



MASSAIE & CONSUMI Molte richieste per il nuovo servizio offerto ai savonesi da un supermercato alimentare

Spesa on-line?

Un successo

E i concorrenti rispondono con le consegne a domicilio

Poco tempo per fare la spesa? Niente paura: basta un clic sul computer di casa — o dell'ufficio — ed è fatta. La novità, lanciata dal supermercato Basko di via Walter con una massiccia campagna pubblicitaria in città, è di quelle capaci di rivoluzionare la vita dei savonesi. O almeno di quelli che hanno poco tempo da passare tra gli scaffali delle merci.

La campagna è cominciata da pochi giorni, ma il successo è già andato oltre le aspettative. «Le cose stanno andando bene — spiega Manuela Zini che si occupa, dalla sede di Genova, di smistare le ordinazioni ai supermercati sul territorio — siamo davvero soddisfatti. Per lanciare la novità abbiamo predisposto un'offerta: spesa a domicilio fino a 50 euro senza spese di trasporto. Poi, dopo il 4 aprile, la tariffa sarà, forfettariamente, di 50 centesimi. Per le persone con più di sessant'anni, consegna gratis sempre».

I savonesi che hanno accolto l'invito di Basko sono già alcune decine. In larga parte professionisti, la maggior parte donne. Tutte persone che usano quotidianamente il computer, e Internet in particolare.

Il supermercato di via Walter ha, di colpo, sopravanzato tutti i concorrenti. A partire dal colosso Coop, che pure ha attivato il servizio in alcune città (Genova compresa), ma non ha ancora pensato a Savona. «Spesa a domicilio? Né on-line, né per telefono, ci dispiace», tagliano corto al "Punto d'ascolto" di corso Ricci. Niente pure da Gulliver e da Maxisconto.

COME FUNZIONA

Un clic per riempire il carrello virtuale

Come si fa la spesa on-line? Prima di tutto è necessario possedere un computer e disporre di un collegamento Internet. Una volta raggiunto il sito desiderato — www.basko.it, per esempio — è necessario individuare il supermercato più vicino a casa. In provincia di Savona l'unico ad offrire il servizio è il Basko di via Walter, che serve, ovviamente, tutta la città. Poi è necessario registrarsi compilando un modulo che presenta le tipiche domande da indagine di mercato. La spesa on-line è, infatti, anche una ghiotta opportunità per la grande distribuzione per capire gusti, inclinazioni, desideri delle famiglie italiane. Merce rara e preziosa, di questi tempi. In ogni caso, una volta forniti i dati richiesti e date le autorizzazioni di legge, l'utente disporrà di un nome e di una password. Poi, fare la spesa sarà, per così dire, una passeggiata. I prodotti sono suddivisi in categorie: dagli alimentari ai casalinghi. Di ogni prodotto vengono descritte le caratteristiche e il prezzo. Una volta scelto il prodotto, con un clic finisce in un carrello virtuale. Alla fine della spesa, con un altro clic, si potrà verificare la consistenza della spesa e il totale da pagare. La consegna, salvo problemi di sovrappollamento, avviene nelle ventiquattro ore successive. Si paga alla consegna.

Rodatissimo è, invece, il servizio del "Diperdi" di via Boselli. Per due giorni alla settimana — il martedì e il venerdì — spesa a domicilio. Gratis per tutti. «A dire il vero — spiega Cristina Pastorino del supermercato savonese — preferiamo che il cliente faccia la spesa da solo. Noi ci preoccupiamo della consegna. Gli ordini per telefono, invece, a volte determinano degli equivoci. Il cliente ordina un prodotto, poi ne arriva un altro e non sappiamo di chi è la responsabilità. Comunque, ci sono persone anziane che usano il telefono e sono soddisfatte. La consegna? Se la spesa viene fatta

di mattina, dopo mezzogiorno cominciamo le consegne».

Serena di Salvo, settant'anni, è una cliente soddisfatta. «Oggi la spesa me la porto a casa io — dice appena fuori il negozio di via Boselli — ma, a volte, approfitto. Non ho mai avuto problemi sui prodotti da ordinare. Vivo da sola, consumo poco e sempre le stesse cose».

Chi è tentato dalla spesa on-line è invece Erica Lammardo, giovane ceramista del centro storico. «Lavoro molto con il compu-



B&P

Barabino & Partners

Consulenza di direzione in Comunicazione d'Impresa

**IL SECOLO XIX**

SAVONA

Pag.

Data

25 MAR 2004

ter — spiega — soprattutto per tenere contatti e ricevere ordini per gli oggetti che creo. L'idea della spesa on-line mi piace. Detesto perdere tempo al supermercato. E poi, in mezzo agli scaffali, si finisce sempre per comprare qualco-

sa di cui non si ha bisogno. Invece, con il personal, sono sicura che ordinerei solo le cose di cui ho veramente bisogno. Pur pagando la consegna, alla fine sono convinta che risparmierei».

Ferdinando Molteni