

## ALIMENTARI24, IN EMERGENZA CORONAVIRUS LA SPESA È ONLINE

23 Aprile 2020



CAPPELLE SUL TAVO – Entrare in Alimentari 24 è come girare, realmente, tra gli scaffali di un supermercato, scegliendo quasi fisicamente i prodotti, tra marchi nazionali e produzioni locali a km0. Eppure tutto è online.

L'emergenza coronavirus se da un lato ha messo in ginocchio l'economia nazionale, dall'altro ha rappresentato la scintilla che, quando ben alimentata, ha innescato il fuoco di nuove idee imprenditoriali.

È il caso di **Fabio Di Gioia**, **Mario Sorbo** e **Amedeo Sciagura**. I tre giovani, under 40, con un'ampia esperienza negli *e-commerce*, hanno creato dal nulla Alimentari24, un vero supermercato digitale, versione 4.0.

Attivo da circa 20 giorni, il negozio online permette l'acquisto di prodotti primari che verranno recapitati, nell'arco di 24 ore dall'ordine, direttamente a casa. Quartier generale dell'impresa è Cappelletto sul Tavo (Pescara) e il servizio di consegna viene garantito in circa 40 comuni nel pescarese e nel teramano, oltre alla città di Chieti.

“Con l'esplosione dell'emergenza sanitaria – spiega a *Virtù Quotidiane*, Fabio Di Gioia, trentatreenne di Foggia, ma da anni residente a Montesilvano (Pescara) – abbiamo notato, in

zona, un vero e proprio buco nel mercato di un servizio di questo genere. Applicativi esterni non ci sono e i supermercati tradizionali non hanno piattaforme performanti, capaci di far scegliere il prodotto e di visualizzarne l'effettiva disponibilità in tempo reale. Ci siamo messi al lavoro e abbiamo creato la piattaforma di vendita diretta ai consumatori”.

Fabio e Amedeo in dieci giorni di lavoro intenso, notte e giorno, hanno predisposto tutta la struttura tecnica, mettendo in piedi il negozio online. Per farlo hanno attinto all'esperienza pregressa accumulata con l'altra loro idea imprenditoriale, Foodsccovery, il mercato di prodotti regionali italiani, che mette in comunicazione produttori e consumatori, ma anche artigiani e operatori commerciali.

“Nel 2015 – ricorda Fabio che ha un passato nel mondo dei fondi investimenti, per i quali aveva già sviluppato Lazada, impresa di *e-commerce* asiatica – insieme a Mario e Amedeo abbiamo ottenuto un finanziamento dalla Fira (la finanziaria regionale abruzzese) per il nostro progetto imprenditoriale, Foodsccovery, un market place che mettesse in contatto produttori e piccoli artigiani, sparsi su tutto il territorio nazionale, con i consumatori”.

Con il finanziamento abruzzese, gli imprenditori si stabiliscono in Abruzzo e creano la piattaforma. In principio pensata per i soli consumatori, con il tempo Foodsccovery si arricchisce di una versione business, per il canale Horeca (alberghi e ristoranti).

E se in un primo momento lo stoccaggio non viene gestito dai giovani imprenditori digitali, ben presto salta fuori l'esigenza di curare tutto il processo di vendita, deposito e consegna. Appoggiandosi al gruppo Ceteas, creano un mega magazzino con possibilità di stoccaggio, soprattutto per i prodotti freschi e gelo.

Esplosa la pandemia, Fabio, Mario e Amedeo prendono le conoscenze e le strutture già in loro possesso e danno vita ad Alimentari 24, che conta 15 dipendenti.

“Abbiamo fatto accordi con grandi produttori nazionali, ma anche con i locali e con un supermercato all'ingrosso *cash and carry*, per assortire nel loro magazzino tutti i prodotti primari – afferma ancora Di Gioia -. In questa prima fase ci siamo dedicati a una quarantina di comuni nelle province di Pescara e Teramo, ma l'obiettivo è di estenderci in tutta la regione, cominciando con alcune aree interne e limitando le consegne a specifici giorni della settimana”.

Grazie alla digitalizzazione del magazzino, le giacenze disponibili fisicamente sono le stesse indicate in piattaforma, quindi il consumatore sa in tempo reale se un prodotto è effettivamente acquistabile o meno.

“In pochissimo tempo – conclude – abbiamo riscontrato una risposta fantastica, sia in termini di ordini che di soddisfazione della clientela. Per ogni acquisto, gli operatori fanno una telefonata di *customer satisfaction* e contestualmente abbiamo già verificato un tasso di riacquisto molto alto”.