

Dietro il boom delle sneakers Lidl ci sono solo i bot

Maria Cattini | 30/01/2021 | Intelligenza Artificiale

Cosa c'è dietro il boom delle sneakers della Lidl, la popolare catena tedesca di supermercati?

Le scarpe unisex a 12,99 euro, con i colori del marchio (giallo, rosso e blu) a edizione limitata, hanno spopolato in pieno lockdown e sono andate letteralmente a ruba, terminate quasi ovunque in poche ore. La cosa incredibile è stata che sono poi state rivendute online a prezzi che superano i 200 euro. Sui social network in molti si lamentavano di non essere riusciti a comprare niente o offrivano di rivendere quello che erano riusciti ad accaparrarsi, anche a prezzi 10 volte superiori (si trova [su eBay](#)).

Dopo il successo delle borse di plastica dell'Esselunga indossate dagli hipster a New York, della maglietta con il logo DHL del marchio francese Vetements e della [collezione disegnata](#) da Virgil Abloh per IKEA (tra cui un tappeto a forma di scontrino dell'azienda), ora anche le scarpe multicolore della Lidl.

Cosa c'è dietro questo fenomeno?

“Niente improvvisazione. **I bot** utilizzati dagli **scalpers** sono tra i più complessi che abbiamo mai incontrato” – rivelano a Wired Benjamin Barrier e Benjamin Fabre di Datadome, azienda francese specializzata nella lotta contro questo tipo di minacce – Del resto, in questo tipo di attività girano molti soldi”. Per entrare nel business, oltre a una certa disponibilità economica, servono soprattutto conoscenze tecniche e fiuto. I ferri del mestiere? “Nessun problema. È possibile affittarli, a costi contenuti” replicano gli imprenditori. Lo *scalper* sonda la rete alla ricerca di informazioni su modelli a edizione limitata e prepara un calendario degli attacchi.

Tra i bersagli preferiti dai bot, i siti creati su **Shopify, piattaforma canadese** che consente la creazione di e-commerce senza la necessità di saper programmare.

“Il danno per i rivenditori? Enorme. Innanzitutto, viene penalizzata la user experience. **I clienti abituali rinunciano a fare acquisti**, perché tutta la merce migliore è già stata rastrellata dai bot pochi istanti dopo l'uscita. Ci sono molte testimonianze su Twitter di utenti esasperati che dicono che non torneranno più su certi siti. A questo punto, ne risente la reputazione”, dicono Barrier e Fabre: “A volte i bot ingolfano completamente uno store buttandolo giù. E sappiamo che **dalla velocità dipende il tasso di conversione**, cioè l'essenza di un negozio web”.

Se qualcuno ha pensato di usare la **scarsità come strategia di marketing** per creare passaparola, sbaglia. “Poteva funzionare forse fino a un paio di anni fa, forse – avvertono Barrier e Fabre -. Ma oggi il consumatore è informato, e i danni per la reputazione superano di gran lunga i benefici”.

“Il fenomeno, in sé, non è illegale” spiega Alessandro Sessa, direttore dell'associazione dei consumatori Altroconsumo: “Se qualcosa è stato fatto per limitare il secondary ticketing dei biglietti dei concerti, **sullo scalping il legislatore non si è mosso**”.

In assenza di regole certe tutto ricade sempre sotto il cappello dell'etica.

Cosa c'è dietro il boom delle sneakers della Lidl, la popolare catena tedesca di supermercati?

Le scarpe unisex a 12,99 euro, con i colori del marchio (giallo, rosso e blu) a edizione limitata, hanno spopolato in pieno lockdown e sono andate letteralmente a ruba, terminate quasi ovunque in poche ore. La cosa incredibile è stata che sono poi state rivendute online a prezzi che superano i 200 euro. Sui social network in molti si lamentavano di non essere riusciti a comprare niente o offrivano di rivendere quello che erano riusciti ad accaparrarsi, anche a prezzi 10 volte superiori (si trova [su eBay](#)).

Dopo il successo delle borse di plastica dell'Esselunga indossate dagli hipster a New York, della maglietta con il logo DHL del marchio francese Vetements e della [collezione disegnata](#) da Virgil Abloh per IKEA (tra cui un tappeto a forma di scontrino dell'azienda), ora anche le scarpe multicolore della Lidl.

Cosa c'è dietro questo fenomeno?

“Niente improvvisazione. **I bot** utilizzati dagli **scalpers** sono tra i più complessi che abbiamo mai incontrato” – rivelano a Wired Benjamin Barrier e Benjamin Fabre di Datadome, azienda francese specializzata nella lotta contro questo tipo di minacce – Del resto, in questo tipo di attività girano molti soldi”. Per entrare nel business, oltre a una certa disponibilità economica, servono soprattutto conoscenze tecniche e fiuto. I ferri del mestiere? “Nessun problema. È possibile affittarli, a costi contenuti” replicano gli imprenditori. Lo *scalper* sonda la rete alla ricerca di informazioni su modelli a edizione limitata e prepara un calendario degli attacchi.

Tra i bersagli preferiti dai bot, i siti creati su **Shopify, piattaforma canadese** che consente la creazione di e-commerce senza la necessità di saper programmare.

“Il danno per i rivenditori? Enorme. Innanzitutto, viene penalizzata la user experience. **I clienti abituali rinunciano a fare acquisti**, perché tutta la merce migliore è già stata rastrellata dai bot pochi istanti dopo l'uscita. Ci sono molte testimonianze su Twitter di utenti esasperati che dicono che non torneranno più su certi siti. A questo punto, ne risente la reputazione”, dicono Barrier e Fabre: “A volte i bot ingolfano completamente uno store buttandolo giù. E sappiamo che **dalla velocità dipende il tasso di conversione**, cioè l'essenza di un negozio web”.

Se qualcuno ha pensato di usare la **scarsità come strategia di marketing** per creare passaparola, sbaglia. “Poteva funzionare forse fino a un paio di anni fa, forse – avvertono Barrier e Fabre -. Ma oggi il consumatore è informato, e i danni per la reputazione superano di gran lunga i benefici”.

“Il fenomeno, in sé, non è illegale” spiega Alessandro Sessa, direttore dell'associazione dei consumatori Altroconsumo: “Se qualcosa è stato fatto per limitare il secondary ticketing dei biglietti dei concerti, **sullo scalping il legislatore non si è mosso**”.

In assenza di regole certe tutto ricade sempre sotto il cappello dell'etica.

