

CAMPO DIGITALE

La prima spesa virale

Pitch deck 2020

Confidential



SAVERIO, 49

CONTADINO

“Voglio vendere anche io su internet, che si vende di più, ma come faccio?”

Non so usarlo e le consegne mi costano troppo.”

PROBLEMA

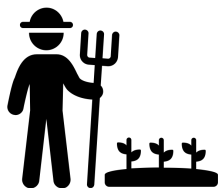


LUISA, 35

IMPIEGATA

“Vorrei comprare cose buone, quelle dei contadini, ma non ho mai tempo di andare nelle aziende e nelle botteghe e su internet costano troppo”

COSA VOGLIONO I PRODUTTORI?



- **Vendere** i propri prodotti **facilmente**
- **Vendere a più clienti** **senza svendere** il loro prodotto
- **Consegnare i prodotti con facilità**
- **Far conoscere al consumatore finale l'azienda e la storia dietro ai prodotti**
- **Vendere online** ma **senza** dover **gestire un sito**

COSA VOGLIONO I CONSUMATORI?



- **Sostenere le piccole realtà** del territorio
- Mangiare cibo genuino e di buona qualità
- Spendere il giusto
- **Conoscere** ciò che consumano e **fidarsi** dei produttori
- **Acquistare in comodità** e non perdere troppo tempo

Il food e-commerce è cresciuto del +185% nel 2020*, con un valore che ammonta a 2,5 miliardi di euro*.

Ma solo **1,2%** dei **piccoli produttori** usano **internet**** e sono **tagliati fuori** da questo mercato.

Il **30%** dei **consumatori** italiani cercano **prodotti locali e a Km Zero**, ma il **40%** li ritiene **troppo costosi e difficili da reperire*****

*<https://www.consozionetcomm.it/>

**<http://www.osservatorioagregu>

***<https://www.sigmaconsulting.biz/>



CAMPO DIGITALE

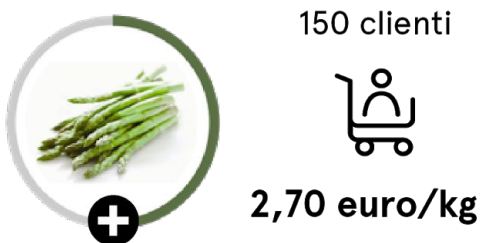
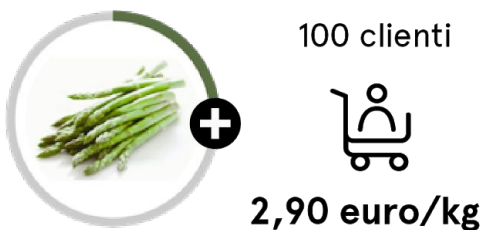
Meglio, insieme, di qualità

È la prima **piattaforma
e-commerce**
per **aiutare i piccoli
produttori locali** a vendere
online,
e dove **più utenti acquistano,**
più tutti risparmiano.

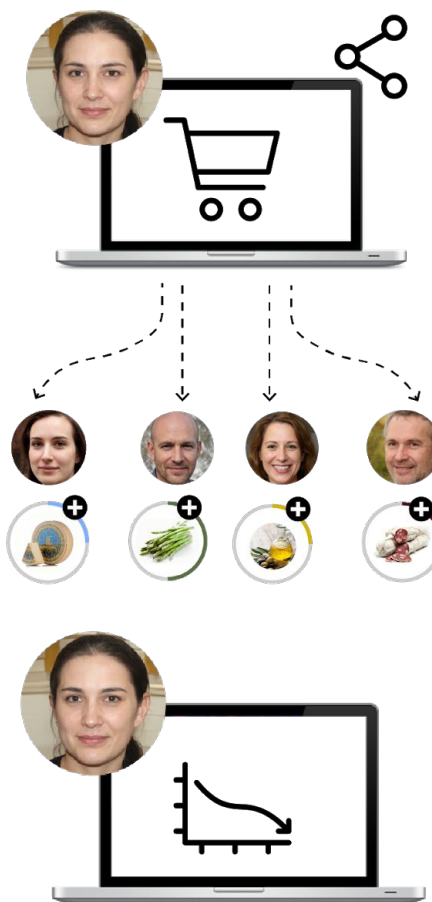


LA NOSTRA RICETTA SEGRETA: GAMIFICATION, COINVOLGIMENTO E COOPERAZIONE

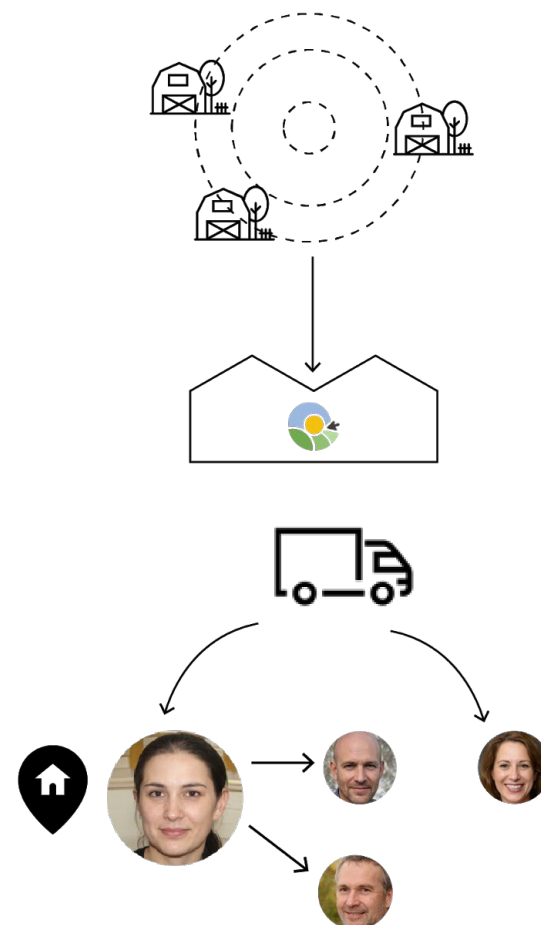
Risparmia con i margini dinamici



Condividi la tua spesa



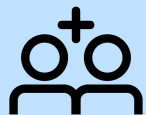
Crea il tuo punto di ritiro



COME RISPONDIAMO AI BISOGNI DEGLI UTENTI



I PRODUTTORI



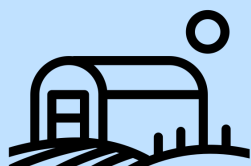
Acquisto collettivo

Possono **vendere a più clienti senza abbassare** il costo dei prodotti



Servizio di Logistica

Non devono **preoccuparsi** delle **consegne**



Coinvolgimento attivo nelle aziende (eventi, workshop)

Possono **far conoscere** le loro realtà e avere un'**entrata extra**



I CONSUMATORI

Possono avere prodotti di qualità, **risparmiando** e divertendosi

Ricevono **la spesa** direttamente **a casa** in **tutta comodità**

Possono accedere a eventi esclusivi, corsi e prodotti delle aziende, entrando a fare parte della nostra **community**

MODELLO DEI PREZZI DINAMICI

Più persone acquistano i nostri prodotti più tutti risparmiano



50 utenti

Margine al 60%
Prezzo al kg all'utente
3,20 € al KG
Ricavo: 1,20€

guadagno 0,85€



100 utenti

Margine al 55%
Prezzo al kg all'utente
3,10 € al KG
Ricavo: 1,10€

guadagno 0,95€



150 utenti

Margine al 45%
Prezzo al kg all'utente
2,90 € al KG
Ricavo 0,90€

guadagno 1€



200 utenti

Margine al 35%
Prezzo al kg all'utente
2,70 € al KG
Ricavo 0,70€

guadagno 1,05€

ANALISI DI MERCATO



TAM
2,5 MILIARDI

Mercato Totale Disponibile

9 milioni* di persone fanno spesa sul **food e-commerce**, con una spesa media di circa **90 euro**

SAM
109 MILIONI €

Mercato potenzialmente raggiungibile

Calcolato sulla base delle statistiche relative alla spesa online nelle regioni di espansione nei prossimi 2 anni, **Piemonte 7% Lombardia 31% e Veneto 7%**

SOM
19 MILIONI €

Mercato ottenibile realisticamente

Possiamo tenere conto di **conquistare il 10%** del mercato in queste regioni, tenendo in considerazione i competitor e i trend di crescita esponenziali del settore

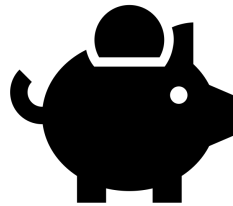
* <https://www.consorzionetcomm.it/>

VANTAGGI COMPETITIVI



1

Modello di vendita
**virale basato sulla socialità e
advocacy**



2

Convenienza per il consumatore e
profittabilità per il produttore e il
business



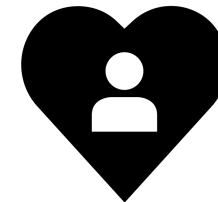
3

Modello logistico **sostenibile e
scalabile con l'espansione del
business**



4

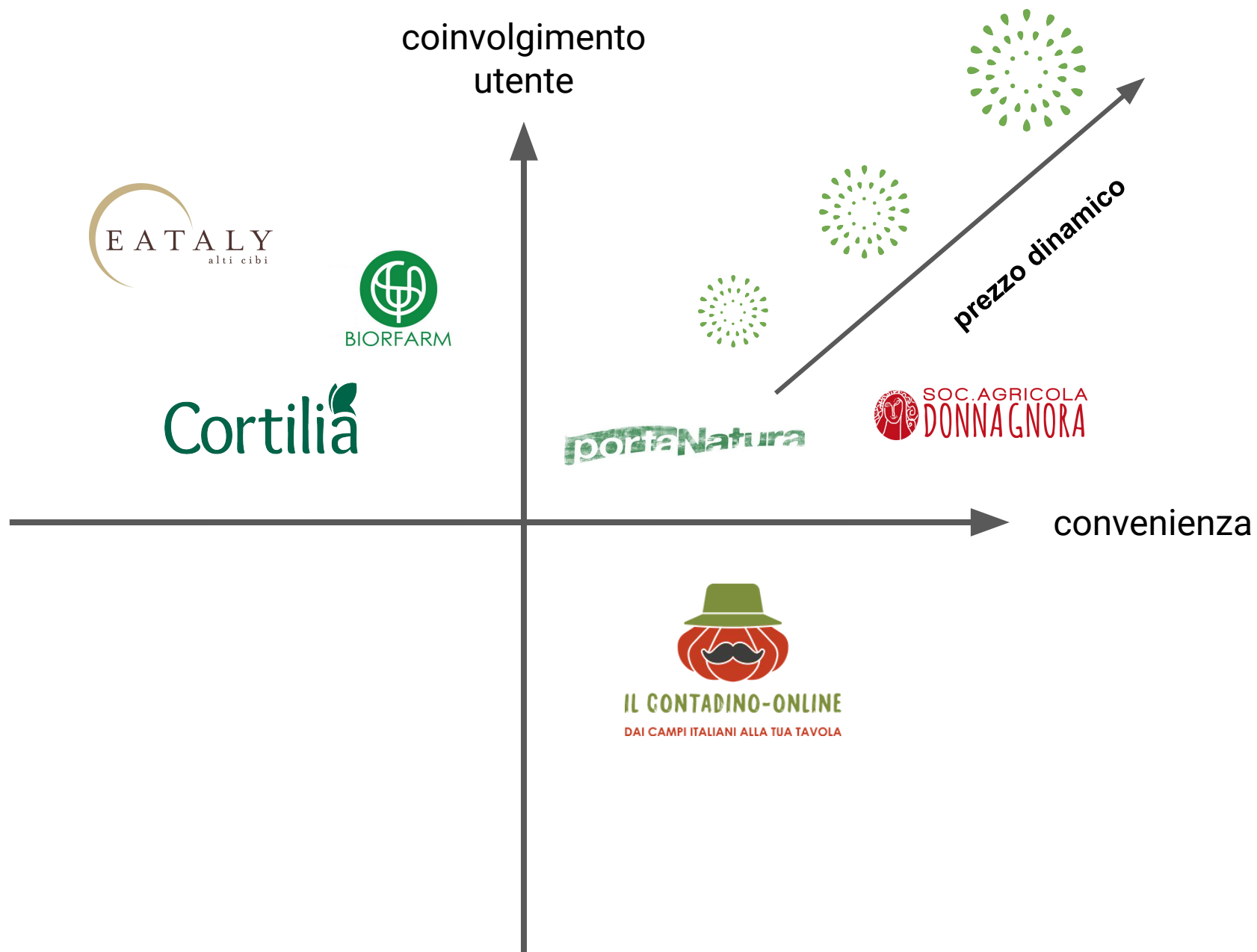
Coinvolgimento attivo dei produttori
grazie agli eventi e supporto alla creazione
di **nuove linee di revenue**



5

Coinvolgimento attivo del cliente
grazie al nostro modello, e visite e **workshop**
direttamente nelle aziende

PIÙ UTENTI ACQUISTANO E PIÙ I NOSTRI PRODOTTI SONO CONVENIENTI



ENTRY STRATEGY DI PENETRAZIONE DEL MERCATO

Pre lancio E- commerce

Post lancio E- commerce

Passaparola, la spesa virale di Campo Digitale

Per i consumatori

**Social media, landing
page e lead generation**

Per i consumatori

Premi e Loyalty

**Per i consumatori e i
produttori**

**Partnership
ed eventi**

IL NOSTRO TEAM: ETEROGENEO E AGILE

FONDATORI



**Davide
Menguzzato**

Business developer



**Francesca
Cosenza**

Service e UX
Strategist



**Giulia
Michieletto**

Dott. in psicologia
e Digital Marketer



**Diego
Calanzone**

Data Scientist
e AI specialist



**Fabio
Armellini**

Logistic
manager



**Gerardo
Santini**

Financial
manager



**Federico
Arizzi**

Web
Designer

CONSULENTI E ADVISORS

Daniele Alberti
Investor e imprenditore
Starboost Founder

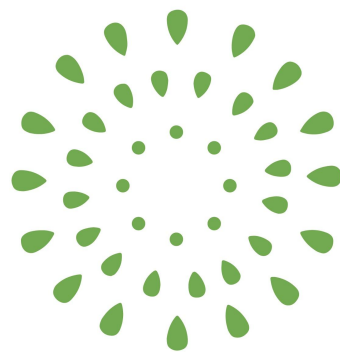
Luisa Mortati
Commercialista
Fondazione Carlo Denegri

Emanuele Crescini
Financial Advisory
Investor

Giuseppe Savino
Imprenditore Sociale
Vazzap Founder

PARTNERS

Starboost, Next nuova economia, Università di Napoli, Cisarm, Officine Italia, Coldiretti, Campagna Amica , Hub23, Università scienze gastronomiche



CAMPO DIGITALE

La prima spesa virale



Se vuoi sostenerci e ricevere
maggiori informazioni contattaci

E-mail

infocampodigitale@gmail.com

Telefono

3493804960

LinkedIn

<https://www.linkedin.com/company/campo-digitale>