

PAMBIANCO *wine&food*

HOME WINE FOOD APPROFONDIMENTI EDITORIALI TV MAGAZINE JOBS



Food, vola l'e-commerce e scende l'ipermercato

12 OTT 2020 ANDREA GUOLO

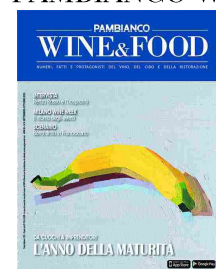


In aumento la spesa online di prodotti di largo consumo

Netcomm certifica il boom delle vendite online per i prodotti alimentari. Il lockdown ha certamente contribuito al decollo del business nel corso del 2020. Se fino allo scorso anno, si legge nel rapporto di Iri per il Consorzio del Commercio Digitale Italiano, gli ordini erano sbilanciati verso gli acquisti di prodotti per la cura della persona e il cibo per animali domestici, il 2020 ha visto un'esplosione nelle vendite digitali di prodotti confezionati di largo consumo, che settimanalmente hanno tenuto una crescita mai inferiore al 50%, con il canale virtuale che ha raggiunto picchi del 288 per cento.

Il comparto alimentare si impone pertanto come uno dei protagonisti nella crescita e diffusione dell'e-commerce nei mesi della pandemia e nella fase successiva al lockdown. La penetrazione dell'alimentare nell'online è, infatti, pressoché raddoppiata durante il lockdown, quando il 17,2% dei consumatori ha acquistato almeno una volta attraverso il web. Con l'inizio della fase due, il 36% ha

PAMBIANCO WINE N4



IN QUESTO NUMERO:
DA CUOCHI A
IMPRENDITORI, L'ANNO
DELLA MATURITÀ

INTERVISTA
Renzo Rosso e l'hospitality

MILANO WINE WEEK
Il ritorno degli eventi

SCENARIO
Barra dritta in
Franciacorta

SFOGLIA | IN EDICOLA |
APP STORE | GOOGLE
PLAY

EDITORIALE

DI DAVID PAMBIANCO

La multicanalità non è più rinviabile

L'estate italiana del fuori casa si è dunque rilevata migliore del previsto, pur in uno...



WINE TV



Più mercati di sbocco per il vino italiano



Digitale e fisica,
Milano Wine Week
rilancia la ristorazione



Food for Soul cresce
con Mini