



E-commerce del prodotto fresco

**Claudio Mazzini**, *Coop Italia*

Bologna, 6 Giugno 2017



## Premessa

E' cambiato il rapporto tra Consumatori ed il cibo negli ultimi anni. Il web e la informazione sempre più diffusa ha accresciuto la consapevolezza in un consumatore sempre più esigente ed informato.

Internet ha tuttavia contribuito alla crescita non solo delle opportunità ma anche a rischi potenziali legati agli alimenti.

Ma è proprio vero che il food on-line modificherà il paradigma consolidato di un consumatore attento a...qualità, sapore, freschezza, territorio, tipicità, origini, emozioni, sensazioni, suggestioni che oggi ritrova nello store fisico?

# IL RANK DEI PRODOTTI PIÙ ACQUISTATI ON-LINE



- Moda (55%),
- Libri/musica (50%),
- Viaggi (49%),
- Biglietti per eventi (43%),
- IT & Mobile (40%),
- Elettronica di consumo (37%),
- Bellezza e cura della persona (35%),
- Videogame (30%),
- Cibo da asporto (21%),
- Medicinali (19%),
- Prodotti per la casa (18%),
- Alimentari in confezione (17%),
- Prodotti per l'infanzia (14%),
- Petfood (13%), Alcolici (11%),
- **Cibi freschi (11%).**

Secondo la Global Survey di Nielsen Connected Commerce, **l'87%** degli italiani compra online, ma l'acquisto di persona resta indispensabile per gli alimentari freschi.

Le strategie per sviluppare maggiormente l'acquisto di alimenti freschi online passano dalla possibilità per il consumatore di avere **garanzie sulla qualità dei prodotti.**

Il potenziale consumatore è preoccupato della **qualità e freschezza dei cibi** richiedendo informazioni dettagliate riportate dalle etichette

# IL VALORE DEL FOOD IN ITALIA



**€ 125 Miliardi**  
Fatturato Food in  
Italia

**€ 575 Milioni**  
Fatturato  
Food&Grocery su siti  
e-Commerce nel 2016

# CAMBIANO I LUOGHI DI ACQUISTO DI ORTOFRUTTA



Nel 2000 il 64%  
dei volumi era  
acquistato nel  
canale  
Tradizionale



Nel 2016 il 62%  
dei volumi è  
acquistato nel  
canale  
Moderno

**Rispetto al passato il canale moderno ha la responsabilità di essere il riferimento per la spesa degli Italiani.**

# STANNO CAMBIANDO I COMPETITORS

## Discount



*in 10 anni +80% area vendita, da 9 a 15,7 pp quota mercato*  
*Offerta sempre più da Supermercato con presidio di tutte le prestazioni e i bisogni*

## Specialisti



*non solo Chimica, ma copertura approfondita dei bisogni emergenti*

## Tutte le forme dell'on-line



# MA..LENTAMENTE CRESCONO I LUOGHI VIRTUALI



Fonte: Bem ( Big Data Economics Marketing on line)

# ESSELUNGA A CASA

The screenshot shows the top navigation bar with the logo 'ESSELUNGA A CASA LA SPESA COMODA' on the left, a search bar containing 'frutta e verdura', and three menu items: 'SUPERMERCATO', 'LIBRERIA', and 'STAMPA FOTO'. Below the navigation is a section titled 'RISULTATI DELLA RICERCA (17) - ALTRA FRUTTA'. It lists four products:

- Esselunga anguria Baby (categoria I)**  
Origine: SPAGNA
- Esselunga kiwi (categoria I)**  
Origine: NUOVA ZELANDA
- Esselunga melagrana (categoria I)**  
Origine: PERÙ, SUDAFRICA  
Il prodotto arriverà da una delle provenienze sopra indicate a seconda della disponibilità effettiva al momento della consegna dell'ordine
- Esselunga melone (categoria I)**  
Origine: ITALIA

Each product entry includes an image, a quantity selector (set to 1), and a green 'Add to Cart' button.

**335 Referenze: Frutta e  
Ortaggi Freschi-Preparati-  
Frutta e Legumi secchi**

**Caratteristiche del prodotto  
Provenienza  
Valori Nutrizionali  
Denominazione di vendita  
Consigli all'uso**

# AMAZON PRIME NOW

PrimeNow Consegna in 20161 Scegli per Categorie Scegli per Negozio  Q

## Frutta

22 prodotti in Frutta Amazon X

Filtra

 <p>Banane, 900 g</p> <p>amazon 1,95 € (2,17 €/kg) <span>Aggiungi</span></p>	 <p>Limoni non trattati, 500 g</p> <p>amazon 1,82 € (3,64 €/kg) <span>Aggiungi</span></p>	 <p>Mirtilli, 125 g</p> <p>amazon 2,47 € (1,98 €/100 g) <span>Aggiungi</span></p>	 <p>Mele Golden, 700 g</p> <p>amazon 1,69 € (2,41 €/kg) <span>Aggiungi</span></p>	
				

**Partnership con U2 Supermercato e Naturasi**

**Denominazione di vendita  
Garanzia e recesso  
Provenienza  
Categoria  
Distributore**

# UN PERCORSO NATURALE PER COOP



La storia della Coop è contrassegnata da scelte al passo coi tempi ma sempre con uno sguardo al futuro.

Nel 2015 col Supermercato del Futuro in EXPO abbiamo posto le basi per lo sviluppo del commercio on-line anche dei prodotti freschissimi.

Pur consapevoli delle **difficoltà proprie nella gestione dell'Ortofrutta** fresca, vogliamo misurarci col moderno canale dell'on-line. Il nostro obiettivo è la captazione del «web shopper» con consolidata esperienza nell'uso del Digitale ma con una attenzione particolare alla Millennial Generation.

# DARK STORE GUIDONIA



- Frutta e Verdura
- Pasta, Pane e Farine
- Carni, Salumi e Pesce
- Dolci, Colazioni e Snack
- Latte, Latticini, Uova
- Condimenti, Conserve e Scatolame
- Acqua e Bevande
- Cura Casa e Cura Persona
- Surgelati e Gelati

SPECIALE MAMMA • OFFERTE • LINEE COOP • BEBÈ • SENZA GLUTINE • BIO E VEG • SALUTE E NON SOLO • AMICI ANIMALI • PRONTI DA MANGIARE

- Fragole e Frutti di bosco
- Altra frutta fresca
- Frutta con nocciolo
- Cocomeri e Meloni

- VERDURA FRESCA
- LEGUMI, CEREALI E AROMI SE...
- FRUTTA DISIDRATATA
- FRUTTA PREPARATA E SCIROP...
- FRUTTA SECCA



COOP Mele Golden Kg 2

PREZZO 1,33 €/KG

2,65 €

01



COOP Mele Red Delicious Kg 2

PREZZO 1,28 €/KG

2,55 €

01



FIOR FIORE Ciliegie Duro-ni G 300

PREZZO 8,93 €/KG

2, Aggiungi a

01



307 Referenze: Frutta e Ortaggi Freschi-Preparati-Frutta e Legumi secchi

Informazioni Merceologiche  
Valori Nutrizionali  
Modalità di conservazione  
Origine-calibro-categoria-Coltivazione

# I SERVIZI DI EASY COOP DA FEBBRAIO 2017



**EasyCoop** serve i consumatori di Roma residenti all'interno del Grande Raccordo Anulare, utilizzando un magazzino dedicato all'eCommerce.

Il sito per l'acquisto online si propone come facile e intuitivo. Gli ordini si possono effettuare in qualunque momento, per **un importo minimo di 50 euro**.

La consegna è disponibile dal giorno successivo a quello in cui viene effettuato l'ordine a partire da un contributo per la consegna di 2,90 euro.

Il pagamento può essere effettuato direttamente online, o alla consegna con carta di credito, prepagata o bancomat.

Per offrire un'ulteriore garanzia, inoltre, i clienti vengono avvisati dell'orario preciso di consegna per sms, con circa una mezzora di anticipo, indicando anche il nome e il codice identificativo dell'addetto incaricato di portare la spesa.

# COOP DRIVE

**coopDrive**  
la spesa che non pesa

Strada Torino 34-36 - Beinasco

FRUTTA E VERDURA

Aromi

Aromi in vaso

Frutta fresca

Frutta secca e disidratata

Funghi

Insalate in Busta

Legumi e Cereali

Verdure e Ortaggi

ORDINA PER

PER TUTTI **-20%**

vivi verde BIOLOGICO  
Prodotto da essere  
pieno dal Paso

100g

Valeriana Bio It I^ Vh G 100 ~~€ 0,99~~  
€ 0,79  
100 g - € 9,90 / kg

PER TUTTI

vivi verde BIOLOGICO  
Prodotto da essere  
pieno dal Paso

100g

Insalatina Bio It I^ Vh G 100 ~~€ 1,09~~  
€ 0,87  
100 g - € 10,90 / kg

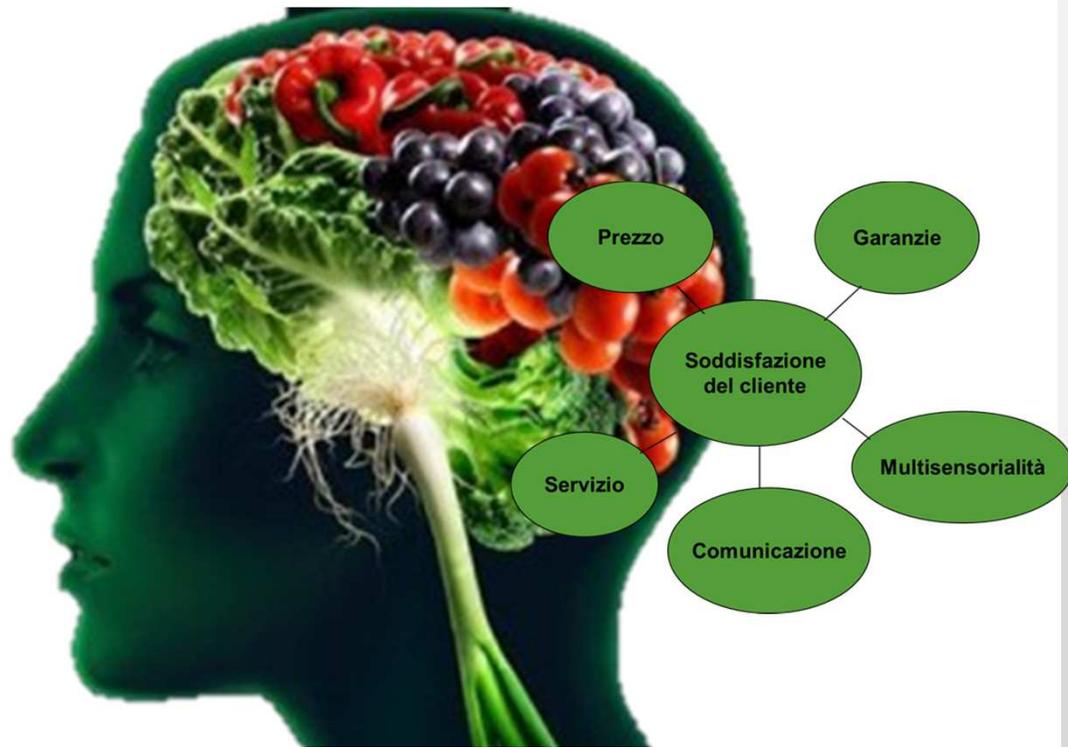
**Nova Coop** inaugura **Coop Drive**, il nuovo servizio che consente in qualunque momento di ordinare la spesa online e andare a ritirarla in automobile ad un apposito punto di ritiro scegliendo l'orario più comodo. Il servizio è completamente gratuito e parte dall'**Ipercoop di Beinasco (To)**.

## Frutta e Verdura

- **Ordine on line e ritiro in negozio**
- **Consegna a domicilio**

# PERCHÉ L'ACQUISTO ON LINE DI ORTOFRUTTA?

**E' utile sottolineare la sostanziale differenza tra mondo digitale, in tutte le sue applicazioni di oggi, (si pensi ad al controllo della maturazione della frutta in campo con l'utilizzo di droni) e le sue applicazioni futuribili (che ne presuppongono una crescita tumultuosa) ed il commercio elettronico. Uno «strumento digitale » per la commercializzazione di prodotti.**



Vi è un indubbio vantaggio nell'acquisto di Ortofrutta fresca on line per la comodità e per la velocità di consegna. Si contano a decine i siti specializzati nella proposta di Frutta e Verdura fresche con consegna a domicilio nelle grandi città. Gli svantaggi principali sono di non poter attivare i «sensi» ancora oggi formidabili stimolatori dell'atto di acquisto.

**Crediamo che lo shopping on line sia una nuova opportunità per allargare i confini dello Store «fisico» e captare il Consumatore più avvezzo all'uso del web. Ma il percorso è ancora lungo.**

**Grazie per  
l'attenzione**