



★ Tra i fattori determinanti per le scelte dei consumatori rientra sempre più spesso il tempo di consegna

Quick commerce: come risponde il retail?

Strategie, sviluppi e obiettivi. Come cambia il mercato online e quali le possibilità di crescita per i retailer

Alessandra Bonaccorsi
@AlessandraBonac

Il quick commerce sta avanzando a passo veloce, con una competizione che si gioca a suon di minuti. Nel 2021 hanno fatto il loro ingresso nel nostro Paese piattaforme come **Gorillas**, con consegna in dieci minuti, e **Getir**, start up turca fondata nel 2015, che ha avviato il servizio italiano da Milano con l'obiettivo di espandersi in più aree nel giro di pochi mesi. Anche in questo caso la consegna è assicurata in dieci minuti dall'ordine. Co-

me risponde la gdo? In modi diversi, anche in funzione dell'approccio tenuto verso l'eCommerce, "esplosivo" in questi anni, dopo la pandemia, come spiega **ReStore**, azienda specializzata nella realizzazione di piattaforme eCommerce per la gdo e la d.o. che ha effettuato, in Italia, un monitoraggio relativo all'utilizzo della spesa online nel nostro Paese nei mesi del lockdown. L'analisi evidenzia, dopo un primo importante balzo all'indo-

mani del primo Dpcm a marzo 2020 con un incremento del +150%, un andamento, anche se non c'è dubbio, come spiega **Barbara Labate**, Ad di ReStore, che: "La spesa online si è rivelata un servizio essenziale per affrontare la battaglia contro il Covid 19". In realtà si è trattato di un cambiamento delle abitudini. "A parità di rete, le vendite eCommerce sono state 6 volte superiori al periodo pre pandemia -aggiunge Sa-

verio Gliozzi, responsabile della unit dedicata alla Business Intelligence di ReStore-. Valori ancora più elevati se si considerano i numerosi retailer che hanno attivato per la prima volta il servizio o ampliato le aree geografiche in cui questo è disponibile. Nel giro di pochi mesi l'eCommerce ha fatto un balzo di 5 anni: se prima della pandemia questo strumento veniva considerato una comodità, oggi rappresenta una vera e propria necessità per il consumatore". In questo contesto, si inserisce l'arrivo del quick commerce che ha spinto alcuni retailer a trovare risposte adeguate.

Ad esempio, **Pam Panorama** (in collaborazione con Restore) sta sperimentando direttamente il servizio, senza il supporto esterno di marketplace o altri specialisti del settore: si tratta di **Pam Flash**, con consegna in 30 minuti, avviato a Bologna. "Siamo consci che la partita del quick commerce si basa su regole diverse tra i colossi europei super finanziati e la nostra gdo -evidenza Barbara Labate-. I player stranieri possono permettersi un conto economico in negativo anche per anni, prima di raggiungere un punto di equilibrio ed avere un business sostenibile, mentre la nostra distribuzione fa del margine e della sostenibilità del conto economico un proprio must. È, quindi, difficilissimo giocare la stessa

partita. Con Pam Flash abbiamo cercato di trovare un compromesso che garantisca al cliente un livello di servizio estremamente valido e competitivo, con una consegna entro 30 minuti, ma allo stesso tempo un assortimento vario, e che concili anche esigenze di sostenibilità, a vantaggio della rete dei Pam Local già presente sul territorio". I punti di vendita di prossimità diventano strategici in questo contesto. "La configurazione nativa di questi punti di vendita di extra prossimità e la loro collocazione territoriale ci permette di accedere al concetto logistico di mini-hub reticolare che sta alla base di questa particolare forma di delivery" afferma **Roberto Trevisan, responsabile eCommerce** di **Pam Panorama**.

Maiora Despar Centro Sud ha, invece, siglato un accordo di quick commerce con **Glovo** per la consegna della spesa a domicilio in 35 minuti per 21 store dislocati in Puglia, Abruzzo e Calabria. Questo servizio viaggerà in parallelo rispetto al già collaudato home delivery **Despar A Casa**. "L'accordo raggiunto con Glovo consentirà al gruppo Maiora Despar Centro Sud di ampliare i propri touch point digitali e aumentare le esperienze quotidiane di acquisto per clienti sia attuali sia prospect -afferma **Alessandro Pugliese, crm ed eCommerce manager** di Maiora Despar Centro Sud-. Questa



BARBARA LABATE
AD DI RESTORE

LA PARTITA DEL QUICK COMMERCE SI BASA SU REGOLE DIVERSE TRA I COLOSSI STRANIERI E I PLAYER ITALIANI. I PRIMI POSSONO ATTENDERE ANNI PRIMA DI RAGGIUNGERE UN PUNTO DI EQUILIBRIO, MENTRE I SECONDI FANNO DELLA SOSTENIBILITÀ DEL CONTO ECONOMICO UN PROPRIO MUST

partnership si sposa perfettamente con la strategia aziendale cliente-centrica che intende fornire servizi di valore".

Gruppo Végé si è mosso su più fronti: da un lato ha avviato una partnership con **Everli**, dall'altro con **Glovo** per assicurare la spesa a casa in 40 minuti dall'ordine effettuato online (negli orari di apertura dei punti di vendita) coinvolgendo gli oltre 3.500 store che compongono la rete del grup-

po. "Vogliamo diventare leader nell'omnicanalità, continuando a coccolare i nostri clienti anche con programmi di digital marketing nei punti di vendita, come il proximity ed il geofencing" afferma **Giorgio Santambrogio, Ad** di Gruppo Végé. Nel mondo di **Glovo** è entrata anche **Iper, La grande i (Gruppo Finiper)** con una selezione di circa 3.500 referenze, alimentari e non, e il coinvolgimento di 18 punti di vendita in Lombardia, Veneto, Piemonte ed Emilia-Romagna. "Riteniamo che il quick commerce sia uno dei principali trend emersi nell'ambito retail negli ultimi tempi e, grazie a questa partnership, vogliamo sfruttare il potenziale dei marketplace della spesa on-demand attraverso lo sviluppo di un nuovo modello di business vicino alle attuali aspettative del cliente online", dichiara **Sara Colombo, head of eCommerce** Iper La grande i e responsabile del progetto.

La società **Zero1**, appartenente al **Gruppo Balletta** e affiliata **Eurospin** con diversi discount al Sud Italia, si è affidata ad **Alfonsino** per gestire il servizio nelle aree di propria pertinenza.

Da parte sua, **Carrefour Italia** ha lanciato, in collaborazione con la Regione Lazio, una open innovation challenge chiamata Drive me 2 Carrefour. La sfida è mirata alla ricerca di soluzioni digitali per il ritiro nel punto di vendita degli ordini online.

LA PROXIMITY URBAN DI PONYU

Per velocizzare i tempi di consegna la presenza di dark store in aree urbane strategiche potrebbe essere la soluzione vincente. Su questa consapevolezza si basa il servizio di proximity hub di PonyU, specializzato nella logistica urbana dell'ultimo miglio, che ha già coinvolto Roma e Milano con l'obiettivo di espandersi in altre città. **La soluzione permette agli eCommerce di presidiare i centri urbani, garantendo consegne rapide e in sicurezza.** La consegna della merce nel perimetro urbano è affidata ai pony express di PonyU, la cui flotta di veicoli, composta da bici, scooter e furgoncini, consente di recapitare i pacchi in tempi celeri mantenendo la catena sia del freddo sia del caldo. Il singolo negozio online può decidere di affittare un proprio spazio all'interno di uno degli hub di PonyU e riservare ai propri prodotti un ripiano o un intero scaffale con un costo di 98 euro al mese per un intero scaffale, 19 euro al mese per un ripiano. Tre le tipologie di spedizioni possibili: instant con consegna entro 1 ora dall'ordine; same day con consegna nel pomeriggio per gli ordini della mattinata; next day con consegna il giorno successivo all'ordine. Le categorie merceologiche sono le più varie e spaziano dal food all'artigianato.

LA CRESCITA DI GORILLAS

Lanciata in Italia a partire dalla città di Milano alla fine di maggio 2021, Gorillas è ora disponibile in quattro città italiane con 21 warehouse in totale tra Milano, Roma, Torino e Bergamo (9 a Milano, 6 a Roma, 4 a Torino e 2 a Bergamo). **Nel 2021 sono stati effettuati 10 milioni di ordini. Il numero di ordini di Gorillas è cresciuto di 17 volte da gennaio 2021 a dicembre 2021.** "Dalla sua fondazione nel giugno 2020, Gorillas è cresciuta rapidamente fino a gestire oltre 180 magazzini in 9 mercati internazionali, consegnando oltre 4,5 milioni di ordini solo negli ultimi 6 mesi -dichiara **Giovanni Panzeri, chief commercial officer di Gorillas Italia-**. A seguito di questa rapida crescita internazionale, Gorillas sta ora entrando nella fase successiva del proprio sviluppo, costruendo un'infrastruttura aziendale scalabile e robusta e accelerando la crescita futura. Il capitale raccolto consente a Gorillas di rafforzare la presenza nei mercati esistenti, investendo in modo più mirato in operatività, persone, tecnologia, marketing e infrastrutture finanziarie. Questi investimenti aiuteranno Gorillas a fornire continuamente un'eccellente esperienza per il cliente".

La sfida è stata sviluppata in collaborazione con **Lazio Innova** e mette in palio 20mila euro per il vincitore. Le soluzioni proposte dovranno assicurare una user experience facile e confortevole nel processo di ritiro dell'ordine da parte del cliente e l'adozione di tecnologie text-to-speech per la ricezione dei messaggi automatici. "In Carrefour Italia crediamo che l'innovazione sia la chiave per rimanere competitivi in un mercato fortemente dinamico e per riuscire a rispondere al meglio ai nuovi trend di consumo" afferma **Alessandra Grendele, Cio** di Carrefour Italia. L'insegna aveva già adottato i servizi di Glovo per l'home delivery assicurando la consegna in scooter o bicicletta in 30 minuti o entro un'ora, sette giorni su sette, per un totale di 2.500 prodotti dai prodotti freschi al grocery, non food compreso.

Proprio grazie alla collaborazione con Carrefour, entra nel mondo del quick commerce anche **Deliveroo** che, dopo la sperimentazione nel Regno Unito, lancia in Italia **Deliveroo Hop**, servizio di consegna rapida di generi alimentari, attivato a Milano. L'offerta comprende oltre 1.500 prodotti, tra i cui le mdd dell'insegna, con consegna a domicilio in 10 minuti. Il primo negozio Deliveroo Hop è stato realizzato nel centro di Milano e consegnerà in questa prima fase nei quartieri Duomo, Navigli, Colonne

e Sant'Ambrogio. Si aggiungeranno presto nuove zone urbane e altre aree geografiche. "Deliveroo Hop migliorerà la nostra offerta di generi alimentari su richiesta, sia per i consumatori che per i nostri partner nel settore dei generi alimentari" afferma **Matteo Sarzana, general manager** di Deliveroo Italia. Questa collaborazione consolida e potenzia la **sinergia di Carrefour con Deliveroo** avviata nel 2020 in 48 città. "L'innovazione e i servizi digitali sono essenziali per la nostra strategia, perché ci permettono di rispondere alle nuove tendenze di consumo e offrire ai nostri clienti una sempre migliore esperienza" chiarisce **Christophe Rabatel, ceo** di Carrefour Italia.

Anche i piccoli commercianti si sono fatti conquistare dal quick commerce. La start up **Vado**, con consegna in meno di un'ora, ha reso accessibile il servizio a piccoli negozi e attività di nicchia grazie a un software collegato ai distributori automatici che velocizza le operazioni. Tramite l'integrazione tra Vado e le app di delivery, l'utente ha la possibilità di acquistare h24, sette giorni su sette, prodotti molto diversi. Per i prossimi 12 mesi, la start up mira a installare il software in almeno 300 vending machine.

La sfida all'ultimo miglio, quindi, non solo è già partita ma si prospetta sempre più agguerrita, sia a nord che a sud.