Foodbarrio, il primo social e-commerce dei produttori regionali

app-foodbarrio-617ac79c

Il food e-commerce in Italia è, tra i business online, quello che nel 2020 ha avuto la crescita più importante. Tra le componenti a crescita più sostenuta, l'enogastronomia online (prodotti di nicchia), causa pandemia e conseguente lockdown, sì è attestata su un fatturato di 589 milioni di euro (+63%). L'impossibilità a viaggiare per cantine, enoteche, osterie, agriturismi e botteghe, ha spinto i gustonauti a ricercare online le eccellenze regionali preferite. Questa esperienza tuttavia è spesso frustrante sia perché non è semplice individuare un sito dove poter acquistare prodotti di qualità, autentici e regionali, sia perché nell'acquisto di questo genere di prodotti manca sempre un elemento chiave: la relazione con il produttore che con la sua cultura e la sua storia ci guida verso un acquisto più consapevole ed emozionale.

Foodbarrio, un' innovativa startup foodtech, risolve finalmente questo problema. Foodbarrio infatti assomiglia un po' a una piazza di paese, popolata da centinaia di botteghe di piccoli produttori, tutti Made in Italy, tutti assenti dalla GDO. In Foodbarrio gli amanti del buon cibo possono girovagare virtualmente visitando norcinerie umbre, latterie di bufala campane, viticoltori delle Langhe, aziende agricole da tutta Italia, acquistarne i prodotti e interagire direttamente con i produttori. Sì perché Foodbarrio è anche un social, una community dove i gustonauti seguono i profili delle botteghe preferite, assistono e commentano le storie dai campi e comunicano con i produttori via chat.

L'app di Foodbarrio è una nuova forma di social e-commerce dove l'anima sociale / relazionale e quella commerciale si fondono e si alimentano reciprocamente all'insegna dell'ecosostenibilità delle produzione agricole. In Foodbarrio sono ad oggi presenti più di 200 produttori con le loro migliaia di specialità regionali ma questi numeri sono in costante evoluzione poiché decine di produttori, ogni mese, decidono di aprire la propria bottega e iniziare un' innovativa esperienza di vendita / interazione all'interno di questa "piazza di paese online".

Nell’ambito del brulicante scenario foodtech e del sempre più importante trend Direct-to-Consumer, Foodbarrio sta emergendo nella industry grazie al modello di business originale che coniuga foodmarketplace e social network. Per i produttori, Foodbarrio rappresenta un e-commerce-as-a-service, quindi uno shop già abilitato a transazioni sicure e incasso real-time, accesso a mercati B2C e, a breve B2B e un social network che consente l’interazione con i propri follower cui inviare notifiche push ed email con un alto grado di rilevanza. Inoltre a breve i partner di Foodbarrio potranno sottoscrivere campagne pay-per-click per pubblicizzare i propri prodotti, indirizzando in maniera molto precisa il pubblico sulla base dei gusti alimentari e delle abitudini di acquisto. La mission di Foodbarrio è quella di portare le eccellenze regionali agli appassionati di tutto il mondo e traghettare le piccole produzioni nel futuro del food e-commerce.Obiettivo della startup per i prossimi mesi è l'apertura del servizio in Germania, mercato dalle grandi potenzialità per il Made in Italy e con una forte propensione agli acquisti online e la chiusura di series A per poter scalare il business in Europa.