

#Coronavirus ed eCommerce sotto stress, il retail risponde

Di **Barbara Trigari** - 13 Marzo 2020



Coronavirus ed eCommerce

In costante aggiornamento - Coronavirus ed eCommerce grocery, un'emergenza che ha messo sotto stress retail e industria alimentare rendendo difficile l'accesso a un servizio che per molti, soprattutto gli over 65 o chi è in prima linea, come il personale sanitario, diventa indispensabile.

L'emergenza Coronavirus Covid-19 partita nel nord Italia per poi estendersi a tutta la Penisola ha provocato un aumento a doppia cifra nei consumi alimentari accompagnato da una richiesta di limitazione degli spostamenti soprattutto per gli over 65, la fascia d'età più a rischio se contagiata. Chi lavora nella sanità si trova a sopportare turni pesantissimi e paga il prezzo in famiglia: pensiamo alle donne medico. La conseguenza è stata **un'impennata nelle richieste di spesa online**, con **accessi ai siti cresciuti del 1.000%** (il dato fornito da Bennet), che, da una parte, ha pesato su piattaforme e organizzazione interna, rallentando il servizio se non bloccandolo, dall'altra ha sollecitato i retailer a prodigarsi per aiutare le persone a rispettare le restrizioni offrendo la consegna gratuita ai più anziani.

Il **tilt del servizio** si spiega anche a causa dell'imprevedibilità dei picchi di domanda: "Inizialmente i picchi si verificavano nelle aree nelle quali emergevano i casi di contagio -spiega **Simone Pescatore** di Bennet- poi è toccato alle province zona rossa, adesso si stanno stabilizzando. Ovviamente la Lombardia rimane l'area con la richiesta maggiore". Bennet opera anche in Veneto e Piemonte, dove i casi di contagio sono meno e i consumatori hanno reagito con maggior calma rispetto a quelli delle prime zone rosse (Bennet ha 4 negozi a ridosso). Per un **test sull'area di Milano**, vi rimandiamo a [questo articolo](#).

Qualche dato: le richieste all'eCommerce in tempo di Coronavirus

Come ha certificato **Nielsen**, nella settimana dal 24 febbraio al 1 marzo i consumi sono cresciuti, a confronto con la stessa settimana del 2019, del 12,2% a valore, a parità di negozi. Coronavirus ed eCommerce: si è visto un **incremento delle vendite dell'81%**, il 30% in più anche rispetto alla settimana precedente. A crescere sono soprattutto le categorie di prodotti che rientrano tra quelli di cui si fa scorta pensando a una lunga permanenza in casa e quelli che occorrono per l'igiene personale e della casa, come è prevedibile vista l'emergenza in corso.

Iri ha misurato lo scarto nel valore dell'online rispetto alle settimane precedenti quella che ha visto i primi timori: **le vendite online sono cresciute del 58,3%**, tra pure player del digitale e insegne tradizionali che posseggono un negozio online.

In crescita anche il ricorso a servizi come il **click&collect: +205,4%** rispetto all'anno precedente, con un'incidenza che dal 6% sale al 14% del totale delle vendite.



Rafforzare il servizio eCommerce

Consegne in ritardo, servizio non attivo, la prima settimana dopo l'annuncio della chiusura parziale delle attività nel nord Italia ha segnato un momento di crisi del servizio di consegna dovuto alle troppe richieste. Prontamente le insegne hanno rassicurato i clienti e proposto per gli over 65 la consegna gratuita, e attivato le misure igieniche richieste per limitare la probabilità di contagio.

- Consegna sulla soglia di casa per evitare il contatto diretto
- pagamento con carta di credito per lo stesso motivo
- attenzione alla distanza minima di un metro
- preparazione degli ordini con le misure d'igiene prescritte.

I retailer

La consegna a domicilio della spesa non è un servizio disponibile in tutti i Comuni con le stesse modalità. **In città** è tutto sempre accessibile e le opzioni sono molte, sia in termini di servizi attivi che di insegne alimentari. **In periferia** invece, le grandi catene non hanno una presenza capillare, nemmeno come eCommerce. Rimane la possibilità di fare la spesa nei negozietti locali, o via telefono, ma anche qui il servizio non è presente ovunque e ha delle limitazioni di assortimento che per chi ha determinate esigenze alimentari può essere un problema. L'alternativa per acquistare beni alimentari senza correre rischi di contagio è ordinare online e ritirare presso uno **shop&drive** (direttamente nel portabagagli) o un **locker**, scelti da una lista e non sempre vicini alla propria abitazione. Insomma, senza un aiuto, chi ha oltre 65 anni e vive da solo in un'area periferica, anche in Lombardia, in questa fase vive un momento di difficoltà.

Basko (Gruppo Sogegross) - Basko ha attivato l'eCommerce nel 2003, è tra i pionieri in Liguria di questo servizio che negli anni ha visto una crescita costante, a doppia cifra, ma sempre con numeri ridotti. La "botta" è arrivata in queste settimane: "Gli ordini sono più che raddoppiati -dice **Lucia Bruzzone**, digital manager di Basko- ma a giudicare da email, messaggi e chiamate che riceviamo forse anche decuplicati. Pur avendo aumentato mezzi e risorse abbiamo già consegne fino al 24 marzo, e **ogni giorno consegniamo in media 260-300 spese**". In crescita anche lo scontrino medio, che era già alto, intorno ai 100 euro, ma ora è cresciuto del 40% circa. Spese più importanti, più lunghe da preparare, che richiedono più personale, difficile da reperire a causa delle malattie. Il modello di Basko è ibrido, affianca un dark store e un negozio fisico, quello di Rivarolo (Ge), con il progetto in dirittura d'arrivo di dedicare un Cedi.

"A Genova e provincia, gli over 65 erano già la fascia d'età con il tasso di conversione più alto -prosegue Bruzzone- quindi nessuna novità. I clienti si rivolgono a tutti i servizi di eCommerce: click&collect, click&drive e anche ai locker, che Basko ha posizionato al casello di Genova Nervi".

A dimostrazione che età e conoscenza del mezzo digitale non sono mai stati un ostacolo per lo sviluppo dell'eCommerce...

Bennet - "In questo momento stimare l'incremento della domanda non è possibile -spiega **Simone Pescatore**, direttore marketing e comunicazione di Bennet-, posso solo dire che quella che riusciamo a soddisfare è più che raddoppiata, e nei negozi attivi nelle prime zone rosse, anche decuplicata". Il problema non è l'organizzazione interna ma la piattaforma tecnologica, che non sostiene il traffico. "Stiamo lavorando in totale inefficienza, mettendo risorse per soddisfare ogni bisogno -prosegue Pescatore-. Ci tengo molto a ringraziare tutte le persone che lavorano in Bennet, l'impegno è enorme e anche il sacrificio per le famiglie". E spiega: "Se prima il 50% degli ordini era oggi per oggi, gli utenti stanno imparando a **pianificare per 2-3-4 giorni**, e così riusciamo a soddisfare più richieste". Inoltre, le priorità sono cambiate e i clienti accettano più frequentemente prodotti sostitutivi, se mancano quelli richiesti. "A parte disinfettanti e mascherine, in rottura di stock praticamente ovunque, completare le spese non è stato un problema -dice Pescatore-. Se in una situazione normale riusciamo a coprire con i sostitutivi il 70% delle richieste, adesso siamo quasi al 90%".

L'insegna offre per quasi tutti i negozi il servizio "**drive**", ovvero shop online e ritiro presso un'area dedicata del punto di vendita, direttamente nel portabagagli. Da ottobre 2018 ha attivato un test di eCommerce puro (con la consegna a domicilio) limitatamente all'area attorno al negozio di Pieve Fissiraga (Lo). Per soddisfare al meglio gli ordini dando continuità al servizio Bennet spinge al massimo la tecnologia prevenendo eventuali crash che interromperebbero il servizio e permettendo a tutti di avere un minimo di accesso per la spesa settimanale, con consegne entro 3-4 giorni. Oltre al drive, la consegna a casa è attiva con **Supermercato 24** sulle province di sulle province di Torino, Varese, Brescia, Como e Milano. Per gli over 65 è gratuita. **Per le consegne a persone in difficoltà**, Bennet collabora con associazioni di volontariato e Assessorati dei comuni di Erba, Orsenigo, Montano Lucino, Bellinzago Novarese e Sedriano. Comune o volontariati acquistano le spese, le ritirano e le consegnano a domicilio. "Ci mettiamo a disposizione per trovare la soluzione più utile per ciascun Comune" -conclude Pescatore.



Carrefour Italia - Il 19 marzo ha annunciato il **nuovo servizio di spesa telefonica per gli over 60, gratuito** fino al 30 aprile, ma limitato a 4 Carrefour Express a Milano: via Edolo, via Grossich, via Gianella e via Sisondi, dalle 10,30 alle 18,30. Consegne in giornata o la mattinata del giorno successivo. Fuori Milano la consegna a domicilio viene sostenuta da volontari locali, con accordi ad hoc.

Coop Lombardia - La spesa a domicilio arriva grazie alla partnership con Supermercato24, gratuitamente per gli over 65 (minimo 40 euro di spesa) previa verifica della copertura, fino all'11 aprile. In più il servizio **Coop Drive**, in automobile, è attivo in diversi negozi lombardi: Milano Piazzalodi, Bergamo, Parabiago, Cassano D'Adda, Ipercoop Sarca, Supermercato del Futuro-Bicocca, Brescia Flaminia e Voghera.

Crai - Crai ha registrato picchi di oltre 30 mila visite giornaliere e ordini anche 10 volte superiori. "Dalla settimana del 9 marzo stiamo registrando una media di 1.000 ordini al giorno -dice **Mario La Viola**, direttore marketing, format, rete e sviluppo di **Crai Secom**- con un trend che continua a crescere e una spesa media compresa tra 65 e 70 euro". La fetta maggiore degli utenti è nella fascia 25-54 anni, ma sono contemplate tutte le età ed è in crescita anche quella degli over 65 soprattutto grazie al servizio di ordini telefonici attraverso il **numero verde di Crai Spesa Online, 800 550088**. L'enorme richiesta ha causato un rallentamento quindi Crai si è attrezzata creando una task force dedicata composta da personale del team eCommerce di Crai, operativi da remoto per migliorare il livello di tenuta della piattaforma, e da personale dei partner tecnologici, sempre per risolvere i problemi di affollamento del portale. "Gli ordini ricevuti vanno poi preparati ed evasi attraverso i negozi fisici -prosegue La Viola- che in questa fase devono anche garantire la corretta gestione dell'afflusso in negozio rispettando le indicazioni del governo. Per far fronte a queste complessità e garantire al meglio il servizio, **i cedi e i singoli imprenditori stanno aumentando il presidio in negozio**. Questo per noi è motivo di orgoglio, l'impegno dei negozi Crai ma della distribuzione in generale, è encomiabile". Un aumento del personale che riguarda anche chi è impegnato nelle consegne a domicilio.

"**Abbiamo deciso di non fare pagare a nessuno la consegna della spesa ordinata online**", c'è solo un limite minimo per tutto, 30 euro di spesa. In più molti negozi hanno **esteso il raggio chilometrico delle consegne**, per garantire il servizio anche ai clienti più dislocati, mentre negozi che avevano solo il click&collect stanno attivando anche la consegna a domicilio. Per venire incontro a tutti è disponibile anche l'ordine via telefono.

Decò - L'insegna di **Multicedi** attiva nel Sud Italia sta testando l'eCommerce su alcuni Superstore e Maxistore Decò, raggiungibile dal sito supermercatideco.it. Nonostante la lontananza geografica dalle prime zone rosse l'incremento delle spese online è apparso "sensibile" anche in queste aree. "Si trattava di richieste legate principalmente alla ricerca di disinfettanti e materiale igienico -precisa **Angelo Merola**, responsabile marketing di Multicedi- ma anche beni di prima necessità come farina, passate, zucchero, sale, latte e acqua. L'incremento è diventato man mano esponenziale con l'estendersi della zona rossa sempre in più regioni d'Italia, fino a raggiungere picchi di richieste fino all'oltre il 500% nell'online". I più richiesti sono prodotti per fare scorta, con picchi più forti nel fine settimana. "A dimostrazione che di fronte all'emergenza crollano tutte le barriere, anche quelle tecnologiche e mentali, e soprattutto dell'**enorme potenziale** della vendita online con consegna a domicilio anche nel settore food", sottolinea Merola. "Per garantire un servizio efficiente anche online, nei punti di vendita dove il servizio è attivo sono state dedicate risorse extra alla preparazione delle spese e corrieri per la consegna a domicilio", con la massima cura per l'aspetto igienico sia in fase di preparazione che di consegna. (Coronavirus ed eCommerce)

Despar Centro Sud - L'azienda ha segnalato un aumento di fatturato rispetto allo stesso periodo del 2019, in tutte le regioni nelle quali i negozi dell'insegna sono presenti. L'**eCommerce Desparcasa** in particolare ha fatto registrare un aumento di richieste per le categorie acqua naturale ed effervescente, verdura fresca e ortaggi, frutta, latte, pasta e passate. "La richiesta è letteralmente schizzata, sino a raggiungere **picchi di aumento del 600%** -dice **Michele De Leo**, responsabile sistemi informativi di **Maio** Despar Centro-Sud- sulla città di Corato (BaA) si è passati da 15 a 60/70 ordini giornalieri, sulla città di Rende (Cs) dai 30 ai 70 e sulla città di Pescara dai 5 ai 35 ordini giornalieri". L'eCommerce preso d'assalto ha subito dei rallentamenti, per questo i clienti possono entrare in contatto con l'azienda e il punto vendita di riferimento tramite messaggi privati su Facebook, email o numero verde. Questi strumenti sono anche un canale alternativo per la spesa rivolto agli over 65.

"Per far fronte al picco di richieste -prosegue De Leo- **abbiamo potenziato il personale** dedicato alla spesa on line, sia in fase di preparazione dell'ordine nel punto di vendita, che nel trasporto a domicilio. Simultaneamente, siamo intervenuti a livello informatico per riparare i bug del sistema, causati dall'incremento improvviso ed esponenziale delle richieste. Il nostro eCommerce al momento è attivo sulle città di Corato, Pescara e Rende, ma stiamo lavorando senza sosta per **estendere il servizio ad altre piazze della Puglia e della Basilicata** come Trani, Monopoli, Nardò, Melfi e Matera".



Eataly - Eataly Today, il servizio di spesa online, ha visto un aumento di oltre il triplo degli ordini, +320%. "L'incremento è stato riscontrato in un primo momento su **Milano** e **Torino**, cui si è aggiunta **Roma** dopo circa una settimana. Ad oggi i volumi degli ordini delle 3 città procedono allo stesso ritmo". L'attenzione e anche il ringraziamento va alle persone al lavoro nei punti di vendita: "Abbiamo avuto l'esigenza di riadattare le operazioni di negozio relative al confezionamento delle spese e i mezzi dedicati alla logistica. Ci siamo riorganizzati internamente tra reparti e siamo riusciti a gestire al meglio il tutto, anche grazie alla grande flessibilità e disponibilità dimostrata da tutti i colleghi", riferiscono da Eataly. Più mezzi per la consegna e riorganizzazione interna del lavoro, dunque. Per rendere il servizio più fruibile da tutti Eataly ha reso **gratuita la consegna per ordini dai 39 euro** in su e fissato il minimo di spesa a 20 euro.

Esselunga la propone fino a Pasqua, 12 aprile, per eCommerce e negozi in cui è prevista. Il picco di richiesta ha però portato a una saturazione delle finestre di consegna, ma la domanda è cresciuta: rispetto all'1% di incidenza dell'online sulla spesa pre Coronavirus nella media italiana, rispetto al 4% di Esselunga pre crisi, "Le richieste ricevute in questi giorni ci portano sopra **al 20%, cinque volte il livello attuale** -afferma il **Ceo di Esselunga Sami Kahale**- È evidente che nessuno può soddisfare un balzo percentuale del genere. I tempi di consegna si stanno assestando sulle due settimane. Per questo **abbiamo definito un limite di una spesa per cliente per settimana** e sono già in atto potenziamenti di natura straordinaria sulle preparazioni delle spese e sulla logistica". Purtroppo, avverte ancora Esselunga, "Vista l'eccezionale situazione, abbiamo avuto, e **non escludiamo di avere nei prossimi giorni, delle criticità nell'area di Milano**. Ci scusiamo per qualsiasi disservizio creato e ringraziamo la nostra clientela per la pazienza e la comprensione. Ricordiamo, comunque, che non esistono problemi di approvvigionamento su tutta la nostra rete". **Un aggiornamento del 20 marzo**: "considerata l'importanza del loro servizio, **abbiamo deciso di istituire dei canali preferenziali** per il personale sanitario e, inoltre, per i volontari designati dai Comuni e dagli enti presenti sul territorio, al fine di permettere loro di fare la spesa e consegnarla in maniera veloce alle famiglie che ne faranno richiesta".

Sigma (D.IT) - Non possiede una piattaforma eCommerce ma ha attivato comunque un servizio di spesa a domicilio via telefono, email e WhatsApp: D.IT e in particolare il Consorzio Europa ha rinforzato il servizio offerto dai propri negozi di prossimità aggiungendo questa possibilità di acquisto, affidata ai singoli imprenditori. "Consegniamo in giornata, al massimo 48h, nonostante il momento, anche la domenica -afferma **Oreste Santini**, presidente **Consorzio Europa**- e per ora siamo a circa il 25% rispetto al fatturato del fisico. Ciascun punto di vendita si adatta in base a capacità ed esperienza, l'importante è che non manchi la merce, per questo facciamo anche due consegne al giorno in negozio. Chi lavora bene, avrà continuità in futuro". E una piattaforma eCommerce comune? "Per la prossimità è complesso da realizzare, anche se per esempio una base di assortimento comune c'è", dice Santini.

Attiva in centro Italia, **Coal** aveva già un **servizio di spesa a domicilio via email o telefono**, ma limitato ad alcuni punti di vendita, circa il 70% della rete, e solo per 2-3 giorni alla settimana. Ora è stato esteso a tutti i giorni, in alcuni casi anche con accordi insieme a Comuni e associazioni di volontariato che contribuiscono portando la spesa a domicilio. "Prima la consegna era il giorno stesso -dice **Donatella Prampolini Manzini**, presidente **Realco e D.IT**- adesso la richiesta è cresciuta e avviene un paio di giorni dopo. Accettiamo pagamenti anche tramite bonifico, le persone si conoscono, sempre per evitare il contatto. Siamo a un +50% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, con picchi del +100-150% post Dpcm e una crescita più alta per negozi con superfici tra 400 e 800 mq. Era circa il 5-6% delle vendite del negozio, ora se riuscissimo a servire tutti sarebbe intorno al 20-30%". Le complessità riguardano anche le consegne, perché **"I volumi sono quelli della Vigilia di Natale -spiega Prampolini- solo che durano da 4 settimane"**.

Selex - di Coronavirus ed eCommerce per [Mercatò](#) e [CosiComodo](#) abbiamo già parlato negli articoli linkati.

Servizi di consegna

Supermercato 24 lavora per partnership dunque la gratuità della consegna per gli over 65 anni fino al 12 aprile è un servizio che deve negoziare. Ha cominciato a offrirlo con **Coop Lombardia, Bennet, Conad, Carrefour, Tuodi, Fresco Market, MD, Pewex, Iper La Grande i**, per spese oltre i 40 euro. In questa fase si è impegnato per estendere la consegna gratuita agli over 65 in un numero maggiore di città.

Non food, Coronavirus ed eCommerce



I negozi fisici devono chiudere dopo il Dpcm 11/03/2020, fino al 25 marzo. A meno che non siano inseriti nella lista dei servizi indispensabili, come appunto i negozi alimentari. Alcuni però hanno chiuso ugualmente, per salvaguardare i dipendenti, lasciando la possibilità di acquistare online. Un po' come i ristoratori, che fanno comunque la consegna a domicilio. Tra questi ci sono **MediaWorld** (chiusi da venerdì 13 marzo), ecco la dichiarazione del Ceo **Guido Monferrini**: "La decisione che abbiamo preso è quella di chiudere i nostri negozi per ridurre al massimo il rischio di contagio nel rispetto dei nostri collaboratori e dei nostri clienti. Per tutti i bisogni e necessità, il sito online www.mediaworld.it rimane aperto.

Ringrazio i colleghi che pur non essendo a contatto con il pubblico, stanno svolgendo con il loro lavoro un ruolo indispensabile alla continuità del servizio, sia verso i nostri clienti, con le consegne a casa, che verso tutti noi in Azienda, ad esempio con l'elaborazione delle buste paga o il supporto IT".

(Coronavirus ed eCommerce)(Coronavirus ed eCommerce)(Coronavirus ed eCommerce)(Coronavirus ed eCommerce)
(Coronavirus ed eCommerce)(Coronavirus ed eCommerce)

Allegati

[allegati 11442494](#)

Barbara Trigari

Freelancer working in the retail and fast consumer good markets, technology sensitive and innovation enthusiast

