

LA CRISI CAMBIA LA SPESA

**Il futuro
per Ambrosetti:
acquisti vicino
casa, prodotti
locali e più
digitale**
di ANGELO VI TOLO

Il comparto della distribuzione si interroga sul suo ruolo in Italia, tra l'esigenza di tutelare il potere di acquisto delle famiglie e la difesa del Made in Italy agroalimentare e del tessuto produttivo e industriale, costituito soprattutto da piccole e medie imprese. L'Associazione della Distribuzione Moderna lo ha fatto con uno studio commissionato a The European House - Ambrosetti, "L'Italia di oggi e di domani", che fa emergere il rischio sempre più crescente di una polarizzazione della ricchezza in un Paese che invecchia, e la conseguente esigenza di una democratizzazione della spesa, ove la sostenibilità diventa prioritaria insieme ad altre necessarie aperture.

Il settore della Distribuzione Moderna è un anello chiave di una filiera lunga e articolata che vale 52

miliardi, presidiando anche i comuni più piccoli e garantendo prossimità, servizi, vicinanza attiva alle comunità. Significativo il suo dato dell'occupazione: 440mila occupati diretti che diventano 3,3 milioni nelle filiere, risultando il 20% degli occupati totali in Italia. Un comparto che si fa vanto, nell'attuale contesto inflattivo, di aver messo argine al rincaro dei prezzi, assorbendo una parte di quello dei beni alimentari per arrivare a stimare un risparmio fino a 77,4 euro al mese a famiglia pari a un valore annuo di 3,9 miliardi. Perciò il presidente di Adm Marco Pedroni si aspetta un'azione del governo: "Perché il Paese possa continuare a crescere, in un contesto di elevata inflazione è necessaria un'azione di sostegno ai consumi interni che valgono il 60% del Pil". Il ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, per ora risponde con l'ipotesi di un modello europeo produttivo "non autosufficiente, ma indipendente, per evitare che la mancanza di materie prime, causata da chi decide di chiudere un rubinetto, metta in ginocchio produzioni di qualità".

Intanto, Ambrosetti definisce 9 direttrici di cambiamento per la distribuzione, da oggi al 2030. La spesa può continuare a custodire un senso e un valore solo così. Il futuro del settore agroalimentare viene stimato in un mercato interno che mostra un pro-

gressivo invecchiamento della popolazione compensato principalmente dagli stranieri, un forte tasso di disoccupazione giovanile (29,7%) e il più alto numero in Europa di giovani Neet che non studiano e non lavorano (23,1%). Ne deriva un quadro che comprime i consumi, già da tempo stabilizzati nella domanda. "Gli over 65 - spiega il ceo di Ambrosetti, Valerio De Molli - hanno un fabbisogno calorico inferiore rispetto alla popolazione adulta, un ammanco nella domanda che non può essere compensato dai giovani se non lavorano, né dal minore potere d'acquisto delle famiglie straniere. Ed esiste una forte polarizzazione della ricchezza che si accentua con un aumento delle persone in povertà assoluta, più che raddoppiate fino al 9,4% nel 2021. Compito della Distribuzione Moderna, attraverso la Marca



del Distributore, è di democratizzare una spesa alimentare sostenibile, con più qualità".

Spazio, allora, a un'offerta integrata per rispondere ai nuovi bisogni dei consumatori con food experience, servizi parasanitari e nutraceutica; animali e viaggi; telefonia e pagamento bollette. Aumenteranno i punti vendita con parafarmacie, ottici, bar, benzinai, pet store. E campo aperto alla sostenibilità come denominatore comune di più prodotti locali, con la revisione di quelli già a scaffale: lo chiede il 62% degli italiani. E più digital per gli acquisti: già il 74% lo usa.