

03041 *Il direttore del consorzio, Andrea Lugo: il Montasio nelle case al prezzo del contadino* 03041

E-business dalle stalle friulane

Gli allevatori si dotano di piattaforma web e rete logistica

DI ANDREA SETTEFONTI

Per la prima volta un consorzio ha costruito la propria piattaforma digitale autonoma e la propria struttura logistica per vendere online. Sono gli **Allevatori del Friuli Venezia Giulia** che hanno realizzato un magazzino-hub per la gestione degli ordini e l'invio dei prodotti. Come spiega a *ItaliaOggi* il direttore, **Andrea Lugo**, l'obiettivo è accorciare la filiera per vendere direttamente al consumatore finale, alzare il prezzo medio di vendita e arrivare a 5 milioni di euro in 4 anni. «L'idea è di vendere i prodotti dei nostri soci, per dare una opportunità anche ai più piccoli e meno strutturati. Non tutti hanno spazi per la vendita diretta o non hanno disponibilità di risorse umane da dedicare alla commercializzazione. Da qui abbiamo pensato che poter vendere le proprie produzioni anche attraverso il canale del commercio elettronico potesse in qualche modo aiutare i nostri soci a collocare nel mercato la produzione, quella che attualmente ceduta ai grossisti. E allo stesso tempo aumentare le loro produzioni avendo uno sbocco commerciale aggiuntivo rispetto al passato».

La piattaforma «Fattorie Friulane» sarà operativa da fine mese e conta 56 aziende attive, mentre altre stanno terminando la loro proposta. Abbiamo coinvolto, oltre ai nostri soci, anche altre aziende friulane che producono vino, olio, birra, tutte a conduzione familiare. Ci sono anche due prosciuttifici perché vogliamo cercare di dare

un paniere più ampio possibile dei prodotti della regione». Per quanto riguarda la struttura, «l'ordine arriverà alla nostra associazione che lo riceve, incassa, prepara il pacco e spedisce. Per fare questo abbiamo un magazzino per la raccolta dei prodotti e così togliamo il peso alle aziende della gestione degli ordini: nessuna azienda ha alcuna incombenza. Al contrario di altre piattaforme. Quando un cliente fa un ordine anche di prodotti di aziende diverse, farà un pagamento unico e avrà un pacco soltanto».

Per la realizzazione della struttura ci siamo avvalsi di consulenti web la stessa che curato la vendita online del Parmigiano Reggiano». Come sottolinea **Raffaele Petriccione**, che ha curato il progetto, «Fattorie Friulane è un percorso integrato, una fattoria non ha infatti, un prodotto solo ma una filiera integrata. Vogliamo portare nelle case dei consumatori prodotti come il formaggio **Montasio**, al prezzo dello spaccio del contadino. Secondo il nostro osservatorio dei prezzi, in centro a Milano si pagherebbe il doppio che non sul nostro sito». La piattaforma «vuole essere un mezzo per non passare attraverso la distribuzione organizzata e realizzare quello che abbiamo pensato come una sorta di km0 digitale per il consumatore finale».

L'associazione degli **Allevatori del Friuli Venezia Giulia** conta circa 900 soci, 600 dei quali allevatori di bovine da latte, per un valore della produzione di circa 7 mln. Tra i servizi offerti, quelli della selezione genetica per i caratteri migliorativi.

© Riproduzione riservata

