Al via la campagna di crowdfunding per realizzare il cameriere digitale

dishcovery-dfbee27f

Tradurre i menù in modo innovativo per facilitare la vita ai turisti internazionali e aiutare i ristoratori ad aumentare il fatturato della loro attività. È il business promosso dalla startup modenese **Dishcovery**, che per ampliare la gamma di servizi offerti ha avviato una **campagna di crowdfunding** sulla piattaforma **200crowd** avvalendosi del supporto del servizio Kick-ER di ASTER, società della Regione Emilia-Romagna per l'innovazione e la ricerca industriale.

Obiettivo minimo della campagna di equity crowdfunding di Dishcovery è la raccolta di **50 mila euro**, con il target massimo di 150 mila. La società modenese è già oltre il 70% del suo obiettivo minimo, avendo ricevuto donazioni per 39 mila euro. È possibile sostenere la startup sulla piattaforma 200crowd, offrendo entro il 15 dicembre contributi compresi tra un minimo di 500 euro e un massimo di 15 mila euro. Conclusa con successo la campagna, i sostenitori diventeranno soci di Dishcovery. Con i fondi raccolti la società potrà svolgere attività di marketing, commerciali e sviluppare nuove tecnologie per scalare più velocemente il mercato e per testare nuovi modelli di business, in primis quello dei **sistemi di pagamento smart** attraverso piattaforme come WeChat Pay e Alipay.

Dishcovery offre un servizio innovativo perché non traduce semplicemente i menù ma li racconta fornendo tutte le informazioni su cultura culinaria, piatti, ingredienti, allergeni, abbinamenti di vino. Si tratta di un servizio multimediale che permette di creare un **menù digitale e multilingua visualizzabile sullo smartphone senza bisogno di scaricare alcun tipo di app**. E' sufficiente inviare la foto del menù al team Dishcovery, indicando in quali e quante lingue, si intende tradurlo e dopo qualche giorno il ristoratore riceve un codice QR che contiene il menù tradotto, a cui ogni ospite può accedere sul suo cellulare direttamente nella sua lingua.

Tra i clienti già acquisiti di Dishcovery figurano anche alcuni ristoranti della catena **Autogrill**, come Motta, Bistrot e Panino Giusto e stanno per essere avviate collaborazioni con nuove la catena Welldone e Tortellino. A questi grossi gruppi si aggiungono hotel, piccole catene di ristoranti e

ristoranti di alto livello, situati principalmente a Milano, Venezia e Roma.

E’ lo stesso **Giuliano Vita**, fondatore insieme a **Marco Simonini**, background economico e grande esperienza all’estero nel settore Horeca, a spiegare l’innovatività di Dishcovery: “Si fa l’errore di dare per scontato che la sola traduzione basti a far comprendere tutte le informazioni sul piatto e sugli ingredienti. Dire ad esempio ad un turista cinese che come ingrediente è presente la mozzarella è poco utile, in quanto non è nient’altro che la traslitterazione della parola italiana. Da qui la necessità di raccontare i menù, la preparazione del piatto, la storia degli ingredienti, consigli sull’abbinamento con il vino, accompagnati da foto che per quanto possa essere una caratteristica dei menù turistici, è considerato normale in altri luoghi del mondo”.

Un servizio che, per il ristoratore, si trasforma in un aumento di fatturato grazie a una scelta più consapevole da parte del turista: “Con Dishcovery i ristoratori hanno accesso ad una serie di reportistiche sui dati analitici del proprio ristorante e possono sapere, ad esempio, di quale nazionalità sono gli stranieri, quanto tempo impiegano a scegliere i piatti e quale nazionalità è più attratta da certe ricette: facendo qualche test con dei ristoranti selezionati abbiamo riscontrato un aumento dello scontrino medio per i turisti stranieri che hanno utilizzato il servizio”.

I primi mesi di vita della startup hanno registrato risultati molto positivi: costituita ad aprile 2018, dopo i primi beta test, nel giro di pochi mesi ha registrato l’**adesione di 70 ristoranti** e registrato più di 15.000 accessi ai menù digitali da parte di turisti stranieri. Il 40% dei ristoranti che hanno aderito con un account prova hanno chiesto la conversione in cliente pagante mentre il 98% dei turisti che hanno utilizzato il servizio Dishcovery hanno lasciato un feedback positivo giudicano il servizio come “molto utile”.

Inoltre, Dishcovery ambisce a sviluppare **funzioni dedicate direttamente al target dei turisti** che permettano a quest’ultimi di prenotare e acquistare in anticipo set menu o di pagare all’interno del ristorante utilizzando i più diffusi sistemi di pagamento mobile diffusi in Europa e in Oriente.

Il **mercato di riferimento** offre numeri di tutto rispetto e prospettive incoraggianti: Nel 2017 in Italia il numero di ristoranti è di circa 200.000 attività con una crescita dell'11% rispetto al 2011 (bar e altre attività correlate senza cucina non sono inclusi) mentre gli arrivi internazionali, nello stesso anno, sono stati circa 52 milioni, con un + 11,2% rispetto al 2016. Questo rende l’Italia il quinto paese al mondo con più visitatori internazionali.