

FAUSTO DEMARE *

Come cambia la spesa alimentare in Basilicata

Più del 60% dei lucani fa la spesa sotto casa. Torna così di moda l'alimentare di vicinato, il supermercato di quartiere con i suoi tradizionali punti di forza: accessibilità e cortesia del personale. È la fotografia scattata da Confcommercio Imprese Italia Potenza e Fida, Federazione del dettaglio alimentare. Un comparto che ha un ruolo strategico da svolgere specie nei piccoli comuni dove il negozio "generali alimentari" è in troppi casi l'unico esercizio di approvvigionamento alimentare, oltre che per la casa e per la persona.

Questo grazie all'orgoglio di tanti alimentaristi ancora oggi la spina dorsale del commercio, un format destinato a restare un solido punto di riferimento per piccoli e grandi centri urbani o rurali.

Dalla ricerca emerge anche un cambiamento delle abitudini di spesa: 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 ma il segmento è destinato a crescere. Molto è cambiato, nel panorama del retail in questi 5 anni 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 i negozi alimentari, gli inventori del modello piccola/media superficie 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. In Basilicata negli ultimi cinque anni, la

maggior parte dei negozianti che hanno chiuso non si era specializzata, ma soprattutto Confcommercio punta il dito contro la liberalizzazione delle licenze che ha portato sul mercato poca professionalità, contro la liberalizzazione degli orari che non consente ai piccoli punti di vendita di alimentari di competere con la grande distribuzione e altera la concorrenza, oltre a calpestare diritti che con generazioni di commercianti avevano ottenuto. Chi ha resistito lo ha fatto con la professionalizzazione del personale, la specializzazione di prodotto e di servizio, l'innovazione; e tanto tanto sacrificio. Oggi vince chi è più veloce, non chi è più grande. Bisogna essere diversi dalla grande distribuzione. Copiare le idee brillanti e farle meglio. Essere semplici, flessibili e veloci. Per noi il dettaglio alimentare è un servizio del, per e sul territorio, di cui difende le differenti tipicità, promuove le produzioni locali, moltiplica gli effetti sui laboratori artigiani come quelli lattiero-caseari, pasticci, ecc., favorisce l'attrattiva turistica come leva per lo sviluppo dell'economia locale, con importanti implicazioni legate all'identità sociale, alla vivibilità e alla qualità dei territori. Attori protagonisti della partita sono indubbiamente Governo ed Enti locali: se con l'Amministrazione centrale l'obiettivo è abbassare l'imposizione fiscale, intesa anche come giorni di lavoro persi dall'imprenditore per gli adempimenti burocratici, con i Comuni occorrerà sempre più instaurare un dialogo costruttivo per discutere le misure idonee a tutelare gli esercizi di dettaglio alimentare.

Una saracinesca che viene sollevata è una vittoria per tutto il sistema, viene accesa una luce, si creano posti di lavoro, aumenta la qualità e migliora la vivibilità di un quartiere.

[* Presidente Confcommercio Potenza]





BANCONE L'interno di una salumeria