

PROGETTO

“TLF – TYPICAL LOCAL FOOD”

OBBIETTIVI E CONTESTO SOCIALE

Riportare nelle tavole degli italiani prodotti alimentari di eccellenza sensibilizzando il consumatore sull'importanza di un'alimentazione portatrice di benessere tramite uno stato di salute migliore e sensazioni di piacere impagabili.

Tramite un portale web che si focalizza sulla valorizzazione dei prodotti di eccellente qualità, vogliamo fornire un servizio professionale di informazione, che sensibilizza quindi il consumatore ad una scelta accurata del prodotto alimentare, affiancato ad un shop gastronomico online che gli consenta di concretizzare un diverso modo di intendere l'alimentazione.

L'idea è nata osservando il graduale allontanamento della dieta mediterranea dalla tavola delle famiglie italiane che hanno imparato ad assumere come principale criterio di scelta l'aspetto economico del prodotto. Un potenziale cliente avrà dunque la possibilità di acquistare prodotti di qualità eccelsa ricevendoli nella propria abitazione.

I prodotti commercializzati saranno senza dubbio prodotti derivati a media-lunga conservazione.

La valorizzazione dei prodotti avverrà, oltre che tramite il portale web, anche tramite l'organizzazione di incontri formativi (specifici su una tipologia di alimento) dove a relazionare sarà un esperto in materia; sarà inoltre possibile degustare l'alimento trattato nell'incontro tra quelli offerti dai vari produttori.

Il territorio su cui inizialmente si concentrerà il nostro lavoro sarà quello lombardo, scelto per motivi commerciali (analisi di mercato) e logistici.

I nostri potenziali clienti sono coloro che, al passo coi tempi, riescono a cogliere l'importanza di mangiar sano privilegiando l'aspetto qualitativo del prodotto. Purtroppo non possiamo rivolgerci alle fasce di reddito medio-basse, se non in casi sporadici.

L'organizzazione si riserverà di gestire gli ordini per poi girarli al corriere che si occuperà di prelevare il prodotto dall'azienda produttrice per consegnarlo direttamente al cliente, mantenendo quindi il controllo sulle consegne senza dover impiegare spese di gestione quali un eventuale magazzino.

ATTORI E RUOLI

Il progetto viene realizzato da un gruppo di quattro ragazzi, i quali, frequentano la classe quarta presso l'istituto scientifico Giulio Natta con la partecipazione della professoressa Remondi, ognuno di essi darà il proprio aiuto nello svolgere del progetto basandosi sulle proprie capacità acquisite durante il percorso di studi o derivate da attività extrascolastiche di approfondimenti .

In questo progetto è prevista la collaborazione con piccole/medie imprese, attività di carattere familiare e aziende alimentari, principalmente lombarde. Esse producono un prodotto di alta qualità che tuttavia non riesce a trovare grande sbocco nel mercato contemporaneo: collaborando col progetto riuscirebbero ad ampliare il proprio mercato aumentando di conseguenza le entrate (la lista di tutti i fornitori inizialmente proposti è presente come allegato).

Per far sì che il progetto riesca ad attuarsi è necessaria la collaborazione con aziende di trasporto di prodotti freschi o un semplice corriere (es. Bartolini) il quale permetterà al consumatore di avere il prodotto da lui comprato online in modo comodo e senza bisogno di compiere spostamenti.

Nel progetto è prevista la possibilità di partecipare ad incontri formativi in cui verranno spiegate in modo dettagliato le caratteristiche del prodotto alimentare che si vuole acquistare, le diversità con lo stesso alimento elaborato in fabbrica, i suoi valori nutrizionali e la possibilità di degustare tal prodotto alimentare: è dunque necessario coinvolgere degli esperti in materia (es. Sommelier, nutrizionisti, ...) che diano le giuste informazione ai possibili acquirenti.

Questi incontri verranno organizzati in una location ancora da definirsi, è però necessario che un ente sociale o privati mettano a disposizione uno spazio per far avvenire suddetti incontri.

I beneficiari del nostro progetto sono sia le aziende, che riescono ad ampliare il proprio mercato, sia i consumatori, i quali possono approfittare di un mezzo "alternativo" e più efficace per comprare i loro alimenti, avendo la certezza che i loro prodotti siano effettivamente di qualità

DESCRIZIONE E DIMENSIONAMENTO

L'oggetto del progetto è la realizzazione di un portale che possa diventare il punto di riferimento per gli utenti consapevoli, interessati a consumare cibo di qualità. Si compone essenzialmente di due parti, una complementare all'altra. La prima parte riguarda un servizio di informazione affidabile e controllato nel campo del cibo di qualità, si intende quindi divulgare informazioni precise e veritiere sugli indici di qualità del cibo e sulle caratteristiche che questo deve avere per essere considerato eccellente. Intendiamo erogare questo servizio sia tramite delle pagine nel portale che organizzando degli incontri sui luoghi di produzione degli alimenti, illustrando sia gli indici di qualità a cui rispondono i prodotti selezionati che le tecniche e le particolari attenzioni di produzione.

La seconda parte invece riguarda un servizio di eCommerce tramite il quale sarà possibile acquistare prodotti selezionati, rispondenti agli indici di qualità illustrati nella prima parte.

Vediamo qui alcuni esempi di caratteristiche a cui devono attenersi diverse categorie di cibi per essere considerati di buona qualità:

Vino	Denominazione d'Origine: meglio se DOC o DOP pH compreso tra 2,8 e 3,8
Pasta	Trafilatura al bronzo Colore chiaro Assenza di impurità individuabili da puntini bianchi o neri
Miele	Bassa percentuale d'acqua, misurabile tramite rifrazione con mielometro
Olio	Spremitura a freddo Dicitura extravergine

Per quanto riguarda la parte di eCommerce i prodotti saranno dispensati da aziende locali di accertata affidabilità, che producano alimenti rispondenti agli indici di cui sopra. L'ordine del cliente arriverà alla nostra società che provvederà a inoltrare le parti dell'ordine alle singole aziende, che prenoteranno un ritiro presso la loro sede da parte di un corriere espresso sotto abbonamento con la nostra società. Il corriere si occuperà poi di consegnare la merce all'indirizzo indicato dal cliente.

L'estensione del progetto riguarda, come progetto pilota, la sola regione Lombardia, senza però precludersi di essere esteso ad altre regioni in un secondo momento.

PIANO REALIZZATIVO

Il progetto T.L.F. si distribuisce teoricamente in un arco di tempo indeterminato che trova il suo inizio nel completamento del sito web adibito a portale informativo ed e-commerce e nella regolarizzazione fiscale e legale dell'attività; per ciò non esistono degli eventi determinanti se non l'adesione delle aziende e la realizzazione vera e propria del progetto da esporre al pubblico. Le fasi realizzative sono appunto:

1. Avvio delle indagini di mercato con aziende e consumatori tramite un form specifico per l'uno e per l'altro. Ciò ci consente di verificare la fattibilità del progetto, sia da un punto di vista delle adesioni delle aziende, sia dal punto di vista del mercato, verificando quindi l'interesse dei consumatori così da determinare anche il target migliore in cui andare ad agire.
2. Conclusione della fase progettuale con le ultime modifiche.
3. Costruzione di un sito web di informazione e di e-commerce che rimarrà temporaneamente offline; il sito web dovrà essere dinamico, ma ancor di più dovrà possedere le parole chiave corrette così da garantire al pubblico una facile accessibilità al portale.
4. Una volta realizzato il portale (ancora offline) si proseguirà alla regolarizzazione fiscale e legale dell'attività.
5. Ultimato il punto 4 si procederà alla creazione dei contratti con le aziende e con la ditta di trasporti (appalto esterno).
6. Contemporaneamente al punto 5 vi sarà un forte "bombardamento" pubblicitario tramite i social network più utilizzati e i siti internet più visitati (ovviamente non quelli della concorrenza).
7. Ultimata la fase 5 si proseguirà all'inaugurazione che aprirà il nostro portale al pubblico, realizzando contemporaneamente il primo evento di sensibilizzazione alimentare (dal "vivo" e/o in streaming è da valutare).
8. A questo punto il progetto T.L.F. non riceverà fondi dalle aziende per un anno (offerta che le invoglierebbe ad aderire) ed entrerà a regime "normale" solo dopo questo anno di prova. A regime normale l'azienda pagherà una quota base per l'inserzione e una percentuale sull'utile superata una soglia minima.

Nelle varie fasi è coinvolto l'intero gruppo di lavoro che si occupa di questo progetto. Oltre ai quattro membri del gruppo e alla prof.ssa si ricorrerà eventualmente a specialisti, a un notaio per i contratti e ad un'azienda per le spedizioni. Si auspica di aver bisogno del minor numero di collaborazioni con figure professionali, perché ciò comporta sempre degli oneri economici che almeno all'inizio non ci possiamo permettere di sostenere. Ovviamente saranno necessariamente coinvolte le aziende che hanno deciso di aderire e gli specialisti che terranno gli incontri sugli alimenti di qualità: questi soggetti saranno appunto l'anima del portale insieme al cliente. Per concludere saranno coinvolti altri siti internet (non la concorrenza) e i social network a cui verrà affidato il "bombardamento" mediatico.

Escludendo le varie aziende e l'impresa di trasporti (appalto esterno) le risorse umane necessarie si limiteranno al gruppo di lavoro (4 ragazzi più prof.ssa), il quale si occuperà dell'apertura della società (s.p.a.) (sarà necessaria la collaborazione con un commercialista), della realizzazione e del mantenimento del portale web e dell'organizzazione degli incontri informativi già precedentemente trattati (per cui dovranno essere coinvolti degli esperti con contratto freelance). In ogni caso l'intenzione non è quella di assumere ulteriore organico oltre ai soci: si tratterà sempre di contratti freelance e appalti esterni (tutti a tempo determinato).

ASPETTI ECONOMICI E/O BENEFICI

Per avviare il progetto è imprescindibile l'apertura di una Partita Iva(pur essendo la nostra un'attività di drop shipping). I costi in sé sono nulli ma vanno poi abbinati al costo di gestione di essa, presumibilmente affidata ad un commercialista. A ciò vanno aggiunti i costi della S.C.I.A. (Segnalazione Certificata Inizio Attività) e della conseguente autenticazione di una P.E.C (Posta Elettronica Certificata). Infine è necessario iscrivere all'albo della camera di commercio la propria impresa ad un costo di circa 150 euro.

Costi una tantum	Prezzo in euro
Apertura P.Iva	0 (o prezzo sommario applicato dal commercialista intorno ai 100€)
S.C.I.A	Varia dal comune di apertura
P.E.C.	Varia a seconda della azienda a cui ci si affida
Iscrizione Camera di Commercio	100-150

Successivamente alle pratiche una tantum va poi considerato l'impatto dei costi di gestione per ogni anno che possono essere così riassunti:

Costi periodici annuali	Prezzo in euro
Contributo Minimo Inps	3200
Spese di gestione commercialista	1000-1500

Oltre ai costi amministrativi è opportuno anche considerare che l'azienda nel primo periodo non farà profitto ma anzi dovrà investire risorse nella propria sponsorizzazione e a sua volta cercare di rientrare tramite Ads sul proprio sito. Non è escluso che per l'ottimizzazione del sito sia necessario un intervento esterno. In aggiunta a ciò la nostra idea di impresa di basa anche sull'organizzazione di eventi dedicati all'informazione, in primis, ma anche alla vendita diretta ed alla sponsorizzazione del commercio online. Va quindi preventivato che questi eventi possano influire sulle spese dell'azienda.

Per arrivare ad ottenere queste risorse è possibile cercare di ottenere tale capitale mediante i fondi start up messi a disposizione da finlombardia e dalla regione per finanziare idee eccellenti ed innovative (<https://gefo.servizirl.it/re-startup/>)

Il prodotto e il servizio realizzato si focalizza su un cliente tipo in grado di acquistare prodotti con una fascia di prezzo medio-alta in grado però di offrire l'eccellenza in quel determinato campo.

Il progetto punta ad informare ed a far risaltare l'eccellenza italiana nella produzione di beni agroalimentari, di divulgarne i metodi preparativi e di offrire al consumatore esperienze in grado di informare riguardo l'attività degli agricoltori. Punta inoltre a ricreare una cultura del cibo ormai un po' persa in quel Paese un tempo precursore della dieta mediterranea.