

Al via la collaborazione che punta ad alimentare sempre di più l'innovazione nell'universo del Grocery italiano

Milano, 1 luglio 2020 – PayPal, azienda leader a livello globale in servizi e soluzioni per i pagamenti digitali annuncia la collaborazione con **Esselunga**: grazie a questa partnership strategica sarà infatti possibile pagare gli acquisti effettuati sul sito [Esselungaacasa.it](https://www.esselungaacasa.it) anche con un account PayPal.

A partire da oggi i clienti che fanno la spesa online attraverso il sito o la app Esselungaacasa avranno la possibilità di pagare utilizzando il proprio account PayPal.

La necessità di essere online

Il valore del fatturato e-commerce in Italia nel 2019 è stimato in 48,5 miliardi di euro, con una crescita del 17% sul 2018¹. A inizio 2020 il Coronavirus è comparso sulla scena mondiale impattando fortemente sulla vita quotidiana delle persone, limitando la possibilità di contatto e gli acquisti tradizionali in store. Infatti, già a partire da fine febbraio il 47,2% degli utenti internet ha dichiarato di non recarsi fisicamente in centri commerciali o supermercati per ragioni di sicurezza sanitaria². Inoltre, come riportato da un recente sondaggio di PayPal condotto in collaborazione con IPSOS, Grocery e Food sono le categorie acquistate online con maggiore frequenza (25%) durante il periodo di lockdown. Queste categorie sono in cima alla lista dei prodotti acquistati online per la prima volta. Durante l'emergenza sanitaria, la presenza online di una varietà di merchant ha giocato un ruolo fondamentale, soprattutto nell'erogazione dei servizi indispensabili.

Le prospettive per il futuro

I pagamenti innovativi continuano a crescere a ritmo sostenuto in Italia. Il report dell'Osservatorio Innovative Payments del Politecnico di Milano evidenzia come siano arrivati a rappresentare un terzo del totale dei pagamenti digitali. A fare da traino sono le transazioni di prossimità con carta contactless o mobile payment. Particolarmente interessante l'analisi di quest'ultimo settore: nel 2019 il numero degli utenti è triplicato rispetto al 2018, sfiorando 1,83 miliardi di euro.

In molti sono ricorsi alle spese online, ai sistemi di food delivery e all'approvvigionamento di generi alimentari tramite le piattaforme e-commerce e i nuovi sistemi digitali messi in moto proprio a causa della pandemia da Covid-19.

Stando a quanto rilevato dall'Osservatorio eCommerce B2c promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano e da Netcomm, durante il 2020 gli acquisti digitali per il settore Food&Grocery arriveranno ad un picco mai registrato prima, sfiorando i 2.5 miliardi di euro, raggiungendo quota +55% rispetto all'anno precedente. Inoltre, sempre più realtà hanno deciso di

affidarsi all'online: rispetto al 2019 il settore del Grocery alimentare ha visto un netto aumento nel digitale, passando dal 32% al 40%.

Per rispondere alle esigenze delle persone e dare loro più possibilità di scelta, PayPal ed Esselunga, leader in Italia per la spesa online, hanno deciso di unirsi e offrire una maggiore scelta a tutti gli utenti, potenziando ulteriormente i servizi del portale Esselunga integrando la possibilità di fare checkout direttamente con il conto PayPal sul sito [Esselungaacasa.it](https://www.esselungaacasa.it). Questa semplificazione digitale permetterà agli utenti italiani di ottimizzare i tempi di viaggio e quindi di ridurre significativamente lo stress causato dallo shopping quotidiano. Allo stesso tempo il sistema contribuisce a supportare le persone con le migliori categorie di prodotti sul mercato senza mai uscire di casa.

“In un quadro di crescente interesse per il settore dell'online commerce, che vede le persone alla costante ricerca di nuovi modi per acquistare online, diventa essenziale ridurre la distanza fra l'utente e il servizio di cui ha bisogno” ha commentato **Maria Teresa Minotti, Director PayPal Italy**. *“La partnership strategica con un Merchant del calibro di Esselunga è una ulteriore mossa in questa direzione, l'ennesima tappa di un processo su cui stiamo investendo molte energie. L'obiettivo di PayPal è contribuire, attraverso la trasformazione digitale, a semplificare la vita quotidiana dei consumatori di ogni generazione, con uno sguardo sempre attento alle loro esigenze, alla sicurezza e all'innovazione del mercato.”*

Il servizio di spesa online oggi copre 37 province nelle 6 regioni in cui Esselunga è presente e permette di rifornirsi delle migliori categorie merceologiche presenti sul mercato senza muoversi da casa, ottimizzando quindi i tempi di spostamento. Dopo aver riempito il carrello virtuale il cliente potrà decidere di ricevere la merce a domicilio, nel giorno e nell'orario preferito, oppure scegliere il ritiro gratuito presso i Clicca e vai o i locker attivi. Una volta completata la scelta, basterà pagare utilizzando il proprio conto PayPal in maniera sicura e veloce.

Questa partnership consolida la presenza di PayPal nel mondo del Grocery italiano, contribuendo ad aumentare le occasioni di acquisto dei consumatori digitali nel nostro paese nonché consentendo agli oltre 7 milioni di utenti PayPal attivi in Italia di spaziare dal Fashion al Travel, al Food, fino all'acquisto di alimenti freschi di prima qualità. Un'opportunità straordinaria per tutti coloro che vogliono prendersi il tempo di scegliere ciò che gli piace nella tranquillità della propria abitazione.

¹ **Fonte:** Casaleggio Associati, 2020.

² **Fonte:** Casaleggio Associati, 2020.

<https://newsroom.it.paypal-corp.com/ultime-notizie?item=122612>