Bertoli, Fiac: “vincono sostenibilità e innovazione ma in sicurezza”

restaurant-3597677-640-4aa51c7f



Più qualità e più Made in Italy. Anche se con tempi diversi, sia nel mondo del fuori casa che di quello domestico la voglia di ripartenza si sta giocando tutta all’insegna di parole chiave come sostenibilità e innovazione. “Il lockdown ha provocato gravi danni economici alle nostre aziende”, spiega a questo proposito **Antonio Bertoli**, **Presidente di Fiac/Anima Confindustria**, che traccia lo stato dell’arte dei due comparti. “Dopo la riapertura si sono verificati due reazioni diverse: mentre il Domestico ha reagito prontamente ripartendo velocemente, il settore alberghiero è rimasto al palo. Il settore dell’hospitality è tuttora in grave crisi e di conseguenza le aziende che operano nell’Ho.Re.Ca sono in difficoltà”.

Cosa è cambiato in questi mesi, sia dal punto di vista del consumatore che delle aziende?
Durante il lockdown i consumi dei nostri prodotti, ad eccezione delle vendite on-line si sono azzerati per i noti motivi, mentre gli Italiani, costretti in casa hanno ricominciato ad apprezzare il piacere di cucinare piatti anche elaborati e di consumare i pasti in casa. Alla riapertura questo piacere si è trasformato in desiderio di possedere attrezzi di cucina più adeguati e performanti, con la conseguenza che sono aumentati gli acquisti in generale, e nei punti vendita specializzati in

particolare.

Quali sono i trend più importanti che state riscontrando?
A livello imprenditoriale, abbiamo affrontato un periodo di grandi innovazioni, dal momento che si è rivelato necessario ripensare progetti e prodotti alla luce delle norme di distanziamento e anti-contagio. In particolare, abbiamo potuto riscontrare che si sono incominciati ad apprezzare maggiormente i prodotti di qualità che garantiscono una miglior prestazione ed una maggior durata. Una tendenza che si sta accompagnando a un incremento della domanda di prodotti made in Italy.

Su quale tipo di innovazione hanno puntato le aziende?
In questa situazione delicata gli operatori professionali si sono concentrati su prodotti che potessero favorire l'apertura dei locali in sicurezza, quindi hanno privilegiato le aziende che hanno sviluppato prodotti funzionali a questo scopo. Da parte loro, le aziende produttrici hanno sviluppato idee e servizi per assolvere a nuove esigenze, riuscendo a trasformare questo periodo in un'opportunità da cogliere per affrontare il prossimo futuro con lo spirito e l'atteggiamento giusto. Un esempio su tutti, è stato il lancio del carrello da servizio a raggi UV-C, in grado di sanificare in pochi minuti posate e stoviglie contenute.

A questo proposito, quale ruolo sta giocando oggi la sostenibilità ambientale?
L'ambiente è ormai una priorità di ogni azienda del nostro settore, sia nel processo produttivo, sia nello studio dei prodotti e relativi confezioni ed imballi. È una tendenza che, per quanto non abbia subìto particolare accelerazioni nel post-lockdown, continua ad essere presente un po' dappertutto.