

START-UP. Con l'ingresso nella società della web agency Aquest

Apparecchiato punta al mercato nazionale

Il sito internet permette di acquistare online prodotti agroalimentari e riceverli freschi a casa

Nata nell'agosto scorso dall'idea di cinque neolaureati, Apparecchiato.it, la start up che permette di acquistare online prodotti agroalimentari e riceverli freschi direttamente a casa, punta a diventare un format che sia replicabile in tutto il Paese.

Il salto di qualità verrà sperimentato grazie all'ingresso nella compagine societaria di Aquest, web agency di San Giovanni Lupatoto che ha acquistato una quota di minoranza pari al 16,67% (un altro 16,67% è detenuto dalla società di consulenza padovana Valorando, il restante dai cinque giovani co-fondatori).

Alla web agency spetterà il compito di perfezionare design e immagine del sito per e-



Davide Caporali e Michele Mormile dopo la firma dell'accordo

commerce della start up, fornendo supporto qualificato per migliorarne l'attività di web marketing e comunicazione.

ACQUISTI ONLINE. «Il nostro investimento è supportato da un'analisi di mercato che dimostra come la propensione all'acquisto online di prodotti alimentari sia in crescita anche in Italia», ha spiegato nei

giorni scorsi Michele Mormile, responsabile commerciale di Aquest, in occasione della presentazione della nuova partnership, organizzata al Banco Prosciutteria di via Ponte Nuovo, primo ristorante a proporre il Menù Apparecchiato.it creato con prodotti acquistati attraverso la start up.

«La consegna a domicilio», ha aggiunto Mormile, «per-

mette un risparmio di tempo, il sistema funziona là dove la qualità dei prodotti è garantita». Questa è la carta vincente che ha permesso ad Apparecchiato.it di allargare in pochi mesi sia la rete dei fornitori che quella dei clienti.

I PRODUTTORI DEL NETWORK.

«Al momento sono sei i produttori che fanno parte del network», ha spiegato Davide Caporali, co-fondatore della start up. «Ogni sera», ha illustrato, «a ognuno di loro inoltriamo gli ordini che i nostri clienti fanno sul portale, e il giorno successivo carichiamo la merce sui furgoni e la consegniamo a domicilio. In questo modo i produttori risparmiano, saltando il canale del retail. Ma i vantaggi sono anche sociali e ambientali, oltre che per i clienti finali».

Per il 2014 gli obiettivi sono due: superare i 500 ordini mensili saturando quindi l'area di Verona, e iniziare ad allargare il progetto in una provincia limitrofa. «Vorremo fornire anche attività di ristorazione che sposano la nostra filosofia», ha aggiunto Caporali, «come ha già fatto Vittorio Leoncini, titolare del Banco Prosciutteria». ■FL