

# L'ECO DI BERGAMO

Data: 28.07.2024 Pag.: 9  
Size: 485 cm2 AVE: € .00  
Tiratura:  
Diffusione: 33699  
Lettori:



## Con l'ondata salutista l'ortofrutta si rianima «Ora negozi in tenuta»

**Il settore.** Punti vendita: numeri stabili in Bergamasca  
«Pesano positivamente servizio e qualità della merce»  
Competitività: allo studio possibili aggregazioni future

**RAFFAELLA BOREA**

I dati delle nuove aperture sono incoraggianti e identificano un settore vitale e vivace: il mondo ortofrutticolo tiene testa alla congiuntura e l'ondata salutista che in tutte le principali diete vede sempre privilegiare frutta e verdura da parte dei nutrizionisti, pesa non poco nelle scelte dei consumatori.

Così, con 232 punti vendita in tutta la Bergamasca, il comparto dimostra una tenuta che altri settori non sono riusciti a raggiungere. «Un segnale positivo - spiega Livio Bresciani, Presidente dei dettaglianti ortofrutta di Confcommercio Bergamo - che lascia ben sperare e conferma come la professione del fruttivendolo riscuota interesse. Sarà perché si tratta del lavoro più bello del mondo che premia le proprie competenze, professionalità ed impegno a 360°. Ma non solo: il nostro lavoro permette di stringere relazioni con i produttori e il cliente che vanno oltre l'acquisto e la vendita. Rivolgersi ad un negozio di ortofrutta consente infatti di avere piena soddisfazione alle proprie richieste nei tempi e quantità desiderate indicazioni».

Proprio i fattori servizio e qualità della merce sono tra i punti di forza riconosciuti dagli acquirenti ai negozi di frutta e

verdura «di quartiere» che, rileva il direttore di Confcommercio Bergamo Oscar Fusini, «sono tra le realtà del commercio al dettaglio che hanno meno subito l'aggressione da parte della grande distribuzione, nonostante la concorrenza innegabile. Rispetto ad altri comparti food, salvo poche eccezioni, a dirigere la scelta del cliente è la capacità di selezione, acquisto, esposizione e vendita del dettagliante che, per tenere il passo, può contare su alcuni fattori come l'efficienza del mercato ortofrutticolo all'ingrosso di Bergamo e la competenza degli operatori». Una competenza che merita di essere perfezionata grazie a corsi mirati. «La formazione, anche per la nostra professione, è un importante valore aggiunto. Potrebbe essere dunque utile strutturare training e sessioni di

approfondimento mirate da tenersi in spazi ad hoc. Il mercato ortofrutticolo cittadino che, come sappiamo, subirà un ampliamento, potrebbe essere tra questi», ipotizza Bresciani. Che il miglioramento delle conoscenze sia funzionale a rimanere competitivi e attirare nuove risorse lo sanno bene gli addetti ai lavori che, nella maggior parte dei casi, sono anche titolari. «La natura giuridica prevalente dei

negozi - prosegue Bresciani - rappresenta una oggettiva fragilità per il settore. I punti vendita, per il 70% ditte individuali, non essendo sufficientemente strutturati, sono infatti penalizzati. Per fronteggiare questa criticità, la soluzione potrebbe essere l'aggregazione, che consentirebbe una migliore organizzazione e gestione».

Se superare gli individualismi sarebbe dunque una strategia vincente per permettere al comparto di continuare a crescere, ugualmente utile sarebbe mettere in pista una serie di agevolazioni. «Penso ad esempio a convenzioni di sosta per i clienti che raggiungono il negozio, ma anche a facilitazioni per il carico/scarico delle merci oltre alla possibilità di avere dehor per esporre all'esterno la merce. Per favorire chi si trova in difficoltà, complici affitti spesso troppo alti e la presenza diffusa di ambulanti, si potrebbe intervenire anche in altri modi. Un esempio potrebbe essere la creazione di un mercato alimentare coperto che, in collaborazione con l'amministrazione comunale, avrebbe il merito di semplificare l'accesso ai clienti e di consentire una calmierazione dei prezzi». Le possibilità di intervenire concretamente per dare linfa al

comparto esistono, con buona pace di alcuni dati forniti da

Confcommercio Bergamo. «È indubbio però che, anche se di poche unità - conclude Fusini - i punti vendita negli anni abbiano subito una piccola contrazione». Le cause? Molteplici, come la crisi economica che ha tagliato il potere di acquisto delle famiglie con una conseguente revisione della spesa, ed il cambiamento delle abitudini del cliente, sempre più orientato a consumare fuori casa. «Impattante è anche la difficoltà di ricambio generazionale. Fare il fruttivendolo dà soddisfazioni ma richiede motivazione: il nostro compito è quello di aprire prospettive concrete ai ragazzi», conclude Bresciani.

■ **Fusini: un settore che ha subito meno l'aggressione da parte della grande distribuzione**

■ **Fra le criticità c'è il ricambio generazionale. L'idea di un mercato alimentare coperto**

# L'ECO DI BERGAMO

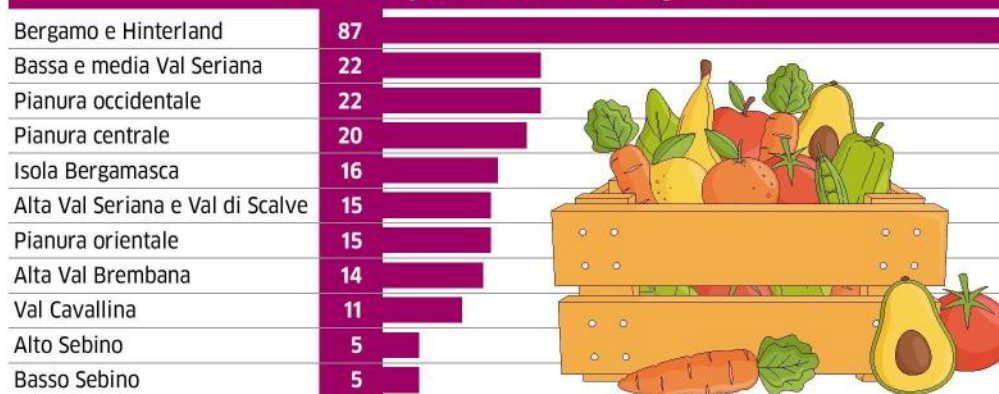
Data: 28.07.2024      Pag.: 9  
 Size: 485 cm2      AVE: € .00  
 Tiratura:  
 Diffusione: 33699  
 Lettori:



## La tenuta dell'ortofrutta



### Fruttivendoli presenti sul territorio bergamasco



Fonte: Concommercio Imprese Bergamo

TORESANI DANIELE