

Servizi & Servizi

Lettori fissi

Archivio blog

▼ 2020 (114)

▼ ottobre (8)

Netcomm Forum Live: durante e dopo il lockdown, il...

Kuwait Petroleum Italia lancia il nuovo catalogo p...

E-commerce: Zalando intensifica il proprio impegno...

Apre in Oklahoma (USA) il nuovo impianto produttiv...

Loss prevention e retail: Checkpoint Systems intro...

Digital Payments: dalla fusione tra SIA e Nexi nas...

Click and Collect: a Vercelli, attivato il 42esimo ...

Digital Event: "Retail Analytics: Challenges and S...

► settembre (23)

► agosto (3)

► luglio (21)

► giugno (12)

► maggio (18)

► aprile (10)

► marzo (5)

► febbraio (4)

► gennaio (10)

► 2019 (35)

► 2018 (2)

► 2016 (2)

► 2015 (30)

► 2014 (79)

► 2013 (79)

► 2012 (71)

► 2011 (13)

► 2010 (24)

► 2009 (6)

► 2008 (3)

lunedì 12 ottobre 2020

Netcomm Forum Live: durante e dopo il lockdown, il food è il protagonista dell'e-commerce italiano



In occasione dell'edizione speciale di **Netcomm Forum Live**, tenutosi in collaborazione con **NetStyle** e **Tuttofood Milano**, è emerso che il settore alimentare, sia durante che dopo il lockdown, è tra i principali protagonisti nella crescita dell'e-commerce italiano.

In particolare, la penetrazione del canale on line risulta raddoppiata proprio durante il periodo di lockdown, quando il **17,2%** dei consumatori ha acquistato almeno una volta sul web. Il report, realizzato da **IRI** per conto di **Netcomm**, evidenzia che, se nel 2019 le vendite digitali erano sbilanciate verso i comparti cura persona e pet food, è il 2020 ad aver registrato un vero e proprio boom del largo consumo confezionato che, con cadenza settimanale, ha mantenuto una crescita che mai scesa al di sotto del **50%**, con picchi, su Internet, fino al **288%**.

Tale trend non è venuto meno nella fase successiva al lockdown: infatti, il 36% dei consumatori ha continuato a fare shopping on line, privilegiando le piattaforme digitali della GDO, evidenziando una crescita del livello di customer satisfaction, livello che ha raggiunto un valore pari a **7,5** contro il **6,5** rilevato durante la fase di lockdown, periodo in cui i motivi logistici, la fortissima richiesta e gli accaparramenti di prodotti food non hanno consentito agli operatori del retail di tenere il passo con la domanda.

Il boom dello shopping on line italiano ha modificato e continua tuttora a modificare la geografia del commercio, anche se, nel corso degli ultimi mesi, si osserva un riallinearsi delle dinamiche dei canali distributivi alla situazione precedente all'emergenza Coronavirus. Si è in presenza di uno scenario che vede emerge la crisi degli ipermercati, crisi che, pur essendo già in atto prima della pandemia, si è intensificata, registrando una...

Segue: