



CamPù

CamPù

Massimo Cappello – CEO

massimo.cappello1@gmail.com

+39 350 5042121

www.campufood.it/shop/

15/04/2020

INDICE

1. PARTE INTRODUTTIVA.....	3
2. L'AREA DI BUSINESS DELL'IMPRESA.....	5
2.1 Il Prodotto / Servizio.....	5
2.2 Il Cliente e il Mercato.....	6
2.3 La Concorrenza.....	7
3. LOCALIZZAZIONE DELL'ATTIVITA'.....	9
4. PIANO DI MARKETING.....	10
5. PIANO OPERATIVO.....	11
6. ORGANIZZAZIONE DELL'ATTIVITA'.....	13
7. STRUTTURA GIURIDICA.....	14
8. INVESTIMENTI.....	15
9. BILANCIO DI PREVISIONE.....	17

10. CONCLUSIONI.....	18
-----------------------------	-----------

1 – PARTE INTRODUTTIVA

CamPù è un marketplace nel settore FoodTech che si pone come obiettivo quello di mettere in contatto diretto i produttori locali con il consumatore, eliminando il bisogno di intermediari e controllando allo stesso tempo tutta la filiera agroalimentare.

L'idea nasce da un problema molto comune a tanti meridionali che abitano nel Nord Italia: dopo aver visitato i familiari nel Meridione, spesso e volentieri ci si ritrova enormi pacchi di cibo che a malapena si riescono a mettere in macchina al rientro a casa. Tuttavia, tali scorte finiscono presto e molte famiglie sono costrette a privarsi dei loro cibi preferiti per lunghi periodi di tempo prima di poter tornare nuovamente nei loro luoghi d'infanzia.

La scarsa disponibilità di prodotti meridionali di qualità nel centro-nord Italia è un problema non solo per le famiglie con origini meridionali, ma si tratta di un aspetto che penalizza anche le famiglie del Nord Italia, le quali sono appunto impossibilitate ad acquistare prodotti genuini e verificati del Meridione.

Qual è dunque la soluzione a questo problema? CamPù!

Si tratta di un'innovativa piattaforma per la vendita di prodotti tipici della Campania e della Puglia in tutta Italia tramite la tecnologia Blockchain.

Tale sistema sarà in grado controllare ogni passaggio fino alla vendita, venendo registrato e reso “ immodificabile “ e poi avviato allo step successivo, con l'unico scopo di garantire in maniera forte la qualità del prodotto e di tutta la filiera di produzione, all'insegna della trasparenza più totale di tutti i prodotti e a vantaggio assoluto del consumatore.

CamPù è una startup composta da un giusto mix di gioventù e persone con anni di esperienza alle spalle. I membri del team sono Massimo Cappello, Antonio Cappello, Fernanda Caporaso, Radu Parfene, Davide Napolano, Chiara Di Stefano, Vincenzo Varriale e Marco Bovinelli.

Il fondatore del progetto, Massimo Cappello, laureato in Economia e Commercio presso l'Università di Bari e con anni di esperienza nel settore dell'ottica e del commercio in generale, vuole coniugare due sue grandi passioni: il cibo e il mondo delle Startups.

Grazie alla sua lungimiranza, CamPù è riuscita negli ultimi mesi a stringere accordi strategici con piccoli produttori della Puglia e della Campania che faranno parte del nostro

network. L'idea del fondatore è sempre stata quella di formare un team eterogeneo ma allo stesso tempo complementare, costituito da persone capaci e piene di entusiasmo.

Fernanda Caporaso, moglie e ideatrice del progetto CamPù assieme al marito Massimo Cappello, vanta anni di esperienza nel settore della ristorazione che saranno sicuramente utili affinché la nostra Startup possa diventare una solida realtà.

Radu Parfene, studente magistrale in Economia presso l'Università di Ferrara e l'Università di Lipsia (Germania), si occupa di redigere il Business Plan allo scopo di ottenere fondi e finanziamenti per l'avvio e lo sviluppo della Startup. Egli ha alle spalle un tirocinio di 6 mesi presso la sede centrale di UniCredit in quel di Milano, esperienza come client consultant a Lipsia, una laurea triennale interamente in inglese in "Business and Economics" presso l'Università di Bologna e ha esperienza nel mondo delle Startups visto che ha fondato Bibliogiochi, prima piattaforma in Italia per il noleggio di giochi e giocattoli.

Antonio Cappello, laureato magistrale in Economia presso l'Università di Ferrara, ha lavorato come consulente finanziario in Banca Generali e vanta un'esperienza all'estero nella città di Sliema (Malta) dove si è occupato di consulenza nell'ambito del mercato immobiliare.

Davide Napolano, anch'egli laureato magistrale in Economia presso l'Università di Ferrara, ha preso parte al programma Erasmus Traineeship che gli ha permesso di svolgere un tirocinio retribuito nella città di Bilbao (Spagna).

Marco Bovinelli, tecnico informatico che si occupa della gestione del sito web di CamPù. Le conoscenze di Marco sono numerose e variegate in ambito informatico, dalla conoscenza di linguaggi di programmazione come C, C++, Java e MySQL all'abilità di mettere in pratica i principi base di Marketing e Pubblicità online e posizionamento dei siti web sui motori di ricerca (SEO).

Chiara Di Stefano, laureata in Economia presso l'Università di Ferrara, affiancherà Radu Parfene e Davide Napolano nella stesura e perfezionamento del Business Plan. Grazie alle sue spiccate abilità in ambito contabile e tributario, Chiara ci darà una grossa mano per risolvere e gestire le pratiche burocratiche necessarie per il corretto funzionamento di CamPù come azienda.

Vincenzo Varriale si occuperà della gestione dei canali socials di CamPù.

Grazie alle sue spiccate abilità in ambiti come il Digital Marketing, Business Digital e Branding, sarà il nostro punto di riferimento per quanto riguarda le strategie di marketing online che CamPù attuerà. Egli negli ultimi anni si è dedicato con grande passione e

attenzione nella gestione di numerose pagine sui social media (in particolare su instagram) e vanta decine di migliaia di followers.

Non siamo solamente un team, siamo una squadra.

Come si può evincere dalle descrizioni precedenti, la nostra squadra è molto affiatata ed eterogenea in termini di competenze ed esperienze e ognuno di noi è fortemente motivato nell'intraprendere quest'avventura dato che crediamo fermamente nell'enorme potenziale del nostro marketplace.

2 - LE AREE DI BUSINESS DELL'IMPRESA

2.1 - Prodotto / Servizio

CamPù, come già accennato precedentemente, è un marketplace per la vendita di prodotti tipici campani e pugliesi che mette in contatto diretto produttori italiani e consumatori finali. La novità che CamPù porta sul mercato è quindi l'eliminazione di ogni passaggio intermedio, assicurando capillarità e qualità dell'offerta, abbattimento dei costi, flessibilità del modello di business ed efficienza del processo.

Ma perché una persona (o un cliente business) si rivolge a un marketplace alimentare piuttosto che al negozio tradizionale o al grossista?

La caratteristica e il valore aggiunto di questo sistema è un'offerta potenzialmente illimitata (un grande centro commerciale virtuale continuamente aggiornato), più snella ed economicamente competitiva poiché salta passaggi e costi intermedi, quali deposito, grossista, rappresentante. Il marketplace offre quindi un vantaggio al produttore in termini di costi e di distribuzione. Inoltre la mancanza del limite fisico del magazzino rende il marketplace uno strumento estremamente flessibile, che permette di rispondere con

prontezza ai mutamenti nella domanda. C'è una nuova richiesta? Si introducono nuovi prodotti/produttori senza dover "ottimizzare" uno spazio fisico e limitato di stoccaggio. È quindi lo strumento ideale per rispondere velocemente ed esaurientemente ad esigenze di un mercato in continua evoluzione. Si pensi a come è cambiato il profilo del consumatore, così come quello del cliente della ristorazione, negli ultimi anni: esigenze alimentari specifiche, stili alimentari, sensibilità ai risvolti sociali e ambientali... sono davvero tante le variabili che orientano verso un prodotto, o un locale, piuttosto che un altro.

In questo momento gli operatori italiani che si affacciano agli acquisti online possono rivolgersi perlopiù agli e-shop dei singoli produttori più evoluti. Questo comporta un'offerta molto limitata per ampiezza di gamma e un processo d'acquisto non competitivo rispetto a quello delle modalità tradizionali.

I marketplace alimentari, specializzati nei processi B2B, per le loro intrinseche caratteristiche di ampiezza di gamma, continuo rinnovamento per prodotti e produttori, possibilità di confrontare prezzi e proposte di produttori diversi, listini competitivi perché alleggeriti dei costi superflui della intermediazione, saranno sempre più una risorsa per gli operatori del food alla ricerca di risposte sempre più qualificate.

Noi di CamPù ci impegneremo strenuamente per diventare una risorsa appetibile sia per la clientela tradizionale rappresentata dalle famiglie e dai singoli individui, sia per gli operatori del food come ristoratori e simili.

2.2 - Cliente e il Mercato

L'identikit del cliente ideale di CamPù è caratterizzato da diverse sfaccettature ed elementi distintivi. Trattandosi di un food marketplace di prodotti gourmet e di alta qualità, inizialmente il target di riferimento sarà composto da famiglie e adulti dai redditi medio-alti rispetto alla media italiana. Tali persone dovranno avere necessariamente familiarità con gli acquisti online e coincideranno nella maggior parte dei casi con persone relativamente giovani residenti nel Centro-Nord Italia di origini meridionali.

Quest'ultime sono ovviamente più propense a fare ricerche ed acquisti online di prodotti tipici del Mezzogiorno in quanto sono quelle che risentono quotidianamente della mancanza di pietanze del Sud Italia.

Una fetta minore, ma non per questo meno importante, sarà rappresentata da famiglie e adulti con buone disponibilità economiche residenti da sempre nel Centro-Nord Italia. Esse, per ragioni che vanno dall'aver apprezzato specialità pugliesi e campane durante le loro vacanze o semplicemente tramite il passaparola, avranno l'opportunità di gustare prodotti tipici della Campania e della Puglia più frequentemente. Puntiamo molto su questa fetta della popolazione italiana in quanto essa potrebbe rivelarsi molto redditizia in termini di ordini e richieste, in particolar modo per quel che riguarda i nuclei famigliari emiliani, veneti e lombardi, tradizionalmente fra i più benestanti e famigliari con gli acquisti sul web.

Per quanto riguarda il mercato italiano degli acquisti online, il settore alimentare sta registrando la crescita più importante, in linea con le tendenze già evidenziate in Europa. Secondo l'Osservatorio eCommerce B2C Netcomm del Politecnico di Milano, analizzando i dati relativi al 2017, ha affermato che l'e-commerce (di cui la tipologia marketplace fa parte) del food in Italia rappresenta il 4% del totale del commercio online nazionale, un flusso di affari di 849 milioni di Euro in crescita del 43% rispetto all'anno precedente.

Numeri importanti che, se paragonati a quelli di crescita internazionale (18 miliardi di dollari in Europa entro il 2012, mentre in Cina si passerà dai 10,9 miliardi del 2016 ai 30,3 nel 2021), dimostrano come il settore dell'alimentazione sia uno dei più prolifici del commercio digitale.

Il settore del food italiano sul web pertanto, contrariamente a quanto si potrebbe pensare, non è per niente saturo e rappresenta il segmento del mercato con maggiori potenzialità di crescita stando alle previsioni degli istituti di statistica.

2.3 - La Concorrenza

La concorrenza è rappresentata sostanzialmente dai classici siti e-commerce per la vendita di prodotti alimentari. Tali siti, tuttavia, negli anni non sono riusciti a sviluppare modelli di business ripetibili e scalabili facendo sì che simili attività siano rimaste di piccole dimensioni e, spesso e volentieri, siano state costrette a chiudere.

E' proprio la diretta connessione fra produttori locali e consumatore finale a differenziare notevolmente il sistema di Marketplace di CamPù rispetto ad altri siti tipici dell'e-commerce.

L'assenza di un magazzino centralizzato di prodotti ha un impatto positivo sui costi rendendo i prezzi di vendita più competitivi e alla portata di tutti.

Questo aspetto è sempre stato ignorato dai siti tradizionali di e-commerce, i quali hanno sempre offerto (e tutt'ora continuano ad offrire) prodotti tipici a prezzi sproporzionati finendo nel lungo periodo per disincentivare la propria clientela ad acquistarli. Un altro elemento che penalizza tali realtà sono i costi di spedizione. Gli e-commerce tradizionali non sono stati capaci di innovarsi e hanno sempre mantenuto delle soglie minime di acquisto per ottenere la spedizione gratuita piuttosto alte.

CamPù, oltre a non avere un costoso magazzino centralizzato, grazie agli accordi stipulati con DHL cercherà di implementare una politica di acquisto al fine di contingentare le spese di spedizione e abbassare la soglia minima di acquisto.

E ancora, la fornitura ai singoli produttori dell'attrezzatura necessaria per l'imballaggio e la spedizione di prodotti freschi, rende accessibile al pubblico qualsiasi prodotto come fosse acquistato sul posto.

C'è anche un aspetto ecologico. L'intero processo di vendita diretta permette di risparmiare anche in termini di emissioni di CO2, evitando il trasporto dei prodotti ad un magazzino intermedio, e modula la produzione in funzione della domanda diretta, evitando il rischio di spreco alimentare (tipico nel caso di invenduto su prodotti in stock), e valorizzando le piccole realtà locali.

Il nostro principale competitor è www.foodscovery.it, marketplace che mette in contatto diretto fornitori e consumatori finali. Tale azienda è un punto di riferimento del mercato essendo operativa da anni sul territorio italiano e persino all'estero in paesi dove la comunità italiana è piuttosto numerosa (Germania in primis).

Nonostante ciò, Foodscovery non si è specializzata su alcuna regione italiana in particolare bensì ha deciso di inglobarne tutte ad eccezione del Molise.

In questo senso, la filosofia di CamPù è differente.

Tutte le nostre risorse si concentrano sull'offrire al consumatore finale prodotti tipici e genuini di sole due regioni: Campania e Puglia. Ciò è dovuto innanzitutto a una conoscenza a 360 gradi di questi due territori da parte dei nostri fondatori, Fernanda

Caporaso e Massimo Cappello, i quali sono proprio originari di queste due terre. In secondo luogo, la scelta di operare su tutto il territorio italiano ma con prodotti di sole due regioni è motivata dal fatto che CamPù ha come obiettivo quello di offrire una gamma di prodotti di alta qualità variegata ma allo stesso tempo non troppo dispersiva.

Abbiamo deciso quindi di specializzarci su prodotti di nicchia pugliesi e campani in modo da non confondere i nostri clienti garantendo continuità e fedeltà ai sapori che hanno reso famose queste due regioni in tutto il mondo.

Un altro elemento che ci distingue dai nostri competitors diretti è la volontà di abbinare due forme di ritualità come enogastronomia e turismo. Tramite il turismo enogastronomico pugliese e campano, vogliamo coniugare l'esperienza straordinaria di fare turismo a un desiderio di ritorno alla disciplina della terra (e ai suoi prodotti tipici e autentici).

Perciò, organizzeremo viaggi dedicati per i nostri clienti più attivi all'interno delle fattorie e strutture dei nostri fornitori. Tale aspetto ci contraddistingue da tutte le forme di food delivery presenti sul mercato e crediamo possa rappresentare un ottimo meccanismo per la fidelizzazione dei nostri clienti.

3 – LOCALIZZAZIONE DELL'ATTIVITA'

I produttori che forniscono prodotti gourmet e di nicchia per CamPù sono localizzati in Campania e Puglia. Tale scelta è dovuta al fatto che spesso e volentieri CamPù verrà registrata come attività nel registro delle imprese dell'Emilia – Romagna. Ciò è dovuto innanzitutto perché i fondatori della Startup, Massimo Cappello e Fernanda Caporaso risiedono in Emilia – Romagna (più precisamente a Rimini) ma anche perché tale regione permette di accedere a numerosi bandi e concorsi potenzialmente molto utili per CamPù. Come è risaputo, l'Emilia – Romagna è una delle regioni più avanzate d'Italia, sia da un punto di vista economico sia per quel che riguarda la propria burocrazia in termini di efficienza e tempistiche. In futuro, qualora CamPù dovesse ampliare la propria attività, vi sarà la possibilità di usufruire di servizi professionali qualificati e di reperire allo stesso tempo manodopera qualificata.

4 – PIANO DI MARKETING

Tutti gli sforzi in termini di marketing e politiche di promozione di CamPù saranno concentrati sul pubblicizzare il sito web. Gli strumenti che verranno utilizzati in questo senso sono i seguenti: biciclette pubblicitarie ecologiche, ragazze immagine, omaggi, coupons, collaborazioni con aziende pugliesi e campane che operano in altri settori (per esempio in quello della ceramica), partnerships strategiche sia con piattaforme che si dedicano alla preparazione di ricette (e.g. GialloZafferano) sia con attività che si impegnano ad aiutare il consumatore finale in una scelta responsabile per quel che riguarda la propria salute (e.g. Allergenio).

Volantinaggio e piccoli investimenti per favorire l'erogazione di messaggi promozionali personalizzati sui social networks (Facebook, Instagram, Twitter) caratterizzeranno le politiche di promozione messe in campo da CamPù.

Tali pubblicità mirate appariranno sui profili socials di persone che sono alla ricerca di prodotti alimentari su internet. Simili profili vengono facilmente individuati da piattaforme come Facebook e Instagram e immediatamente reindirizzati ad annunci di aziende che hanno versato determinate somme di denaro per essere pubblicizzate su questi networks.

5 – PIANO OPERATIVO

Le risorse tecniche, ovvero i beni materiali e immateriali, che servono per l'avvio dell'impresa sono già tutti in nostro possesso.

I prodotti presenti sul sito provengono dai nostri fornitori più affidabili e puntuali, gli accordi con la compagnia di trasporti (DHL) sono già stati stipulati e gli imballi per la preparazione dei pacchi verranno usati sia autonomamente da noi per quei fornitori che ne sono privi o che comunque offrono imballi non corrispondenti ai nostri criteri, sia da quei fornitori che già offrono imballi in armonia con le dimensioni e lo stile dei pacchi di CamPù.

Per quel che riguarda i vincoli burocratici, essi sono pressoché nulli.

Ciò è dovuto al fatto che la forma giuridica di ditta individuale ci consente di non dover investire cifre spropositate per l'avvio dell'attività dato che i nostri costi iniziali non sono sostanziosi.

Non dovendo gestire un magazzino centralizzato, CamPù non deve affrontare i costi relativi all'utilizzo di quest'ultimo e ciò rappresenta un enorme risparmio e differenza dai modelli di business tradizionali. In aggiunta, non vi è alcun brevetto o licenza particolare che possa risultare problematica per la nascita di CamPù come marketplace nel settore del food.

CamPù si pone come obiettivo quello di sfruttare nel migliore dei modi la decentralizzazione offerta dalla tecnologia Blockchain.

Tale decentralizzazione sta ad indicare l'assenza di intermediari fra produttori e consumatori finali, un considerevole abbattimento dei costi, maggiore trasparenza e tracciabilità degli ordini e transazioni più veloci e sicure.

Perciò, CamPù garantirà trasparenza e un totale controllo della filiera alimentare "raccontando" la storia del proprio cibo.

Il chicco d'uva che può raccontare tutta la sua storia, dal momento in cui viene colto al momento in cui arriva sul tavolo dell'acquirente o nello scaffale del retailer. E se si pensa

che tutti coloro che partecipano alla blockchain lo possono vedere e che la storia, una volta approvata è immutabile e accessibile a tutti, ci si rende conto che siamo davanti a una tecnologia che non porta solo a un cambiamento di performance, ma un cambiamento di paradigma.

In altre parole, il vero tema è quello di stabilire una situazione di *Fiducia*, di *Trust*, che dia chiare garanzie a tutti gli attori della filiera in merito alla qualità del lavoro svolto e al rispetto delle regole e di tutti coloro che direttamente e indirettamente lavorano a questa filiera.

Tale piano operativo riduce notevolmente il numero di rifiuti, offre una maggiore sostenibilità e garantisce una maggiore competitività dei piccoli produttori.

Di solito, i piccoli fornitori non sono in grado di prevedere accuratamente il numero di prodotti che venderanno in futuro e spesso e volentieri finiscono per produrre più di quanto riescono a vendere, generando un enorme spreco alimentare.

Tuttavia, grazie alla tecnologia blockchain, le aziende agricole e i dettaglianti saranno in grado di valutare la domanda di prodotti alimentari in tempo reale, il che significa che l'offerta sarà adeguata secondo necessità, riducendo ulteriormente gli sprechi. Tale riduzione di sprechi offrirà a queste piccole realtà maggiori opportunità di crescita data la conseguente riduzione di costi.

6 – ORGANIZZAZIONE DELL'ATTIVITA'

Le principali attività del business sono le seguenti:

- Stipulazione contratti e accordi con i fornitori pugliesi e campani (Massimo Cappello, Fernanda Caporaso e Davide Napolano)
- Creazione, gestione e manutenzione del sito web (Marco Bovinelli)
- Controllo e gestione degli ordini ricevuti tramite il nostro database (Marco Bovinelli)
- Marketing e pubblicità - sia online sui social networks che offline presso piazze, negozi, fiere e strutture simili - (Antonio Cappello, Vincenzo Varriale, Massimo Cappello)
- Amministrazione e contabilità – controllo fatture, ordini, finanziamenti e pagamenti coi fornitori (Chiara di Stefano, Davide Napolano)
- Redazione Business Plan come strumento di pianificazione e gestione d'impresa (Radu Parfene)
- Gestione canali social e strategie di marketing sul web (Vincenzo Varriale)

7 – STRUTTURA GIURIDICA

La forma giuridica assunta da CamPù è quella di ditta individuale a nome di Fernanda Caporaso. Tale decisione è dovuta al fatto che essa è la forma giuridica più semplice, immediata e meno onerosa visto che per la sua costituzione non sono richiesti particolari adempimenti. L'unica cosa da fare è l'apertura di un numero di partita IVA.

La ditta individuale fa perciò riferimento alla sola titolare, Fernanda Caporaso, alla quale non si impone una quantità minima di capitale iniziale da investire.

Per quanto riguarda la disponibilità di capitali di CamPù, essa è inizialmente limitata.

Questa disponibilità racchiude all'inizio le spese relative alle trasferte dei membri della Startup al fine di ampliare il proprio network e stringere accordi con i fornitori campani e pugliesi ritenuti più affidabili. I capitali iniziali verranno inoltre investiti per la preparazione degli imballi, la realizzazione del video che verrà allegato al Business Plan e per le riunioni del team che hanno luogo settimanalmente nella città di Ferrara.

Essendo CamPù un tipo di business che non richiede grandi investimenti (dato che non vi è la presenza di un magazzino centralizzato e le vendite avvengono solo ed esclusivamente online) comportando rischi abbastanza moderati, la forma giuridica di gran lunga più pertinente e ragionevole è quella della ditta individuale.

8 - INVESTIMENTI

Gli investimenti necessari per avviare l'attività non sono sostanziosi, in particolar modo nell'immediato, in quanto per i primi mesi di attività ci aspettiamo un numero limitato di ordini (com'è normale che sia) per poi avere a che fare con un numero di spedizioni sempre maggiore a partire soprattutto dal sesto mese di attività.

Le spese di investimento includono sostanzialmente le spese di costituzione e di promozione di CamPù assieme ai costi relativi alla logistica, in modo da offrire al consumatore finale un servizio rapido, efficace e puntuale.

In questo senso il partner di CamPù per le consegne dei pacchi contenenti i nostri prodotti è DHL, nota compagnia di trasporti tedesca conosciuta per la propria serietà e puntualità nel mondo delle spedizioni.

Più precisamente, tali spese di investimento includono:

1) **Nastro per i pacchi:**

- Impianto € 90,00
- Costo nastro € 1,42 cad
- Minimo Ordinabile 360 rotoli

2) **Imballi:**

- Scatole doppi onda.

Diverse misure:

- * 60x40x40 costo € 28,95 minimo acquistabile 15 scatole
- * 43x30x25 costo € 12,90 minimo acquistabile 10
- * 40x40x40 costo € 21,00 minimo acquistabile 10
- * 80x60x50 costo € 13,00 minimo acquistabile 1

3) **Adesivo da applicare sugli imballi:**

- Q.tà min 280 etichette
- costo € 4,90 + 2,90 spedizione
- misure 19 x 10

- Altra misura:

- * costo etichetta 4,90 + spese spedizione 2.90
- * Quantità min 60 etichette

DESCRIZIONE	COSTO
Packaging ed etichettatura	€ 30,000
Spese promozionali e marketing	€ 10,000
Spese di costituzione	€ 6,000
Viaggi e trasferte	€ 4,000
Packaging ed etichettatura	€ 1,000
Spese promozionali e marketing	€ 4,850
Spese di costituzione	€ 649
Apparecchiature informatiche	€ 2,400
Marchio	€ 1,000
Totale	€ 63,180

Le spese di costituzione ammontano a € 649,10 e includono quanto segue:

- Richiesta pec Aruba €6,10;
- Pratica Comunica iscrizione registro imprese di Rimini € 150,00;
- Richiesta partita iva € 150,00;
- Diritti Camera di Commercio per inizio attività € 40,00;
- Iscrizione Inps, delega cassetto previdenziale e delega cassetto fiscale € 50,00;
- Smart Card € 50,00;
- Pratica richiesta licenza ed adempimenti connessi € 150,00;
- Diritto annuale CCIAA € 53,00;

9 - BILANCIO DI PREVISIONE

Vedasi allegato.

10 – CONCLUSIONI

Non definiteci un e-commerce. I membri del nostro team potrebbero prenderla sul personale. E non senza una buona ragione, naturalmente. CamPù, infatti, è molto, molto di più.

Nata da un'idea di due entusiasti genitori appassionati di food e con esperienza nel mondo della ristorazione, CamPù è la startup del cibo pugliese e campano che valorizza e commercializza l'agroalimentare nostrano d'eccellenza.

Ma come funziona esattamente CamPù? L'idea è semplice e molto intuitiva: selezioniamo piccoli produttori che ci forniscono prodotti freschi e genuini e li mettiamo in contatto diretto con i consumatori. Piccoli produttori che senza la nostra piattaforma non riuscirebbero ad ottenere la stessa visibilità a livello nazionale. Sappiamo tutti che in Italia le eccellenze gastronomiche regionali spesso e volentieri non vengono valorizzate quanto in altri paesi europei e CamPù vuole colmare questo gap.

Vini, taralli pugliesi, mozzarelle di bufala campana DOP, olio extravergine di oliva del Salento, pastiera napoletana con ricotta.

Questi sono alcuni esempi delle specialità e bontà provenienti dalla Puglia e dalla Campania con cui CamPù ha intenzione di deliziare la propria clientela.

La gamma di prodotti selezionati sarà molto ricca e diversificata ma allo stesso tempo non troppo dispersiva. Abbiamo deciso di specializzarci su queste due regioni grazie al know how e all'esperienza dei membri del nostro team, in particolare dei due fondatori: Massimo Cappello e Fernanda Caporaso. Quest'ultima, originaria della Campania, è riuscita negli ultimi mesi a stringere accordi strategici con piccoli e medi produttori campani, i quali non riescono ad avere uno sbocco redditizio sul mercato nonostante l'offerta di prodotti tipici naturali e gustosi. CamPù cercherà dunque di risolvere questo problema garantendo loro maggiore visibilità e presentando ai clienti finali bontà autentiche di questo territorio.

Massimo Cappello, originario di Brindisi, possiede un'esperienza notevole per quel che riguarda la rete di piccoli produttori pugliesi.

Le piccole realtà pugliesi presentano in molti casi le stesse difficoltà riscontrate da quelle campane: produzione di prodotti naturali e autentici i quali non vengono propriamente pubblicizzati e diffusi nel resto d'Italia.

La nostra startup non si impegna solamente a offrire dunque pietanze regionali di qualità ad un prezzo contenuto, ma anche a contribuire positivamente alla crescita da un punto di vista economico e sociale di produttori locali che purtroppo non vengono valorizzati quanto dovrebbero (sia per mancanza di capitali propri, sia per indifferenza da parte dello Stato e delle istituzioni pubbliche in generale).

Mediante l'organizzazione di viaggi nei territori campani e pugliesi dedicati ai clienti più attivi sul sito, CamPù si pone anche come obiettivo quello di promuovere il turismo locale abbinando le esperienze enogastronomiche a quelle classiche del turismo. Desideriamo che i nostri clienti più fedeli acquisiscano ed entrino in contatto il più possibile con le tradizioni campane e pugliesi, le quali godono di un'eccellente considerazione, sia nel resto d'Italia che perfino all'estero, soprattutto in quei paesi dove la comunità italiana è importante e numerosa.

CamPù ha intenzione di rivolgersi non solamente ai singoli individui e alle famiglie in generale, ma anche al vastissimo mondo della ristorazione. Ciò avverrà, secondo le nostre previsioni, a un anno circa dall'avvio della Startup in quanto avere questo ulteriore sbocco sul mercato richiederà inevitabilmente degli sforzi economici maggiori rispetto a quelli messi in atto per soddisfare la classica clientela rappresentata da singoli individui e famiglie.

Si sa, mangiare fuori è una delle abitudini più amate dagli italiani e CamPù è consapevole che in futuro non si potrà fare a meno di contattare ristoratori e attività commerciali nel settore del food.

Beneficenza e l'aiuto dei più bisognosi sono altri due aspetti che CamPù ha a cuore.

Desideriamo donare ogni anno almeno una piccola percentuale dei nostri profitti in attività caritatevoli e di sostegno nei confronti delle famiglie in difficoltà economiche, in modo particolare in quelle dove vi sono minori. Siccome ci occupiamo della vendita di beni alimentari, abbiamo intenzione di donare parte di questi prodotti a mense e organizzazioni senza scopo di lucro che si occupano di sfamare persone povere e/o in situazioni svantaggiose.

Ovviamente tutto ciò verrà fatto senza alcuna finalità promozionale ma semplicemente perché riteniamo giusto e soprattutto doveroso aiutare il prossimo. Siamo perciò convinti che ognuno di noi debba nel suo piccolo contribuire a rendere il mondo un posto migliore.

In aggiunta, il nostro modello di business è rispettoso dell'ambiente. Dato che non vi è alcun magazzino centralizzato, vengono risparmiati i trasporti delle nostre pietanze da e per magazzini intermedi e di conseguenza si ha una riduzione significativa delle emissioni

di anidride carbonica. La nostra piattaforma di marketplace permette di evitare anche lo spreco alimentare visto che la produzione da parte dei nostri produttori avviene in funzione della domanda diretta.

Tale aspetto rappresenta una novità assoluta nel panorama delle vendite online di cibi e alimenti, all'interno del quale la maggior parte delle aziende spesso e volentieri si ritrova prodotti invenduti a causa dell'eccessivo accumulo della merce legato a errate previsioni di vendita.

Siamo fermamente convinti che questo modello di business sia eccellente visto che da un lato valorizza le tradizioni e i sapori del passato, e dell'altro permette uno sviluppo economico e sociale sostenibile per le future generazioni.

Vogliamo rappresentare ciò che lega passato e futuro, usanze e innovazione. Vorremmo poter trasmettere al cliente lo stesso entusiasmo che abbiamo provato quando siamo venuti a conoscenza del prodotto, delle sue qualità e particolarità, così come dell'unicità che caratterizza ogni singolo produttore che abbiamo incontrato fino ad oggi. Ognuno con una storia diversa, con idee e personalità differenti, ma con la stessa voglia di mantenere viva l'artigianalità di una volta e difenderne la qualità.

CamPù è una community, uno stile di vita, per tutte quelle persone che la pastiera la comprerebbero solo a Napoli e il pasticciotto solo a Lecce.