

Il negozio alimentare

*La guida di Confcommercio e FIDA per rendere
più competitivi i negozi alimentari italiani*



Roma, 20 giugno 2018

Cambia l'uso dei luoghi: si affermano nuove forme di *convergenza competitiva*

I punti di transito e di aggregazione diventano punti di vendita



I punti vendita diventano luoghi d'incontro



La casa diventa luogo di acquisto



I luoghi di acquisto assumono un ruolo di intrattenimento e spettacolo



Il consumatore, sempre più eclettico, mette in concorrenza luoghi, mondi e prodotti diversi in relazione alle sue specifiche esigenze di servizio, risparmio di tempo, convenienza ...



Come sono cambiati i criteri di scelta del negozio

- iper, super, libero servizio, discount -

2016	1) È facile trovare quello di cui ho bisogno	(1)
	2) Buon rapporto qualità/prezzo	(5)
	3) Piacevole “Shopping experience“	(=)
	4) Trovo tutto ciò di cui ho bisogno	(=)
	5) Offre marca del distributore come alternativa	(8)
	6) Ha sempre quello che cerco in assortimento	(2)
	7) Comodo da raggiungere	(=)
	8) Il personale fornisce un servizio eccellente	(3)
	9) Offre promozioni e affari interessanti	(6)
	10) Ambiente piacevole	(4)

Tra () posizione nel ranking 2010



Fattori su cui impostare i formati del futuro



Prossimità



Sostenibilità



Prodotti locali



Servizi in store



Assortimento



**Integrazione
di fisico e digitale**



Vendita esperienziale

**Il negozio è sempre più
un *Media***

