Glovo, delivery post emergenza alla riscoperta di una nuova normalità

glovo-2b8f3a97

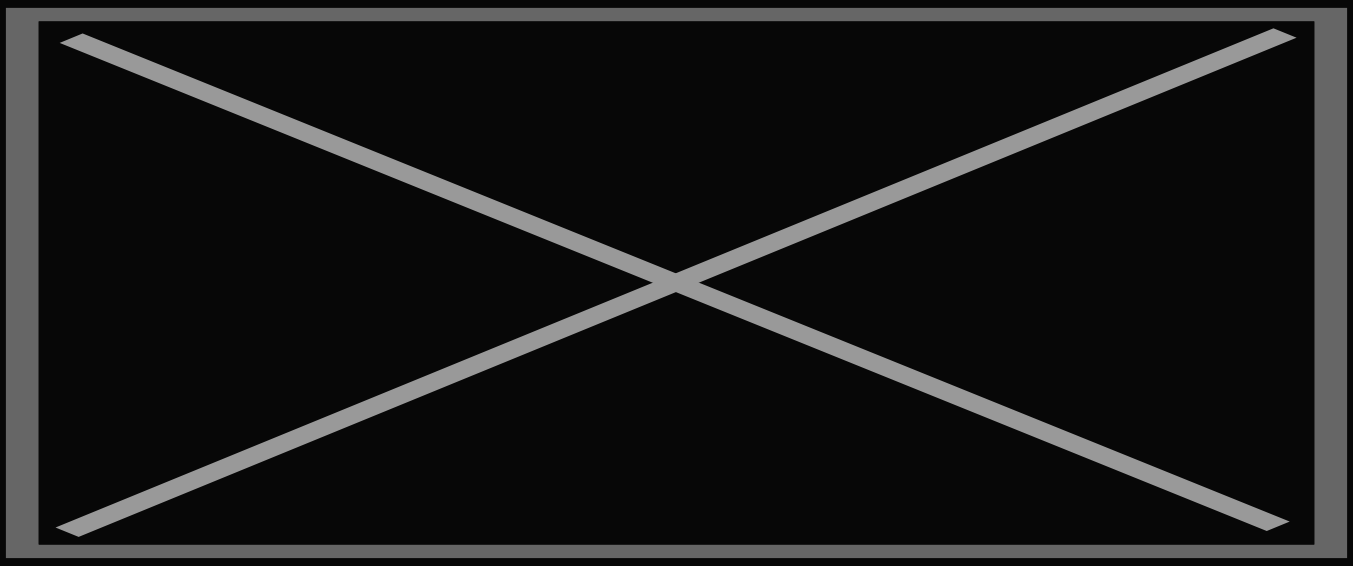
Dopo quasi tre mesi di lockdown, caratterizzati da strade deserte in cui l'unica presenza fissa era quella dei rider, i ristoranti hanno finalmente potuto riaprire, mantenendo naturalmente operativa l'attività di delivery. **Glovo**, l'unica piattaforma di delivery multi-categoria attiva in oltre 100 città italiane, ha voluto tracciare un bilancio, **confrontando le scelte degli italiani nella fase 1 con quelle della fase 2**.

La riapertura dei ristoranti rappresenta indubbiamente un fattore rilevante per quanto riguarda il segmento del food delivery, in quanto l'offerta della piattaforma in termini di partner – che durante il lockdown aveva visto una comprensibile riduzione, complice la chiusura di molti esercizi – è automaticamente aumentata.

Torna la voglia di food delivery

Analizzando nello specifico i piatti più ordinati nel mese di maggio, si nota come l'**hamburger** abbia ripreso il suo primo posto in classifica (+295% maggio vs aprile), seguito dalla **pizza** (+15% maggio vs aprile) e dai **dolci** (+21%).

Dal punto di vista dell'arte culinaria, ha registrato buoni tassi di crescita la **cucina italiana** (+53%) e **giapponese** (+55%), ma chi ha segnato un vero e proprio boom grazie alla riapertura è stato il **poke** (+96% maggio vs aprile). Una crescita importante anche per il cibo **healthy** (+72%).



Prodotti freschi e sani nel carrello della spesa

Se durante la fase 1 dell'emergenza il carrello degli italiani era popolato da prodotti essenziali quali lievito, farina e zucchero, per citarne alcuni, terminato il lockdown, con l'estate all'orizzonte, i consumatori hanno optato per scelte più leggere e sane. Spazio quindi a una **spesa ricca di vitamine e antiossidanti** con frutta e verdura che rappresentano complessivamente il 30% del carrello di maggio. Tra i prodotti più richiesti tutto il necessaire per un pranzo leggero ma gustoso (insalata iceberg, mozzarella, tonno e pomodori) accompagnati da ogni tipo di frutta, fragole, mirtilli e lamponi i più gettonati.

La primavera e il boom degli anti-allergenici

Per quanto riguarda gli ordini **pharma**, a primavera inoltrata il primo posto tra i farmaci da banco non poteva che essere occupato dagli **anti-allergenici**, seguiti da paracetamolo, medicinali per lo stomaco e l'indigestione.

Prodotti per il "fai da te" e cura della persona

Nei mesi di marzo e aprile, Glovo ha registrato una crescita esponenziale degli ordini nella categoria " **Spedizione**", trend che ha continuato a manifestarsi anche a maggio. I "doni" di parenti e amici che spedivano pensieri di affetto via Glovo, lasciano a maggio il posto ai prodotti per la cura della persona: numerose sono state le richieste di **candele profumate e oli essenziali** per godersi un momento di relax, **creme idratanti viso e mani**, **tinte per capelli**, **saponette e salviettine struccanti**.

C’è chi invece, approfittando del tempo trascorso in casa, ha scoperto la passione per il **fai da te** o i lavori manuali: lo confermano gli ordini di lampadine, chiodi e martelli o addirittura di feltrini per le gambe dei tavoli. Inoltre, alcuni fortunati hanno probabilmente sfruttato la presenza di un giardino/terrazzo per organizzare una bella grigliata in famiglia ordinando carbonella per la griglia. Notevole successo anche in questa fase hanno riscosso gli ordini di **palloncini, biglietti di auguri e torte di compleanno**: per festeggiare insieme anche a distanza.

“Dopo una fase uno particolarmente delicata, in cui abbiamo cercato di supportare al meglio i nostri partner, rispettando le prescrizioni delle autorità e tutelando la sicurezza di tutti quelli che interagiscono con la piattaforma - rider, utenti, esercenti - possiamo dire che stiamo vivendo una nuova normalità”, ha commentato **Elisa Pagliarani**, General Manager Glovo Italia. “Negli ultimi mesi abbiamo notato un ottimo riscontro nei confronti del delivery, raggiungendo nuovi target sia in termini di clientela, sia lato esercenti. Dai dati analizzati emerge infatti che siamo riusciti a far avvicinare al mondo delle consegne a domicilio anche coloro che prima erano più restii, magari semplicemente perché non conoscevano il settore e i servizi che offre. Vogliamo impegnarci affinché un servizio come il nostro, così essenziale nel periodo del lockdown, possa continuare a soddisfare le esigenze degli italiani e a semplificare la loro quotidianità”.