

SMS

L'alimentare trascina la spesa online

La spesa online di prodotti di largo consumo in Italia è cresciuta del 9% nel 2022, e a trainare sono i consumi nel personal care (+24,6%), pet care (+24,3%) e nel food la drogheria alimentare (+8,8%). Alta penetrazione del numero di acquirenti (42%), ma bassa frequenza (6,8%) e di conseguenza una quota di mercato ancora bassa (3,5%). Nel sud Italia e in Sicilia il valore dell'e-commerce nel grocery cresce del 30,2%, rispetto al +5,9% e il +7,5% del nord-ovest e nord-est. Le spinte inflattive determinano una crescita dei prezzi online in media più cari del +1,6% in queste merceologie, mentre in generale la crescita dei prezzi è del +5,8%, con un trend di aumento negli ultimi due mesi (da 3,7% a 5,8%). Così il work in progress in vista di TuttoFood, l'hub dell'agroalimentare leader in Italia a Milano dall'8 all'11 maggio 2023.

Approfondimento su WineNews.it

