

# Il mercato del Parmigiano Reggiano e la vendita diretta tramite e-commerce.

## Come si crea una filiera corta di vendita di prodotti agricoli al consumatore finale mediante l'uso dei social media

Alberto Menghi- Fondazione CRPA

Saverio Delsante – Azienda Agricola Delsante

Roberta Sandroni – Caseificio San Pier Damiani



# Gruppi Operativi per l'INNOVAZIONE

Il Piano di Sviluppo Rurale nell'ultima programmazione ha messo a disposizione dei fondi per sperimentare delle attività innovative a che potessero dare dei benefici al mondo agricolo mettendo insieme ricercatori e aziende agricole.

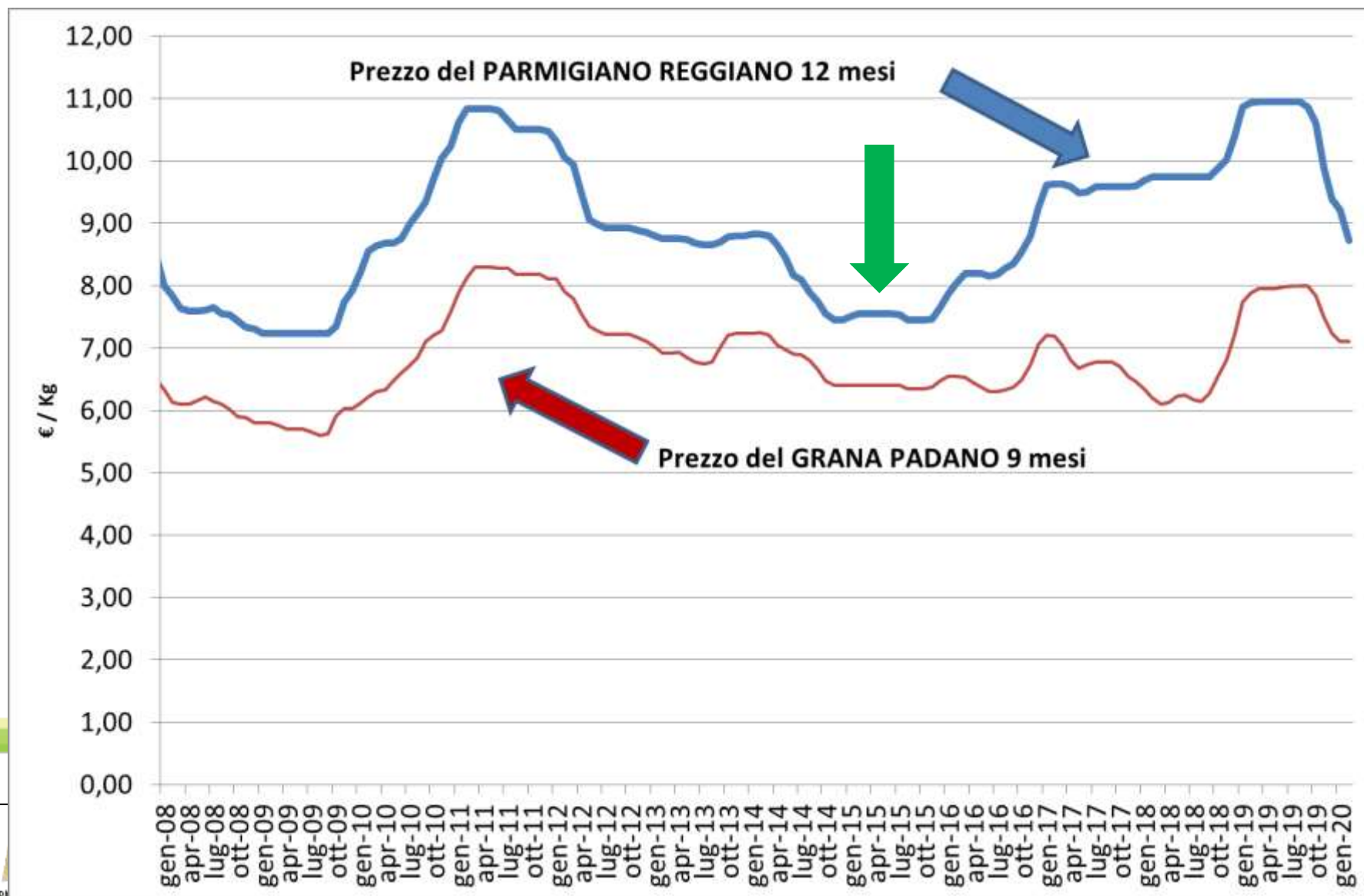
Cercando di risolvere delle **problematiche specifiche**.

**Quando si sperimentano cose nuove non si ha mai la certezza che possano funzionare e dare i risultati attesi** è per questo motivo che l'ente pubblico sostiene una parte di questo rischio in un settore primario come quello agricolo.



# PROBLEMA: VOLATILITA' DEL PREZZO

COME AUMENTARE I  
RICAVI E I MARGINI  
DELLA VENDITA DEL  
FORMAGGIO?

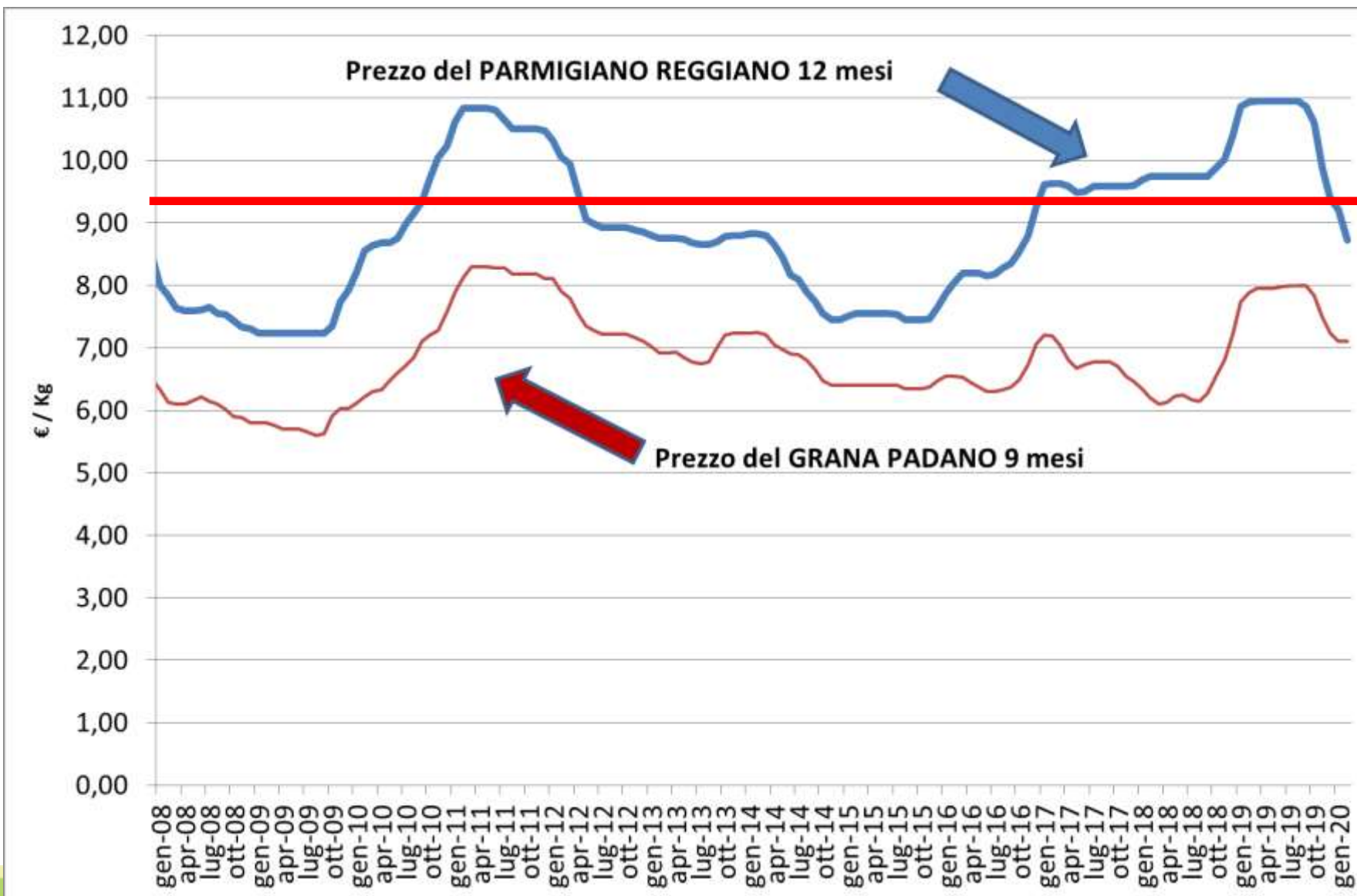


# Profitto e costi di produzione

Per coprire tutti i costi e fare profitto, il formaggio (12 mesi) dovrebbe essere venduto ad un prezzo compreso tra i 9 e i 10 €.

Questo valore varia in funzione del tipo di conferenti e del tipo di caseificio.

Più i conferenti hanno stalle piccole e più il caseificio è piccolo e più il prezzo deve essere vicino ai 10 €



Prezzo  
minimo e  
prezzo  
all'ingrosso

# Profitto e costi di produzione

I piccoli caseifici come SPD (7 caldaie) con un gap dimensionale i costi più elevati di altri caseifici generano una bassa redditività che non permette di reinvestire e restare al passo con tecnologie e normative in continua evoluzione.

Stessa cosa per i soci allevatori conferenti di SPD che sono passati da 17 a 3 (dagli anni 60 ad oggi) a parità circa di produzione.



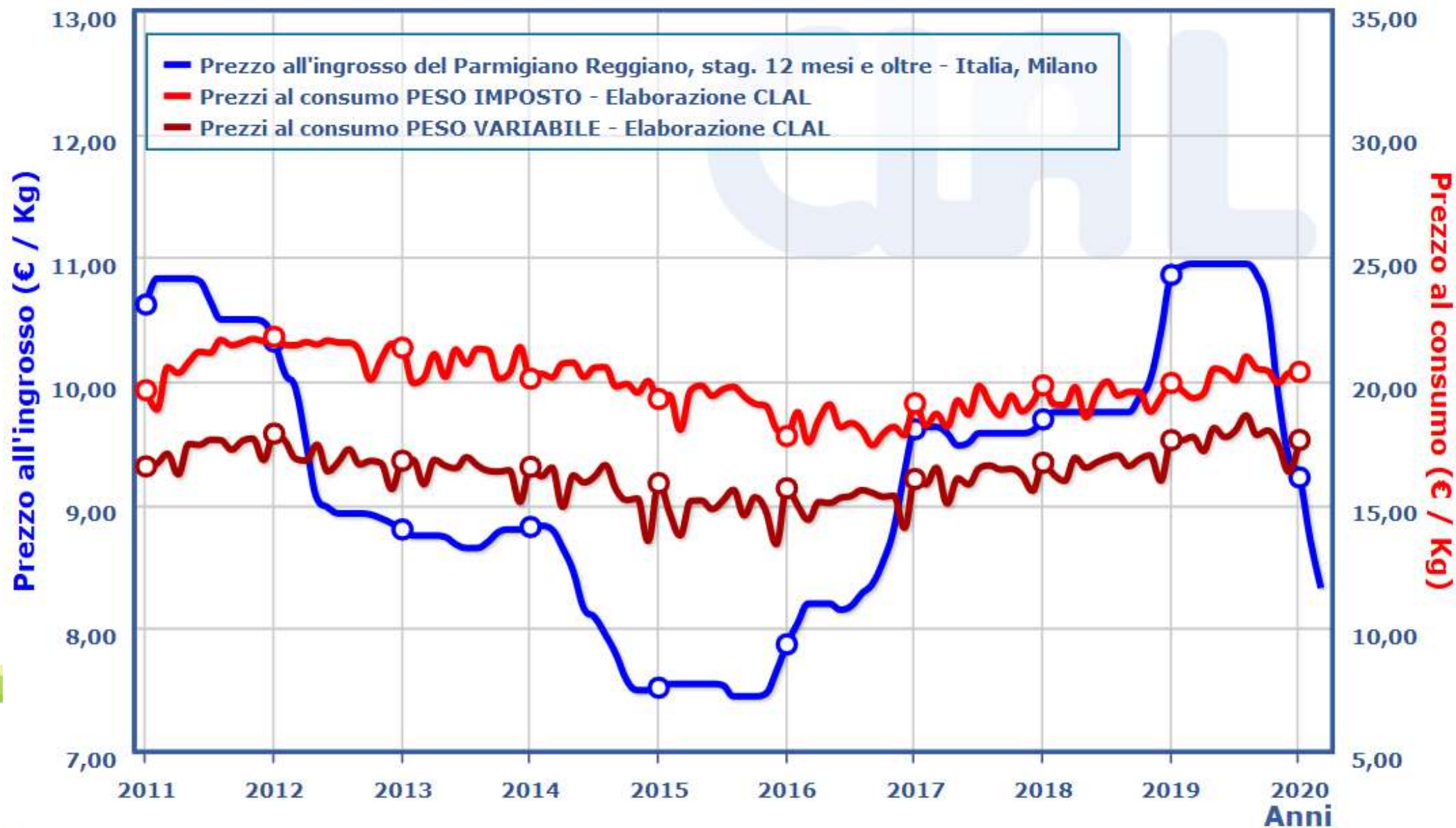


# Costruzione caseificio San Pier Damiani 1962



# Italia - Quadro storico di confronto fra prezzi all'ingrosso e al consumo del Parmigiano Reggiano

Elaborazione CLAL



CR



Quindi il modo per recuperare valore e evitare gli sbalzi di prezzo è quello di arrivare al consumatore finale per coloro che hanno il prodotto finito in mano (non tutti gli agricoltori possono farlo)

## Come farlo?

Non certo con lo spaccio. Gli spacci che vendono solo formaggio chiudono, e per caseifici sempre più grandi non incidono sui ricavi e sono solo un peso per la gestione



# QUALE SOLUZIONE?

L'unico canale in continua crescita è la vendita on-line in tutti i settori cibo compreso. Il Parmigiano-Reggiano è un prodotto che si adatta alle spedizioni a distanza

(GIRO DI AFFARE DELL'E-GROCERY, VALORI IN MLD DI EURO E INCIDENZA PERCENTUALE SUL TOTALE GROCERY)



Fonte: Nielsen consumer Panel, I semestre 2019

# QUALI ELEMENTI INNOVATIVI?

- «vendere» quei valori legati all'allevamento che altri produttori non possono vendere
- una storia iniziata nel 1846
- il controllo dell'intera filiera
- la Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI)
- la biodiversità

utilizzare canali di comunicazione e vendita moderni i social media e le piattaforme web



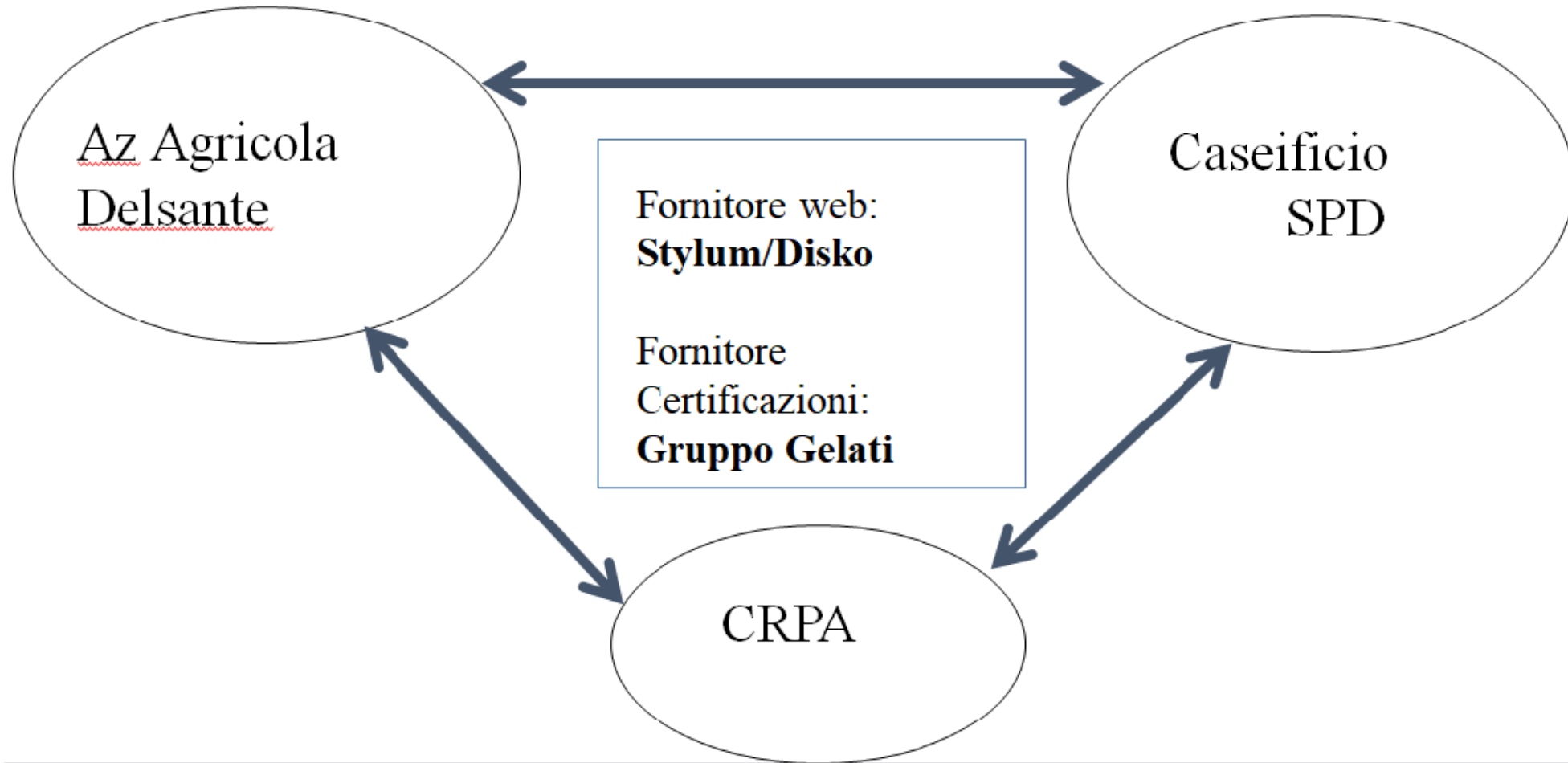
# Quale era la situazione di partenza?

Non si partiva da zero, il progetto nasce nel 2015  
nel **2016** il Caseificio San Pier Damiani vendeva piccole  
quantità tramite lo spaccio

Inoltre aveva iniziato a fare delle visite guidate durante la  
lavorazione del latte (i visitatori chiedevano...dove trovo i  
vostri prodotti?)



# IL GRUPPO OPERATIVO





# Cosa è stato fatto

La base è stata raccogliere tutte le info produttive di allevamento e caseificio, sono stati completati tutti i processi di certificazione di filiera descritti nel sito web [www.sanpierdamiani.com](http://www.sanpierdamiani.com)

Nello stesso sito è stata creata la sezione e-commerce in grado di far ordinare e arrivare il formaggio (+ i gadget + altri prodotti) ai clienti di tutta Italia e tutta Europa.

E di prenotare e pagare le visite guidate

Il sistema di comunicazione Supportato dai vari social (Facebook, Instagram, Twitter ecc x aumentarne la conoscenza) le visite guidate sono state invece supportate da Tripadvisor e Airbnb



# Le politiche di prezzo per il formaggio

Per un marchio nuovo sconosciuto alle rete è necessario farsi spazio poco a poco. Quindi si è cercato di mettere lo stesso prezzo o un po' più basso rispetto ai competitor. Considerando sempre che la maggior parte di essi non sono caseifici ma rivenditori. La rete tiene traccia di tutto quanto positivo accade sul tuo prodotto (recensioni: google facebook Instagram etc)

**Il margine va calcolato sui prezzi all'ingrosso che come abbiamo visto variano moltissimo**



# Analizziamo le vendite di formaggio on-line: I PREZZI

Analizzando le quotazioni di formaggio sulle altre piattaforme internet è stato deciso il seguente listino:

		2019		2020	
	SPD	INGROSSO	diff	INGROSSO	diff
<b>Parmigiano Reggiano 12 mesi – 1 kg</b>	<b>13,9</b>	10,9	3,00	8,8	5,1
<b>Parmigiano Reggiano 24 mesi – 1 kg</b>	<b>16,9</b>	13,3	3,60	11,3	5,6
<b>Parmigiano Reggiano 30 mesi – 1 kg</b>	<b>17,9</b>	14,0	3,90	12,0	5,9
<b>Parmigiano Reggiano 36 mesi – 1 kg</b>	<b>18,9</b>	15,0	3,90	13,0	5,9

# Le politiche di prezzo per le visite

Le visite guidate erano partite con un prezzo di 8 euro, poi gradualmente passato a 12 €. Le richieste erano moltissime tanto da non garantire la qualità della visita quando i partecipanti erano troppi. Con la ristrutturazione dello spaccio e la creazione del museo dei trattori si è passati a 20 € a persona (5500 visitatori nel 2019).

**Il numero di visite non è mai diminuito. L'apprezzamento di questo tipo di prodotto è elevatissimo e andrebbe potenziato e organizzato meglio in tutto il comprensorio.**



# Alcune considerazioni finali

L'apertura di un negozio virtuale deve essere considerato come l'apertura di un negozio fisico sia in termini di impegno di personale che di investimenti.

Va analizzata tutta la legislazione ad esso legata, dal discorso della privacy, ai contratti con i fornitori per il supporto web e per la logistica.

La logistica è uno dei punti chiave per permettere il funzionamento.

Le analisi preliminari hanno richiesto circa 6 mesi, la piattaforma ha iniziato a funzionare prima per le visite ad agosto 2018 e per il formaggio a novembre 2018. Il Progetto è finito a marzo e cerca di proseguire con le sue gambe





#IORESTOACASA

E acquisto su:

[www.sanpierdamiani.com](http://www.sanpierdamiani.com)



SAN PIER  
**DAMIANI**  
PARMIGIANO REGGIANO



UNIONE EUROPEA  
Fondo Europeo Agricolo  
per lo Sviluppo Rurale



Regione Emilia-Romagna

L'Europa investe nelle zone rurali