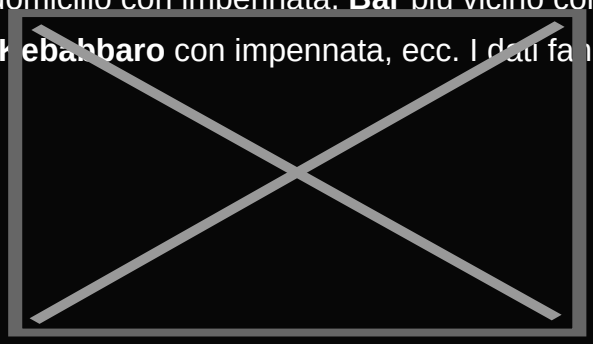
Google Trends: boom di ricerche per il food 'sotto casa'

italian-601314-1920-0704d08b

"Vicino a me". È questa la parola più cercata degli ultimi 12 mesi nei motori di ricerca secondo **Google Trends**. Proprio così, i consumatori in questo periodo funesto trascorso per lo più tra le mura domestiche, hanno cercato negozi di vicinato soprattutto rispetto a molti prodotti alimentari e attività legate al food: **Pescherie vicino a me +4650%, Pizzeria senza glutine +4500%, Ristoranti con consegna a domicilio +4250%, Panettiere +3600%, Supermercati** aperti oggi con impennata registrata da Google, **Panifici** con impennata, **Sushi** a domicilio con impennata, **Bar** più vicino con impennata, **Fruttivendolo vicino a me** con impennata, **Kebabbaro** con impennata, ecc. I dati fanno riferimento al periodo da febbraio 2020 a febbraio 2021.



E tra i territori ad effettuare più ricerche "vicino a me", ecco le prime 5 regioni: **Lombardia, Lazio, Veneto, Piemonte e Toscana.**

Vero è che in questo nuovo quadro dettato dalla pandemia da Covid-19, diventa sempre più stringente per piccoli o grandi negozi sviluppare un'attività di **marketing locale**.

“Con il Covid-19 è cresciuto l'e-commerce, ma ci sono molte opportunità per le attività commerciali, sia singoli negozi che grandi catene - commenta **Luca Bove** ceo di Local Strategy - Gli italiani tendono a visitare maggiormente le attività commerciali non lontane dalla propria abitazione. Complice il fatto che molte persone non si recano più al lavoro, ma operano in smart working, oppure seguono le restrizioni di movimento del **Governo**. Così oggi è fondamentale dirigere i consumatori nelle attività di

prossimità. In questo contesto è possibile con molti strumenti oggi, segnalare ai clienti la distanza verso l'attività commerciale, la merce disponibile, gli orari di lavoro, l'attesa prevista per accedere nello **store**”.

E Secondo Nielsen, per quanto riguarda la grande distribuzione organizzata: “nel corso del 2020, a soffrire maggiormente, sono stati ipermercati e cash&carry, registrando trend negativi del -8,9% e -19,2% mentre discount, negozi specializzati e supermercati si sono mostrati in controtendenza”.