

# Commercio online, Agribologna alleata con la tedesca Gorillas

## Distribuzione

La società emiliana punta sulla piattaforma delivery della startup internazionale

### Ilaria Vesentini

È una partnership che scardina la vecchia logistica distributiva, apre orizzonti internazionali e garantisce tassi di crescita a doppia cifra di mese in mese, quella partita in sordina lo scorso agosto - ufficializzata ieri - tra il gruppo emiliano Agribologna e la startup berlinese Gorillas.

Il primo è uno dei big nazionali nella produzione di ortofrutta fresca, coop di 110 soci agricoltori con 3.500 ettari di campi, una fabbrica hi tech di 40mila mq alle porte di Bologna per lavorare il fresco, 21 piastre distributive in Italia e 2 in Europa, 220 dipendenti e 190 milioni di fatturato.

La seconda è la piattaforma etica e sostenibile di consegna a domicilio ultrarapida in bici, che sta battendo tutti i record in Europa, arrivata già a valere un miliardo di dollari di capitalizzazione: nata appena un anno fa è già attiva in 60 città in 9 Paesi con 200 magazzini di proprietà e 14mila collaboratori. All'interno dei suoi warehouse di quartiere (negozi senza accesso al cliente) Gorillas garantisce la disponibilità di oltre 2mila prodotti di prima necessità, che consegna ai clienti in soli dieci minuti, privilegiando prodotti freschi a km zero, per investire nella filiera corta, tagliare sprechi di cibo, plastica ed emissioni di CO<sub>2</sub>.

Agribologna ha iniziato dall'estate a fornire le prime referenze,

oggi è a 27 prodotti freschissimi disponibili sull'app di delivery, nelle città di Bergamo, Milano, Roma e Torino. E sarà al fianco dell'unicorno anche nelle prossime aperture in giro per l'Italia.

«Siamo una cooperativa di agricoltori di tutta Italia, legati alla terra, mettiamo la faccia sui nostri prodotti, perché conosciamo bene il valore del cibo, della salubrità alimentare, della trasparenza e della sostenibilità del packaging e dei processi. Sono i valori che condividiamo con Gorillas e che ci hanno spinto ad affrontare con loro lo sbarco sul canale distributivo online» spiega Massimiliano Moretti, direttore commerciale del Gruppo Agribologna, che dal 1997 (anno di nascita) fino a pochi mesi fa lavorava solo con Gdo, Horeca e crocieristica. Il Covid, che nel 2020 ha mandato in fumo il 25% delle vendite con la ristorazione, è stato la molla che ha accelerato le nozze con Gorillas e il debutto sulle app virtuali, che il gruppo stava valutando da anni.

«Il 20% del nostro assortimento è costituito da prodotti locali, ogni città ha referenze peculiari come la birra, il pane, i dolci e i freschissimi. Un partner come Agribologna ci permette una copertura nazionale con prodotti del territorio e amplifica il nostro ruolo di catalizzatori di un cambiamento sostenibile» racconta Alessandro Colella, Ad di Gorillas Italia. Il salto nel commercio 4.0 fa il paio con un piano di sviluppo internazionale di Agribologna, che tra poche settimane porterà in Nord Europa i prodotti di prima gamma, puntando a tornare entro l'anno ai 220 milioni di euro di fatturato pre-pandemia

