

A photograph of a field of tall grasses at sunset. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The sky is filled with soft, white clouds. The grasses are in the foreground, some in sharp focus and others blurred. The word 'MĀKĀ' is overlaid in the center in a bold, dark brown font. Each letter has a small green horizontal bar above it, and a larger dark brown horizontal bar is positioned below the entire word.

MĀKĀ

VIVI LO SPIRITO DELLA TERRA

A solid red square icon is located to the left of the section header.

Problema

Acquistare prodotti sani richiede impegno, conoscenza e tempo.

La fidelizzazione del cliente finale nelle aziende agricole grava principalmente sulla sua rete commerciale

4 italiani su 5 non riescono a fare la spesa online
30% è la percentuale di territorio italiano coperto da servizi di food delivery

Non esiste un modo rapido per conoscere l'origine dei prodotti Bio e a KM0, che crei relazione tra produttore e consumatore e renda sistematico l'acquisto di prodotti sani.

Soluzione

Una piattaforma web nella quale i produttori locali raccontano e vendono i propri prodotti, perché:



Ottingo conversioni

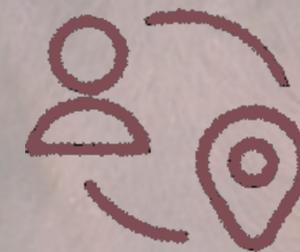
Quando parlo di me e dei miei prodotti



Mangio bene

Conosco il produttore
Semplifico la spesa

Quando compro su Maka



Valorizzo il territorio

So da dove viene
So come è stato fatto
Perché nasce dalla mia terra



Come funziona

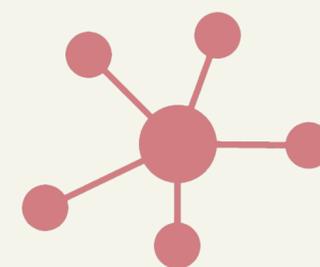
L'utente:



SCOPRE



ORDINA



SEGUE



MACHINE LEARNING

Lo Strumento di Pianificazione della Spesa per determinare da chi comprare e dove far recapitare gli acquisti

Cerca le aziende agricole locali che producono e distribuiscono i loro prodotti nella sua zona

Prodotti freschi: carni, latticini, frutta verdura
Prodotti Bio a lunga scadenza

Storytelling sui prodotti e i produttori.

Volti, Valori, Vita

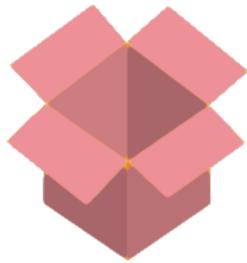
Quanto durerà la spesa appena acquistata?

Pianifico



Come funziona

Il produttore:



VENDE

Riceve gli ordini degli utenti

Conosce le pianificazioni settimanali degli utenti in prossimità



DELIVERA

Gestisce gli ordinativi concentrando le consegne in giorni prestabiliti.

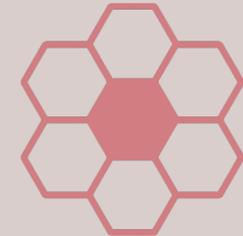
Delivera



FIDELIZZA

Racconto l'esperienza della mia azienda agricola al servizio dei miei clienti

Amplio la Customer Experience



DATA MINING

Massimizzo le consegne

Studio la domanda del mercato

Analytic CRM
Direct Marketing

L'utente, quali produttori trova?

Criteri di selezione

QUALITÀ

Aziende agricole che hanno o vogliono avviare servizi di delivery dei loro prodotti direttamente ai loro clienti

Prodotti

Autentici e legati al territorio d'origine
Certificati Bio, Doc, Dop, Igp, Stg, etc...
Trasparenti nei processi di produzione
Rispettosi dell'ambiente e degli animali
Sostenibili nel consumo delle risorse

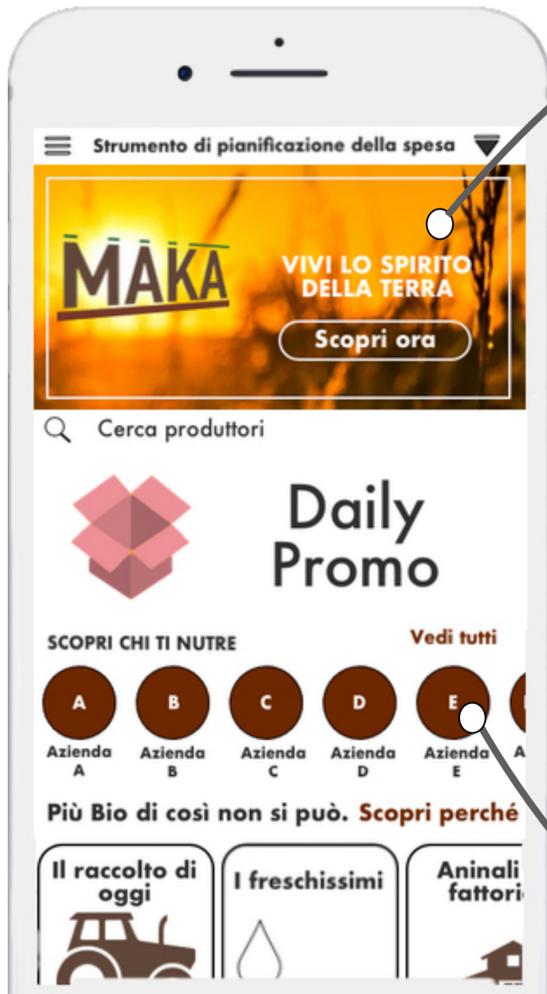
PROSSIMITÀ DISTRIBUTIVA

Trova le aziende dalle quali può essere raggiunto

Trova le eccellenze del suo territorio

Scopre le eccellenze di altri territori

Mockup
How It Works



Lo spirito della terra da chi di terra vive

Il rispetto degli animali, fonte di cibo

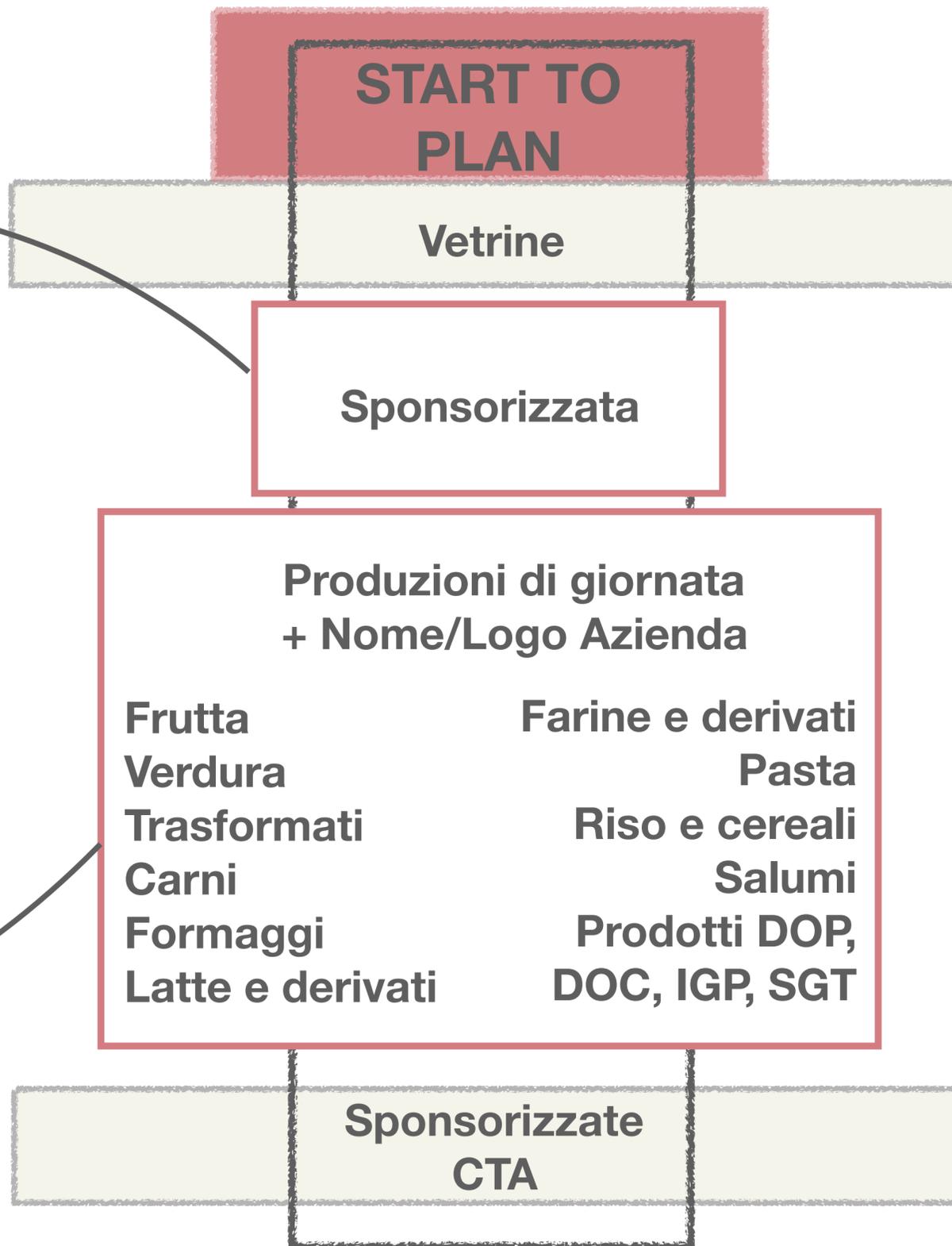
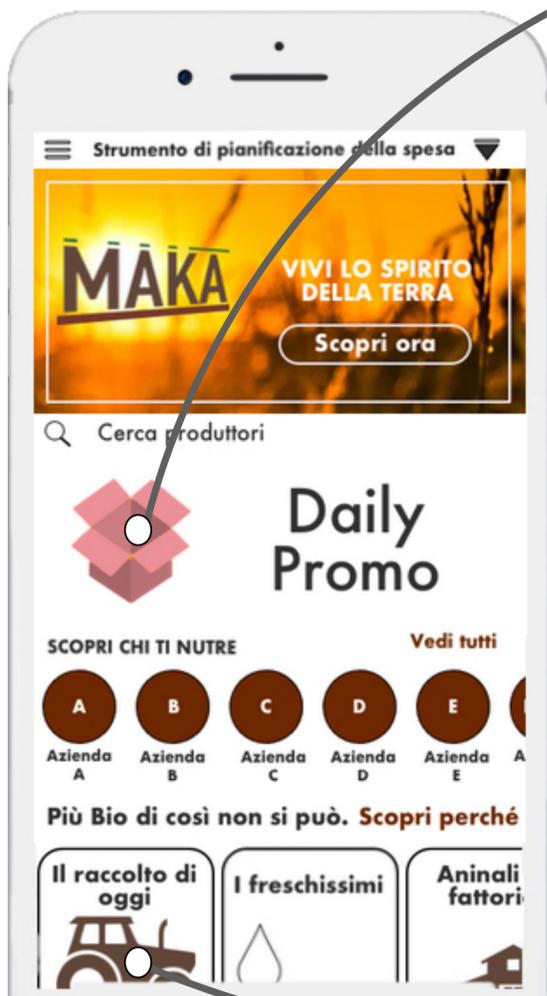


L'indissolubile legame tra territorio e i suoi prodotti

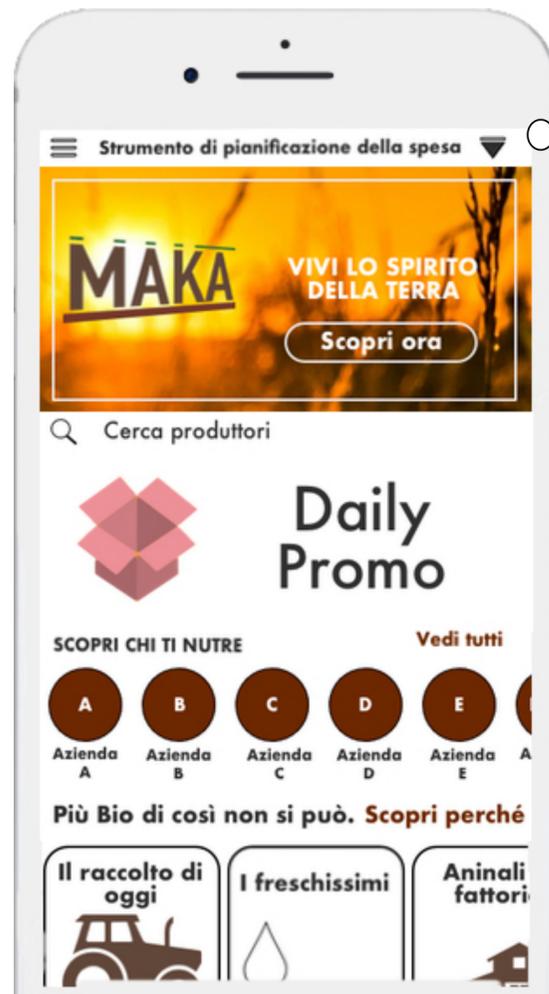
Engineering 4 Sustainability



Mockup How It Works



Mockup How It Works



STRUMENTO DI PIANIFICAZIONE DELLA SPESA

6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19

The table represents a weekly calendar grid. The days 7 and 14 are highlighted with a shopping cart icon, indicating the days when users can plan their weekly food purchases. Dashed lines indicate the boundaries of the weekly planning period.

L'utente acquista
alimenti sufficienti per
una spesa
settimanale

Giusto il tempo necessario
al produttore per
massimizzare il suo
prossimo carico

Il gap di delivery si
trasforma in un
premio di Loyalty

Dove vuoi che ti arrivi?
Ti mostro da chi
comprare
(+ geolocalizzazione)

So cosa hai comprato
comprendo cosa ti manca

Conosco i tempi di
deperimento dei tuoi
acquisti. Ti aiuto a non
buttare via niente

Servizi Aggiuntivi

How It Works

Con questa spesa
puoi realizzare

70

ricette

Iniziamo

Quelle melanzane
rischiano di andare
a male

**FACCIAMO
UNA
PARMIGIANA
DA
CONGELARE?**

Iniziamo

Con il tuo

bimby

e quelle
uova
freschissime
fatti una
**maionese
gourmet**

Iniziamo

La tua azienda
agricola preferita

"X Y"

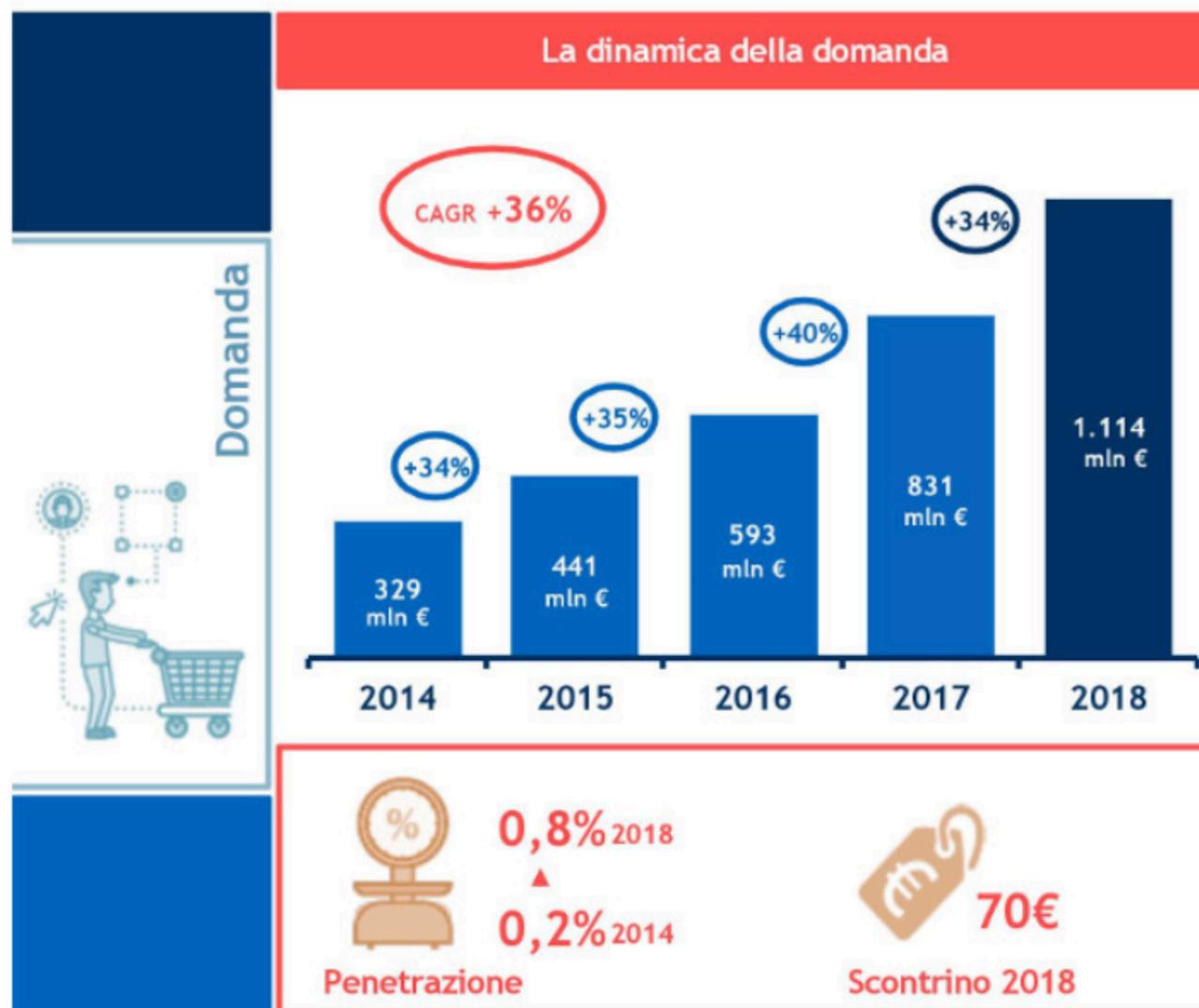
**Vuole
insegnarti a
fare le
mozzarelle**

Prenotati

**È un evento
esclusivo**

Mercato

Food&Grocery ITA



CI SONO CLIENTI?

4 ITALIANI SU 5

NON RIESCONO A FARE LA SPESA ONLINE

C'È SPAZIO?

30%

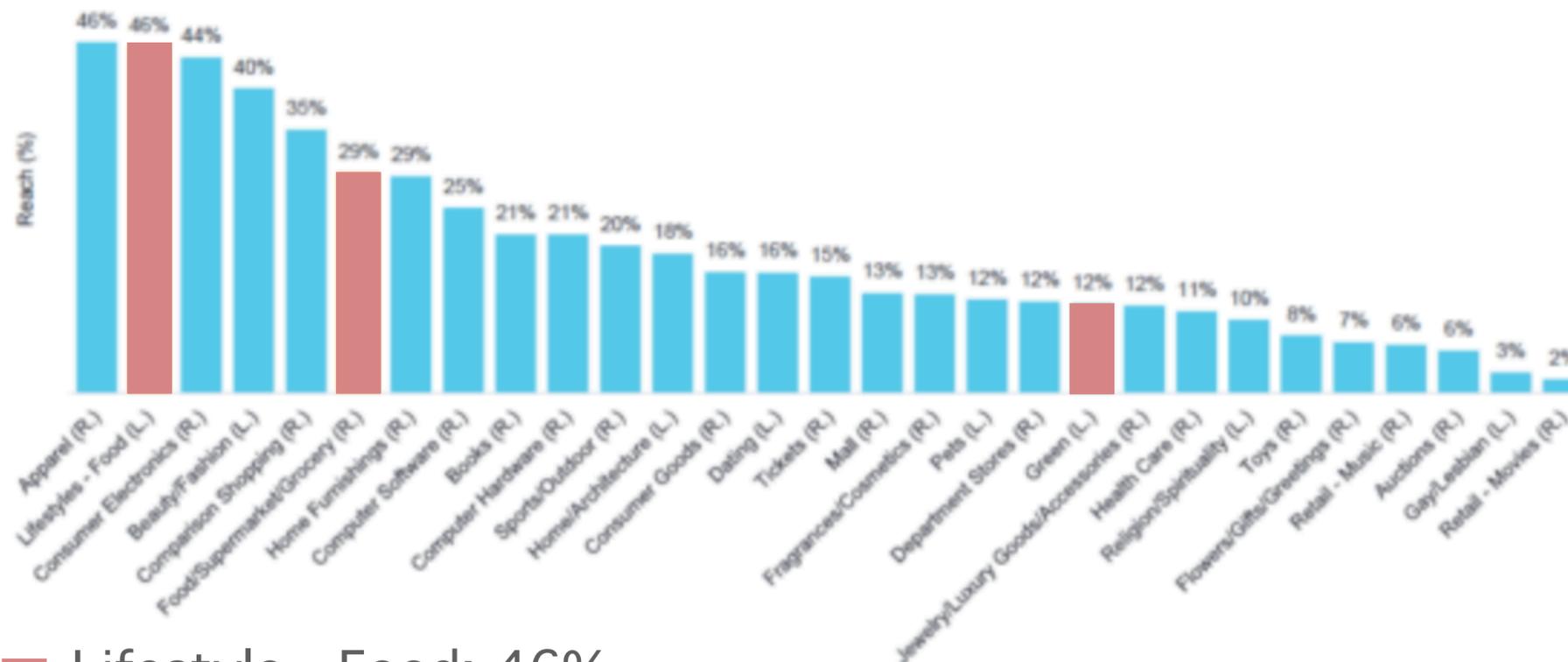
È LA PERCENTUALE DI TERRITORIO ITALIANO COPERTA DA SERVIZI DI SPESA A DOMICILIO

Target
Fra, Ger, UK, Ita, Spa

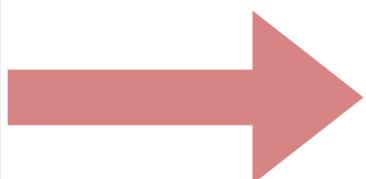
TARGET	
QUANTI SONO	130 KK Oltre la metà della total digital population UE
COSA VISITANO	45% LIFESTYLE 19% FOOD RETAIL 36% ENTRAMBI
CHI SONO	OVER 35 FREQUENTATORI ASSIDUI MILLENNIALS MOSTRANO SENSIBILITÀ
CARATTERISTICHE CONSUMI	PIÙ ASPIRAZIONALI MENO FUNZIONALI

Il Food è tra le categorie più popolari del Retail e del Lifestyle

% del reach delle categorie di contenuto Retail e Lifestyle nelle nazioni EU5



- Lifestyle - Food: 46%
- Food/Supermarket/Grocery: 29%
- Green: 12%



Immaginario culturale e status sociale influenzano gli acquisti
Si cercano consigli e figure guida

Turismo enogastronomico

Rapporto sul turismo enogastronomico ita 2019

CIBO TERRITORIO CULTURA TRADIZIONE

QUANTI SONO

98%

DEI TURISTI ITALIANI HA FATTO ALMENO
1 ESPERIENZA ENOGASTRONOMICA

COSA VISITANO

62% AZIENDE AGRICOLE
56% CANTINE
TUTTI CHIEDONO PRODOTTI TIPICI

CHI SONO

OVER 35
FREQUENTATORI ASSIDUI

MILLENNIALS
MOSTRANO SENSIBILITÀ

LOYALTY

SODDISFAZIONE RAGGIUNTA - DESIDERI
INASCOLTATI = +22%

HANNO FAME DI ALMENO ALTRE 5
ATTIVITÀ

DOVE SI VA?



SICILIA



TOSCANA



EM. ROMAGNA

ROMA

NAPOLI

FIRENZE

ESTERO

FRANCIA

SPAGNA

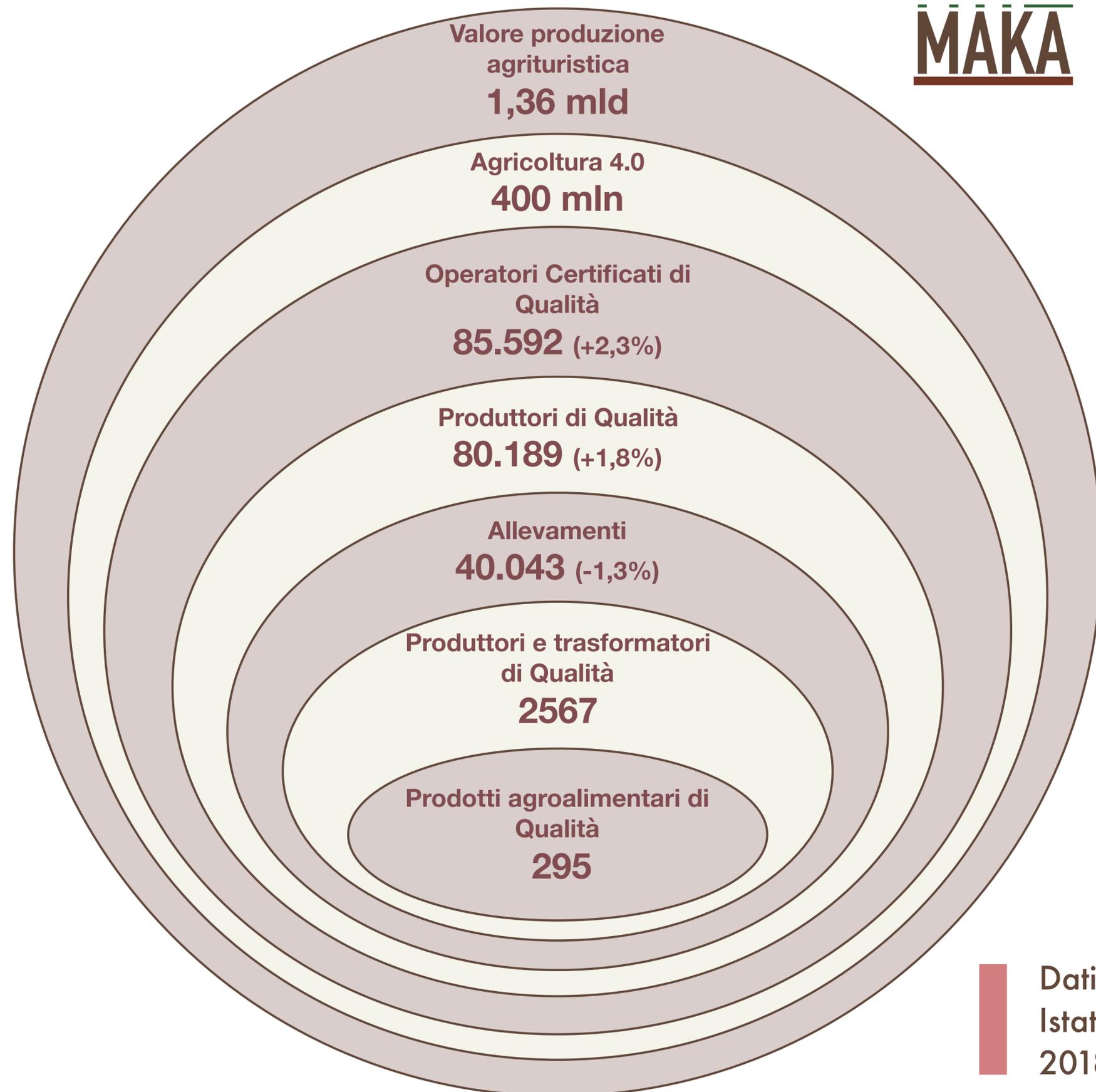
QUANTO VALE?

26 BLN (ITA 2018)

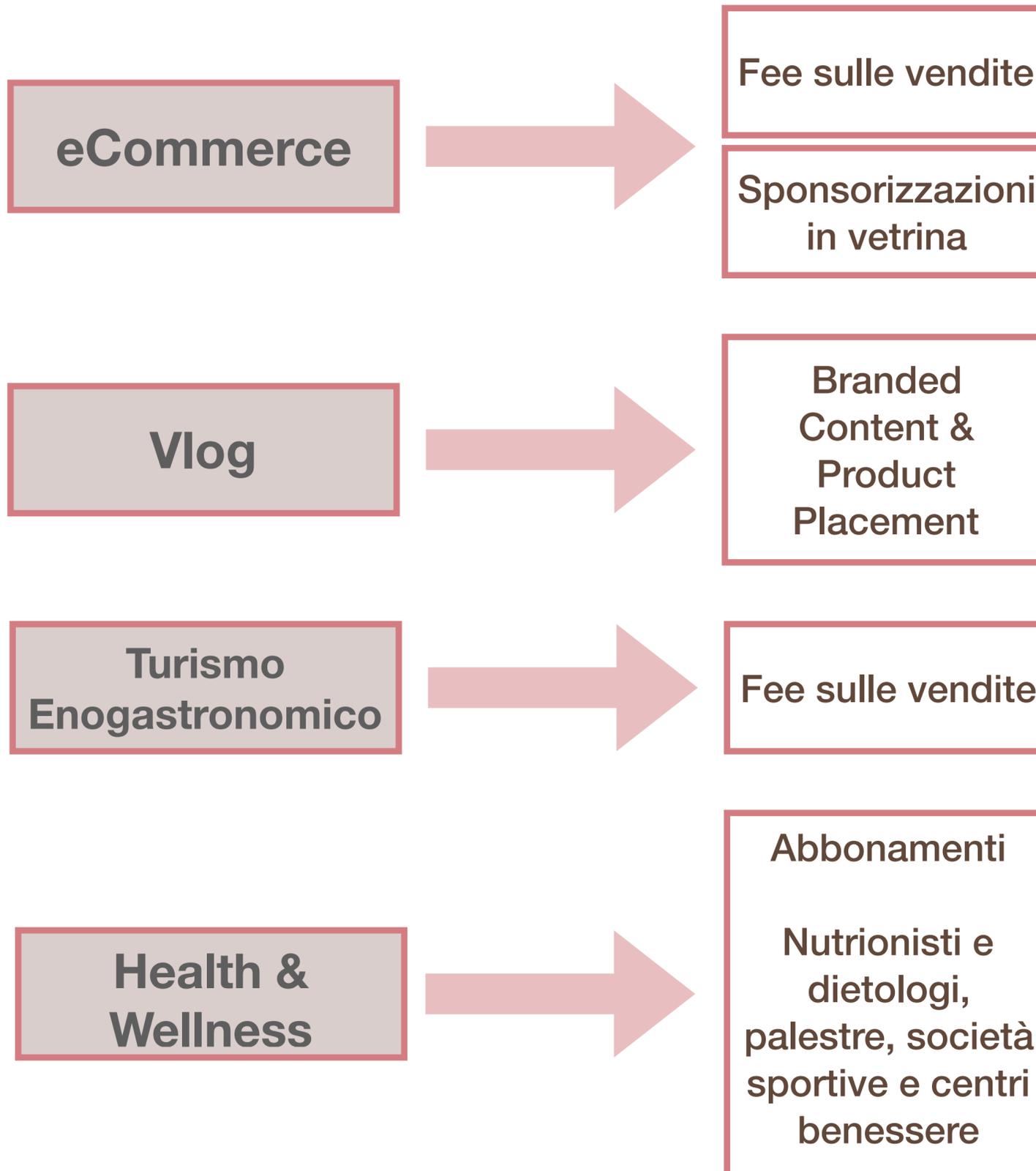
RISTORAZIONE 14 BLN
ALIMENTARI NEGOZIO/MERCATO 12 BLN

Agroalimentare
Mercato ITA

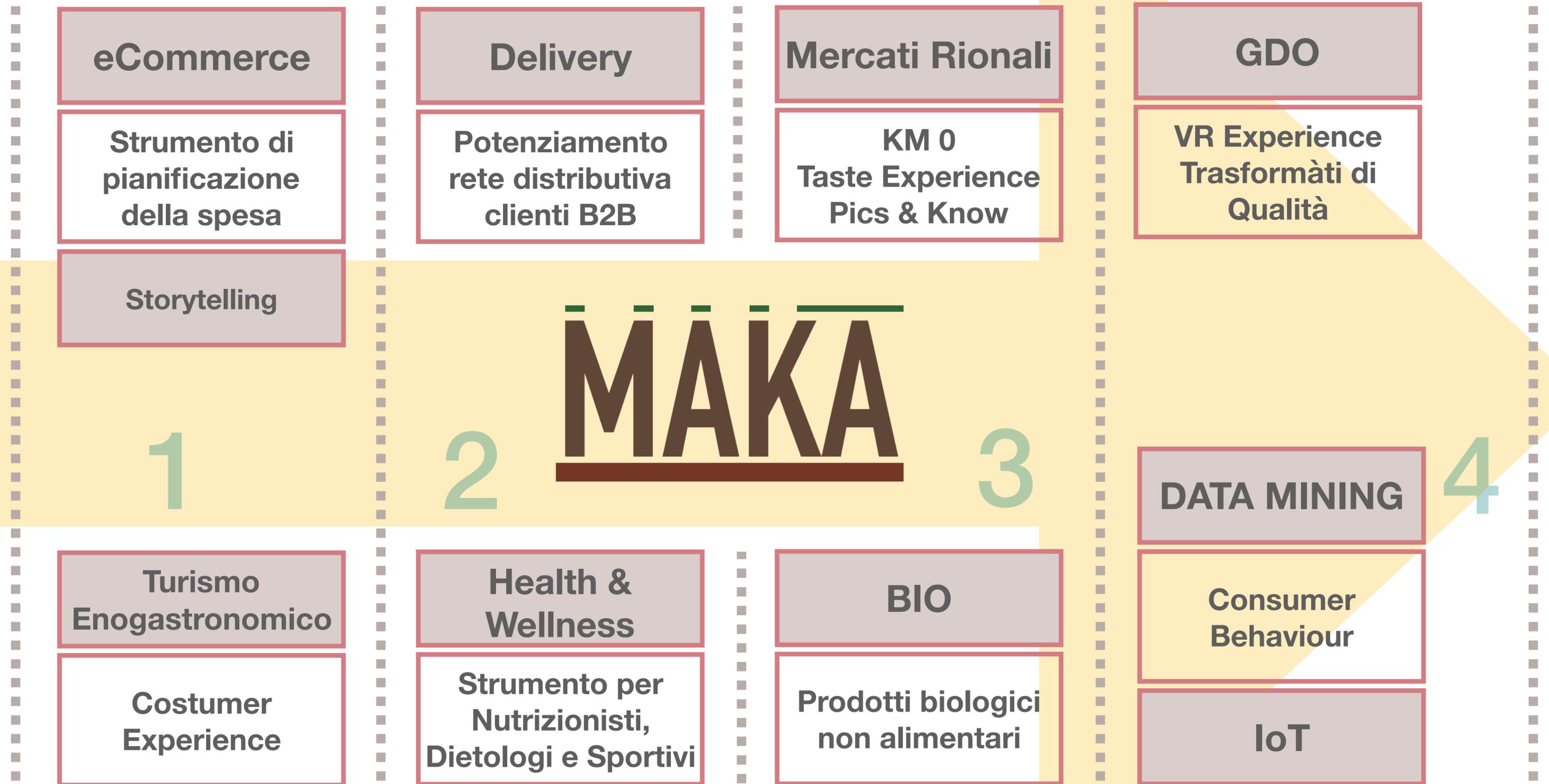
Aziende Agrituristiche		
QUANTE SONO	23.406	+3,3%
QUANTI CLIENTI HANNO	3,2 KK	+6,7%
SERVIZI EXTRA OFFERTI	Sport	21,3%
	Escursionismo	14,9%
	Mountain Bike	11,1%
	Trekking	8,3%
	Equitazione	6,4%
	Osservare natura	5,3%



 **Revenue**
Canali



Percorsi di sviluppo



Scalabilità internazionale

eCommerce Food

BIO

DATA MINING

Turismo
Enogastronomico

KM 0

Delivery

Health & Wellness

GDO

IoT

Ogni comparto rappresenta un flusso di revenue

Ogni comparto rappresenta una leva d'ingresso in un mercato estero

Posizionamento

Competitive Analysis

Customer Experience

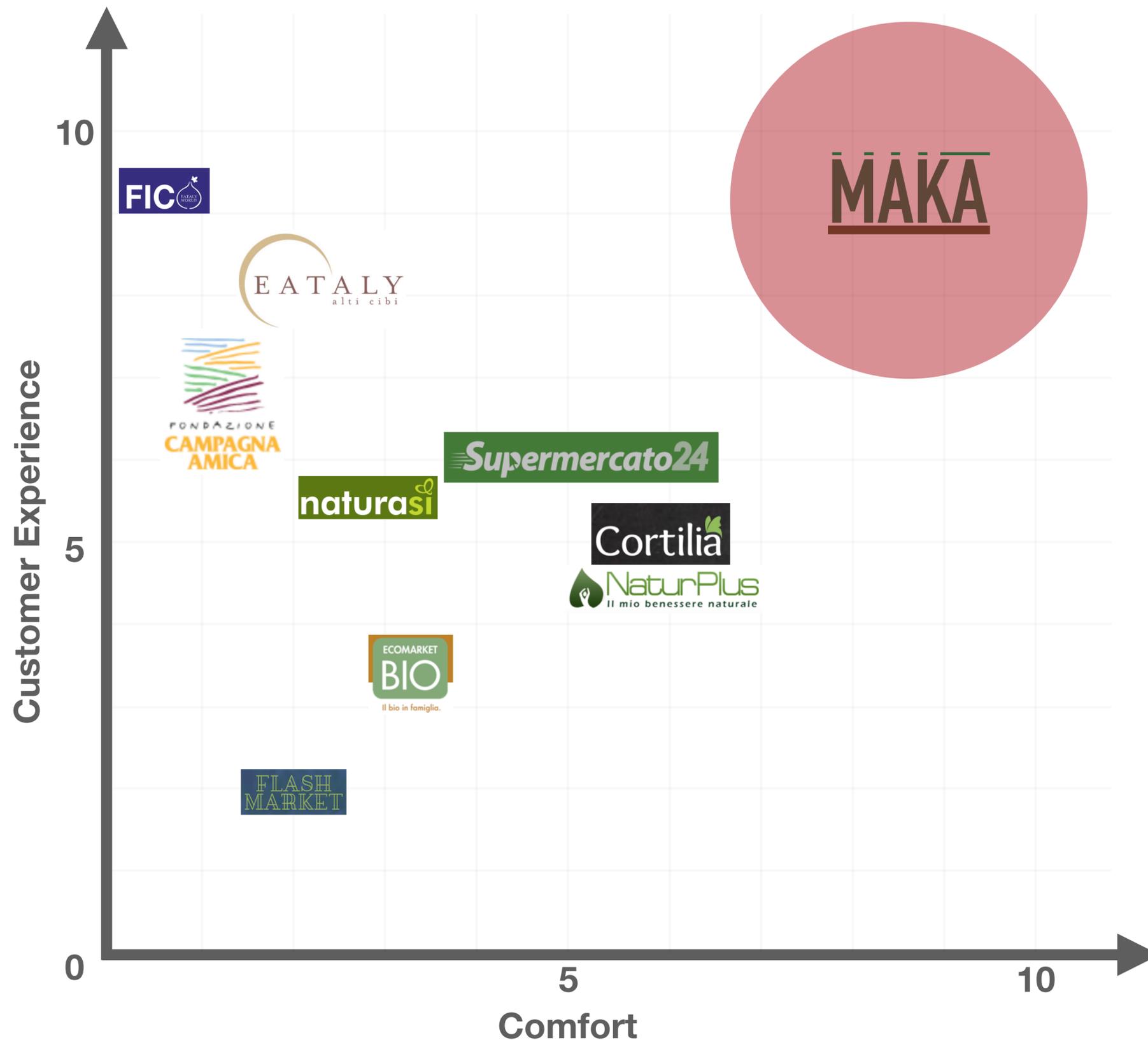
Consideriamo:

- Rapporto di fiducia produttore/cliente
- Soddisfazione finale del cliente
- Facilità di ritorno all'acquisto
- Offerta servizi extra (Cross Sell)

Comfort

Consideriamo:

- Machine Learning su acquisto spesa
- Esistenza eCommerce e App
- Prevalenza online su offline
- Tempi e capillarità della consegna





Maka: First Needs

to satisfy in a matter of weeks



TEAM

COMPLETARE IL TEAM
TECNICO: CTO



ANALYSIS

APPROFONDIRE LE
ANALISI DI MERCATO
PER INDIVIDUARE I
SUOI PIONIERI E
ANALIZZARE
APPROFONDITAMENTE
I COMPETITORS

MĀKĀ

VIVI LO SPIRITO DELLA TERRA



LUCA SECONDINO
CMO



CRISTIANO ZEPPONI
SMM



GABRIELE ALUIGI
CEO



FEDERICO FALVO
CMO