

COVID, CONFCOMMERCIO L'AQUILA: DA AZIENDE ALIMENTARI INNOVAZIONE E SPIRITO DI ADATTAMENTO

27 Maggio 2021



L'AQUILA - Il settore del dettaglio alimentare ha affrontato la pandemia adattandosi alle nuove condizioni e ai cambiamenti di scelta dei consumatori puntando su innovazione e più servizi: è quanto emerge dall'Osservatorio 2021 condotto da Fida-Confcommercio, la Federazione che raggruppa le imprese commerciali del settore. Gli effetti negativi della pandemia si sono allargati a macchia d'olio su quasi tutte le realtà produttive del Paese.

Il "quasi" riguarda un comparto che nel corso del 2020 ha migliorato di oltre il 50% il proprio andamento economico rispetto al 2019 pur avendo registrato un significativo peggioramento dei prezzi praticati dai fornitori: si tratta delle imprese alimentari. Anche se tale andamento positivo si spiega in gran parte in base al fatto che durante il lockdown praticamente solo il settore alimentare ha continuato a funzionare e a garantire un servizio essenziale, è importante sottolineare che il mondo del dettaglio alimentare ha saputo cogliere le "opportunità" di sviluppo anche in questo terribile periodo.

Dall'inizio dell'emergenza si è assistito ad un vero e proprio boom sul lato della digitalizzazione: secondo l'indagine di mercato dell'Osservatorio 2021 Fida sul ruolo della distribuzione alimentare nella crisi economica e sanitaria del Paese realizzata in collaborazione con Format Research, prima della pandemia solo il 13% delle imprese alimentari accettava prenotazioni della spesa tramite Social Network o Whatsapp, oggi sono il 31%. Prima della crisi, l'11% delle imprese offriva ai consumatori la possibilità di effettuare la spesa online sul sito dell'impresa o tramite posta elettronica, oggi il dato si è attestato sul 27%.

Il progressivo affermarsi della vendita online è stato direttamente proporzionale al cambiamento di comportamento di acquisto da parte dei consumatori. Quasi il 20% acquista prodotti alimentari online almeno una volta al mese, e lo fa principalmente perché in questo modo può fare la spesa a qualsiasi orario, nel 50% dei casi inoltre presso un negozio dove precedentemente non acquistava di persona. Per quanto riguarda la lotteria degli scontrini solo il 3,2% delle imprese ha visto aumentare le visite da parte dei propri clienti abituali e solo l'1,2% delle imprese afferma di avere aumentato i propri ricavi grazie alla lotteria degli scontrini.

“A nostro parere il dettaglio alimentare ha dimostrato una capacità di adattamento encomiabile alla pandemia ed alle conseguenti nuove richieste dei consumatori. Gli imprenditori del settore hanno colto la necessità di nuovi servizi da parte dei clienti e sono stati capaci di colmare in poche settimane un gap infrastrutturale. Per far crescere il sistema imprenditoriale non servono le lotterie degli scontrini, ma semplificazioni nei processi di cambiamento” ha dichiarato il presidente provinciale Fida Confcommercio L’Aquila Angelo Liberati, all’unisono con la Presidente Nazionale della Federazione, Donatella Prampolini.

“A proposito della lotteria degli scontrini, ho comunque ritenuto necessario proporre, nell’ambito della Giunta Federale, un’azione da condurre presso i maggiori istituti bancari, finalizzata alla riduzione delle commissioni a carico degli esercenti sulle transazioni effettuate con moneta elettronica”, ha concluso il Presidente Liberati.