Delivery and the city: a Milano lo usa un ristoratore su tre

imf-0179-0d5fceab

I dati dell'indagine "L'impatto del delivery nella citta? di Milano realizzata con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza" presentati oggi nella nuova sede meneghina di Glovo

Una realtà consolidata, anzi un'opportunità per ristoranti e bar, ma anche per il retail. Il delivery, realtà emergente esplosa durante la pandemia, ormai vive e lotta tra noi, potremmo dire. E anche i titolari, che in passato lo guardavano con scetticismo quando non con aperta ostilità, hanno capito che è un canale che conviene presidiare. E in effetti un'indagine proprio di Glovo sottolinea come **per il 92% dei clienti il delivery è un'alternativa al cucinare a casa anziché ad uscire per andare al ristorante.** Una conferma viene anche dai risultati di un'indagine effettuata tra 436 ristoratori dell'area della Greater Milano, punta di diamante della consegna a domicilio in Italia (Milano è la quinta città al mondo per numero di ordini), realizzata con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e presentata nella nuova sede milanese da **Glovo**, la principale app di consegne a domicilio multi-categoria in Italia.

I numeri del food delivery

[caption id="attachment_209785" align="alignleft" width="331"]



Elisa Pagliarani, General Manager Glovo

Italia[/caption]

L’online food delivery in Italia nel 2021 ha generato oltre 1,4 miliardi di euro di business per il settore ristorazione e si stima possa superare nel 2022 i 2,2 miliardi di euro (**AssoDelivery** su dati Osservatorio eCommerce B2C della School of Management del Politecnico di Milano). La **pandemia ha fatto la sua parte**, con il 54% degli esercizi che ha iniziato ad offrire il servizio nel biennio 2020-21, mentre il settore e? cresciuto del 55% all’anno passando dai 592 milioni di euro del 2019 ai 917 milioni di euro del 2020 ad 1,4 miliardi di euro nel 2021.

Secondo l’osservatorio di Glovo, nell’ultimo anno in Italia **gli ordini sono cresciuti del +74% nel food delivery e +200% nel segmento spesa**. E il gruppo con sede a Barcellona punta a triplicare entro la fine del 2022 il valore di transazioni del quick commerce a livello mondiale, superando 1 miliardo di euro dagli attuali 300 milioni.

L’indagine realizzata da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con la collaborazione di Glovo Italia invece evidenzia come il 31% degli intervistati utilizza già i servizi di delivery. In particolare, **il settore che ne fa maggior utilizzo e? quello della ristorazione pari al 62%**, seguito dal grocery che rappresenta il 36% degli imprenditori e dal retail per il 20%. Nell’ambito servizi, solo l’11% dichiara di utilizzare il delivery per la consegna dei propri prodotti.

Tutti pazzi per il delivery

Le imprese milanesi insomma dimostrano una buona conoscenza e utilizzo di questa modalita? di vendita abbracciata ancor prima dello scoppio della pandemia nel 2020: il 42% ne faceva uso gia? dal 2019, il 42% ha dichiarato di aver iniziato ad usarlo nel 2020 e il 12% nel 2021. E ne sono entusiaste per precise ragioni: **il 35% dei rispondenti dichiara che il fatturato e? notevolmente influenzato dall’utilizzo del delivery** (dal 20% in su) e per il 4% degli intervistati il delivery incide per oltre il 50% del fatturato. Tra i vantaggi riscontrati c’è l’acquisizione di nuovi clienti, indicata dal 49% dei rispondenti, la maggior visibilita? al punto vendita per il 22% e una migliore efficacia dei servizi di consegna per il 13%.

E? stato poi chiesto come si potrebbe migliorare il servizio di delivery utilizzato: il 37% darebbe dei **bonus per le performance ottenute**, il 27% vorrebbe personalizzare i servizi a seconda delle esigenze, il 25% migliorerebbe la promozione dell’attivita? commerciale, il 20% vorrebbe maggiore capillarita? in alcune aree e solo il 16% migliorerebbe i tempi di consegna: un atout che, forse, non risulta ormai così indispensabile.

Tra i servizi utilizzati Glovo (che è però multicategoria) è stato segnalato dal 52% degli intervistati, **Just Eat** dal 44%, **Deliveroo** dal 36%, **Uber Eats** dal 23% mentre un corposo 40% ha dichiarato di utilizzare mezzi propri per le consegne.