



INTERACTIVE

La spesa alimentare online si consolida come abitudine dei consumatori italiani: il 36% degli eShopper continua a fare la spesa online anche dopo il lockdown, privilegiando i siti web della GDO

8 Ottobre 2020



Questa mattina si è svolta la seconda giornata dell'edizione speciale di **Netcomm Forum Live**, in collaborazione con **NetStyle** e **TUTTOFOOD Milano**, oggi dedicata al settore del food.

Il comparto alimentare è stato uno dei protagonisti nella crescita e diffusione dell'eCommerce 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.

In particolare, il rapporto di IRI per Netcomm evidenzia che, se nel 2019 le vendite online erano sbilanciate 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 che non è mai scesa sotto il 50%, con il canale virtuale che ha raggiunto picchi del 288%. Questo cambiamento nelle abitudini di acquisto non è venuto meno nella fase successiva: il 36% ha continuato a fare la spesa online, privilegiando i siti web della GDO, con un aumento della customer satisfaction arrivata a una valutazione di 7,5 contro il 6,5 nel periodo della pandemia. La spesa alimentare online, dunque, è entrata a tutti gli effetti tra le abitudini di consumo degli italiani.