

## Quali sfide per la logistica del food grocery?

*L'eCommerce per il food ha messo in evidenza una serie di criticità che solo il grocery possiede e che non condivide con altri modelli di vendita a distanza via web. Quali leve digitali e di automazione mettere in campo per poter competere al meglio? Scopritelo al webinar del 24 giugno*

Monza, 31 maggio 2021 - La consegna della spesa del consumatore a casa o la preparazione dei prodotti nel punto di vendita, in attesa che il consumatore passi a prenderseli, sono servizi che le insegne della grande distribuzione hanno attivato e che con la pandemia hanno avuto un ampio riscontro. «L'eCommerce per il food ha però messo in evidenza una serie di criticità che solo il grocery possiede e che non condivide con altri modelli di vendita a distanza via web» afferma Andrea Payaro, Adjunct Professor Digital Transformation e membro del comitato scientifico di Logistica Management, che sarà chairman del **workshop digitale “eCommerce nel food&grocery. Soluzioni logistiche per una gestione efficiente della spesa online”** realizzato da Logistica Management in partnership con Ambrosiano Group, Knapp Italia e Manhattan Associates. L'evento, moderato da Andrea Payaro - Adjunct Professor Digital Transformation e membro del comitato scientifico di Logistica Management, si terrà il **24 giugno 2021** a partire dalle 14:30, sulla piattaforma Gotowebinar, ed è a partecipazione gratuita previa [iscrizione online](#).

Nella prima parte dell'evento, Payaro evidenzierà le maggiori criticità legate alla gestione del grocery online: «Tra queste, ci sono il rispetto della catena del freddo per alcuni prodotti; la presenza di prodotti nella stessa spesa che devono essere gestiti a temperature differenti (fresco, surgelato o temperatura ambiente); l'esigenza di lead time ordine-consegna brevissimi (qualche ora); la possibilità per il cliente di prendere prodotti a peso variabile (ortofrutta o salumeria); la condivisione delle aree di prelievo tra picker e consumatore (la superficie di vendita); gli orari di consegna prenotabili dal consumatore stesso. Tutto questo viene amplificato dal fatto che il punto vendita (ambiente in cui solitamente viene preparata la spesa) non è stato progettato per un prelievo di tipo professionale (effettuato dal picker), ma è stato pensato per migliorare la vendita al consumatore».

Queste criticità operative si traducono in costi e, secondo quanto dimostrato nella ricerca realizzata da Andrea Payaro e pubblicata nella rivista statunitense Management Studies, «Per ogni spesa il solo prelievo e la preparazione della merce (incluse le attività amministrative) si traduce in un costo operativo che oscilla tra gli 8 e i 10 euro per spesa. Se si considera che lo scontrino medio varia tra i 40 e i 60 euro, l'incidenza dei costi è molto alta. Per l'insegna, al fine di garantire il servizio e ridurre i costi operativi è necessario rivedere l'organizzazione del eCommerce. La tecnologia a supporto delle operazioni di picking, un'offerta di prodotti rivista, l'adozione di sistemi di automazione in ambienti differenti dalla superficie di vendita possono rappresentare delle soluzioni in grado di ottenere l'efficacia con i costi sotto controllo».

Il mix di queste leve possono permettere soluzioni efficaci ed efficienti in grado di non costituire un costo per le insegne. Questo il tema del **workshop digitale “eCommerce nel food&grocery. Soluzioni logistiche per una gestione efficiente della spesa online”** organizzato da Logistica Management che intende dare spunti ed esempi su come ottimizzare il processo logistico dell'e-commerce nel food & grocery al fine di renderlo più efficace ed efficiente nelle diverse fasi.

**Maggiori informazioni sui partecipanti e l’agenda dell’evento sono [disponibili qui](#).**

***SAVE THE DATE!***

*Mercoledì 24 giugno 2021, ore 14:30 – 16:00*

*Workshop digitale [“eCommerce nel food&grocery. Soluzioni logistiche per una gestione efficiente della spesa online”](#)*

*Organizzatori: Logistica Management in partnership con Ambrosiano Group, Knapp Italia e Manhattan Associates*

*Per info e registrazioni [CLICCA QUI](#)*

## **Editrice TeMi**

Editrice TeMi è una casa editrice con sede a Monza e proprietaria, tra le altre, delle seguenti testate:

**Logistica Management** ([logisticamanagement.it](http://logisticamanagement.it)), la rivista di riferimento nel panorama logistico italiano e nel supply chain management. Presente sul mercato da più di 20 anni, si rivolge ad un ampio target di manager della logistica, della produzione, della distribuzione e della supply chain.

**Impresa Sanità** ([impresasanita.it](http://impresasanita.it)) la rivista, pensata per il manager della Sanità, è un nuovo modo di fare informazione nell'ambito sanitario con l'obiettivo di diffondere notizie, tendenze, studi e novità inerenti soluzioni organizzative, logistiche, sistemi e nuove tecnologie per migliorare i processi lungo la filiera del farmaco e della sanità.

**Chimica Magazine** ([www.chimicamagazine.com](http://www.chimicamagazine.com)), la rivista che si occupa dell’efficienza e dell’utilizzo ottimale delle risorse in tutti gli ambienti dell’industria di processo: in particolare l’industria chimica e farmaceutica e il settore oil&gas. Con un occhio particolare alla sostenibilità, all’ambiente e alle energie rinnovabili.

Editrice TeMi organizza **eventi specializzati** per settore merceologico e incontri di business "One2Ten" strutturati secondo esigenze specifiche e focalizzati su un tema o una soluzione tecnologica particolare. Inoltre, mette a disposizione delle aziende servizi di **web marketing** per garantire al mercato una comunicazione completa e in tempo reale. Gestisce su YouTube lo **spazio “temichannel”** ([youtube.com/temichannel](https://youtube.com/temichannel)) per la pubblicazione di video di casi di successo, demo di prodotti e servizi: strumento di grande efficacia a completamento della parola stampata o su web.

[press@editricetemi.com](mailto:press@editricetemi.com)- [www.editricetemi.com](http://www.editricetemi.com)