Ristorazione, il delivery come leva per superare la crisi

food-delivery-8e5ee4b6

Nell'ambito del webinar "**Ristorazione & Delivery**" organizzato da Appetite for Disruption, il primo think tank italiano sulla ristorazione e **PwC Advisory**, che si è tenuto venerdì 10 aprile, hanno partecipato **Cris Nulli**, Founder di Appetite for Disruption, **Domenico Agnello**, Associate Partner di PwC, **Daniele Contini**, Country Manager di Just Eat, **Matteo Sarzana**, General Manager di Deliveroo, **Elisa Pagliarani**, General Manager di Glovo.

L'iniziativa si è articolata con lo scopo di fornire validi suggerimenti per il miglior utilizzo delle piattaforme di **food delivery** e su come la ristorazione possa fare leva sul delivery in questo momento complesso di emergenza Covid.

"Da recenti survey sugli utilizzatori è emersa un'evoluzione del loro profilo - spiega Elisa Pagliarani, General Manager di Glovo Italia -. Prima lavoratori con la necessità di impiegare il minor tempo possibile per pranzi e cene, oggi perlopiù famiglie e studenti, più propensi ai pasti di gruppo. In termini di barriere all'utilizzo del delivery abbiamo invece rilevato dubbi sulla preparazione dei piatti e sulla consegna, oltre a timori per l'attuale incertezza economica. Per questo abbiamo adottato nuovi protocolli di consegna in sicurezza, come il contactless delivery, e lavoriamo in stretto coordinamento con i nostri partner sul fronte dell'offerta ai clienti finali, dal packaging a nuove soluzioni di prodotto".

Daniele Contini, Country Manager di Just Eat, ha raccontato come "Per il 60% il Food Delivery in questo momento è una coccola. Gli utenti ordinano gelato e dolci. Scelgono il delivery anche come alternativa all'andare a fare la spesa, per non fare la fila. Importante in questo momento il concetto di sostenibilità nel comparto delivery".

"Nel mondo del Delivery, la grandissima differenza rispetto ad altri Paesi - sottolinea Matteo Sarzana, General Manager di Deliveroo - è un dato che riguarda la ristorazione: in Italia la maggior parte dei ristoranti aderenti sono piccoli ristoratori e non grosse catene, questo è sintomo di qualità. Chi ha

scelto di continuare a fornire un servizio attraverso il delivery in questo momento vive un calo della competitività, dunque è fondamentale dare vita a migliorare l'esperienza con i clienti delle piattaforme, i quali selezioneranno un panel di riferimento che manterranno anche dopo. Questa è una fase utile anche alla sperimentazione dei metodi che condurranno ad accelerare la propria trasformazione digitale".

"Questa è una fase di costruzione di nuovi modelli di innovazione sociale - conclude Domenico Agnello, Associate Partner di PwC - per la ripresa del business e delle attività in un contesto emergenziale come quello che stiamo vivendo, diventa fondamentale promuovere modelli che possano assicurare attraverso forme di cooperazione e collaborazione per una nuova organizzazione delle relazioni sociali, facendo leva sull'innovazione per migliorare la gestione dei fattori produttivi e la loro efficienza, ridurre gli sprechi ed esaltare la qualità e la sostenibilità, migliorando l'esperienza del consumatore e valorizzando la sua sicurezza. PwC ha avviato una collaborazione con l'agenzia KPI6 per lanciare un Index che analizza il livello di sentimenti di fiducia dei consumatori e dei cittadini. L'indice real time riesce ad analizzare i trend grazie all'utilizzo di tecnologie di Machine Learning e Sentiments".