Warszawa, 21 grudnia 2020 r.

**Delivery rośnie błyskawicznie –
jakie zmiany zaszły w tym roku?**

**Szeroka sieć partnerstw, szybsze dostawy, wyzwania logistyczne, rozwój technologii i nowe funkcjonalności w odpowiedzi na oczekiwania użytkowników – tak prezentują się główne zmiany w branży delivery. Segment, który stopniowo zyskiwał zaufanie wśród Polaków, stał się kompanem w codziennym życiu, oferując znacznie więcej niż dostawy jedzenia i zakupów do domu. Z czym jeszcze musiały zmierzyć się firmy delivery w tym roku? Czego branża spodziewa się w przyszłym roku – podsumowują eksperci Glovo.**

Rok 2020 zapisze się w naszej historii jako czas wielkich zmian. Niemal wszystkie branże stanęły przed wyzwaniami niemożliwymi do przewidzenia. Zmienił się model konsumenta, a także nasze zachowania zakupowe. Polacy, dotychczas nieco nieufni względem branży delivery, chcąc zachować społeczny dystans, zaczęli przekonywać się nie tylko do zamawiania żywności do domu, ale również do usług miejskich kurierów. Liczba pobrań aplikacji w tym roku wyniosła ponad 1,6 mln, a najdroższe zamówienie artykułów spożywczych w Glovo opiewało na sumę 1790 zł.

**Drugie życie delivery**

Ostatnie miesiące sprawiły, że chętniej stawiamy na dostawy nie tylko jedzenia czy zakupów spożywczych wprost pod nasze drzwi. Z danych wynika, że coraz częściej korzystamy z usług miejskich kurierów, którzy towarzyszą nam niemal każdego dnia. Coraz chętniej zamawiamy niezbędne produkty spożywcze czy dania z ulubionych restauracji, rosnącą popularnością cieszą się też zamówienia specjalne. Jak deklaruje Glovo, funkcjonalność przycisku „anything button” – za pomocą którego można zlecić kurierowi odbiór paczki z paczkomatu czy punktu odbioru czy poprosić o dostarczenie niestandardowego zamówienia - cieszy się większym zainteresowaniem. Chętnie decydujemy się na zamówienie małych zakupów z konkretnych sklepów – ten rodzaj dostaw stanowi aż 80% zamówień niestandardowych. Na podium znajdują się także jedzenie z pobliskich restauracji oraz apteczne produkty bez recepty.

- Glovo jest jedyną aplikacją na rynku oferującą możliwość zamówienia czegokolwiek. To wyjątkowa usługa, którą chcemy rozwijać. Widzimy, że coraz więcej osób docenia elastyczność i szeroki wachlarz możliwości oferowanych przez „anything button”. Popularność tej usługi stale rośnie, szczególnie w czasach, gdy nasza możliwość wyjścia z domu została ograniczona przez obostrzenia czy złe samopoczucie – dodaje Maria Raszdorf, marketing manager Glovo Polska.

Kurierzy Glovo na co dzień mają do czynienia z przeróżnymi zamówieniami, jednak do najbardziej wyjątkowych z pewnością należał złoty naszyjnik z brylantem, wapno dla gryzoni, czy…kolorowe sztuczne paznokcie, tzw. „tipsy”.

**2020 pod znakiem szans na rozwój oraz wyzwań**

Sytuacja na świecie postawiła branżę delivery przed wyzwaniem wzmożonej i stale rosnącej aktywności i nowych potrzeb konsumentów. Sprostanie tego typu wymaganiom wymaga czasu, a tego jak wiadomo, było niewiele. Wiązała się z tym jednak również szansa na rozwój. Umowy czy kontrakty, które pozwalały na wzbogacenie wachlarza dostępnych produktów oraz portfolio klientów niegdyś wymagały wielomiesięcznych, a nawet wieloletnich negocjacji. Teraz były finalizowane w maksymalnie kilkanaście tygodni.

- W tym roku branża delivery na całym świecie poczyniła ogromne kroki w kierunku rozwoju oferty i technologii. Firmy zostały postawione w wyjątkowej sytuacji, w której musiały zrealizować nieplanowane dotąd działania w ekspresowym tempie, jak chociażby wprowadzenie bezkontaktowej dostawy czy zdalny onboarding kurierów. Liczba naszych partnerstw na polskim rynku od początku roku wzrosła dziesięciokrotnie. Dzięki współpracy z dużymi sieciami handlowymi, takimi jak Auchan czy Biedronka, użytkownicy zyskali naprawdę duży wybór możliwości i produktów – dodaje Raszdorf.

**Co czeka branżę delivery w 2021 roku?**

Branża delivery mocno urosła w siłę i z całą pewnością jest segmentem, który będzie się wzmacniał w nadchodzących latach. Wynika to między innymi ze zmieniającego się stylu życia i otwartości na korzystanie z usług cyfrowych w różnych grupach wiekowych. Przekonaliśmy się już, że to ogromne ułatwienie. Wykorzystujemy bowiem aplikacje delivery nie tylko do zamawiania jedzenia i zakupów spożywczych, ale także do dostarczania i odbierania paczek czy realizowania dowolnych zamówień wysyłanych ekspresowo do naszych bliskich.

Trendem, który może wybić się w nadchodzącym roku w niektórych krajach są dark kitchens oraz dark stores, czyli miejsca bez fizycznych lokali, obsługi klienta, które oferują swoje produkty i dania wyłącznie w dostawie. Prowadzenie lokali, gdzie klient może przyjść i zjeść posiłek czy też zakupić towar pochłania bardzo duże zasoby finansowe. Przełożenie ich na inwestycje w lepszej jakości produkty, opakowania czy promocję pozwoli na rozwój, a także zaoferowanie użytkownikom większego wachlarza wyboru.

- W najbliższych miesiącach trendami, które pojawią się i wzmocnią w tej branży będzie jeszcze większe przyspieszenie całego łańcucha dostaw. Pracujemy nad doskonaleniem technologii i doświadczeń, które wyprzedzają oczekiwania klientów. Dlatego postawiliśmy na Q-commerce, które będziemy prężnie rozwijać. To gwarancja super szybkiej dostawy w maksymalnie 30 minut - dodaje Carlos A. Silvan, general Manager Glovo Polska.

Jeden z głównych graczy polskiego rynku delivery wprowadził ten nowy obszar działalności biznesowej. Dzięki partnerstwu i współpracy z największymi sieciami handlowymi umożliwia użytkownikom niemal nieograniczone dostawy wprost do domów. Rozwiązanie obejmuje nie tylko artykuły spożywcze i restauracyjne dania, ale cały asortyment sklepów.

- Ważną kwestią, która będzie ogromnie istotna dla delivery będzie dialog i dbałość o indywidualne podejście do partnerów, a także wrażliwość na zmieniającą się sytuację. Rynek delivery bardzo dynamicznie rośnie już od lat, a nadchodzący rok tylko wzmocni ten rozwój – podsumowuje Carlos A. Silvan.

**\_\_\_\_\_\_\_\_
O Glovo**

Założona w Barcelonie firma działa w ponad **650 miastach w 22 krajach** w regionie EEMEA, LATAM i Afryce Subsaharyjskiej. Glovo ma ponad **2,5 miliona aktywnych użytkowników miesięcznie,** 50 000 aktywnych kurierów i **ponad 50 000 stowarzyszonych partnerów na całym świecie.**

Aplikacja pojawiła się w Polsce w lipcu 2019 roku przejmując PizzaPortal. Już teraz z usługi można skorzystać w **33 miastach w Polsce:** Warszawa, Kraków, Łódź, Wrocław, Gdańsk, Gdynia, Poznań, Katowice, Sopot, Lublin, Szczecin, Toruń, Bydgoszcz, Białystok, Rzeszów, Olsztyn, Opole, Płock, Gliwice, Sosnowiec, Chorzów, Gorzów Wielkopolski, Elbląg, Częstochowa, Bielsko-Biała, Rybnik, Kielce, Bytom, Tychy, Radom, Dąbrowa Górnicza, Zielona Góra, Koszalin.

Więcej informacji na stronie:<http://about.glovoapp.com/en/>