

Vendite online di alimentari a quota 4,16 miliardi di euro

Ecommerce. Il settore food&grocery cresce del 6,2%. I consumatori digitali salgono dell'8,8% e sono attenti non solo al prezzo ma anche alla qualità del servizio offerto (tempi di consegna soprattutto)

In Europa la spesa pro capite di prodotti alimentari è di 340 euro nel 2024 ed è prevista a 465 euro nel 2029

Maria Teresa Manuelli

Nei primi otto mesi del 2024 il mercato italiano del Food & Grocery ha raggiunto un valore complessivo di 75,7 miliardi di euro, con l'e-commerce che si afferma sempre più come un canale cruciale, rappresentando il 6% del totale, pari a 4,6 miliardi di euro. La crescita rispetto all'anno precedente è del 6,2% con il solo food che si attesta a 4,16 miliardi di euro, con un trend particolarmente positivo che si registra nel segmento delle bevande non alcoliche. Sono i dati emersi dall'Osservatorio Netcomm, in collaborazione con Foxintelligence by NielsenIQ, che ha presentato i numeri e i trend del digitale in Italia.

Il mercato globale dell'e-commerce nel Food & Grocery ha registrato una crescita significativa del 22,8% nel 2024, raggiungendo i 680 miliardi di dollari (644 miliardi di euro). L'Europa, pur rappresentando solo un terzo del mercato americano e un quinto di quello asiatico, continua a crescere, con un valore complessivo di

71,5 miliardi di dollari (67,7 miliardi di euro). La spesa pro capite per gli acquisti digitali di prodotti alimentari in Europa, pari a 340 euro nel 2024, è prevista in aumento fino a 465 euro entro il 2029, segnalando un mercato ancora in espansione.

In Italia, il food & beverage rappresenta il 6% del mercato del retail digitale, con la percentuale di acquirenti online che è cresciuta al 27,1% nel 2024, un incremento dell'8,8% rispetto all'anno precedente. I consumatori italiani dimostrano una crescente attenzione verso prodotti di qualità e più salutari, con il 21% che prevede di aumentare la spesa alimentare orientandosi verso scelte di benessere e salute. A fronte di una propensione al risparmio ancora diffusa, emerge la disponibilità a investire di più per questi prodotti, con una propensione al pagamento superiore del 15% rispetto alla media europea.

Un trend significativo del 2024 è la crescita delle vendite di prodotti di discount e private label nel settore alimentare digitale, che hanno visto un incremento dell'1,14% nella quota di visibilità online nei quattro semestri precedenti. Questo segmento rappresenta una risposta alla domanda di risparmio da parte dei consumatori, ma senza sacrificare la

qualità. L'analisi dei comportamenti d'acquisto degli italiani evidenzia, infatti, che i principali driver delle vendite nel settore alimentare digitale non riguardano solo il prezzo, ma anche la qualità del servizio offerto.

Guardando ai servizi che il digital offre, la convenienza delle spese di consegna incide per il 30,8% degli acquirenti, seguita dall'efficienza nella spedizione (25,4%) e dalla velocità e agilità dell'esperienza d'acquisto (25,1%). Questi fattori, uniti a un'elevata fidelizzazione, fanno sì che oltre il 70% delle vendite online di alimenti provenga da riacquisti, dimostrando una solida abitudine all'uso del canale digitale per le spese ricorrenti.

Il 2024 si conferma un anno di evoluzione per il settore del Food & Beverage, con l'e-commerce che consolida la sua importanza ma deve affrontare le sfide di una domanda sempre più esigente.

La crescente attenzione verso la qualità e la sostenibilità dei prodotti, unita all'efficienza del servizio di delivery, delinea un panorama competitivo che richiede alle aziende del settore una continua innovazione per mantenere la fiducia dei consumatori e rispondere ai nuovi bisogni del mercato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In espansione. Per le bevande non alcoliche vendite online +4,9%

