

Il dettaglio alimentare con vendita assistita

di V. Gervasio e S.Tognaccioli

Il negozio alimentare si riconosce oggi per l'attenzione e l'apertura al dialogo nei confronti del cliente, a cui promette una risposta adeguata ed esaustiva, che non si limiti alla sola possibilità di scelta più o meno ampia dei beni esposti. In altri termini, chi entra nei negozi alimentari di questo tipo, generalmente localizzati nelle aree abitate a servizio della popolazione ivi residente, può attendersi un incontro con interlocutori che siano sempre meno porgitori di merce e sempre più consulenti della qualità del cibo, con proposte personalizzate ed eventualmente arricchite da trattamenti e lavorazioni aggiuntive.

La vendita assistita di determinate classi di generi alimentari viene di regola praticata in negozi specializzati o presso strutture più complesse, come le "superette", che offrono una più ampia gamma di prodotti. Le imprese che gestiscono i punti vendita assistita, di regola piccole imprese o addirittura imprese individuali, sono chiamate ogni giorno a confrontarsi con una domanda esigente e spesso imprevedibile. Per questo, oltre ad assicurare una buona amministrazione e un controllo di gestione efficace, il management di queste imprese deve dimostrare lungimiranza e capacità di pianificazione che assicurino sufficienti garanzie di sviluppo. I compiti di direzione e di gestione dei rapporti con la clientela (in molti casi affidati alla stessa persona) richiedono inoltre un'elevata professionalità in materia alimentare, fondata su solide conoscenze dei prodotti trattati, dei mercati di provenienza, delle tendenze della domanda e dei metodi di lavorazione. Inoltre, le strutture fisiche del negozio devono corrispondere al modello di vendita assistita che richiede spazi di accoglienza e offerta, adeguatamente illuminati e segnalati ed eventualmente collegati a spazi di somministrazione non assistita (figure 1 e 2), ben separati dagli spazi di lavorazione.

Le imprese affermate che praticano in Italia la vendita assistita di generi alimentari con le caratteristiche sopra esposte, decisamente distanti dal modello offerto dalla grande distribuzione organizzata, si riconoscono, per la maggior parte, nella Federazione Italiana Dettaglianti dell'Alimentazione - FIDA, aderente a Confcommercio. Queste imprese provengono da un comparto che, in seguito ai decreti di liberalizzazione del 1998, ha rinnovato la propria identità a costo di un notevole impegno in formazione, puntando sull'innovazione della propria offerta sostenuta da una prassi d'interazione continua con la domanda, con tutte le premesse per svilupparsi ulteriormente sul territorio nazionale come piccola distribuzione organizzata.



In tempi più recenti, la stessa FIDA ha aderito a un'iniziativa promossa da Confcommercio che individua, nella classificazione e valutazione dei punti vendita delle proprie imprese secondo profili standard UNI, uno strumento efficace di razionalizzazione del comparto, oltre che a uno stimolo di sviluppo e progresso. In particolare, presso la Commissione UNI "Commercio" i rappresentanti FIDA hanno recentemente progettato e messo a punto la "Linea Guida per la definizione dei modelli organizzativi di distribuzione e vendita al consumo", attualmente pubblicata come norma nazionale UNI 11566-3:2017. Le imprese del settore dispongono così di uno strumento adeguato a classificare i propri punti vendita secondo uno standard autorevole nei confronti di tutti i livelli della Pubblica Amministrazione e riconoscibile dal mercato.



FIDA ha messo a punto la linea guida sulla base della propria conoscenza del settore in vista di una sua applicazione su larga scala: a questo scopo le imprese associate sono invitate a rispondere, per ogni negozio gestito, al "Questionario di auto-classificazione" conforme ai requisiti della norma UNI di riferimento, collegandosi al sito istituzionale di FIDA: <https://www.fidaonline.it>.

La homepage del sito, in corrispondenza all'icona contrassegnata dal logo UNI, apre a un percorso guidato che consente ai responsabili delle imprese del dettaglio alimentare di scaricare un "file" corrispondente al Questionario di auto-classificazione, da rinviare al sito stesso dopo aver risposto alle domande presentate. Le stesse risposte responsabilmente fornite per un determinato negozio ne definiscono il profilo, collegabile alle sue caratteristiche e indicativo, mediante un sistema di punteggio stabilito dalla norma, del livello delle sue potenziali prestazioni.

Il sistema messo a punto da FIDA consente altresì di raccogliere ed elaborare i questionari ricevuti e valutare le risposte, attribuendo a ciascun punto vendita la qualifica prevista dalla norma UNI di riferimento, che fissa i seguenti "livelli" in una scala crescente:

BASE - STANDARD - PLUS - TOP



Un negozio, per essere qualificato almeno al livello BASE, deve presentare un profilo compatibile ai requisiti minimi relativi alle sue caratteristiche essenziali, stabiliti dalla norma con riferimento alla struttura, alle attrezzature, e all'organizzazione e formazione del personale addetto.

All'altro estremo della scala, la qualifica TOP viene invece assegnata al negozio che, oltre alle caratteristiche essenziali, presenti un profilo di eccellenza, per esempio in merito al sistema dei rapporti con la clientela e alla propensione all'innovazione.

Il sistema di auto-classificazione on-line, entrato in fase operativa dallo scorso mese di giugno, è stato recentemente presentato e promosso dai più alti livelli di FIDA agli associati convenuti in occasione di importanti incontri istituzionali: già al momento si registra un numero significativo di questionari ritrasmessi dagli associati che si sono dimostrati più sensibili all'invito.

FIDA, in accordo con UNI, potrà rilasciare agli imprenditori che abbiano correttamente compilato e rinviato il relativo questionario un "Attestato", da realizzare in una versione espositiva al pubblico, con la qualifica ottenuta per il proprio negozio. Le rilevazioni dei questionari saranno raccolte, a cura di FIDA, in un database che costituirà un importante riferimento per lo sviluppo di strategie sul territorio nazionale.

UNI 11566-3:2017 Linea guida per la definizione dei modelli organizzativi di distribuzione e vendita al consumo - Requisiti dei modelli - Parte 3: Dettaglio alimentare con modalità di vendita assistita.

La norma identifica e definisce i modelli e i processi organizzativi relativi alle modalità di vendita assistita al pubblico di prodotti alimentari secondo criteri riconoscibili e qualificabili nei contesti nazionale e europeo.

La norma fornisce una metodologia di descrizione, classificazione e valutazione dei "negozi/impresa" che praticano il commercio al dettaglio di prodotti alimentari e associabili all'offerta alimentare con una modalità prevalente di vendita assistita, disponendo di strutture organizzate e gestite secondo un modello imprenditoriale.

Attività organizzata come "negozio/impresa": Ramo di un'impresa del settore dotato di autonomia operativa, attestato su un negozio attrezzato e dotato di risorse dedicate alla vendita di prodotti di una determinata tipologia.

La vendita assistita assume una particolare rilevanza quando le caratteristiche dei prodotti non sono di per sé direttamente apprezzabili; il commerciante/imprenditore non si limita quindi al ruolo di intermediario ma si propone come specialista/consulente in grado di interpretare le esigenze dei clienti e fornire una guida autorevole alle decisioni di acquisto.

CHI È FIDA

È la Federazione Italiana Dettaglianti dell'Alimentazione, nata nel 1986 dalla fusione delle Associazioni sindacali dei Salumieri, degli Alimentaristi e dei Pastai, creando così un unico interlocutore con il sistema confederale e con le istituzioni.

Con la forza della presenza capillare sul territorio e con il supporto della visione di una realtà quotidiana vista sia dalla parte del commerciante che del consumatore, la Federazione ha affrontato in maniera tempestiva tutte le problematiche connesse al mondo del piccolo dettaglio alimentare, indicandone anche le soluzioni.

Attualmente la Federazione è suddivisa in 7 settori:

- Ortofrutticolo
- Drogherie
- Dettaglio Alimentare
- Salumerie-Gastronomie
- Pollame e Rosticcerie
- Ittico e Surgelati
- Pasta fresca, Pizza e Dolciumi.



La Federazione rappresenta circa 60.000 associati e aderisce a Confcommercio-Imprese per l'Italia, che associa oltre 700.000 imprese del commercio, del turismo, dei servizi dei trasporti e delle professioni, nelle quali sono impiegati circa 2.800.000 di addetti.

Vincenzo Gervasio

Presidente Commissione UNI/CT 10 "Commercio"

Samuele Tognaccioli

Vice-presidente Nazionale FIDA Confcommercio

Responsabile Nazionale Settore Dettaglio Alimentare

FOOD RETAIL WITH ASSISTED SALES METHODS

The assisted sale of certain food classes is usually found in specialized stores or in more complex facilities which offer a wider range of products.

The enterprises which run assisted sales methods, usually small businesses or even individual companies, are called on a daily basis to face a demanding and often unpredictable demand. The UNI 11566-3 is a guideline to a description of food-products assisted sales, as to be practiced in Italy and other European countries, in terms of adopted organization models and relevant processes. Proposal of a standard glossary. Definition of criteria and procedures to adopt in guideline documents reviewing and updating.

You can find more details in this article.