

PIÙ FORZA SUL WEB

DATASTAMPA6901

DATASTAMPA6901

Esselunga studia lo sbarco nell'e-commerce di Alibaba

Capisani a pag. 14

L'insegna valuta di ampliare l'offerta di e-commerce attraverso il gruppo cinese

Esselunga clicca su Alibaba

Allo studio nuovi servizi per il consumatore tricolore

DI MARCO A. CAPISANI

Esselunga studia lo sbarco nell'e-commerce del gruppo Alibaba, secondo quanto risulta a *ItaliaOggi*. L'intenzione dell'insegna italiana è quindi quella di rafforzarsi ulteriormente in Italia nel servizio del commercio elettronico rivolto al consumatore finale, che lo apprezza sempre di più per la sua comodità e le opzioni in generale di consegna o ritiro. Al momento, contattata da questo giornale, Esselunga (già con un suo servizio di e-commerce all'attivo) non commenta.

Il colosso cinese è presente online con una serie di piattaforme con differenti posizionamenti. Si spazia da Alibaba.com, più dedicata alle pmi che dalla Penisola guardano con finalità b2b a diversi mercati esteri (Cina esclusa), fino a Tmall che porta invece le aziende a tu per tu con il cliente cinese. Ma in Italia, in particolare, Alibaba è presente per esempio con Aliexpress, che già dalla metà di luglio 2019 aveva deciso di aprirsi alla commercializzazione di prodotti alimentari.

See e quando Esselunga sbarcherà effettivamente nell'ecosistema cinese

si vedrà, anche perché prima vanno sciolti una serie di nodi procedurali. Certo è che l'insegna conferma così un attivismo strategico che non solo ha posto nel tempo l'accento sulla prossimità con il formato Laesse ma anche su attività più verticali di cui la pasticceria Elisenda, l'enoteca Esselunga o i beauty store eb sono solo alcuni esempi. Senza contare l'offerta dei suoi prodotti a marchio, tra tutti quelli a scaffale, che si ricollegano alla possibilità di estendere la presenza aziendale nell'e-commerce. In parallelo, a corredo, l'insegna ha anche una nuova director of marketing and communication: **Li di Grimaldi** (resta nel gruppo il predecessore **Roberto Selva**).

Infine, giusto ieri, è stata annunciata la conclusione della gara per la gestione delle sue attività media, incarico che è andato a Dentsu X, agenzia del gruppo Dentsu, guidato da **Mariano di Benedetto**.

— © Riproduzione riservata —



Laesse è il format di prossimità di Esselunga

