

TAG: CRM / DIGITAL MARKETING

Vincitore Premio Speciale
Impatto Sociale

MyFoody

Soluzione di proximity marketing
per ridurre gli sprechi
nella distribuzione alimentare



Per vedere tutti i finalisti e vincitori dei Digital360 Awards
vai sul sito www.digital360awards.it o su www.zerounoweb.it

Secondo i dati della **Fondazione Bcfn** (Barilla Center for Food & Nutrition), ogni anno vengono generati in Ue circa 90 milioni di tonnellate di cibo sprecato, di cui, per un 5%, risulta direttamente responsabile il settore distributivo. Gli sprechi alimentari recuperabili impattano in media il 3% del fatturato annuale di un singolo supermercato, il che comporta una perdita di valore venduto di circa 72.000 euro all'anno per un punto vendita di 400 mq. Ad oggi, i supermercati riescono a recuperare per fini solidali solo una piccola parte delle loro eccedenze e, oltre al mancato recupero del costo dei prodotti, devono dunque farsi carico anche delle spese relative allo smaltimento.

My Foody nasce per dare una risposta a questa catena viziosa, evidentemente deleteria sia sul piano economico sia su quello etico: "Si tratta di una piattaforma di proximity marketing pensata per la distribuzione alimentare che consente di creare un rapporto tra punto vendita e consumatore sulla base di un tema in particolare, quello del non-spreco - spiega Francesco Giberti, Ceo, **Anagramma**, la startup che ha sviluppato la soluzione - Grazie a MyFoody, i supermercati hanno l'opportunità di segnalare la presenza di offerte relativamente a prodotti presenti all'interno dei punti vendita che rischiano di dover essere buttati, e quindi raggiungere migliaia di utenti sul territorio".

In che modo? Si sfruttano appunto le funzionalità dell'applicazione My Foody (disponibile sia in versione app mobile che web app responsive da smartphone, tablet e pc), dove le inse-

gne della distribuzione alimentare possono pubblicare le offerte relative ai prodotti a "rischio spreco" presenti nei diversi punti vendita e i consumatori possono visualizzare in tempo reale queste promozioni e decidere di recarsi laddove vi sia una offerta di loro interesse (figura 1). Le promozioni sono geolocalizzate e My Foody consente dunque, in una logica di proximity marketing e di "drive to store", di attrarre il consumatore al punto vendita, influenzando di fatto la scelta del supermercato in

FRANCESCO GIBERTI, Ceo, Anagramma



MY FOODY: RISOLVERE IL PROBLEMA DEGLI SPRECHI E COGLIERE UN'OPPORTUNITÀ DI BUSINESS



Un servizio rivoluzionario

MyFoody permette ai PV della distribuzione alimentare di **gestire e valorizzare le eccedenze alimentari** in modo semplice e innovativo. Con MyFoody le eccedenze alimentari diventano un'**opportunità da cogliere**.



cui andrà a fare la spesa (è infatti verosimile che il consumatore non si limiti a comprare solo i prodotti a rischio spreco). “Va sottolineato che l'applicazione può dunque rappresentare un elemento attrattivo verso un certo punto vendita anche per un consumatore che non è un cliente abituale di quel dato supermercato”, dice Giberti.

L'aggiornamento delle quantità dei prodotti disponibili all'interno del punto vendita può essere giornaliero (in questo caso è molto basso l'impatto dal punto di vista implementativo della soluzione, ma comunque è assicurata una buona affidabilità del sistema offerte) oppure in tempo reale (attraverso una più sofisticata integrazione tra My Foody e i sistemi del supermercato). Oltre alle applicazioni web e mobile, completa la soluzione il software di proprietà Anagramma, sviluppato e installato sui Pda (Personal Digital Assistant) forniti ai punti vendita, tecnologie necessarie a questi ultimi per il caricamento delle offerte online.

MENO COSTI, PIÙ CLIENTI E LA POSSIBILITÀ DI FARE GREEN MARKETING

Sempre più insegne della distribuzione alimentare già prevedono politiche di taglio prezzo sui prodotti “a rischio spreco” perché prossimi alla scadenza, ma queste offerte risultano visibili solo all'interno dei punti vendita, oltretutto senza che vi sia un'adeguata comunicazione che enfatizzi il valore etico e sociale dell'acquisto di un prodotto destinato a essere altrimenti buttato. My Foody colma questa lacuna dando all'utente uno strumento per orientare eticamente, oltre che economicamente, le proprie scelte di consumo. Questo lato “green” proprio di My Foody non è affatto da sottovalutare: “Il tema dello spreco, che si lega a quello più ampio della sostenibilità, è oggi molto sen-

tito; sta crescendo la sensibilità sia da parte dei media sia dei consumatori finali - dice Giberti - Per l'insegna che aderisce al progetto, pubblicizzare questa scelta ai clienti finali è dunque anche un'azione strategica sul piano del marketing”.

Ha aderito all'iniziativa anche **Expo natura Srl**, (punto vendita di prodotti biologici di Garbagnate-MI, appartenente alla catena Biobottega) dove, per dare risalto al progetto, identificata e caricata sulla piattaforma la merce in scadenza, è stata individuata una porzione di scaffale definita “area anti-spreco”, e lì sono stati posti fisicamente i prodotti. Questi spazi, in una logica di “green” marketing, sono stati allestiti con elementi e messaggi in grado di comunicare con forza l'impegno del punto vendita sul tema sprechi e sostenibilità.

PER I SUPERMERCATI BASSO IMPATTO LOGISTICO PER FORTI ELEMENTI DI RICHIAMO

“A differenza dei competitor - sostiene Giberti - la piattaforma è ideata per generare il minimo impatto logistico anche per insegne della grande distribuzione molto strutturate, come testimoniano i brevi tempi di implementazione (possono bastare anche due settimane), e non si limita a pubblicizzare soltanto i prodotti a rischio spreco ma mira alla sensibilizzazione della clientela perché comprenda il valore aggiunto delle realtà impegnate su questo fronte della sostenibilità”. Non è un caso che, proprio per dare un ulteriore valore etico a My Foody, Anagramma voglia in prospettiva includere nell'applicazione una funzionalità per dare all'utente la possibilità di scegliere se donare alle onlus parte dell'inventario. (V.B.) ■

Presentato da **Anagramma** www.myfoody.it
Implementato presso **Expo natura Srl** www.biobottega.it