

La nuova normalità

L'era post-lockdown, che incorpora il concetto di “nuova normalità”, apre a scenari ed equilibri che sollevano rinnovate attenzioni: è fondamentale per le imprese il desiderio di tornare a una situazione di serenità, sia economico-produttiva sia di networking (ad esempio fiere e incontri con fornitori e clienti). Attraverso l'analisi condotta a metà settembre è stato monitorato il sentiment degli operatori alla luce dei cambiamenti repentini dello scenario nazionale causati dall'emergenza Covid-19: quasi due operatori su tre (il 60,3%) dichiarano che già il 2021 vedrà il ritorno a una situazione di equilibrio, mentre il 37% posticipa il tutto al 2022; il 2,7% dichiara che non si tornerà più allo scenario passato.

Secondo le previsioni del PIL a due anni, la curva di recupero della ricchezza prodotta dal sistema economico italiano sarà più lenta del previsto, quindi il cauto ottimismo potrebbe essere la lettura più corretta in tema di ripresa. L'incertezza è generata anche dalla propensione al risparmio e dalla timida frequentazione dei punti vendita che, nonostante il cosiddetto *revenge shopping*, risente ancora della debole domanda, ostacolando la programmazione produttiva delle imprese cosmetiche. Inoltre, le preoccupazioni delle imprese si estendono alla scarsa liquidità, agli alti tassi di insoluti e ai ritardi dei pagamenti.