

ALIMENTARE

Secondo The European House-Ambrosetti il fenomeno interessa il 71% degli italiani e può conoscere ulteriore sviluppo

Boom del cibo a domicilio

Spinto dalla pandemia questo mercato vale attualmente circa 2 miliardi nel nostro Paese

*Applicazioni digitali
Hanno permesso la crescita
del commercio elettronico
con una media del 39% all'anno
già dal 2010 ad oggi*

EMANUELE PECONI

●● Il food delivery in Italia continua a crescere a dismisura e si conferma un fenomeno importante nell'economia italiana: il mercato delle consegne a domicilio di cibo e piatti caldi oggi vale 1,8 miliardi di euro e ha raggiunto il 71% della popolazione. Un exploit a cui ha contribuito soprattutto la pandemia. Questo è quanto emerso dallo scenario delineato da The European House-Ambrosetti in occasione del 7° forum dal titolo «La roadmap del futuro per il food & beverage» a Bormio.

«Nel 2015 le vendite attraverso le piattaforme di food delivery valevano 70 milioni di euro, nel 2018 oltre 360 e nel 2020 più di 700 milioni. La pandemia ha contribuito alla crescita esponenziale di questo fenomeno (+20% di valore tra 2020 e 2021) che si avvicina oggi in Italia ai 2 miliardi di euro complessivi e che ha, inoltre, ulteriori e ampie possibilità di sviluppo futuro» ha dichiarato Valerio De Molli, managing partner & Ceo di Ambrosetti. Lo sviluppo delle applicazioni digitali di cibo a domicilio ha permesso al settore dell'e-commerce alimentare di crescere esponenzialmente tra il 2010 e oggi con una media del 39% all'anno. Solo negli

ultimi dodici mesi queste hanno rappresentato il 97% del valore totale dei piatti venduti, mentre solo il 3% è attribuibile ai canali online dei ristoranti tradizionali. Lo studio ha evidenziato, inoltre, come il fatturato complessivo a fine 2022 si sia attestato a 4,7 miliardi di euro grazie soprattutto al food delivery che rappresenta il 44% del valore complessivo, seguito da spesa alimentare (37%) ed enogastronomia (19%). «Il potenziale di crescita dei marketplace digitali - ha aggiunto De Molli - nel contesto agroalimentare è ancora molto elevato, in quanto il fatturato del settore alimentare generato tramite e-commerce vale nel 2022 il 3% del totale». Sono gli stessi strumenti tecnologici che condizionano le scelte e le abitudini dei consumatori: infatti oggi 8 su 10 sono raggiunti dai social network, il 60% è fortemente interessato alla cucina e il 31% naviga sui social per scoprire nuovi prodotti da acquistare. Inoltre, il connubio tra social network e food delivery ha aperto le porte a nuovi concetti di ristorazione come le dark kitchen (cucine specializzate solo nella consegna a domicilio), o le ghost kitchen (un laboratorio che lavora per più marchi dedicati alle consegne), le social kitchen dove organizzare eventi con la cucina come filo conduttore o ancora le shared commercial kitchen, ossia spazi per cucine commerciali utilizzate in condivisione per ottimizzare così i costi di gestione.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

