. Il casco è fornito, ma spesso viene "dimenticato" sotto il sellino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

a luglio sono al +90%. Servizi che – complice anche l'arrivo della stagione fredda – entreranno sempre più nella quotidianità.

Il settore della nuova economia digitale che più ha sofferto il lockdown è stato quello della mobilità sostenibile: biciclette, mono-

Mobike: «Sono due le variabili: da un lato la resistenza a usare i mezzi pubblici, dall'altro la nascita di una nuova abitudine». Sempre nel mondo delle due ruote, Helbiz registra un boom del 633% a Milano, con tempi di utilizzo maggiori. Rimangono i motorini elettrici:

Con il coronavirus non debellato, a favore delle due ruote c'è una doppia variabile: «La resistenza a usare i mezzi pubblici e la scoperta di una possibilità di spostamenti più fluidi»

pattini e auto in condivisione hanno subito un brusco arresto. Ma il futuro si prospetta roseo perché un mezzo di trasporto individuale è percepito come più sicuro rispetto agli affollati mezzi pubblici, come risulta da uno studio dell'Osservatorio Sharing Mobility. Arranca un po' di più il car sharing, soprattutto quello usato per i brevi spostamenti.

Il boom dei monopattini

Le strade urbane, in autunno, pare saranno invece affollate di bici e monopattini. «Dalla fine del lockdown a oggi abbiamo fatto quasi mezzo milione di viaggi», racconta Benjamin Barnathan, general manager per l'Italia della società di monopattini elettrici in condivisione Lime. «A Roma, in particolare, è esploso. La distanza percorsa è aumentata tra il 20 e il 405». Dietro, c'è anche della strategia: Lime, come altre società, ha deciso di ampliare il servizio fino alla periferia per permettere agli utenti di utilizzare le due ruote anche da casa e non più come mezzo dell'ultimo miglio. Non una moda passeggera, quindi, come ricorda Alessandro Felici, ad di Movi by

MiMoto guadagna un +400% di noleggi rispetto ai livelli pre-Covid e un +200% di iscritti rispetto al 2019. «Il Covid ha accelerato processi già in corso», spiega Marco Diana, professore del Dipartimento di Ingegneria dell'Ambiente, del Territorio e delle Infrastrutture del Politecnico di Torino. «La mobilità è sempre meno sistematica. Prima tutti si spostavano agli stessi orari e il servizio pubblico gestiva al meglio la situazione. Oggi, complice l'emergenza e tempi di lavoro liquidi, è tutto più destrutturato e il trasporto pubblico ha difficoltà a rispondere alla nuova domanda. I servizi di *sharing mobility* possono essere una soluzione ma devono essere gestiti: per evitare un boom dell'uso dell'auto privata e problemi sociali, come i tanti incidenti con i monopattini». Un contesto, quello degli spostamenti, da tenere sotto osservazione per capire come cambieranno le nostre vite fuori casa. Anche perché, conclude Diana, «i trasporti sono lo specchio della società e la mobilità condivisa potrebbe creare una nuova abitudine». Fatta anche di bici e monopattini elettrici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA