

Ai romani piace il carrello virtuale

IL SUPERMERCATO alimentare trasloca su internet e sempre più romani ne approfittano, non solo per farsi portare a casa merce ingombrante (con spese di consegna minime) ma anche per l'acquisto di generi freschi come frutta e verdura.

La spesa che non pesa

A sottolineare il boom della spesa virtuale sulla piazza capitolina sono i dati del servizio di e-commerce (unico in campo alimentare a Roma) offerto da Coop con lo slogan "La spesa che non pesa". Dal 2000 al 2003 i clienti del carrello on-line sono cresciuti da un anno all'altro del 70 per cento. Nel 2004 (incremento sull'anno precedente pari al +20%),

sono state oltre 12.000 le spese consegnate per un importo complessivo di un milione e 120 mila euro. Solo nei primi sei mesi del 2005 sono partiti già 8.000 ordini e sempre quest'anno sono stati 1.086 i nuovi clienti che hanno aderito al servizio collegandosi al sito www.e-coop.it.

A conferma del gradimento della spesa via internet c'è il primato di Roma (nei raffronti Coop) rispetto a Milano, Genova e Bologna. E c'è anche il dato dello scontrino medio, passato dai 67 euro del 2000 ad oltre 100. A Roma, infine, sono 18.000 i soci Coop che hanno attivato il servizio "Salvatempo" per farsi il conto da soli al supermercato senza fare fila alla cassa. **LORENZO GRASSI**

Donne senza tempo

- Grazie ad una prima analisi dei dati, Coop ha tracciato un identikit del cliente virtuale: è donna, professionista, età media intorno ai 40 anni con a casa una famiglia e un lavoro impegnativo con pochissime "ore extra" a disposizione.
- La provenienza delle richieste di spesa via internet è in maggioranza dai quartieri centrali della città (dove Coop non è presente).
- Facilitato l'accesso al servizio per i clienti con disabilità (attualmente sono un centinaio) che non pagano i costi di consegna e hanno diritto di precedenza.