



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Fida-Confcommercio - Più di un italiano su due fa la spesa sotto casa

A Roma convegno **Confcommercio-Fida** "*La riscoperta del negozio alimentare nelle città come nuova tendenza nella distribuzione moderna*": oltre il 55% dei consumatori italiani compra nei supermercati di quartiere. Presentata la seconda edizione del volume "*Il negozio alimentare*", anche con dati *Format Research*, della collana "*Le Bussole*".

Oltre la metà degli italiani fa la spesa sotto casa. Torna così di moda il supermercato di quartiere con i suoi tradizionali punti di forza: accessibilità e cortesia del personale. Il negozio di vicinato si è anche innovato portando la spesa direttamente a casa e aprendosi all'online. È la fotografia scattata da **Confcommercio** nel volume "*Il negozio alimentare*" della collana "*Le Bussole*", presentato nel corso del convegno "*La riscoperta del negozio alimentare nelle città come nuova tendenza nella distribuzione moderna*", svoltosi a Roma nella sede nazionale della Confederazione. Oltre il 55% dei consumatori italiani compra dunque nei supermercati di quartiere e l'indice di soddisfazione è massimo per i negozi indipendenti specializzati. L'e-commerce alimentare è ai livelli minimi in Italia, 0,5% contro il 6% della Francia, ma è destinato a crescere. Nel 2015 la spesa del supermercati fatta online ha segnato un boom del 57% e il cibo pronto in delivery (direttamente dal ristorante) ha registrato un +66% nel 2016. Dal testo emerge anche un cambiamento delle abitudini di spesa degli italiani: farsi portare i pasti pronti a casa o in ufficio è sempre più frequente. Gli acquisti di cibo già preparato, in consegna (direttamente dal ristorante), sono aumentati del 66% nel 2016. In crescita anche la spesa del supermercato fatta online che è cresciuta del 57% nel 2015. L'e-commerce alimentare resta, tuttavia, ancora marginale in Italia: lo 0,5% contro il 6% della Francia, ma il segmento è destinato a crescere. Dopo la presentazione del volume fatta da Fabio Fulvio, Responsabile Politiche per lo Sviluppo di **Confcommercio**, si è tenuta una tavola rotonda con Donatella Prampolini, presidente **Fida**, Roberto Ravezzoni, Docente di Marketing distributivo all'Università di Modena e Reggio Emilia, Lorenzo Farina, pubblicitario, presidente e fondatore Walk-in, e Maria Grazia Cardinali, Docente di Shopper marketing all'Università di Parma. «*Molto è cambiato, nel panorama del retail in questi 5 anni - ha detto Prampolini - ed in particolare nel settore alimentare in Italia. Si stanno delineando e rafforzando trend demografici, sociali, economici e tecnologici che modificano profondamente le abitudini di acquisto e di consumo del consumatore*». «*In questo nuovo scenario competitivo - ha aggiunto Prampolini - i negozi alimentari, gli inventori del modello "piccola/media superfi cie in area urbana gestita da persone competenti e appassionate" non possono compiacersi pensando "io l'avevo detto!", ma devono portare il loro business un passo avanti in termini di managerialità della gestione*».

Sangalli, presidente **Confcommercio**: «*Il negozio di vicinato si è saputo innovare grazie all'online, si è specializzato puntando sulla qualità e sul servizio*».

«Il dettaglio torna ad avere un valore economico e sociale insostenibile per le nostre città». Lo ha detto il presidente di **Confcommercio**, Carlo Sangalli, intervenuto al convegno sul negozio alimentare organizzato insieme a **Fida, Federazione dettaglio alimentare**. *«Dalla nostra indagine emerge chiaramente un cambio degli stili di vita degli italiani, si mangia più spesso fuori e si torna a fare la spesa sotto casa come dichiara il 55% degli italiani - commenta Sangalli - anche perché il negozio di vicinato si è saputo innovare grazie all'online, si è specializzato puntando sulla qualità e sul servizio».*