



# FOOD DELIVERY

— tra opportunità e sfide —

Il 2020 è stato l'anno della pandemia e dei **processi di digitalizzazione del food**. Un connubio che non stupisce: con il distanziamento sociale, le chiusure obbligate, i timori delle persone e lo smart working sono cambiate le abitudini e il numero degli "e-consumatori" in un solo anno è triplicato.

Un vero e proprio boom per l'**e-commerce**, quindi, che nel Paese del buon cibo e della ristorazione eccellente, ha più di tutto riguardato l'alimentare, cioè il Grocery (crescita dell'85% rispetto al 2019), l'Enogastronomia (con un

+63%) e il Food Delivery (+19%). Alcuni di questi fenomeni erano già - seppur timidamente - in atto. Infatti, secondo quanto emerge dalla ricerca dell'Osservatorio eCommerce B2C del Politecnico di Milano, la **spesa alimentare online** nel 2019 era ancora il fanalino di coda degli acquisti via web. Ma negli ultimi mesi, tra limitazioni di spostamenti e di contatti, hanno "preso il volo". Uno su tutti il **food delivery** che fino al 2019 era per lo più appannaggio delle grandi città e delle big company, mentre ora è una realtà sempre più diffusa.

**IL FOOD DELIVERY CHE FINO AL 2019 ERA PER LO PIÙ APPANNAGGIO DELLE GRANDI CITTÀ E DELLE BIG COMPANY, MENTRE ORA È UNA REALTÀ SEMPRE PIÙ DIFFUSA**

Le nuove modalità di vendita e di fruizione per la consegna di cibo sono comunque destinate a permeare stabilmente il variegato mercato del food e per questo diventano sfida e **opportunità a tutti i livelli**: grandi startup con le app, network di ristoranti, piccoli esercizi e nuove società di delivery per i centri in provincia, sono tutti chiamati a rispondere alle mutate esigenze del mercato. Una continua e rapida evoluzione che non deve però portare all'improvvisazione, soprattutto in un settore esploso in modo preponderante e con ancora molti "buchi" legislativi. Le piattaforme, grandi e piccole che siano, devono innanzitutto pensare al modello di food delivery da applicare, cioè alla combinazione dei processi di ordinazione, preparazione e consegna del pasto. Diverse sono infatti le tipologie di servizio:

- **only order**, dove l'azienda di delivery agisce come intermediaria e diventa una vetrina per i ristoranti partner che però devono effettuare la consegna autonomamente (esempio Just Eat e PizzaBo),



- **only delivery**, dove invece l'azienda effettua il servizio di consegna mentre l'ordine viene effettuato dai ristoratori o dalle piattaforme di only order,
- **order and delivery**, dove le aziende si occupano sia di ordini che di consegna (esempio Glovo e Uber Eats).

La scelta del modello di business e delle modalità con cui viene attuato influisce sui processi di fatturazione e di incasso, sugli accordi (contratti) con i ristoranti partners, sul grado di rischio connesso all'attività medesima, sulla tracciabilità dell'ordine, sulla complessità contabile e amministrativa, sulla scelta del software gestionale e delle integrazioni con esso.

Segue il **problema dell'IVA**: anche se con la Legge di Bilancio 2021 la cessione di piatti pronti e da asporto è stata infatti finalmente assoggettata all'aliquota del 10%, rimane il problema della cessione delle bevande e dell'aliquota per il servizio di trasporto. Indipendentemente dalla modalità di esecuzione del core business è comunque essenziale garantire l'idoneità igienico sanitaria dei contenitori e dei mezzi utilizzati per il trasporto. Non vi sono regole ad hoc, ma l'obbligo di possedere

una **certificazione HACCP** che preveda l'applicazione di procedure e strumenti (es contenitore isoteramico) per garantire le condizioni igieniche dei prodotti a tutela del consumatore, inoltre è da segnalare che alcune amministrazioni locali richiedono attività aggiuntive.

**LE PIATTAFORME DEVONO PENSARE AL MODELLO DI FOOD DELIVERY DA APPLICARE, CIOÈ ALLA COMBINAZIONE DEI PROCESSI DI ORDINAZIONE, PREPARAZIONE E CONSEGNA DEL PASTO**





**IL FOOD DELIVERY È UN'IMPORTANTE OPPORTUNITÀ DEL MERCATO, MA È ANCHE UNA SFIDA DA AFFRONTARE CON ATTENZIONE: TIMING E REATTIVITÀ SONO ESSENZIALI**

Anche i **riders** (i ben noti fattorini delle grandi piattaforme), operando nel settore alimentare, devono rispettare norme igieniche oltre a tutte quelle previste in tema di sicurezza stradale. E parlando di rider, arriva il problema più delicato che devono affrontare le società di delivery, quello cioè di inquadrare i **gig worker** (da gig economy o "economia dei lavoretti"). Lo sanno bene i colossi del

delivery (Glovo, Uber Eats, JustEat e Deliveroo) che hanno appena ricevuto multe per complessivi 733 milioni di euro per violazione di norme sulla sicurezza e a cui sono stati notificati ulteriori verbali dalla Procura di Milano in base ai quali dovranno regolarizzare i fattorini come lavoratori coordinati e continuativi.

Le modalità d'impiego attualmente utilizzate dalle piattaforme per tali lavoratori sono infatti piuttosto diversificate, ma sono praticamente tutte al di fuori del perimetro della subordinazione configurando come fattispecie di lavoro autonomo: collaborazioni coordinate e continuative, collaborazioni occasionali di lavoro autonomo e collaborazioni a partita IVA. La scelta di inquadramento ha ricadute contributive e di copertura assicurativa contro gli infortuni e le malattie professionali.

Ma non è tutto... le aziende di delivery sono entrate anche nell'occhio del Garante della Privacy che le ha inserite nei suoi piani ispettivi. Le piattaforme sono infatti una miniera di informazioni sensibili ed è indispensabile quindi adottare corrette Privacy Policy, Cookie Policy ed adeguata sicurezza informatica.

Poi c'è la gestione, quella quotidiana della società che deve essere monitorata, perché questo tipo di attività comporta elevati volumi di clienti e ristoranti partners, e pertanto **software ed algoritmi di gestione** integrati ed efficaci.

Il food delivery è dunque uno dei maggiori trend del momento, un'importante opportunità del mercato, ma è anche una sfida da affrontare con attenzione: timing e reattività sono essenziali se accompagnati da conoscenza e competenza che **consulenti fiscali specializzati** in questo settore sono in grado di fornire agli imprenditori dalla fase di progettazione del modello di business, alla fase di startup ed autorizzativa, alla successiva gestione quotidiana.

RI



GI·METAL

**REDBOX**

Pizza. Calda. Sempre.



## SEI PRONTO PER LA RIVOLUZIONE DEL DELIVERY ?

**REDBOX è il nuovo box per la consegna a domicilio professionale che mantiene inalterata la qualità di pizza e altri cibi caldi, assicurando il mantenimento del calore e della croccantezza grazie ad un sistema brevettato di controllo di temperatura e umidità.**

Redbox è pensato per essere utilizzato su tutti i tipi di scooter cargo, sia elettrici che a benzina, e nelle auto, allocato nel bagagliaio, con apposito kit di adattamento.



CONSEGNI CIBO  
DI QUALITÀ



AUMENTI LA QUALITÀ  
DEL TUO SERVIZIO



OTTIMIZZI  
LA CONSEGNA



MIGLIORI IL TUO  
BUSINESS



TI DIFFERENZI  
DALLA CONCORRENZA

**Gi.Metal Delivery Solutions** offre diverse soluzioni di acquisto, noleggio o finanziamento per garantire il miglior servizio di delivery. Per avere maggiori informazioni e per richiedere un preventivo personalizzato visita il nostro sito

[WWW.GIMETALDELIVERYSOLUTIONS.IT](http://WWW.GIMETALDELIVERYSOLUTIONS.IT)

