

L'impatto del delivery nel terziario

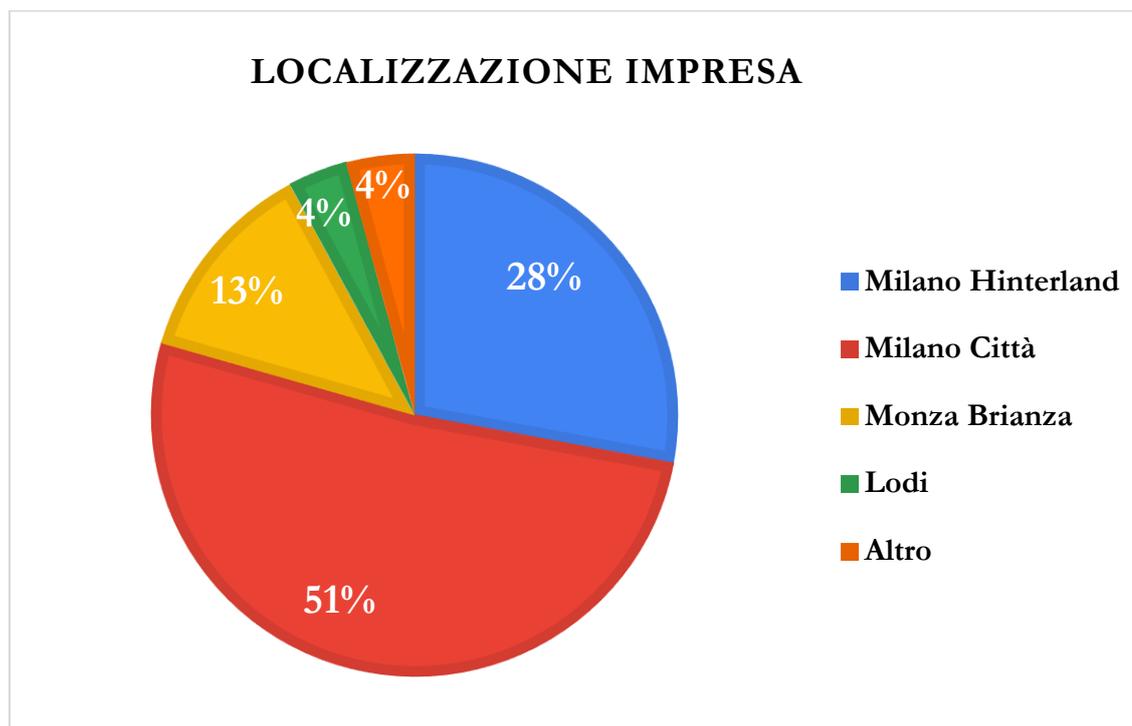
Sondaggio di Confcommercio

Milano, Lodi, Monza e Brianza

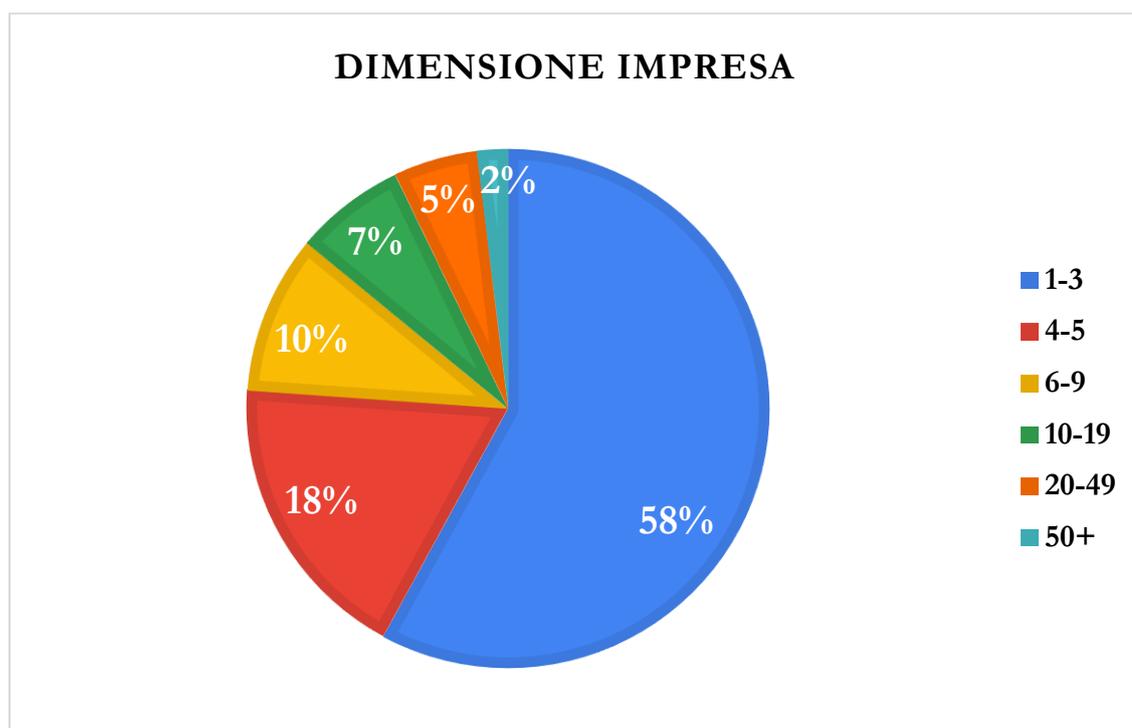
Dati elaborati dall'Ufficio Studi

Milano, giugno 2022

436 Rispondenti totali

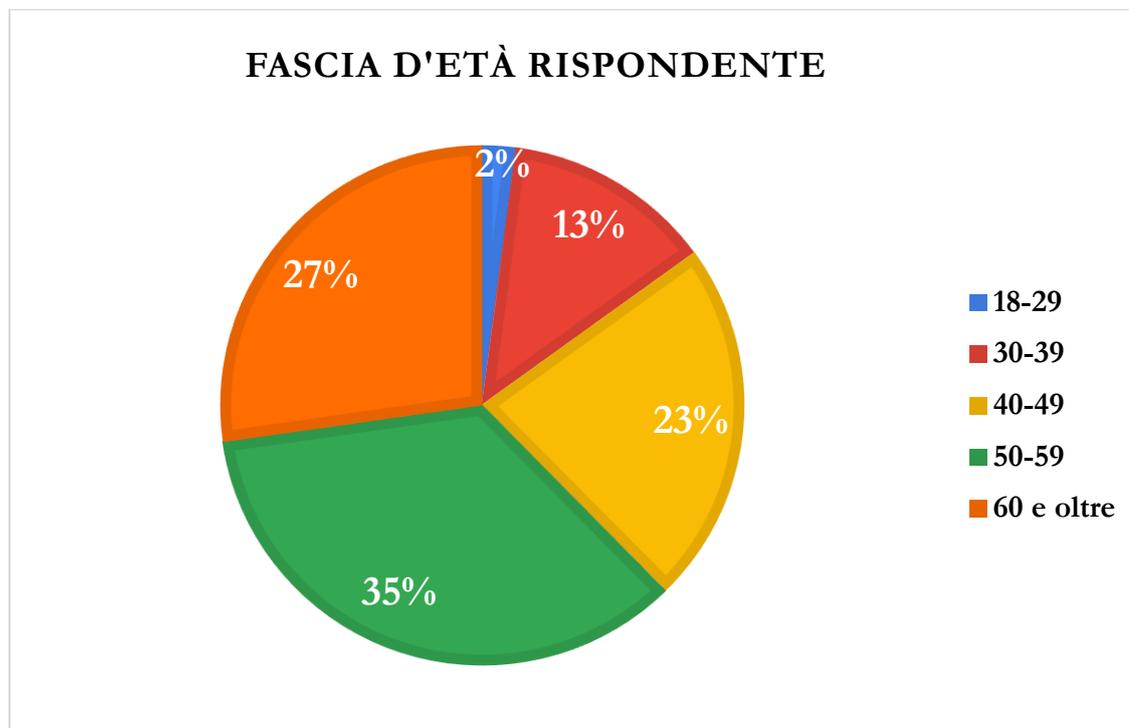


LOCALIZZAZIONE IMPRESA: Il 51% delle imprese che hanno risposto al sondaggio ha sede a Milano città; il 28% ha sede nell'hinterland milanese; il 13% si trova nella provincia di Monza e Brianza mentre il 4% ha sede in provincia di Lodi. Il 4% della voce Altro ha sede in provincie esterne alle tre su cui operano gli associati di Confcommercio MI LO MB.



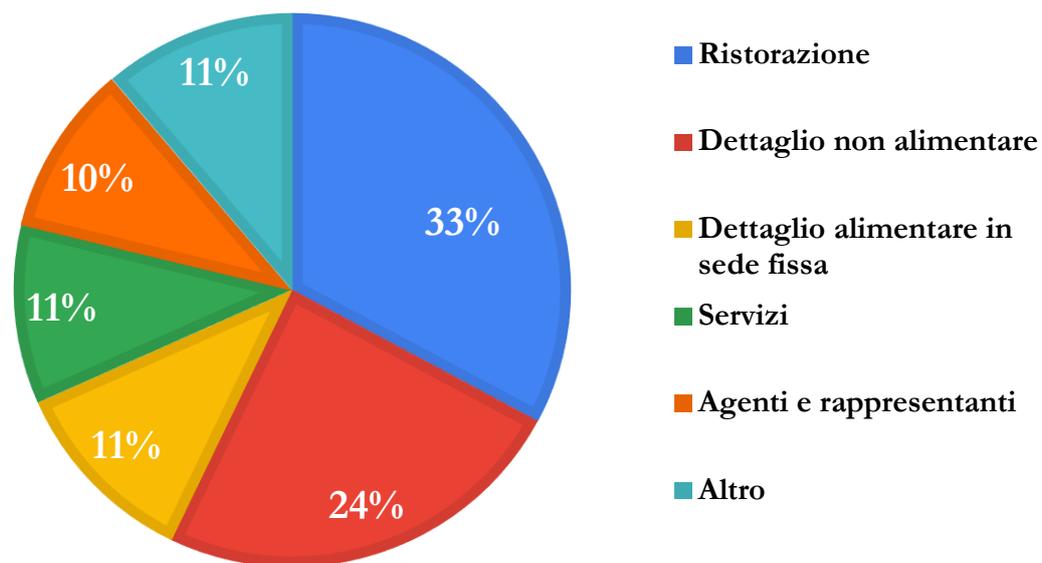
DIMENSIONE IMPRESA: la maggior parte delle imprese rispondenti è composta da massimo 3 addetti, il 58%. Il 18% delle imprese è composta da 4-5 addetti; il 10% da 6 a 9 addetti; il 7% è composto da 10 ai 19 addetti. Il 5% delle imprese è invece composto da 20-49 addetti; e infine il 2% delle imprese vede al suo interno oltre 50 addetti.

Il risultato vede quindi una maggior presenza di micro e piccole imprese tra chi ha risposto al sondaggio, dato in linea con le dimensioni medie delle imprese associate al sistema Confcommercio.



FASCIA D'ETA' RISPONDENTE: La fascia d'età maggiormente rappresentata tra gli imprenditori che hanno risposto al sondaggio è quella tra i 50 e 59 anni con il 35% dei soggetti interessati; il 27% dei rispondenti appartiene alla fascia d'età dai 60 anni in su; il 23% appartiene alla fascia d'età compresa tra i 40 e i 49 anni. Infine, il 13% appartiene alla fascia d'età compresa tra i 30 e i 39 anni mentre il 2% degli imprenditori risulta avere tra i 18 e i 29 anni.

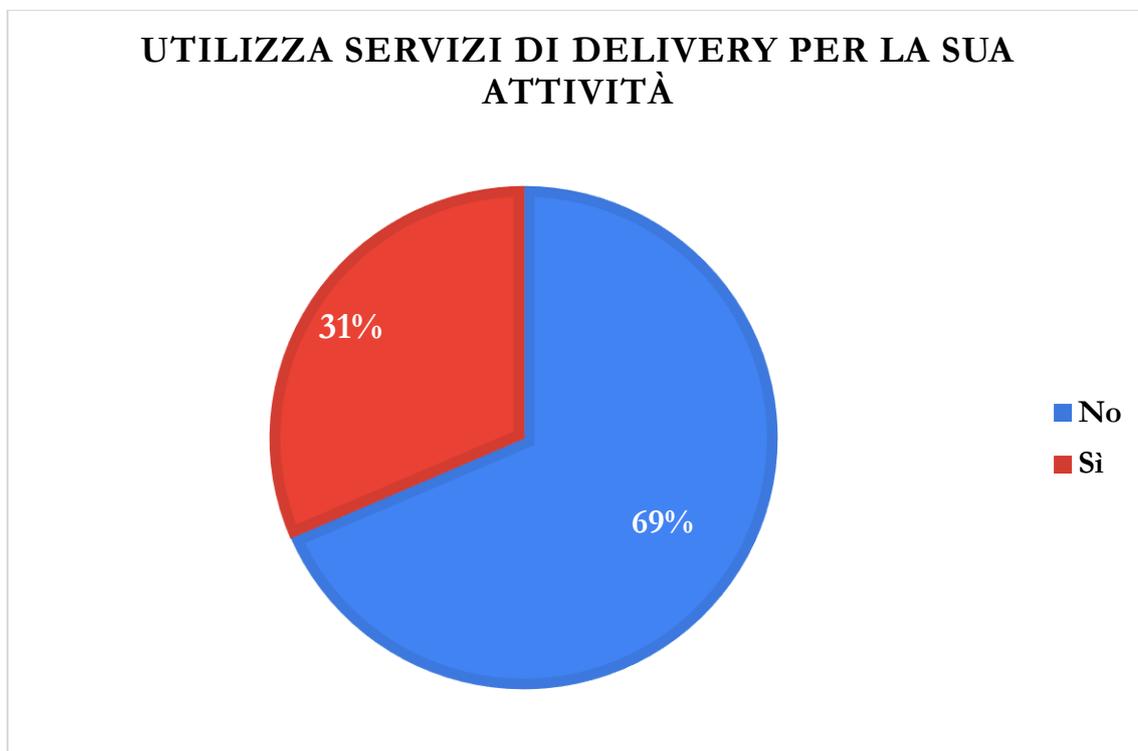
SETTORI MAGGIORMENTE RAPPRESENTATI



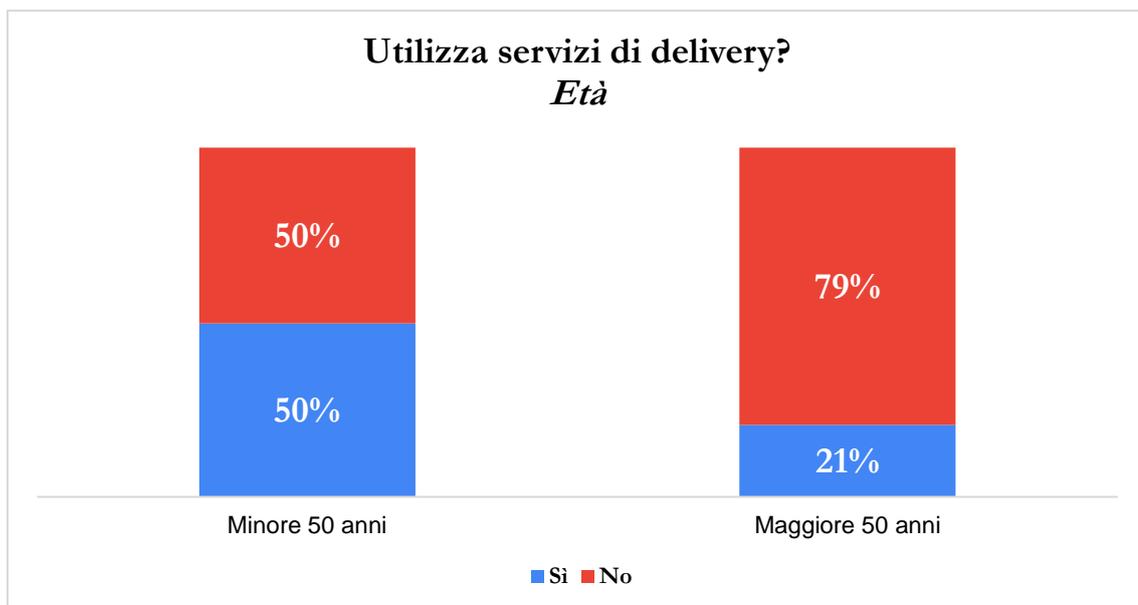
SETTORI MAGGIORMENTE RAPPRESENTATI: Il settore più rappresentato tra i rispondenti al sondaggio è la Ristorazione con il 33%; segue il dettaglio non alimentare con il 24% di risposte. 11% per gli altri settori: dettaglio alimentare in sede fissa, i servizi, e il settore "altro"; il 10% invece è composto dal settore degli Agenti e rappresentanti.

Anche per questa domanda, le percentuali restituiscono una fotografia piuttosto precisa su come sia composto il tessuto imprenditoriale aderente a Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

1) Utilizza servizi di delivery per la sua attività?

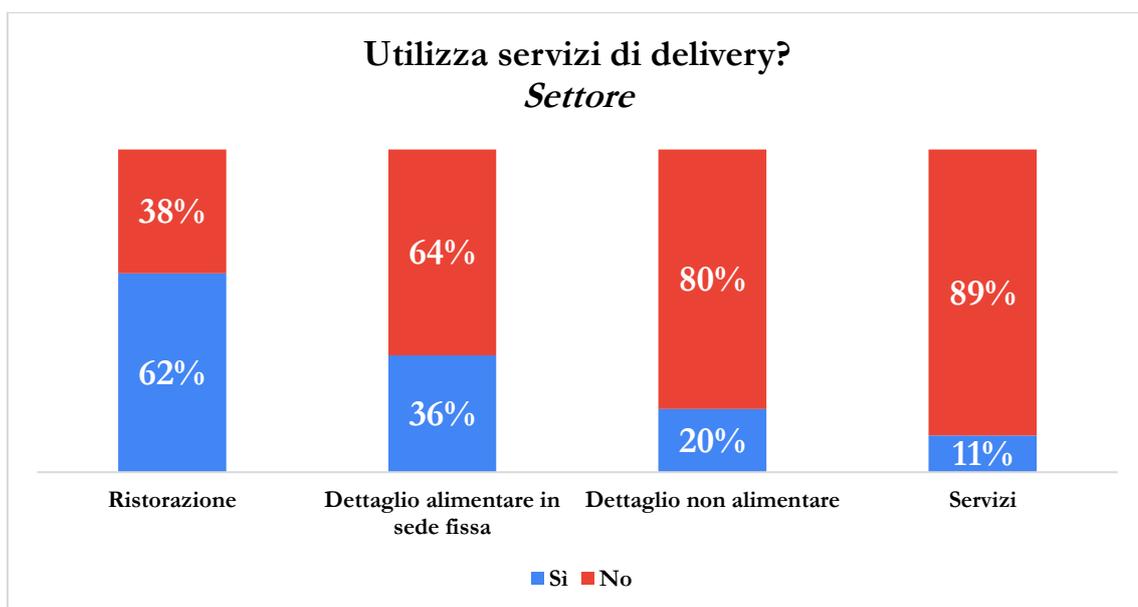


Dei 436 rispondenti 137 utilizzano servizi di delivery (31%) 298 non li utilizzano (69%)



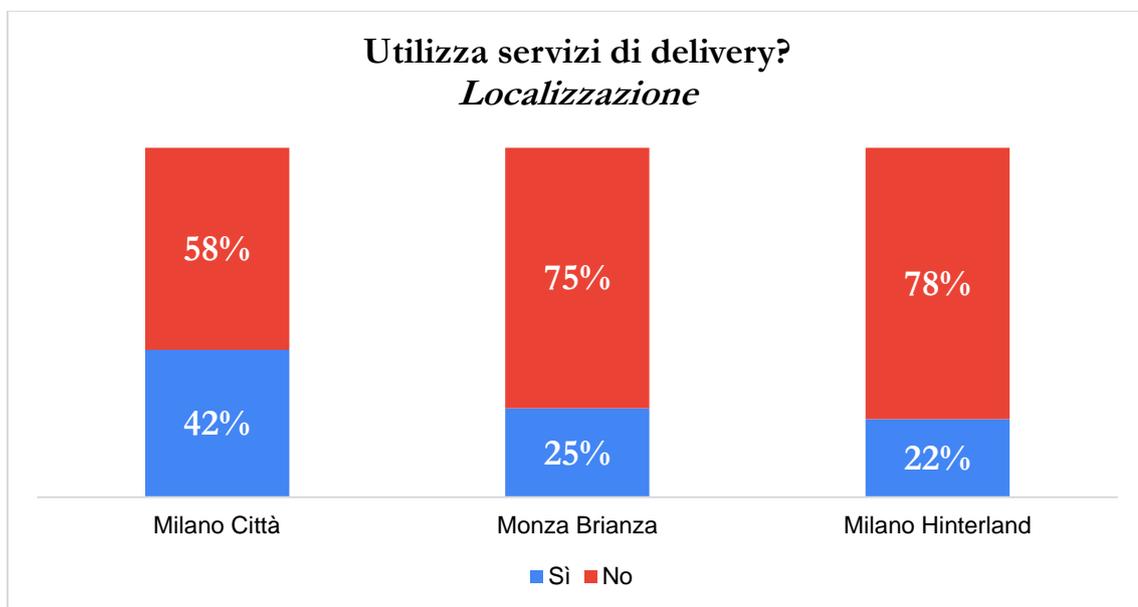
Rispetto all'età di chi utilizza servizi di delivery; tra gli imprenditori con meno di 50 anni, il 50% ha dichiarato di utilizzare i servizi di delivery e il 50% di non utilizzarli.

Tra gli imprenditori con età superiore ai 50 anni invece il 21% ha dichiarato di utilizzare servizi di delivery, mentre il 79% non ne fa uso.



Il settore dove si fa più utilizzo del delivery è, come da attese, quello della ristorazione (62%). Negli altri settori la percentuale di chi dichiara di utilizzare delivery diminuisce; nel dettaglio alimentare in sede fissa lo utilizza il 36%; nel dettaglio non alimentare il 20%, mentre nel settore dei Servizi l'11% dichiara di utilizzare servizi di delivery per la consegna dei propri prodotti.

Utilizza servizi di delivery? *Localizzazione*

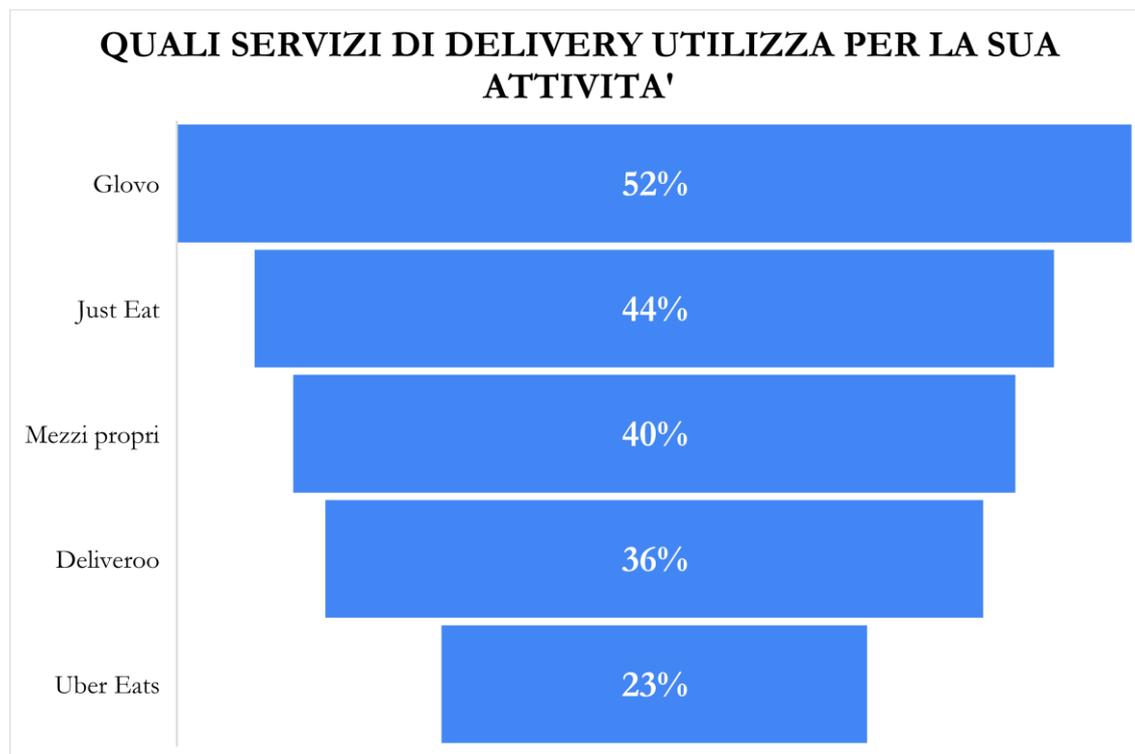


Per quanto riguarda la localizzazione di chi utilizza servizi di delivery, la percentuale maggiore di chi ne fa uso si trova a Milano Città (42%). Nella provincia di Monza e Brianza ne fa uso il 25% mentre nell'Hinterland Milanese utilizza delivery il 22% dei rispondenti al questionario.

Milano Città, al pari di quanto accade in tutte le grandi metropoli, vede una maggiore diffusione di servizi innovativi rispetto ai territori dell'hinterland.

Tra coloro che hanno risposto Sì alla domanda 1 (Utilizza servizi di delivery?)

2)



La maggioranza degli intervistati, il 52%, ha dichiarato di utilizzare Glovo; il 44% ha indicato di utilizzare Just Eat; il 40% ha dichiarato di utilizzare mezzi propri; il 36% Deliveroo; il 23% Uber Eats.

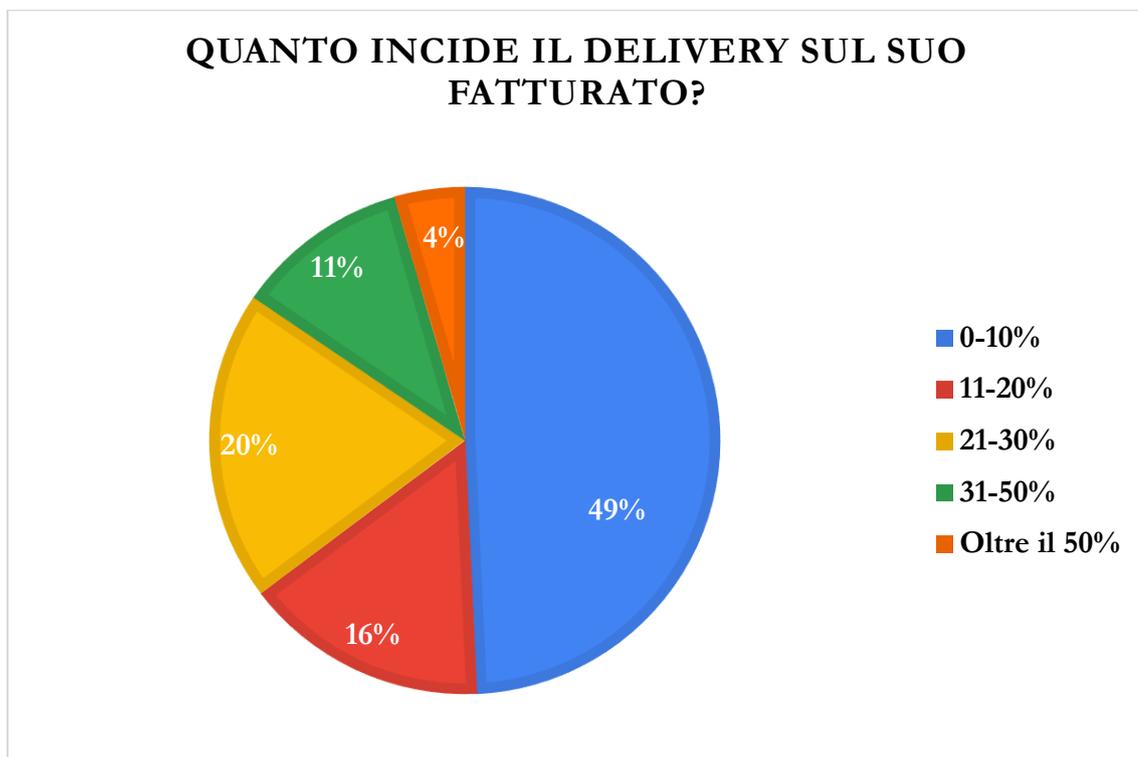
3)



A chi ha affermato di utilizzare il delivery è stato chiesto da quando si è iniziato a utilizzare questo tipo di servizi. Il 42% ha dichiarato di utilizzare il delivery già dal 2019 o prima: la stessa percentuale, il 42%, ha dichiarato di aver iniziato a usare delivery nel 2020; mentre solo il 12% ha iniziato nel 2021 e il 4% ha iniziato nel 2022.

Le imprese del nostro territorio dimostravano già una buona conoscenza e utilizzo di questa modalità di vendita ancor prima dello scoppio della pandemia nel 2020.

4)

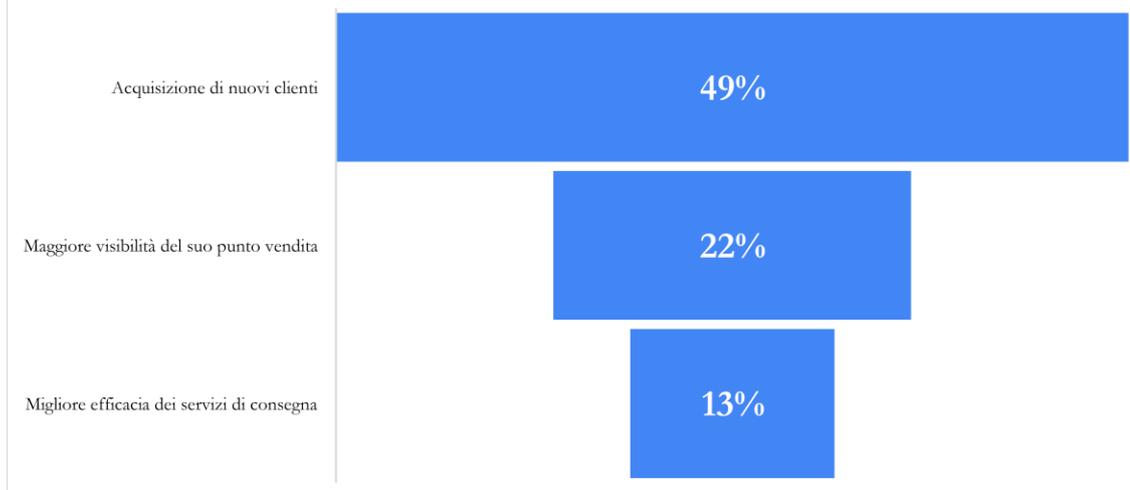


INCIDENZA DEL DELIVERY SUL FATTURATO: per il 49% di chi ha risposto al sondaggio il delivery incide dallo 0 al 10%; per il 20% tra il 21% e il 30%. Per il 16% incide invece in una fascia tra l'11 e il 20%; mentre l'11% dei rispondenti dichiara che il delivery incide sul fatturato tra il 31 e il 50%. Da ultimo, per il 4% degli intervistati il delivery incide per oltre il 50% del fatturato.

I giudizi sono abbastanza uniformi, tuttavia è significativo un 35% di rispondenti il cui fatturato è notevolmente influenzato dall'utilizzo del delivery (dal 20% in su).

5)

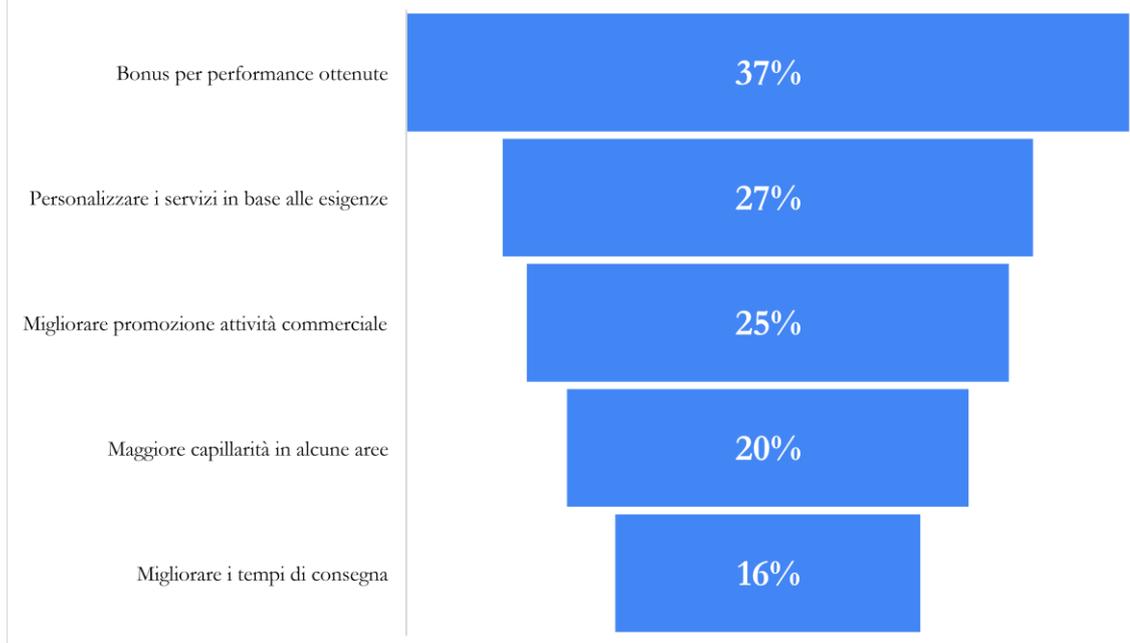
QUALE VANTAGGIO COMPORTA LA COLLABORAZIONE CON I SERVIZI DI DELIVERY?



Sul fronte dei vantaggi dei servizi di delivery, vi è l'acquisizione di nuovi clienti, opzione indicata dal 49% dei rispondenti; per il 22% invece il vantaggio maggiore consiste nel poter dare più visibilità al punto vendita; per il 13% il vantaggio è dato dall'aver una migliore efficacia dei servizi di consegna.

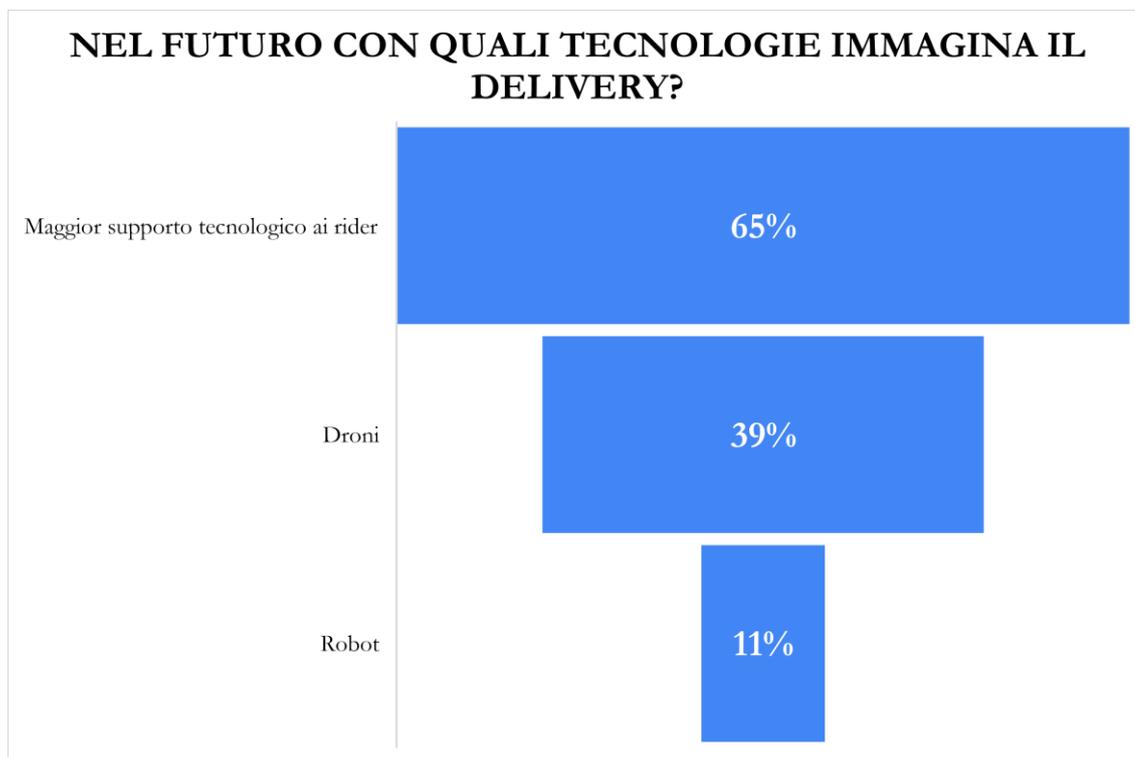
6)

COME MIGLIOREREBBE IL SERVIZIO DI DELIVERY CHE UTILIZZA?



Il 37% vorrebbe dei bonus per le performance ottenute; il 27% vorrebbe servizi personalizzati a seconda delle esigenze; il 25% migliorerebbe la promozione dell'attività commerciale; il 20% vorrebbe maggiore capillarità in alcune aree; il 16% migliorerebbe i tempi di consegna.

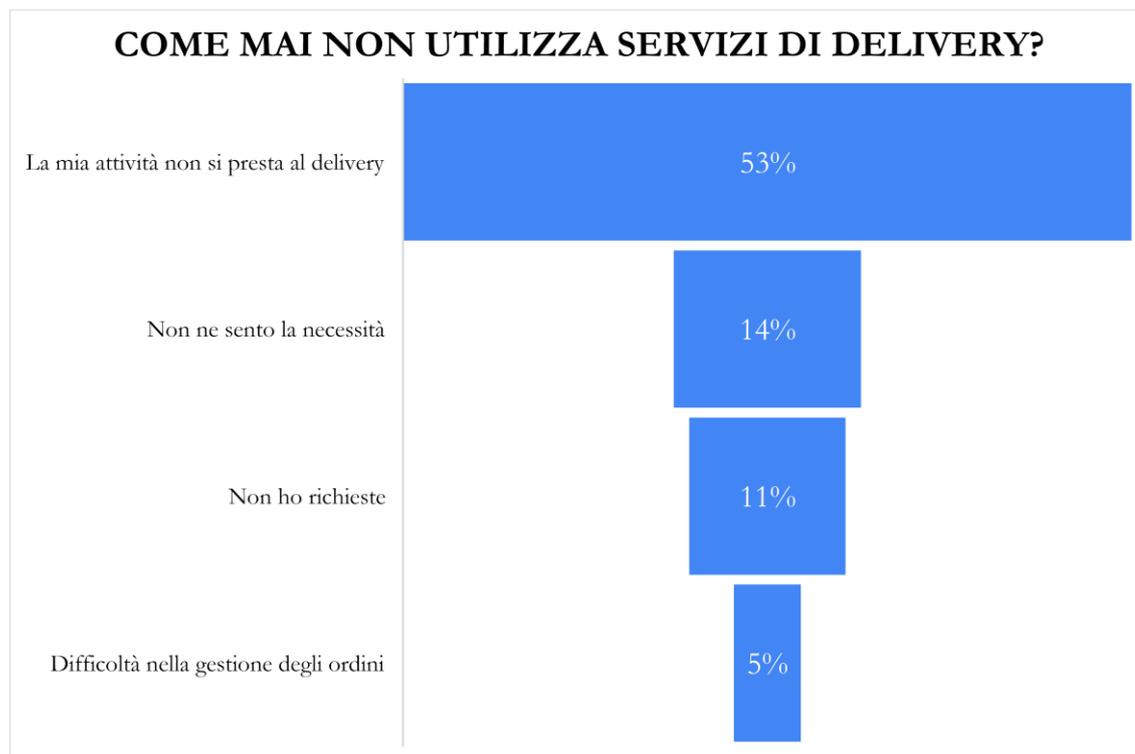
7)



Secondo il 65% degli imprenditori che hanno risposto al questionario servirebbe maggior supporto tecnologico ai rider; il 39% si immagina l'uso dei droni per il delivery mentre un 11% ipotizza l'utilizzo di robot.

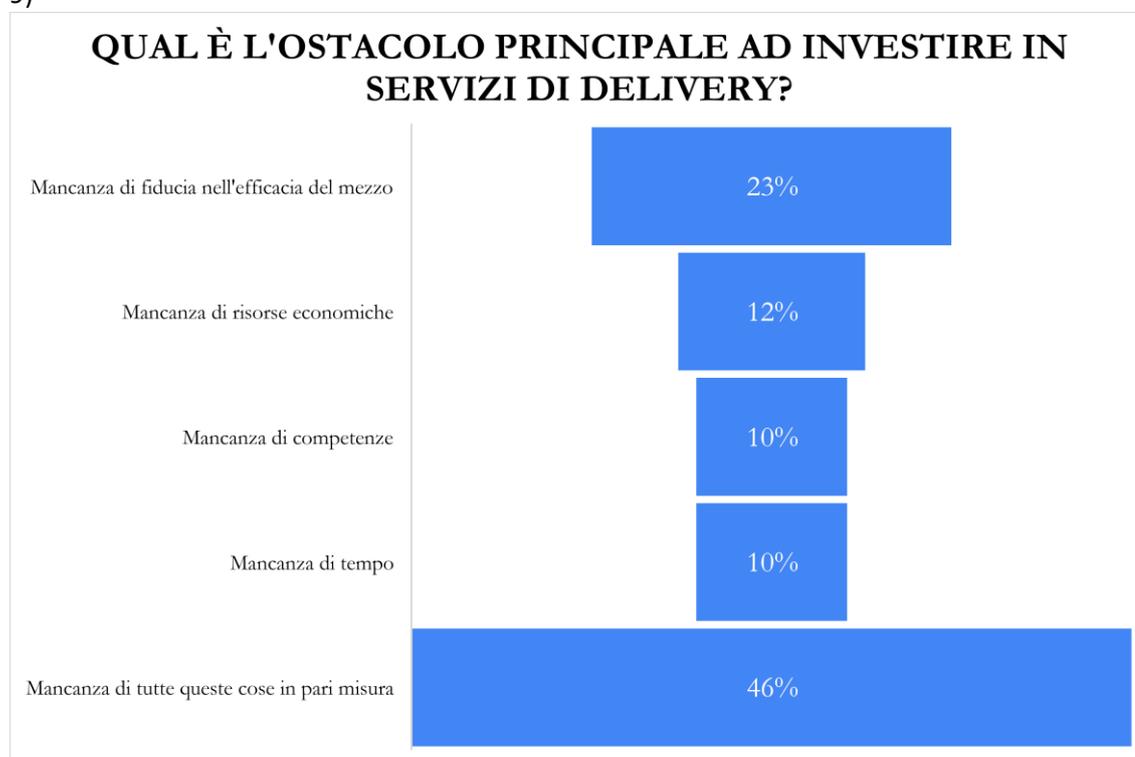
Tra coloro che hanno risposto NO alla domanda 1)

8)



Tra le domande invece rivolte solo a chi non utilizza il servizio delivery è stato chiesto di indicare le motivazioni per le quali il servizio non venga utilizzato: il 53% ha risposto che la propria attività non si presta al delivery; il 14% non ne sente la necessità; l'11% non lo utilizza poiché privo di richieste; il 5% infine per una difficoltà nella gestione degli ordini.

9)



Nell'ultima domanda, sempre rivolta a chi ha deciso di non investire sul delivery, è stato chiesto quale fosse l'ostacolo principale. Per il 23% degli intervistati vi è una mancanza di fiducia nell'efficacia del mezzo; il 12% invece non investe per mancanza di risorse economiche; il 10% per mancanza di competenze; il 10% per mancanza di tempo mentre la maggioranza, il 46% dei rispondenti, per la mancanza di tutti queste voci elencate in precedenza in pari misura.