

✓ **ATTUALITA'**

Lockdown, consumi e GDO

I dati **IRI** di marzo confermano un aumento delle vendite nella GDO

a cura di
Chiara Natalucci



I numeri relativi ai consumi degli Italiani per quanto riguarda gli alimenti confezionati nel periodo gennaio-marzo 2020 rivelano un aumento considerevole delle vendite rispetto allo stesso periodo del 2019. I dati elaborati da **IRI** parlano chiaro: la relazione tra il lockdown e la GDO durante la fase 1 dell'epidemia ha fatto registrare incrementi mai avvenuti prima, oltre che sostanziali cambiamenti nelle abitudini dei consumatori.

Per quanto riguarda l'evoluzione del fatturato, in tre mesi sono stati acquistati nella distribuzione organizzata alimenti confezionati per oltre 12 miliardi e mezzo, più di 5 miliardi e 200 milioni solo a marzo, con un balzo di quasi un quinto. Il report rivela anche che, nello stesso periodo, le vendite complessive di alimentari confezionati sono aumentate del 9,6% rispetto allo stesso periodo del 2019, sommando 12.511 milioni di euro in valore. E nel mese di marzo, inizio del confinamento completo, l'incremento anno su anno addirittura raddoppia: più 18,2% per una spesa pari a 5.240 milioni in un solo mese come conseguenza del panico da accaparramento. Ma se di accaparramento vero e proprio forse non si può parlare, non c'è dubbio che gli italiani si siano dati da fare per rifornire frigo e dispense.

Un altro fattore degno di nota è che a marzo un'ampia maggioranza di merceologie mostra una crescita a doppia cifra. Tra le famiglie di prodotti più interessate spiccano il più 55,2% dei condimenti freschi, con vendite per 54 milioni di euro, il più 44,7% dei precotti, per un valore pari a 24 milioni, e il più 35,7% della pasta, che somma 137 milioni di euro. A marzo, anche i surgelati registrano ottime performance con 297 milioni di euro in valore grazie a un incremento del 34,1%, e degli spalmabili dolci che crescono del 31,8%, toccando così i 103 milioni. Questa sembra essere la tipologia di comfort food preferita dagli italiani a marzo: i fuori pasto dol-



074194

APPROFONDIMENTI



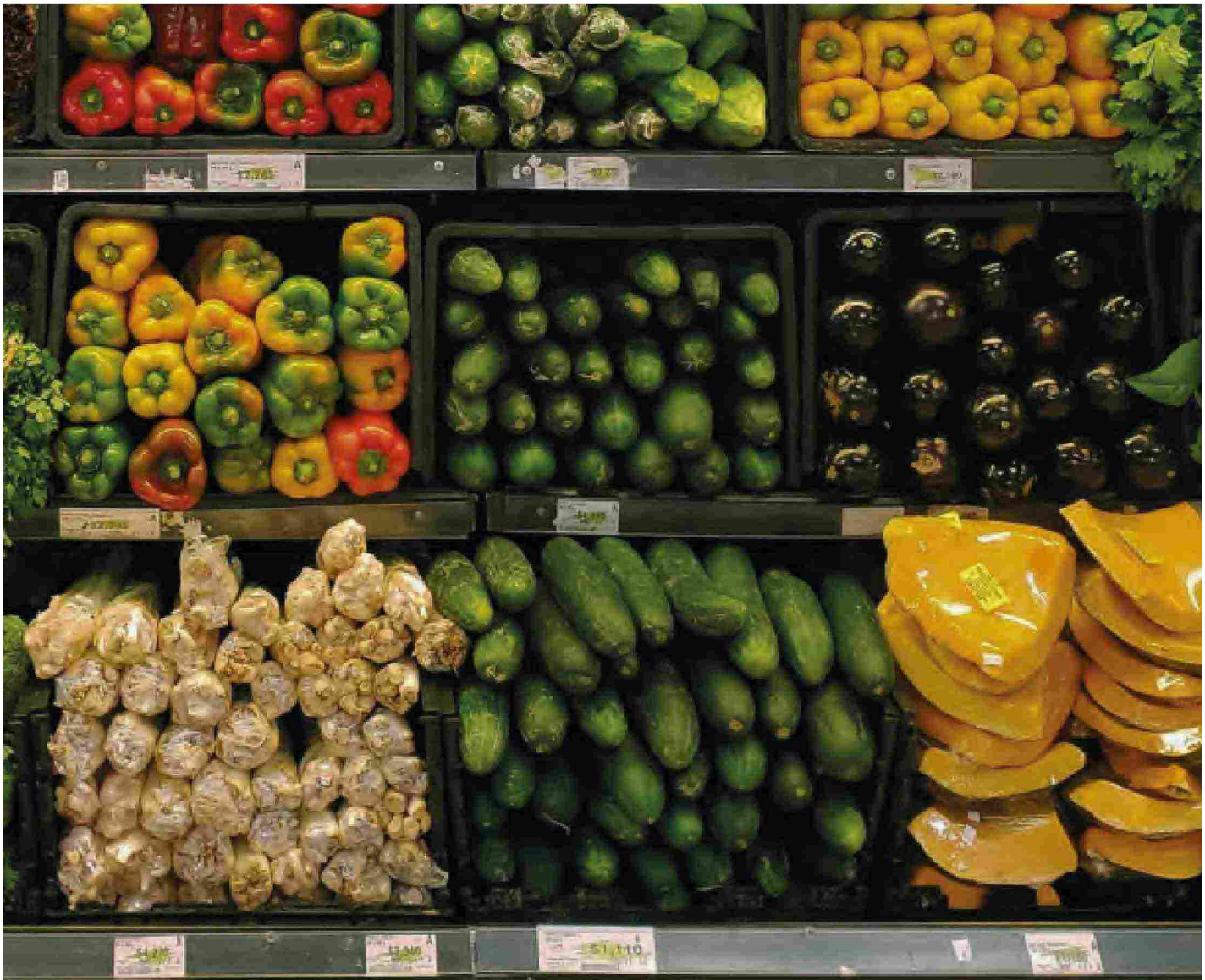
ci si posizionano in terreno negativo, meno 6,3%, pur mantenendo un elevato valore delle vendite a quota 175 milioni di euro.

Per quanto riguarda i cambiamenti nei gusti dei consumatori, rilevante è il dato riferito alla cosiddetta "cucina protagonista", con alimenti come farina, lieviti e preparati per dolci, che ha fatto registrare aumenti anche a tripla cifra.

E se è vero che durante la quarantena gli italiani hanno riscoperto il piacere di mettersi ai fornelli, a quanto risulta dalle statistiche molti hanno preferito farlo con l'"aiuto" delle loro marche preferite. Infatti la pasta, con un incremento del 15,9%, vende in valore per 307 milioni di euro. Di tutto rispetto sono anche i numeri relativi

al biologico: mentre nel primo trimestre dell'anno il bio sale del 9,2% con vendite pari a 457 milioni di euro, in un solo mese totalizza 191 milioni grazie a un incremento a doppia cifra del 16,7%.

Da ultimo, non si può non parlare dell'impennata degli acquisti online, fatti dalla popolazione rimasta in casa. L'e-commerce è passato da uno 0,8% di quota di mercato GDO Italia nel periodo pre-Covid a una quota di mercato pari a 1,5%. Uno studio svolto da IRI assieme all'Università Cattolica di Milano ha rivelato che la metà dei consumatori che ha sperimentato gli acquisti on line nel mass market retail lo ha fatto per la prima volta, dando vita a un processo di alfabetizzazione che, difficilmente, perderà le quote acquisite.



074194