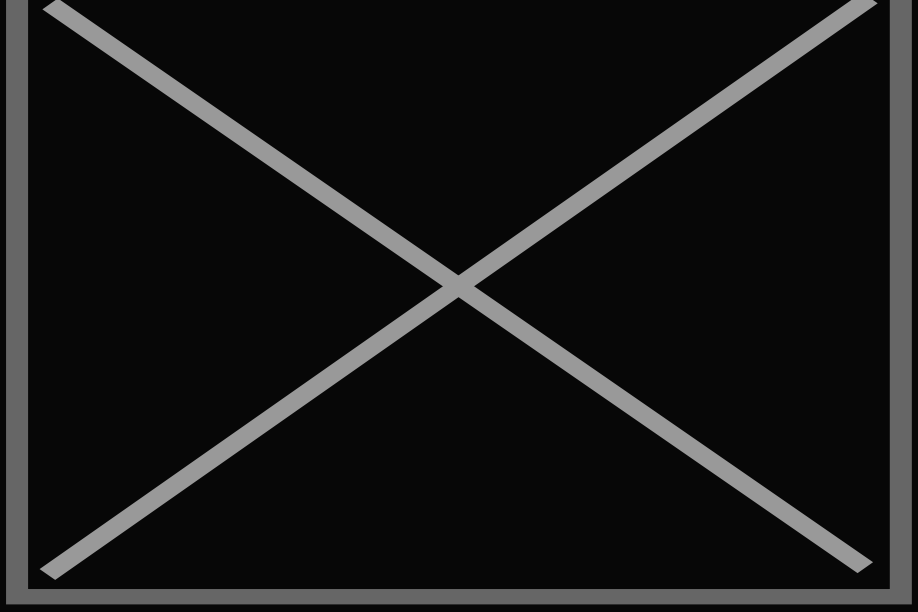
Gig economy. Siamo tutti coinvolti!

gig-economy-normativa-620x420-fb871bdb

Sempre più clienti scelgono può essere un’opportunità, dall’altro implica un piccolo sovrapprezzo che va a ripagare il lavoro di chi consegna: i riders. Secondo le stime Fondazione DeBenedetti sono 10.000 i driver, o fattorini, che lavorano nella gig economy (lavoro a richiesta). Ma dall’ultima indagine Adoc il 57% degli associati si è detto disposto a pagare di più la consegna del cibo pur di tutelare i diritti dei fattorini; degli intervistati, il 65% ordina una volta al mese. Sugli ordini, la pizza da sola vale il 43%, il cibo italiano batte il cinese (26%) e il giapponese (21%). Ma vediamo quali le posizioni di alcuni protagonisti del settore.

SILVIO MORETTI, DIRETTO-RE SERVIZI SINDACALI FIPE CONFCOMMERCIO
«I costi del servizio di consegna a casa del cliente non possano essere scaricati sui ristoratori, devono essere ridistribuiti nella filiera. Al momento si sta parlando di proposte; il governo è sovrano ma la contrattazione deve essere risolta tramite una normativa specifica, o delegata ai contratti collettivi. In caso contrario rischieremmo leggi con trattamenti diversi, che potrebbero generare diseconomie: pensiamo, per esempio, a una legge regionale in Emilia e un’altra nel Lazio (le regioni che si stanno muovendo prima ndr). Su riders, aziende, ristoratori, utenti siamo in linea con i giudici, che si sono espressi per un rapporto di natura non subordinata. Del resto, fu un tema di grande attualità già 10 anni fa quando si parlava dei runner pizza: anche lì la giurisprudenza tendeva a considerarli lavoratori autonomi. Che poi da qui si possa far discendere particolari tutele, così come ci sono per i Co.Co. Co. o gli occasionali - assicurazione e malattia – è un fatto. Tutto deve es¬sere valutato con una configurazione giuridica specifica, oltre al welfare». Infine: «Il settore è in crescita, risponde alle evoluzioni degli stili di vita. È una componente del più ampio tema del comparto alimentare post-crisi».



DELIVEROO

Da 4 punti vendita in Italia a 17, entro fine anno ancora di più. Secondo l'azienda «la peculiarità di Deliveroo è quella di aver offerto garanzie, alzato i massimali dell'assicurazione, previsto l'indennizzo per inattività temporanea, oltre alle consuete forme di tutela in caso di incidenti gravi o morte, danni a terzi». I riders Deliveroo sono lavoratori autonomi, per due motivi: «1) scelgono quando e quanto lavorare, senza nessun obbligo fino al minuto precedente
il log-on; 2) possono consegnare per più piattaforme (pluricommittenza)». Matteo Sarzana, General Manager Deliveroo Italia ha rilasciato all'Ansa alcuni numeri su oltre 2.000 riders: «Il 50% sono studenti, 1 su 3 lavoratori. In media lavorano 10 ore a settimana per 120 euro, al 90% uomini, 77,6% italiani, 74% under 30». Fino a febbraio 2018 i contratti erano a orario, adesso sono a consegna, una formula che - secondo l'azienda - permette di guadagnare di più: 4 € netti, garanzia di 1,5 € anche per consegne non fatte. Il biennio 2017-2018 è stato di forte crescita, i clienti finali sono aumentati del 120%». Gli ordini sono cresciuti 18 volte negli ultimi 12-18 mesi, l'azienda ha attivato una partnership con Mc Donald's (tra cui Firenze, Milano, Roma). Stima che i ristoratori partner entro fine anno arriveranno a 4.500, oggi sono 3.000 e si sta specializzando nel servizio Delivery-Only Kitchen ristoranti "senza tavoli" con il progetto Edition.

ALESSANDRO LAZZARONI CEO DOMINO'S PIZZA

«L'home delivery è una chiave di successo per il futuro: 1) quando apriamo una pizzeria, all'inizio il 30% degli ordini è home delivery, il 70% take away ma dopo 4-5 mesi la proporzione si ribalta; 2) siamo uno degli attori più focalizzati, cresciamo a doppia cifra». Oggi, continua Lazzaroni, «c'è una cultura maggiore nel cliente e un servizio migliore rispetto al passato. Il grande tema è un mercato che sta aumentando, e lo farà sempre di più, a fronte di una regolamentazione che manca. Abbiamo

scelto di puntare sulla formazione e la crescita professionale: un unico team che consegna, fa le pizze, gestisce clientela e locali. Come negli USA dove il 90% dei punti vendita è gestito da ragazzi che hanno iniziato da driver e poi diventano store manager, proprietari o titolari di franchising». Sulla questione lavoratori: «I nostri sono dipendenti, 1/3 circa a tempo indeterminato, ma abbiamo anche altri contratti». Poi: «Ci stiamo concentrando su un servizio veloce, percorsi con distanza media di 5-6', aumentando i punti vendita: a Milano abbiamo 10 pizzerie, pensiamo di aprirne altre 2». Il servizio di consegna: «La cosa difficile è riuscire a contenere la maggiorazione di prezzo, i nostri ordini in media vanno tra i 15-17€. Essendo una people company cerchiamo di creare valore attraverso campagne di comunicazione, newsletter, fidelizzazione».

GIOVANNI CAVALLO, PRESIDENTE SGNAM/MYMENU

«Forniamo un servizio professionale di consegna puntando su prodotti di qualità, abbiamo un posizionamento improntato sulla sostenibilità. Nelle città dove siamo presenti siamo leader: Bologna, Padova, Modena. Scegliamo noi i ristoranti con cui collaborare». Nati nel 2013: «Al lancio avevamo un vecchio modello di business, oggi siamo in trasformazione, e titolari di due marchi dopo la fusione con Mymenu. I ristoranti che lavorano con noi sono di fascia medio-alta, oppure "diversi": per esempio, il sushi brasiliano o la polleria. Abbiamo uno scontrino medio di 34€ e 2 ordini/mese a persona». Negli ultimi 2 anni «siamo cresciuti del 5% a settimana – racconta Cavallo - Siamo italiani, di piccola dimensione, giovani (età media 27 anni) eppure ce la stiamo battendo con i giganti del settore, abbiamo meno capitali ma conosciamo bene il territorio. Nel team interno siamo 25, fra business e tecnologico, il resto sono i driver, vero interfaccia con il cliente: collaborano con noi anche giapponesi, afgani, purché conoscano bene la lingua. Il contratto varia a seconda del numero di ore lavorate. Molti sono studenti che scelgono un impiego che non gli complichi la vita, altri sono in transito da un lavoro a un altro. Del resto viviamo in una società liquida, uno dei fattori chiave è l'indipendenza».

DANIELE CONTINI, COUNTRY MANAGER JUST EAT ITALIA

«Nata nel 2001 in Danimarca», racconta il CM di Just Eat Italia «oggi siamo presenti su 13 mercati, fatturato 546 milioni di sterline, 22 milioni di clienti, 172 milioni di pasti in tutto il mondo, oltre 87.500 ristoranti partner». In Italia: «Abbiamo 90 dipendenti, oltre 9.000 ristoranti partner in quasi 800 comuni», continua Contini: «Abbiamo chiuso il 2017 con un incremento dei ristoranti partner del +41% in Italia e un'espansione territoriale di oltre il 40%. Una crescita esponenziale che ha segnato un +70% degli ordini nell'ultimo anno e ha visto il raggiungimento di oltre 1 milione di clienti. Secondo le nostre stime, il segmento del cibo a domicilio vale circa 3.2 miliardi di euro e coinvolge già oltre 30 milioni di italiani. Il digitale pesa ancora in modo ridotto, circa il 7%. C'è un potenziale enorme. Per questo motivo, in linea soprattutto con la nostra missione di costruire la più grande food community al

mondo coinvolgendo i clienti, e i nostri ristoranti, ci siamo resi disponibili a partecipare ai dialoghi politici e regionali. Nel nostro caso i fattorini operano direttamente per i ristoranti partner. Ciò detto è fondamentale collaborare alla creazione di un sistema virtuoso che possa soddisfare sia le aziende che i lavoratori».

RIDERS UNION ROMA

Per i ragazzi di RUR (sindacato dei riders): «La prima cosa che bisognerebbe fare è formare i ragazzi, dato che portiamo anche pasti gourmet». Come? «1) formazione su strada, rispettare il codice della strada ma anche prendere viabilità con poco dislivello, un viaggio più lungo in piano permette di portare il cibo al cliente nel migliore dei modi, e questo crea fidelizzazione; 2) corto raggio d'azione si dovrebbero accettare ordini al massimo entro i 4 km (le borse
termiche tengono max 30-40 minuti) ovvero tempi ottimi di consegna, e risposta». Sul food delivery: «Fino a qualche anno fa le città del centro/nord Italia erano pronte al servizio (un concetto americano) a Roma c'è stata una crescita nell'ultimo semestre. Oggi siamo 700 riders, il 30% è sotto i 30 anni». Alcuni dicono lavoretto, invece: «Ci sentiamo parte della filiera. Il rapporto quotidiano con il ristoratore è di conoscenza e fiducia. Inoltre, la gran parte di noi lavora per un monte ore importante, anche annuale». E chiudono con una visione: «Da qui a 5 anni il nostro lavoro sarà sostituito: in America, Amazon restaurant sta lavorando a robot che viaggeranno in strada, Uber elevate consegnerà con i droni. Ai clienti allora chiediamo, è meglio che il cibo lo porti un fattorino umano o lo consegni un robot?». Al futuro l'ardua sentenza.

(Mauro Garofalo)