

case**history**



CLIENTE

**Pescaria (Gruppo Scirocco Srl)**

SETTORE MERCEOLOGICO

**Ristorazione**

NUMERO ADDETTI

**240 - 280**

FATTURATO

**17,5 milioni di Euro**

SITO INTERNET

**www.pescaria.it**

#### SOLUZIONI ZUCCHETTI IN USO:

**TCPOS**

**Strooka**

**Mago**

## La digitalizzazione guida l'efficienza dei punti vendita

Pescaria è un format fast food di pesce di qualità, "un nuovo modo di mangiare il pesce, crudo e cotto".

Il format è nato a Polignano a Mare (Bari), in Puglia: il primo store è stato inaugurato nel 2015, grazie all'orientamento marketing Brainpull che ha seguito anche tutta la strategia di comunicazione, alla conoscenza di prodotto di Bartolo L'abbate, commerciante ittico locale e all'estro dello chef Lucio Mele, talento e Bib Gourmand 2012.

Dall'anno di apertura, Pescaria ha avviato una rete di una decina di ristoranti nelle principali città italiane e guarda con interesse ad aperture in Europa. Il format ha mostrato caratteristiche di scalabilità ed esportabilità dell'offerta, rispondendo in modo funzionale a un bisogno latente di consumo di prodotto ittico in una forma più casual e accessibile.

Una ricetta di per sé molto semplice, ma che fonda la sua sostenibilità sulla capacità di controllo e sulla riduzione degli sprechi: risultato che Pescaria trasforma in un valore strategico che attraverso l'agilità e la digitalizzazione degli ambienti produttivi e dei ristoranti la rende una vera e propria food-tech company.

La sostenibilità e la riduzione degli sprechi si traducono anche in un grande impegno per l'ambiente (Pescaria è plastic free e friend of the sea dal 2019) e nella promozione di un uso consapevole del prodotto ittico, anche attraverso l'uso di pescato da acquacoltura sostenibile.

## ESIGENZE DEL CLIENTE

Il modello Pescaria è stato progettato per essere replicato e moltiplicato: già nel 2017 sono stati avviati i progetti di centralizzazione e digitalizzazione dei processi produttivi e logistici, al fine di controllare la qualità del prodotto e mantenere stabile il controllo dei prezzi della materia prima nei diversi punti vendita. Un progetto complesso, legato ad una necessaria capacità di controllo tecnico e contabile, al fine di gestire con attenzione i costi e i flussi di cassa.

## PROGETTO REALIZZATO

Come Food Tech Company, Pescaria ha sentito subito l'esigenza di digitalizzare i processi e gli scambi di informazioni rendendoli più fluidi e agili, garantendo all'azienda sostenibilità e profittabilità. Per questo, Pescaria utilizza il sistema TCPOS di Zucchetti, che permette sia di ottimizzare i processi nei singoli locali, sia di gestire in modo centralizzato l'intera azienda. Punti cassa touch screen, analisi e statistiche del venduto, gestione di tutti i touch point con i clienti online e instore: tutte le informazioni vengono sincronizzate per migliorare il servizio al cliente e le performance del fast food di pesce. Grazie all'integrazione di

TCPOS con Mago - ERP Zucchetti - Pescaria gestisce tutte le attività amministrative e contabili, le giacenze delle merci in magazzino, i rapporti con i fornitori per un controllo completo dell'azienda.

Ad arricchire il progetto tecnologico creato da Zucchetti per il cliente c'è Strooka, la soluzione digitale che permette a Pescaria di gestire tutte le ordinazioni online provenienti dai canali di vendita diretta (sito e app) e da tutte le piattaforme online di food delivery. Grazie a Strooka tutti gli ordini entrano direttamente nei punti cassa, azzerando il lavoro manuale di inserimento dell'ordine da parte degli operatori, garantendo quindi la massima efficienza.

In questo modo, Pescaria è oggi in grado di automatizzare la ricezione degli ordini in cassa direttamente dal sito (la piattaforma autonoma di ordini e take away) e dalle piattaforme di delivery.

La digitalizzazione dei magazzini e dei processi di produzione, l'automazione degli stream di documenti contabili definiscono quella che possiamo chiamare "metacassa" o "metaristorante": una **nuova era di tecnologia che permette di ottimizzare le informazioni ricevute dall'operatore e ridurre i margini di errore.**

## PERCHÉ ZUCCHETTI?

Risponde Domingo Iudice

Co-fondatore & Marketing Director

"Abbiamo riconosciuto in Zucchetti un partner con cui sviluppare in modo integrato un progetto di food tech company realmente capace di definire quello che chiamo il meta-ristorante: un'entità agile, che integra ERP e CRM, capace di rispondere con prontezza alle esigenze dei consumatori ma soprattutto alle sfide di un mercato in cui il margine di errore è pari a zero e in cui il controllo in tempo reale è fondamentale al mantenimento della posizione competitiva".

