



Formula "drive", la Francia ci crede

La modalità di acquisto che sfrutta in parte le potenzialità di internet si sta rapidamente diffondendo. Non c'è catena francese che non ci stia puntando in modo strategico. E in Italia?

Difficile dire se e quando attecchirà anche in Italia. La formula "drive", la modalità di acquisto grazie alla quale il consumatore non ha bisogno di scendere dall'auto per fare la spesa, ma semplicemente passa a ritirare e a pagare ciò che ha precedentemente ordinato online, per ora è proposto solo da **Auchan**.

Il servizio, avviato già da qualche tempo in via sperimentale nell'ipermercato di **Torino**, a breve sarà esteso anche a quello milanese di **Buccinasco**: circa 4.000 articoli alimentari e non, compresi i deperibili, che la clientela può selezionare (e pagare, se crede) su web e passare poi a ritirare nell'arco della giornata (dalle 8,30 alle 20,30 con orario continuato) dal lunedì al sabato direttamente presso il punto vendita.

Il concept presenta indubbi vantaggi per il consumatore. Ma qualche perplessità, applicato al caso italiano, resta. Un po' perché noi italiani siamo ancora piuttosto indietro nell'utilizzo di internet rispetto ai cugini francesi. I tempi non sembrano ancora maturi. Forse siamo anche più comodi: perché fare la spesa online e dedicare del tempo per passare poi a ritirarla all'iper quando posso farmela consegnare comodamente a casa, anche se a fronte di un piccolo riconoscimento economico?

Anche questa modalità inoltre – benché consenta di risparmiare un po' di tempo – snatura in parte il "bello" della spesa, il gusto di girare tra gli scaffali, di potere vedere i prodotti, di toccarli. E tradizionalisti negli acquisti come siamo ci vorrà del tempo perché il format "drive" si diffonda. Ma le potenzialità di successo ci sono tutte. Si tratta evidentemente di una scommessa

Scommessa che in Francia, a quanto pare, è già stata vinta. Alcuni studi recenti ipotizzavano nell'arco di qualche anno lo sviluppo di un migliaio di "drive", considerate le varie catene, su tutto il territorio francese. Ebbene, si trattava di stime non così lontane dal vero. A dare il là è stata una decina d'anni fa, in modo pionieristico, proprio Auchan. Tra le ultime si annoverano **Carrefour** e **Cora**. Oggi non c'è insegna transalpina che non abbia integrato, convertito o addirittura inaugurato in modo indipendente dei punti vendita caratterizzati dalla formula "drive".

A spingere di più su questo fronte, secondo la stampa specializzata francese, sarebbe attualmente la catena **Casino**. Intenzionata ad accelerare lo sviluppo di questo format per non farsi troppo distanziare dai concorrenti, pare pianifichi di aprire una trentina di "drive" associati ai suoi iper entro fine anno (che si aggiungerebbero ai 65 che già possiede) completando la rete dei 115 punti vendita entro il 2012. Addirittura ve ne sarebbe uno indipendente in cantiere (in grado di proporre tra le 6.000 e 7.000 referenze) previsto per il prossimo autunno.

La stessa Auchan non starebbe con le mani in mano. Sono infatti 20 i nuovi "drive" in progetto entro il 2011, che farebbero salire a 80 in tutto quelli messi a disposizione della clientela. Ben più ambiziosi i piani di **Leclerc**. Partendo dagli attuali 65 punta addirittura a svilupparne 400 da qui al 2016.

Bernardo Camasi

20 - Marzo - 2011