

Relazione finale Progetto “EMILIAFOODIGITAL”

Redatta da: Dario Ambroggi

Data: 20/01/2020

Sulla base delle indicazioni di partenza, ossia la creazione di un portale di filiera che permettesse di vendere con logiche di dropshipping una serie di prodotti tipici emiliani e di supportare i produttori locali nella espansione del loro mercato potenziale grazie anche ai canali Web, la società Dyppies ha incaricato come Project Manager un esperto di e-commerce per lo studio di fattibilità e la realizzazione di un portale web a tali finalità.

Nei mesi tra settembre 2019 e Dicembre 2019, la società Dyppies insieme alla sua rete di professionisti presenti nel coworking di Fiorenzuola e con l’apporto diretto del consulente Paolo Bergamaschi ha fatto uno studio del Brand che ha identificato in “Made In Emilia” ed ha acquisito il dominio madeinemilia.shop. Conseguentemente è stato creato un marchio grafico accattivante che possa essere utilizzato per rappresentare l’eccellenza emiliana in ambito alimentare.

Nei mesi di progetto è stata realizzata una analisi approfondita del mercato ed in modo particolare sono state analizzate le dinamiche di dropshipping alimentare confrontando alcune soluzioni esistenti sul mercato italiano. Sono state analizzate le regole, attualmente molto vaghe, della legislazione italiana in merito alla possibilità di fornire unicamente un servizio di comunicazione e di trasmissione di ordini verso i produttori senza la necessità di avere un magazzino centrale e quindi interagire direttamente con i prodotti ma lasciando ai singoli produttori la responsabilità relativa ai prodotti venduti.

A livello implementativo è stato realizzato un portale con tecnologia “Shopify” studiando un layout grafico che mettesse in rilievo sia le singole categorie di prodotti (Pasta fresca, salumi e formaggi), i prodotti tipici singoli (Pisarei, Coppa Piacentina....) e produttori. E’ stato effettuato uno studio della customer experience per implementare un flusso di navigazione utente che permettesse diverse viste e filtri sui prodotti inseriti. Nel portale è stata inserita una sezione apposita per l’integrazione ad instagram che permetterà in futuro una maggiore diffusione dei prodotti attraverso logiche di social advertising e social shopping. Nel layout grafico sono stati inseriti moduli per il caricamento di video dimostrativi sia sui prodotti che sui produttori.

Il portale madeinemilia.shop è stato caricato con prodotti e produttori fittizi al fine di riuscire a creare delle sessioni dimostrative per convincere i vari produttori locali a aderire al network Made In Emilia. Il portale verrà messo ufficialmente online dopo l’adesione di almeno 4 produttori in modo da avere una base di prodotti ordinabili dallo store e poter cominciare una campagna di comunicazione B2C adeguata.

Il progetto prevede ora una fase di divulgazione del portale verso i produttori di specialità tipiche emiliane attraverso incontri e presentazioni estese e la successiva definizione di un contratto di associazione.

Per Dyppies