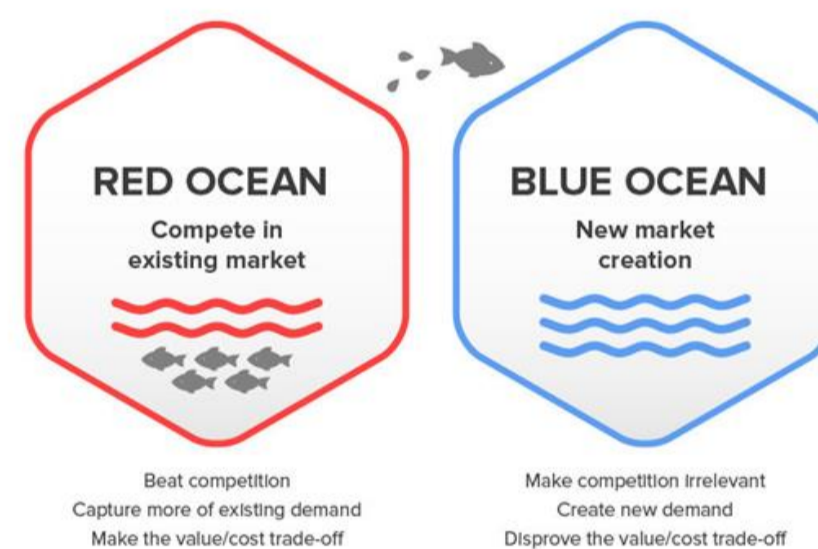
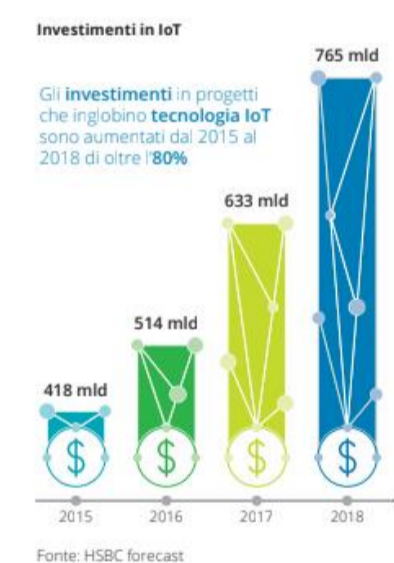
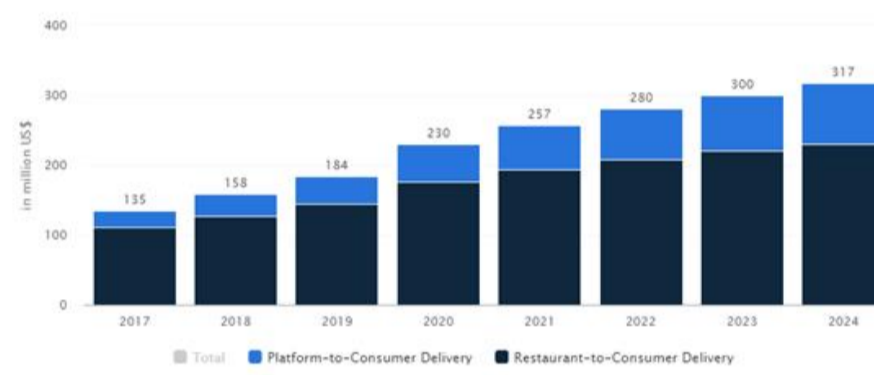
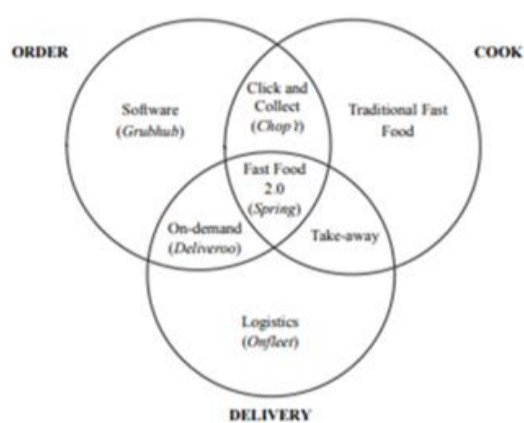


SUPSI

Analisi strategica del mercato del food delivery per la diffusione del sistema LockEat (Exever) in Ticino

Studente: Edoardo Grimoldi | Relatore: Sergio Pedrazzini | Controrelatore: Paolo Pedrazzoli | Committente: Mauro Piloni

Corso di laurea: Ingegneria Gestionale | Modulo: M-P6070.1 Progetto di diploma | Anno: 2020 | Data: 28 settembre 2020



STUDENTSUPSI

Abstract

L'attività di consegna sta subendo grandi cambiamenti in quanto crea nuovi approcci per raggiungere il cliente finale, in particolare l'introduzione di nuovi canali di consegna permette di raggiungere ulteriori mercati utilizzando tecnologie all'avanguardia.

Questo caso di studio esamina la start-up LockEat (Exever) nel settore emergente della somministrazione di pasti per definire una strategia e le sfide che l'azienda dovrà affrontare nel mercato tenendo in considerazione una ricerca e analisi dei servizi di online food-delivery in Ticino, in particolar modo riguardo all'esperienza e le sfide incontrate dagli utenti ticinesi.

Si mira ad avere una visione concreta di come sta cambiando il panorama culinario ticinese, di come abbracciare le nuove tendenze nel mondo della ristorazione, che grazie al fenomeno della digitalizzazione, stanno diventando più accessibili e stanno costringendo le aziende nell'industria ad innovare per soddisfare le nuove esigenze dei consumatori e del mercato, fornendo poi raccomandazioni per l'inserimento nei servizi esistenti, stilando una strategia che punta ad una collaborazione con aziende private e istituzioni tramite partnership e arricchire la proposta dell'esperienza di servizio di food delivery in maniera efficiente ed efficace nel mercato target.

Obiettivi

Exever è una realtà industriale in crescita nel panorama della conservazione degli alimenti, con lo sviluppo tecnologico e l'evoluzione del prodotto si è inserito il brand LockEat, è un sistema integrato di locker innovativi per la conservazione del cibo, dotati di tecnologia per il mantenimento e conservazione della pietanza. Il progetto prevede un'analisi strategica di Exever con potenziali partnership e analisi di mercato per la diffusione del sistema LockEat in Ticino.

- Analizzare il mercato della somministrazione del cibo per capire il turnover ed il trend di crescita per settore nel territorio svizzero.
- Analizzare le metodologie di somministrazione per settore nel territorio ticinese.
- Analizzare gli "enablers" dell'attuale sistema di somministrazione del cibo a livello tecnologico e di prodotto/servizio, sempre nel territorio ticinese.

Ipotizzare la creazione di un Exever CH focalizzato sulla penetrazione e consolidamento della posizione dell'azienda nel mercato di LockEat:

- L'analisi del mercato, le opportunità di penetrazione, l'organizzazione, e i potenziali costi e revenue
- Identificare potenziali partner locali per garantire il successo dell'operazione:
- Partner finanziari-operativi e istituzionali

Conclusioni

Per mettere in atto la strategia LockEat ha bisogno di un modello di business in grado di soddisfare le esigenze del cliente. La principale difficoltà per le nuove imprese, nell'ottica di posizionarsi nel contesto ticinese, è che richiede investimenti significativi dal lato operativo e il mantenimento di ottimi rapporti con fornitori e partner.

Per essere scalabile, considerando un'ipotesi di crescita futura, è essenziale dare la priorità agli investimenti in tecnologia e prodotto, piuttosto che costruire una proposta di valore competitiva sul prezzo dove è difficile sopravvivere. A livello di ricerca e sviluppo, si concretizza una collaborazione per sviluppare e gestire una partnership università-azienda e migliorare nel campo dell'innovazione.

La chiave fondamentale per sopravvivere nel mercato del futuro sarà promuovere i vantaggi per aziende e partner, promuovendo la value proposition con una proposta fortemente basata sul risparmio di tempo e sull'efficienza, per fidelizzare il maggior numero di consumatori possibili.

Sarà fondamentale osservare l'evolversi del mercato e sviluppare il progresso, in un'ottica di fidelizzazione e personalizzazione, per ispirare lealtà e fiducia nei consumatori, così da migliorare ed evolvere il progetto LockEat.