

Coverlizza nominata chief business officer. Ampliato il team strategico e del marketing

Ora Everli si rafforza in Italia

Al centro il marchio e i servizi alla conquista di nuovi clienti

DI FRANCESCA SOTTILARO

Everli, il marketplace ex Supermercato24 che guida in Europa la rivoluzione della spesa online a servizio delle grandi catene, da Lidl a Cerefour, scalda i motori in vista di un autunno che si preannuncia ricco per le consegne a domicilio puntando a farsi spazio nella Penisola. L'annuncio di ieri, che segue quello di consolidamento del gruppo nel Vecchio Continente grazie a un round di finanziamento a marzo da 100 milioni di dollari (85 milioni di euro), riguarda in particolare il potenziamento del team tricolore a partire dall'ingresso di **Alice Coverlizza** nel ruolo di chief business officer Italy. Ma l'azienda guidata dal ceo **Federico Sargenti**, ha chiamato anche **Alex Sonnenberg**, un passato in WeFarm, LinkedIn e Deliveroo, come



Federico Sargenti

chief marketing officer, mentre **Siddharth Goyal** con esperienze in realtà digitali internazionali come Booking sarà il chief product officer.

Per il marketplace fondato nel 2014 a Verona, e ora di base a Milano, che offre via app o sito la consegna a domicilio tramite «shopper», i preparatori indipendenti che eseguono il ritiro in negozio e portano la spesa ai clienti (di recente anche in spiaggia), si tratta di mettere sul piatto l'implementazione delle strategie di brand e di prodotto a partire dall'Italia, con l'obiettivo di garantire prestazioni ed esperienze agli utenti sempre più efficaci, gestendo poi le complessità nei nuovi mercati in via di sviluppo. E' il caso, ad esempio, della Francia dove Everli è sbarcata a febbraio scorso in uno scenario ad alta competitività: il commercio alimentare online trasalpino si aggira infatti intorno ai 10

ad alta competitività: il commercio alimentare online trasalpino si aggira infatti intorno ai 10

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato





La consegna della spesa a domicilio di Everli avviene tramite preparatori indipendenti

miliardi di euro contro gli 1,6 miliardi del mercato italiano. «In questo veloce processo di sviluppo è fondamentale ampliare il team manageriale e introdurre nuove competenze e sono sicuro che Alice sia la giusta risposta alle attuali esigenze del nostro mercato principale», ha dichiarato Sargenti. «Dopo un anno ricco di risultati per l'azienda a livello internazionale, sappiamo ora di poter razionalizzare questi successi e rafforzare ulteriormente il nostro business in Italia».

Coverlizza, in particolare si occuperà di guidare il team nello sviluppo del business, portando una combinazione di esperienze sviluppate in precedenza nel ruolo di vice president glo-

bal operations & expansion presso Dice, leader mondiale nel ticketing, prima in Ebay e da ultimo in Treatwell, il più grande sito di prenotazioni di bellezza in Europa, dove è arrivata a ricoprire il ruolo di global director of B2B strategy development. Obiettivo dichiarato dalla manager è «mettere a disposizione di un business in fortissima ascesa le competenze acquisite affinché Everli possa affermarsi sempre più come il punto di riferimento dell'e-grocery».

«Everli è un'azienda nata e cresciuta in Italia, ma con business e dna internazionali e un'ambizione che da subito ha guardato al superamento dei confini nazionali per guidare lo sviluppo e la trasformazione del

mercato dell'e-grocery, diventando il marketplace europeo di riferimento per clienti, retailer e brand», ha spiegato Coverlizza a *ItaliaOggi*. Il consolidamento nella Penisola è funzionale allo sviluppo estero e il modello fortemente ispirato ad Instacart, il sito di consegna americano creato dieci anni fa e valutato oggi quasi 40 miliardi di dollari dovrebbe crescere tramite le alleanze che già vedono Everli partner di insegne come Carrefour e Lidl in Italia o Kaufland in Polonia, per un volume d'affari che è stato di 110 milioni di euro nel 2020.

Tra i competitor dell'online ci sono le insegne della gdo come Esselunga e Coop Italia, o player come Amazon e Glovo ma il margine di crescita è ampio. A oggi Everli è presente in 58 delle 110 province italiane e la più recente iniziativa per farsi conoscere a una nuova clientela è stata annunciata a inizio agosto insieme a Carrefour, con «Spesa in Vacanza». Il servizio per consegnare la spesa ha riguardato oltre le abitazioni anche i porti delle più belle località di mare coinvolgendo città come Genova, Sanremo, Imperia e Savona, Marina di Carrara, Lido di Ostia, Napoli Mergellina e Cagliari.

© Riproduzione riservata ■