



Casi di innovazione nel commercio

NUOVI FORMAT NELLA VENDITA ALIMENTARE. IL CASO MY COOKING BOX

a cura di Fabrizio Valente - Marzo 2023

Sperimentare nuovi formati nella vendita per intercettare le esigenze della clientela e cogliere le enormi potenzialità dei mercati esteri per il Made in Italy.

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/strategia/nuovi-format-nella-vendita-alimentare-il-caso-my-cooking-box/>

My Cooking Box è un progetto nato nel 2015 per offrire la cultura gastronomica italiana nel mondo. Si basa su confezioni dalla grafica accattivante (le 'box') che contengono tutto ciò che serve per cucinare facilmente a casa un piatto gourmet italiano: ricette tradizionali e regionali proposte da grandi chef, ma anche innovative, come recenti tagliatelle (senza glutine) con crema di baccalà e tartufo.

I prodotti sono tutti italiani, provengono da piccoli produttori locali e sono garantiti anche dall'Accademia del Gusto. Le dosi degli ingredienti sono 'a misura' e all'interno delle confezioni ci sono anche le ricette spiegate passo dopo passo per rendere la realizzazione semplice anche per i meno esperti.



Lo sviluppo del progetto è partito nel 2016 con **piccoli spazi espositivi** all'interno di **librerie**, cartolibrerie, negozi di casalinghi e fioristi. Sia **negozi indipendenti**, ma anche **catene** come Eataly, Mondadori e Feltrinelli.

A inizio 2018 è stato **lanciato l'e-commerce** che è diventato il **principale canale di distribuzione**, sia in Italia che all'estero, anche perché ormai le My Cooking Box sono disponibili anche su vari *marketplace*, a partire da Amazon.

Il processo di acquisto dei clienti è semplice, le variabili fra cui scegliere, anche usando i filtri online, sono i prezzi, il numero di porzioni, le occasioni, la tipologia alimentare (che ora include anche i *gluten free*).

I clienti possono comporre box regalo con accessori, abbinarle a vini selezionati e scegliere tra varie confezioni.

La ricetta è disponibile in 5 lingue e un QR code consente di visualizzarla con tutti i passaggi. Un servizio offerto, molto interessante, è quello dei corsi digitali di cucina tenuti da chef selezionati.

Nel 2019 poi My Cooking Box ha aperto il suo primo negozio monomarca a Milano. I pannelli sulle pareti raccontano e spiegano le ricette, a partire dagli ingredienti fino allo chef che ha collaborato.





L'attenzione alla sostenibilità è alta, dalla selezione dei fornitori del *packaging* e dalle piccole dimensioni dei contenitori utilizzati che si prestano a diverse idee e soluzioni di riciclo creativo, condivise sui social dall'azienda per offrire diversi e nuovi spunti per i clienti.

Ogni ingrediente è inoltre proposto nelle giuste dosi, in modo da evitare qualsiasi spreco.

La storia del brand è raccontata in modo semplice ed efficace attraverso una presentazione su *display* che ripercorre tutte le tappe significative, le immagini storiche, il lancio di nuovi prodotti, le continue innovazioni.

Tutto supportato anche da possibili approfondimenti con il personale, che spiega prodotti e ricette anche ai meno esperti e consiglia le box più indicate in base alle preferenze e alle esigenze di ogni cliente.

My Cooking Box è un *concept* intelligente perché riesce a intercettare due target.

In Italia si rivolge a chi ama la qualità e l'efficienza di un servizio veloce.

All'estero attrae gli amanti della buona cucina italiana, che però non sono particolarmente capaci ai fornelli.

Il successo del progetto è confermato dalla presenza sui principali mercati europei e il piano di espansione prevede l'apertura di altri negozi in Italia e all'estero.

La sfida del progetto consisterà nel mantenere alto il livello di qualità e differenziazione delle proposte, puntando sulla semplicità di preparazione.

In Germania è stata studiata appositamente una formula di abbonamento: i consumatori **ricevono, ogni mese e direttamente a casa, tre diverse ricette** italiane. Possono, inoltre, scegliere la durata preferita del loro piano: da 3 ai 6 mesi.

Sul portale gli utenti avranno anche la possibilità di sfogliare, ogni mese, il "**Be Italian Magazine**" per scoprire pillole di curiosità e cultura gastronomica sulle regioni d'Italia. Non solo, My Cooking Box ha preparato anche una *playlist* 100% Made in Italy, da sentire mentre si cucina la ricetta o la si degusta, così da sentirsi veramente in Italia. Benché il business del mercato tedesco sia aperto da poco, l'azienda ha già accolto apprezzamenti anche da grandi realtà multinazionali come Lufthansa Technik AG, Google, Porsche, Bahlsen GmbH & Co. KG, EON GmbH, Hapag Lloyd AG e Helios Kliniken.



Stimoli per gli imprenditori

- Il Made in Italy ha una grande capacità attrattiva in diversi settori e può attirare ampi *target* stranieri
- Una chiave sempre più importante è la capacità di **coniugare tradizione e innovazione**
- La **omnicanalità** è sempre più importante e può comprendere anche strategie di *retail* articolate fra canali propri, sia fisici che digitali, che canali in *partnership*.

Fonti per le immagini:

Shutterstock.com (collaboratore imagine Paul Craft)

My Cooking Box (foto Paolo Chiodini)

[SCOPRI DI PIÙ](#)



Questo articolo fa riferimento alla Bussola [Il Negozio alimentare - 2a edizione](#) scritta da Confcommercio e Fida, Aprile 2018.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, informato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.