

Così Netcomm traccia l'evoluzione del commercio digitale nel comparto Food&Grocery

Cibo via web a 1,5 mld di clienti

Gli italiani che acquistano alimenti online sono 9 mln

DI ANDREA SETTEFONTI

Sono 9 milioni gli italiani che acquistano cibo online e 1,5 miliardi i consumatori che lo fanno in tutto il mondo. Nel 2019 in Italia il food è il settore più dinamico nel commercio digitale con la crescita più alta (+42%) rispetto ai diversi comparti, a fronte dell'incremento del totale e-commerce del 15% sullo scorso anno. Il settore del **Food&Grocery** registra una delle più alte frequenze di acquisto (circa 7 volte in un anno), soprattutto grazie alla diffusione del food delivery, anche se in Italia ha una incidenza ancora marginale.



Roberto Liscia

le e pari al 5% sul totale e-commerce. Negli ultimi 12 mesi un terzo di chi acquista su piattaforme digitali, gli eShop per italiani, ha comprato online beni alimentari e bevande e il 72% degli ordini con consegna in un giorno nell'alimentare è rappresentato dal pasto a domicilio. Le recensioni online sono la fonte principale (30,3%), seguite dai siti web dei brand (25,5%) e dai marketplace (24,8%). Questi sono i dati presentati alla terza edizione di **Netcomm Focus Food**, l'appuntamento di riferimento sull'evoluzione digitale per il settore del Food&Grocery promosso da Netcomm, il **Consorzio del Commercio Digitale Italiano**, in collaborazione con **Tuttofood**. Quanto accade è «un cambiamento delle modalità di accesso ai prodotti alimentari, che non avviene solo online, ma con metodi di consegna innovativi, come il click&collect in store o il drive-in, e con soluzioni sempre più semplici, come l'abbonamento o la disponibilità di liste della spesa preimpostate», commenta **Roberto Liscia**,

presidente di Netcomm. La personalizzazione dell'offerta è la chiave dello sviluppo di questi servizi. «Basti pensare a quelli sempre più diffusi di meal-kit che consentono di ricevere un pacco con tutti gli ingredienti necessari per realizzare una cena a casa. Un servizio che va oltre la mera consegna dei prodotti». Per Liscia, elemento importante è «l'esperienza», fattore che gli operatori del digital food devono sfruttare, semplificando il cosiddetto food journey, che oggi si presenta particolarmente articolato. Modalità di selezione dei prodotti diverse rispetto allo scaffale in negozio, ordini complessi e lunghi spesso effettuati in mobilità e servizi di consegna e di pagamento in divenire sono alcuni degli elementi che le aziende devono semplificare». Il mercato dell'e-commerce alimentare nel mondo vale 58 miliardi di euro, 14,9 miliardi in Europa e 1,6 miliardi in Italia. In Europa sono più di 167 milioni le persone che acquistano food online con i 19 milioni del Regno Unito, i 18 milioni della Germania, i 13,5 milioni in Francia e i 10 milioni in Spagna.

© Riproduzione riservata

POLTRONE IN ERBA

ROBERTO GIADONE nominato Ufficiale al Merito della Repubblica dal Presidente **Sergio Mattarella**. Titolare di Natura Iblea, azienda agricola di Ispica (Rg) specializzata nel settore bio, Giadone è imprenditore associato a Confagricoltura Ragusa e vincitore del premio Welfare Index Pmi nel 2017. naturaiblea@naturaiblea.it

IL MANTOVANO GIOVANNI BELLEI, delegato provinciale di Giovani Impresa di Coldiretti Mantova, è stato nominato dal delegato lombardo **Carlo Maria Recchia** vice-delegato regionale della Lombardia insieme al milanese **Davide Nava**. Bellei, 27 anni, conduce con la famiglia un'impresa zootecnica con 120 bovini in lattazione e 50 ettari di superficie coltivata a Pietole (Mn). Davide Nava, leader dei giovani agricoltori della Coldiretti di Milano, Lodi, Monza Brianza ha ventiquattro anni, è contitolare nell'omonima impresa di famiglia dove vengono allevati oltre mille maiali nel Comune di Roncello (Mb). lombardia@coldiretti.it

GABRIELE PAPA PAGLIARDINI è il nuovo direttore di Agea, agenzia per le erogazioni in agricoltura, per i prossimi tre anni. A nominarlo è stata la ministra delle Politiche agricole **Teresa Bellanova**, dopo avere ottenuto i pareri favorevoli delle commissioni Agricoltura di Camera e Senato. Laurea in Economia a Bari, 58 anni di Salice Salentina (Le), Papa Pagliardini ha svolto attività presso la Regione Puglia e il Mipaaf. direzione@agea.gov.it



NUOVI ORGANI DIRETTIVI per la sezione Industrie Alimentari di Confindustria Basilicata. Presidente è Rosistella Provinzano, di Amaro Lucano - Lucano 1894, brand simbolo per eccellenza del made in Basilicata. Vicepresidente è **Antonio Catalani**, numero due di Assobirra



(Associazione di Confindustria della filiera italiana della birra), della Agroalimentare Sud Spa, azienda che a San Nicola di Melfi trasforma l'orzo in malto destinato ai principali produttori di birra e alla produzione di farine arricchite in fibre solubili. Componenti del nuovo consiglio direttivo sono **Francesco Altieri**, **Nicola Schiuma**, **Gennaro Masturzo**, **Cinzia Sinisi**, **Giuseppe Mazzilli**, **Fabio Mussini** e **Angelo Libutti**. info@confindustria.basilicata.it

ERASMO NEVIANI nominato coordinatore della **Commissione Food Project** di Ateneo dell'Università di Parma. Neviani, vicedirettore del dipartimento di Scienze degli Alimenti e del Farmaco, professore ordinario di Microbiologia Agraria, faceva già parte della commissione dal momento dell'istituzione, avvenuta nel 2017. Il Food Project nasce dalla volontà dell'Università di Parma di mettere a sistema le diverse competenze nei settori della ricerca, della didattica e della terza missione sulle tematiche legate al mondo degli alimenti e della nutrizione. erasmo.neviani@unipr.it



ANDREA COMACCHIO è stato nominato nuovo direttore generale dell'agenzia Ersà, Agenzia regionale per lo Sviluppo Rurale del Friuli Venezia Giulia. Comacchio, classe 1961 di Bassano del Grappa (Vi), è dirigente della Regione Veneto e dal 2018 era distaccato presso il Ministero delle Politiche agricole, dove l'allora ministro **Gian Marco Centinaio** lo aveva indicato alla guida dell'Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura (Agea). Ersà è stata guidata ad interim dal direttore generale della regione **Franco Milan**. ersa@ersa.fvg.it

© Riproduzione riservata

RISIKO AGRICOLO

L'AZIENDA DOLCIARIA BALOCCO (185 mln euro) ha investito 30 mln euro per potenziare la sua capacità produttiva e di logistica. Ha infatti ampliato di 12 mila mq lo stabilimento di Fossano, che oggi raggiunge i 60 mila mq coperti, per poter ospitare la produzione di una nuova linea di biscotti integrali. E sta allestendo per la prossima estate un nuovo polo logistico di 13 mila mq a Trinità-Cn, con annessi ulteriori 70 mila mq d'area industriale, ove in futuro l'azienda potrà installare nuovi reparti di produzione.



È MATRIMONIO FRA GRUPPO CREMONINI E PERCASSI nella ristorazione commerciale (si veda anche ItaliaOggi di ieri). **Chef Express** è entrata con una quota del 60% in Percassi Food&Beverage, società specializzata nell'offerta di diversi format di ristorazione a promotori di centri commerciali, shopping mall, outlet e retail park. Alla società, che è stata rinominata C&P, fanno capo ora 16 locali nei principali shopping mall e nei centri urbani italiani con i marchi Casa Maioli, Caio Antica Pizza Romana e Wagamama, per un fatturato totale annuo superiore ai 10 mln euro. Fuori del perimetro di C&P rimane il marchio Starbucks, che continuerà il proprio sviluppo in Italia esclusivamente all'interno di Percassi.

DOPO CHE IL GRUPPO AMADORI non ha confermato la sua disponibilità ad acquisire **Vismara**, il salumificio leccese ha presentato una nuova domanda di concordato che è stata accolta dal Tribunale di Reggio Emilia. Vismara dovrà presentare la nuova proposta concordataria entro i prossimi 90 giorni.



CONCENTRAZIONE NEL SETTORE DELLA COOPERAZIONE ALIMENTARE. Il gruppo **Clai**, cooperativa lavoratori agricoli imolesi (270 mln euro di fatturato nel settore dei salumi e delle carni fresche bovine e suine) ha assorbito **Cooperativa Agricoop** (2 mln euro di fatturato), specializzata nella produzione artigianale di formaggi tipici a marchio La Faggiola. L'operazione è volta a sostenere la crescita della Cooperativa Agricoop, che raccoglie attualmente 1 mln litri di latte dagli allevatori soci dell'Alto Mugello.

SUPERMERCATO 24, marketplace italiano della spesa online con consegna in giornata, ha acquisito **Szopi**, player polacco della spesa online on-demand. L'operazione, supportata da FII Tech Growth, 360 Capital, Innogest ed Endeavor, rappresenta il primo passo d'una strategia d'espansione europea di Supermercato24.

IL GRUPPO COOPERATIVO ARLA FOODS (10,4 mld euro di fatturato) investirà 80 mln di euro per il potenziamento della sua produzione di mozzarella presso lo stabilimento danese di **Branderup**. Produzione che dovrebbe più che duplicare, raggiungendo le 53 mila tons annue, alla fine dei lavori di potenziamento dell'impianto, prevista per l'estate 2021. Arla Foods prevede d'altronde, che la domanda di mozzarella in Europa cresca dalle attuali 650 mila tons annue a 720 mila tons nel 2022.

ANCHE IL GRUPPO COOPERATIVO OLANDESE ROYAL FRIE-SLANDCAMPINA (11,5 mld euro di fatturato) punta sulla mozzarella. Ha infatti siglato un accordo con la società **Royal A-ware** in base al quale, dal prossimo anno fornirà il latte dei suoi conferitori all'impianto di Heerenveen di quest'ultima, perché produca mozzarella, che poi Friesland Campina commercializzerà.

FONDAZIONE ENASARCO smentisce «ogni tipo di trattativa, né tantomeno imminente closing» per un eventuale suo investimento nel neonato fondo **Finance for food one**, gestito da **Azimut**, con la partecipazione di **Cassa forense**, **Epap** ed **Empire Investors**. Il fondo di private equity per l'agroalimentare avrà un budget iniziale di 80 mln (si veda ItaliaOggi del 6/11/2019).

Supplemento a cura di **LUIGI CHIARELLO**
agricolturaoggi@class.it

© Riproduzione riservata