

Balzo dei consumi alimentari, ma la distribuzione è in ginocchio

FEDERDISTRIBUZIONE

Gradara: sono 120mila i dipendenti del non food che attendono tutele

**Gli acquisti di alimentari sono cresciuti dell'11%
 Spesa online più 82%**

Enrico Netti

La pandemia fa volare le vendite dei prodotti alimentari. La scorsa settimana l'aumento è stato dell'11% rispetto l'analogo periodo del 2019. A dirlo le ultime rilevazioni Nielsen che segnalano nel Sud un balzo del 21%, nel Centro del 13% mentre nel Nord, dove le code davanti ai supermercati sono iniziate il 23 febbraio, si sfiora l'8%. Nella stessa settimana le spese online segnano un +82%. «Nei giorni precedenti il decreto dell'8 marzo le vendite della Gdo sono cresciute a ritmo sostenuto - spiega Romolo de Camillis, Retailer service director di Nielsen Connect in Italia - ed esplose la domenica dopo le nuove misure adottate dal Governo. Anche con questi trend di vendita la filiera del largo consumo conferma la capacità di produrre e rifornire le catene per fronteggiare la situazione eccezionale».

Da parte loro le insegne della Gdo riescono ad organizzare l'accesso ai negozi nel rispetto del Dpcm ma per le consegne a domicilio non riescono a fare fronte ai picchi. Quasi tutte offrono il

servizio gratuito agli over 65 e gli ordini online si moltiplicano per diverse volte. Nel caso di Esselunga, per esempio, le spese online sono quintuplicate e i tempi di consegna nelle aree più congestionate possono arrivare a 15 giorni. «Sono in atto dei potenziamenti nella preparazione e consegna degli ordini e non escludiamo di avere nei prossimi giorni delle criticità nell'area di Milano» spiega Sami Kahale, ad di Esselunga. Una situazione contingente comune a molte insegne che non risparmia nemmeno Amazon Prime Now. «Al momento le consegne di Prime Now stanno subendo dei rallentamenti a causa dell'elevata richiesta - dice una nota del colosso dell'e-commerce - . Stiamo lavorando per rafforzare il servizio».

In questo scenario Claudio Gradara, presidente di Federdistribuzione, non nasconde la preoccupazione «ma deve prevalere la razionalità» e pensa alla ripartenza dopo l'emergenza. Le imprese della moderna distribuzione alimentare stanno affrontando l'impatto di una situazione straordinaria insieme alla Gdo che riesce a fare fronte al boom delle vendite grazie alla professionalità dei lavoratori «che vorrei ringraziare - aggiunge Gradara - . Grazie al loro impegno riusciamo a tenere aperti tutti i punti vendita e fornire un servizio di prima necessità. Voglio anche assicurare i consumatori sulla costante disponibilità dei prodotti alimentari nelle prossime settimane».

Ben diversa la situazione nel non food dove «si vive una situazione drammatica con la chiusura dei punti vendita che suggella un ciclo segnato dal crollo dei fatturati - dice Gradara - . Ora si trat-

ta di fare sopravvivere le imprese non food e siamo fiduciosi che verranno spiegati gli ammortizzatori sociali per gli oltre 120mila addetti che lavorano in 30mila negozi e generano 45 miliardi di ricavi. Valutiamo positivamente l'aumento delle risorse stanziato dal Governo ma è evidente che tutto è condizionato dalla durata della crisi». Le proposte all'esecutivo sono di ammortizzatori sociali semplificati nel loro accesso e retroattivi, l'esonero contributivo con presa in carico dello Stato dei contributi a carico del datore di lavoro, l'esenzione o riduzione di tutte le tasse locali tra cui quella dei rifiuti.

«Bisogna salvaguardare i lavoratori e aiutare le aziende a sopravvivere fino al termine dell'emergenza, poi saranno necessari altri interventi per fare ripartire i consumi - aggiunge Gradara - . Servirà una fortissima scossa all'economia e agevolazioni come un credito d'imposta per le attività promozionali svolte dal comparto distributivo». Il timore è che al termine dell'emergenza i consumi ripartiranno molto lentamente. Per questo serviranno misure forti per fare ritornare i clienti nei punti vendita. La scossa di cui parla Gradara dovrebbe arrivare da un piano di refitting per le grandi opere partendo dalle più datate da mettere in sicurezza con interventi straordinari alle nuove. Servirà anche un piano che privilegia la produzione agroalimentare nazionale e un altro intervento strategico questa volta a sostegno e per il rilancio del made in Italy, del sistema manifatturiero italiano verso il resto del mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



CLAUDIO GRADARA
 Presidente
 Federdistribuzione

