

The logo features the word "FOOD" in a stylized white font. The letter "O" is replaced by a white fork, and the letter "D" is replaced by a white gear. Below this, the words "INNOVATION HUB" and "REGIONE LAZIO" are written in a clean, white, sans-serif font. The background is a vibrant red with a subtle pattern of various-sized gears and a faint grid.

FOOD
INNOVATION HUB
REGIONE LAZIO



REGIONE
LAZIO



FIR
FEDERAZIONE
ITALIANA
RICERCHE
ALIMENTARI



REGIONE
LAZIO

IL FAGOTTO DI VESPASIANO

Cooperativa VELINIA





Prodotto



Mercati



Competitors



Raccomandazioni

Il fagotto di Vespasiano

Velinia Lab srls, è un laboratorio di trasformazione controllato dell'azienda madre di produzione agricola primaria, la cooperativa VELINIA al fine di creare un circuito commerciale e produttivo virtuoso. Il prodotto è una frolla a base di farina di frumento, farina di castagne e miele ripiena di

<https://www.coopvelinia.it/>



Prodotto



Prodotto da trasformare

Ingredienti ricetta: Ingredienti: frolla (farina di FRUMENTO tenero tipo "00", farina di castagne, strutto, acqua, UOVA, miele di acacia, vanillina), ripieno (purea di castagne, miele di acacia, mosto d'uva (contiene SOLFITI), cannella).

Trasformazione: In azienda



Confezione: busta trasparente

Peso netto: 100 g.



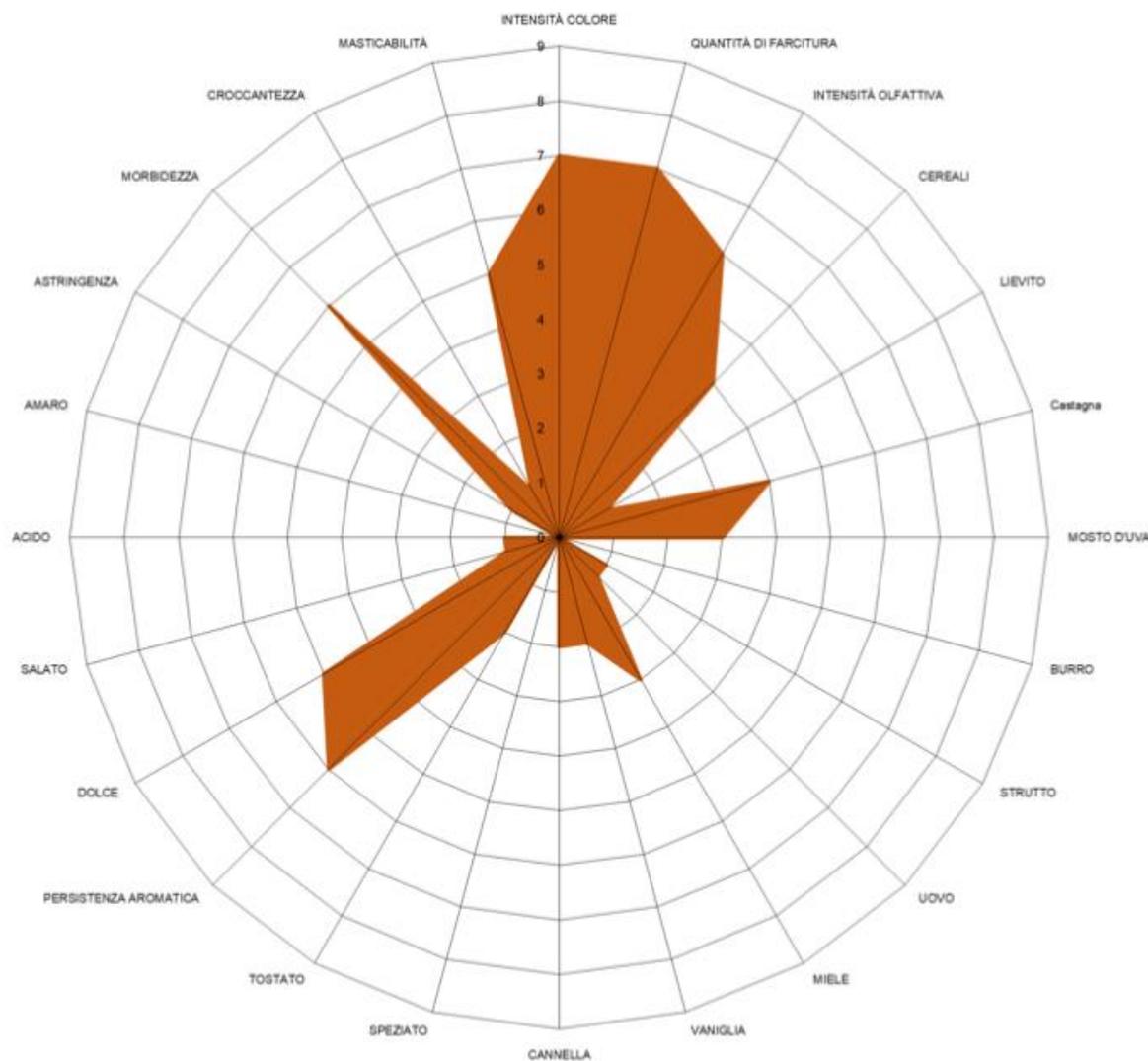
Stima prezzo di vendita finale al consumatore

2,00 euro/busta (20,00 euro/kg)





Prodotto



Profilo sensoriale ricetta

Il prodotto è caratterizzato da un colore nocciola intenso. Al naso spiccano le note di castagna, di mosto d'uva e di miele combinate a sentori di vaniglia e cannella. Al gusto è mediamente dolce, di buona morbidezza e masticabilità e con media persistenza aromatica.

Mercati Potenziali

I mercati potenziali che si raccomandano sono tre:

1. Il commercio elettronico attraverso lo shop aziendale che con questo prodotto vede ampliare la gamma di offerta e le soluzioni regalo o pacchetti che sono molto apprezzate dai clienti del commercio elettronico.
2. Il commercio al dettaglio rappresentato da negozi specializzati in prodotti alimentari di qualità e locali con un'alta artigianalità.
3. La GDO solamente negli spazi dedicati alle specialità regionali e ai prodotti di alta qualità.



Mercati

Commercio Elettronico

Oltre 3 milioni di nuovi acquirenti, un fatturato aggregato stimato in 64 miliardi di euro ed un +33% di crescita: questi i numeri che esprimono in sintesi la costante crescita del comparto e-commerce in Italia. Con riferimento all'e-commerce bisogna considerare i seguenti trend futuri:

1. Flessibilità nei pagamenti, cioè definire modalità di pagamento anche dilazionate e flessibili nel tempo
2. Abbinamento con i social, diversificarli e utilizzarli quotidianamente (tik-tok, Instagram o altre soluzioni)
3. I consumatori che usano l'e-commerce sono sempre più attenti a valori quali sostenibilità, tradizioni, etica. Indagini recenti Nielsen mostrano che il 73% dei clienti e-commerce nel mondo sono disposti a modificare i loro comportamenti di acquisto al fine di ridurre il loro impatto sull'ambiente.
4. Attivare i nuovi strumenti di chatbot e snapchat per fidelizzare i clienti e personalizzare i loro consumi. Tramite tali strumenti si crea un rapporto diretto con i clienti fornendo un servizio di personalizzazione dell'acquisto rispetto alle loro esigenze. Ad esempio tramite consigli sull'uso del prodotto rispetto ai piatti che si vogliono preparare.

Il commercio elettronico rappresenta un'opportunità in grande espansione. Tuttavia, va disegnata una strategia di comunicazione e di servizi mirata ed efficace. Il risultato è di sicuro successo.

Il commercio al dettaglio

In questo caso parliamo dei negozi di quartiere specializzati in delizie e prodotti del territorio di alta qualità ed artigianalità. Per questo mercato è importante un'azione iniziale di comunicazione mirata a creare la propria rete di negozi di quartieri. Bisogna investire in azioni mirate a far conoscere il prodotto a cui invitare i negozianti selezionati rispetto alla loro passione e tipologia di prodotti commercializzati nei propri negozi. La selezione è fondamentale e può prevedere soggetti del territorio o anche di territori distanti. L'investimento è iniziale in quanto effettuata la selezione gli ordini e le spedizioni possono essere gestite on-line.



Mercati

GDO prodotti di origine o Premium

La GDO è un canale importante, tuttavia ha delle regole di entrata e di mantenimento dei prodotti sugli scaffali che sono spesso penalizzanti per aziende medio piccole. Il canale della GDO è prevalentemente consigliato per grandi quantitativi di prodotto, anche se negli ultimi anni hanno aperto lo spazio a produzioni di nicchia, artigianali o tradizionali, tipiche o di qualità. Rispetto al prodotto presentato la soluzione GDO potrebbe essere presa in considerazione laddove si crei un corner specifico per i prodotti regionali ed in particolare per quelli innovativi in cui l'azienda può inserire tutta la gamma dei prodotti aziendali. Un trend questo che sta fortemente crescendo nella GDO. Sempre di più si cerca di ricreare una vicinanza tra produttori e clienti/consumatori. Si ricorda che per la GDO valgono le seguenti regole di base: gamma di prodotto, affidabilità organizzativa ed immagine chiara dell'azienda e dei suoi prodotti; disponibilità ad investire almeno nelle fasi iniziali (scontistiche, azioni premio, pagamento per promozione di entrata); disponibilità costante del prodotto nel tempo. Inoltre, l'azienda potrebbe creare sinergie strettissime con i prodotti perle della Tuscia sempre per penetrare il mercato della GDO.

I competitors

Con riferimento ai tre canali su richiamati saranno individuati alcuni competitors che già offrono prodotti simili e i rispettivi riferimenti dei prezzi così da evidenziare il livello presente nel mercato e se i costi di produzione consentono di rientrare in tale livello o quali elementi inserire per poter proporre il prodotto differenziato, a prezzi maggiori, senza entrare in concorrenza.

Profumi di Toscana

Sciacca



Pasticceria artigianale che nasce nel 1985, continuando la tradizione di famiglia. Seguendo la tradizione toscana propone antiche ricette locali aggiornate con le tecniche della finissima pasticceria. Prodotti genuini e semplici di alta qualità. Ha un negozio online e spedizione in tutta Italia.

Sito web: <https://www.profumiditoscana.it/>



Biscotti con farina di castagne
formato 250 g.

Prezzo
5,00 – 20,00 euro/kg



I fortini

Forte dei Marmi



I biscotti Fortini nacquero in una gastronomia di Forte dei Marmi nel 1991. Tra il 1994 e il 2001 cominciarono ad essere diffusi sul territorio nazionale grazie al passaparola e ad una attenta politica commerciale. Oggi l'azienda produce manualmente più di 1.750.000 Fortini® all'anno, servendo centinaia di negozi sul territorio italiano e europeo.

Sito web: <https://www.biscottifortini.com/>



I fortini alle castagne e granturco
Formato 400 g.

Prezzo
12,00 euro – 30,00 euro/kg

Campisi
Vicoforte (CN)



Piccola impresa a conduzione familiare con laboratorio artigianale per la produzione di biscotti. Le forme irregolari dei prodotti, l'una diversa dall'altra, sono il marchio aziendale Vinai che oltre ai biscotti di vario tipo, produce anche grissini stirati a mano, torte pane.

<https://biscottivinai.it/>, Twitter, Facebook, LinkedIn



I castagnotti
formato 300 g.

Prezzo
5,28 euro – 17,60
euro/kg

Tegoleria artigianale
Aosta



Tegoleria Artigianale Valdostana, un laboratorio di pasticceria a conduzione familiare dove la cura per la qualità dei prodotti e delle materie prime è rimasta quella di una piccola pasticceria. Nasce nel 1994. Specialità dolciarie preparate secondo le antiche ricette tradizionali. La grande esperienza, frutto dei segreti tramandati dai pasticceri, ha permesso all'azienda di distinguersi per la produzione delle classiche Tegole Valdostane e, con il passare degli anni, di diversificare l'offerta attraverso la preparazione dei dolci di alta pasticceria. Ampia rete di negozi tradizionali, shop online.

<http://tegoleria.com/>



Frollini alle castagne

formato 300 g.

Prezzo
4,95 euro – 19,50 euro/kg

**Azienda agricola
Marco Bozzolo
Viola (CN)**



Marco Bozzolo
Azienda Agricola

La Famiglia Bozzolo si dedica alla castanicoltura da diversi secoli a Viola Castello. Attraverso molte generazioni, ha sempre gestito direttamente questa attività mantenendo inalterato il rispetto per le tradizioni e per il territorio. L'Azienda gestisce e controlla tutta la filiera produttiva, dalla conduzione dei castagneti, alla raccolta, alla selezione, alla trasformazione fino al confezionamento e alla commercializzazione. Per i prodotti dolciari si avvalgono della professionalità di alcuni artigiani del territorio.

<https://www.marcobozzolo.com/> Instagram, Facebook,



I castagnotti

Formato 250 g.

Prezzo

5,00 euro – 20,00 euro/kg

Aia di Piero
Castelnuovo di Garfagnana



Competitors

Attività artigianale nata a Castelnuovo in Garfagnana, nella valle del Fiume Serchio in provincia di Lucca, nel nord della Toscana. Da diversi anni propongono, oltre ai noti prodotti della Garfagnana anche un buon catalogo di specialità tipiche italiane che selezionano e scelgono personalmente con cura nelle varie regioni. Questo particolare settore sta ottenendo gradimento anche grazie ai nuovi mezzi di comunicazione, sono sempre più numerose le richieste anche dall'estero. Dopo anni di esperienza di vendita diretta e per corrispondenza, ad inizio 2001 decino di avviare anche la vendita on-line.

<https://www.aiadi Piero.it/>, Facebook,



**Biscotti con farina di
castagne**

formato 300 g.

Prezzo

5,00 euro – 16,70 euro/kg



In COOP oltre ai grandi marchi industriali che offrono un'ampia gamma di prodotti esiste anche la linea Coop e la linea fior fiore coop dove sono selezionati con meticolosità i prodotti da inserire e la loro qualità.



Cuor di fico pasticcini di pasta frolla

formato 150 g.

Prezzo

1,86 euro – 12,40 euro/kg





In CONAD oltre ai grandi marchi industriali che offrono un'ampia gamma di prodotti esiste anche la linea a marchio CONAD Alimentum dove sono selezionati con meticolosità i prodotti da inserire e la loro qualità.



Biscotto con crema cacao

formato 6 * 33 g.

Prezzo

2,69 euro – 13,58 euro/kg





Negozio on-line specializzato in tè, tisane e infusi. Inoltre propone una selezione di biscotti e cioccolatini oltre che servizi per bomboniere e idee regalo. Spedizioni in tutta Italia.

[https://www.thetea-shop.com/;](https://www.thetea-shop.com/)



E-commerce
interessanti



Biscotti alle castagne

formato 150 g.

Prezzo

5,50 euro – 36,70 euro/kg



DF-Gourmet è nato dall'evoluzione di un negozio di alimentari situato in un piccolo paese della Brianza, nel Nord Italia. La gestione familiare del negozio ha acquisito negli anni una lunga esperienza di selezione e vendita dei migliori prodotti di Eccellenze Alimentari Italiane. Dal 2021, l'ultima generazione, ha voluto raccogliere tutta l'esperienza delle generazioni precedenti digitalizzando l'attività di famiglia. Così è nato DF-Gourmet. I prodotti che trovate sul sito e-commerce vengono acquistati da produttori scelti secondo standard molto stringenti e severi inserendo solamente quelli che possono offrire la massima espressione di qualità. Ampia gamma di prodotti venduti e spediti a casa in tutta Europa. Potrebbero essere interessati.

<https://www.df-gourmet.com/home-it/>; Instagram, Pinterest, twitter, youtube, linkedin, Facebook



E-commerce
interessanti



Prima Neve

formato 400 g.

Prezzo

13,50 euro – 33,75 euro/kg



Italien Gourmet sito e-commerce di alta qualità operante prevalentemente nel territorio francese. E' legato ad un un importante ingrosso d'alimentari di Ragusa aperto nel 1995. Fa una attenta selezione di prodotti di altissima qualità molto apprezzata dalla ristorazione francese. Effettua consegne in tutto il mondo. Può essere interessante contattarlo non presenta prodotti simili e potrebbero essere interessati ad ampliare la gamma.

<https://www.italiengourmet.com/>; Instagram, Facebook



E-commerce
interessanti



I panatighi (frolla ripiena)

formato 230 g.

Prezzo

7,80 euro – 33,90 euro/kg



Foodoteka, un innovativo marketplace che riunisce, presenta, vende e recapita a domicilio i prodotti alimentari della tradizione italiana e internazionale, vere specialità del territorio, bontà fatte con ricette tipiche, originali, familiari, di qualità riconosciuta e garantita. Prodotti che hanno una storia, un nome, una reputazione e che tutti noi vorremmo che continuassero a comparire sulle nostre tavole. Il team di Foodoteka verifica personalmente sia il procedimento di realizzazione del singolo prodotto, sia le materie prime utilizzate. Potrebbero essere interessati ad inserire nuovi prodotti.

BUY

E-commerce
interessanti



<https://foodoteka.com/>; Instagram, twitter, Facebook, linkedin

Foodoteka S.r.L.
Viale Majno n. 28 - Milano
Telefono + 39 328 5451639
Email: info@foodoteka.com



Biscotti alle castagne

formato 220 g.

Prezzo

6,00 euro – 27,30 euro/kg.



L'E-commerce di Amazon è tra le più fornite in termini di prodotti da forno e biscotteria.



E-commerce interessanti



Competitor in AMAZON

Le moulin du Pivert nasce negli anni 40 con l'acquisto di un mulino Les Mazière, vicino Tolosa. Nel tempo sviluppa la produzione di biscotti biologici. Tutti i biscotti vengono prodotti artigianalmente, in modo da far risaltare il gusto migliore. Ha più di cinquanta ricette, di cui una decina a base di cioccolato, nel 2015 avvia il nuovo laboratorio che permette al Moulin du Pivert di raddoppiare la sua capacità produttiva pur salvaguardando le antiche ricette e l'artigianalità dei processi.

<https://lemoulindupivert.fr/it/> , Facebook,



Frollini alle castagne
formato 130 g.

Prezzo
3,99 euro – 30,69
euro/kg



CASTRONI: Shop on-line

Slogan: Ottantacinque anni di tradizione in un click. Potrebbero essere interessati al prodotto. Hanno diverse aziende artigianali per prodotti di biscotteria e dolciari. Sono specializzati in questo, ma sempre alla ricerca di nuovi produttori e di nuove tipologie di prodotto in particolare di quelli locali della regione Lazio o della provincia romana.



Il negozio specializzato



Sesterzi biscotti frolla,
miele e cioccolato

formato diversi
300 g.

Prezzo

5,50 euro – 18,33 euro/kg



Punti di Forza

Prodotti artigianali unici e di alta qualità che si distinguono dalla concorrenza.

Disponibilità di materia prima freschissima e di alta qualità

Possibilità di creare processi di produzione agili e flessibili che consentono di rispondere rapidamente alle richieste dei clienti grazie al laboratorio interno.

Punti di debolezza

Bassa visibilità del marchio rispetto ai concorrenti più consolidati.

Limitazioni nella capacità produttiva e logistica a causa della natura artigianale dei prodotti.

Dipendenza da fornitori esterni per alcune materie prime.

Possibili difficoltà nel garantire la qualità costante dei prodotti a causa della natura artigianale della produzione.

Opportunità

Crescente interesse dei consumatori per i prodotti artigianali e di nicchia.

Possibilità di ampliare la gamma di prodotti artigianali offerti per soddisfare le esigenze dei clienti.

Espansione dei canali di distribuzione online per raggiungere nuovi mercati e clienti.

Possibilità di collaborare con altri produttori artigianali per creare prodotti complementari e offrire esperienze di acquisto uniche.

Minacce

Concorrenza sempre più agguerrita da parte di grandi aziende di e-commerce e di altri produttori artigianali ed industriali come nel caso dei surgelati.

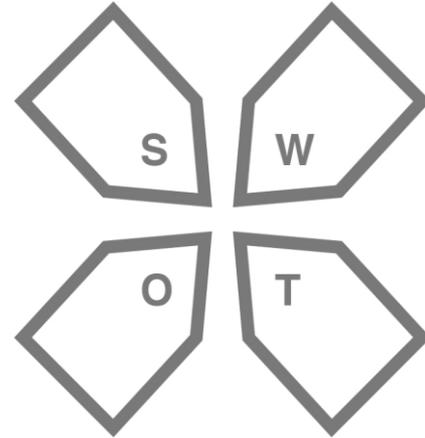
Fluttuazioni dei prezzi delle materie prime e dei materiali di produzione.

Possibili restrizioni commerciali e normative che potrebbero influire sulle attività dell'azienda.

Instabilità economica globale che potrebbe influire sul potere d'acquisto dei consumatori e sulla domanda di prodotti artigianali.



Analisi
SWOT





Raccomandazioni

1. Migliorare la visibilità del marchio: investire in strategie di marketing per aumentare la consapevolezza del marchio e la visibilità online. Ad esempio, si potrebbe considerare la pubblicità su motori di ricerca o sui social media per raggiungere nuovi clienti, oltre che rafforzare il sito web e lo shop on-line con risorse umane dedicate.
2. Ottimizzare i processi di produzione e logistica: avviare azioni di investimento per migliorare il laboratorio interno così da ampliare la gamma dei prodotti ed organizzare al meglio i servizi di prenotazione/acquisto e consegna. Inoltre, potrebbe essere utile valutare la possibilità di gestire in-house alcune fasi oltre che della produzione anche della logistica per avere un maggiore controllo sulla qualità e sulla tempistica.
3. Espandere la gamma di prodotti: considerare di offrire una gamma più ampia di prodotti artigianali per soddisfare le esigenze dei clienti e attrarre nuovi acquirenti. Ad esempio, si potrebbero aggiungere nuovi prodotti artigianali complementari alla gamma di prodotti esistenti. Fare reti con altri produttori dell'area.
4. Raccogliere feedback dei clienti: chiedere ai clienti di lasciare feedback sui prodotti e sui servizi offerti dall'azienda, ad esempio attraverso un modulo di valutazione o un sondaggio. Questo può aiutare a migliorare i processi aziendali e a soddisfare meglio le esigenze dei clienti.
5. Mantenere alta la qualità dei prodotti: assicurarsi che la qualità dei prodotti artigianali rimanga costantemente elevata e che i clienti siano soddisfatti del loro acquisto. Ciò può aumentare la reputazione dell'azienda e la fedeltà dei clienti, questo soprattutto per le materie prime da acquistare all'esterno e non prodotte direttamente.
6. Monitorare costantemente la concorrenza: tenere d'occhio le strategie e le offerte dei concorrenti e cercare di differenziarsi attraverso prodotti, servizi o prezzi unici. Ciò può aiutare a mantenere un vantaggio competitivo nel mercato.