

il Giornale.it **economia**

Home [Politica](#) [Mondo](#) [Cronache](#) [Blog](#) [Economia](#) [Sport](#) [Cultura](#) [Milano](#) [LifeStyle](#) [Speciali](#) [Motori](#) [Abbonamento](#)

Condividi:



Commenti:

0

TuttoFood: ecco come cambierà il retail dell'alimentare con la ripartenza dopo la pandemia

Analisi dei trend del mercato e scenario dall'osservatorio della manifestazione di **Fiera Milano** che si terrà dal 22 al 26 ottobre 2021 in concomitanza con **Host Milano** e **Meat-Tech**

Alberto Talliani - Gio, 18/03/2021 - 12:18



commenta

Mi piace 0

Il **retail dell'alimentare** segna buoni risultati di vendita ma, tra aperture, chiusure, situazione altalenante sulla campagna di vaccinazione, attraversa ancora una fase di incertezza che impone di guardare con maggior attenzione quale sarà l'**evoluzione dei trend** con un orizzonte più ampio.



Scenario in cui il ruolo di una fiera come **TuttoFood** è fondamentale grazie al costante dialogo continuo con tutti gli **operatori delle filiere**, un riferimento nel settore sia per la capacità di creare *networking* tra **domanda e offerta italiane e internazionali**, sia per la capacità di anticipare e interpretare le tendenze indispensabili per gli operatori.

Valore aggiunto che quest'anno sarà enfatizzato dalla contemporaneità di **TuttoFood** con **Host Milano** e **Meat-Tech**, nel Polo espositivo di **fieramilano dal 22 al 26 ottobre 2021**: appuntamento che valorizzerà ulteriormente le sinergie con il mondo del fuoricasa e dell'ospitalità e quello con il settore della lavorazione dei prodotti alimentari.

Analisi che parte dai **trend della domanda espressi dai consumatori**. "Nella distribuzione moderna il food - commenta **Daniele Gilli** direttore commerciale di **Irl**, società di ricerche specializzata in big data, analytics e insight e partner di TuttoFood - ha raggiunto a fine 2020 un incremento dell'8,4% a valore e del 7,1% a volume, beneficiando anche di un travaso dal canale fuoricasa dovuto ai diversi lockdown".

Secondo i dati infatti, Fresco a Peso Imposto (+10,6% a valore) e Freddo, in particolare i Surgelati (+12,9%), sono i reparti con i tassi di crescita più elevati. Decisamente positivi anche i risultati delle Bevande, che invece hanno sofferto nel canale grossisti a causa delle chiusure del fuoricasa. Nel canale moderno questi prodotti chiudono l'anno con un incremento del +5% della spesa e un +4,4% dei volumi commercializzati.

"Durante il 2020 - aggiunge Gilli - alimentari e bevande hanno beneficiato di un **travaso delle vendite** dal canale fuori casa dovuto alle diverse chiusure. Nei primi mesi l'effetto accaparramento ha spinto la domanda delle categorie scorta, ma il passo eccezionale seguito dalle vendite nella prima fase dell'epidemia era in buona parte causato dal blocco della mobilità, che ha spostato in casa consumi normalmente effettuati in bar e ristoranti.

Inserisci le chiavi di ricerca

Cerca

Info e Login



login



registrazione



edicola



Regno Unito, Bank of England: tasso interesse...
di Money.it
Telecom corre in Borsa: novità sulla rete unica?
di Money.it
Borsa Italiana Oggi, 18 marzo 2021: Ftse Mib...
di Money.it

Calendario eventi



11 Giu - 11 Lug Europei di calcio

23 Lug - 08 Ago Giochi Olimpici di Tokyo

Tutti gli eventi

L'opinione



Il timeframe giusto per inv...

Emilio Tomasini



La "Rete cosmica di relazio...

Alessandro Bertirotti



Storia della Galleria delle...

Carlo Franza



I ragazzi ai tempi della