

DOLCI SOGNI

Pasticceria e caffetteria specializzata nella
produzione di:

Prodotti tradizionali;

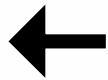
Prodotti senza glutine;

Prodotti senza uova e senza latticini;

Prodotti a basso contenuto glicemico;

INDICE

- Business Idea
- Analisi economica del territorio
- Analisi del settore pasticceria artigianale
- Analisi della concorrenza
- Sondaggio sul mercato locale
- Descrizione del target
- Vision e Mission
- Valori
- Forma giuridica
- Punti di forza e punti di debolezza
- Strategie di marketing



BUSINESS IDEA

La nostra impresa sarà specializzata nella produzione e vendita di un prodotto fresco, a basso contenuto di zucchero, senza glutine, e con ingredienti di provenienza biologica.

Il nostro negozio avrà sede a Montevarchi.

La nostra pasticceria resterà aperta ai clienti dal martedì alla domenica, il lunedì sarà il giorno di chiusura settimanale.

I nostri prodotti avranno un prezzo medio/alto.

Uno dei nostri obiettivi è anche quello del rispetto dell'ambiente.

Analisi economica del territorio

Il tasso di disoccupazione nella provincia di Arezzo alla fine dell'anno 2016 è del 10,9%, ma più basso di quello nazionale che è 11,9%.

La percentuale di laureati assunti in provincia di Arezzo equivale al 10%.

Analisi del settore pasticceria artigianale

In Italia, nel 2016, si registrano vendite di dolci in crescita del 2%.

Alla crescita dei consumi hanno contribuito tre fattori:

- la qualità della produzione;
- le modalità dell'offerta;
- l'attenzione dei consumatori nella scelta dei prodotti.

In Italia, le attività di pasticceria sono cresciute del 3% rispetto al 2010, e ad oggi, si contano circa 19.000

Le aziende concorrenti

Azienda A:

Situata a Montevarchi, è un'azienda S.n.c. (Società in nome collettivo).

Azienda molto specializzata, che vende anche all'estero, prodotti esclusivi. È alta la qualità di tale pasticceria e i prezzi dei prodotti sono medio/alti.

Azienda B:

Situata a Figline Incisa Valdarno è un'azienda S.r.l. (Società a responsabilità limitata).

L'azienda B si occupa di:
produzione di fette biscottate, biscotti ed altri prodotti secchi da forno.

Inoltre negli anni si è adoperata per la realizzazione di prodotti con ingredienti biologici.

Azienda C:

Situata a San Giovanni V.no, è un'azienda S.r.l. (Società a responsabilità limitata).

E' un'azienda che produce prodotti di pasticceria e panetteria fresca senza glutine.

Vende prodotti confezionati e surgelati.

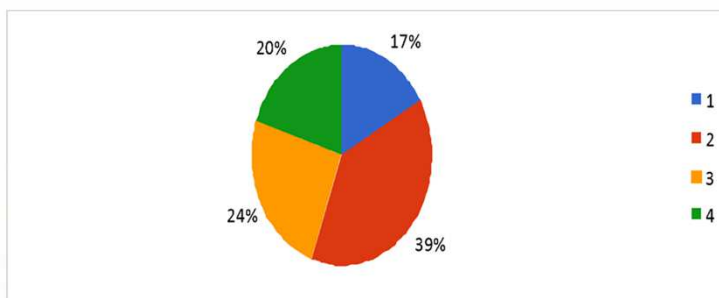
Nel negozio si possono prenotare dolci per compleanni e cerimonie.

I prezzi dei prodotti non sono alti e il negozio vende direttamente al consumatore finale. Non vende all'estero.

Sondaggio sul mercato locale



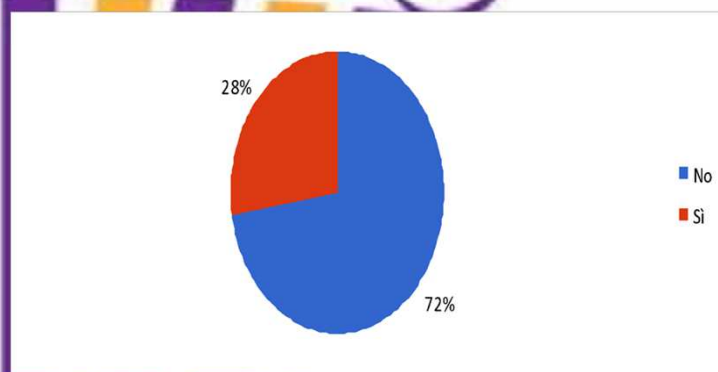
Grafico consumazioni settimanali



Il 39% degli intervistati consumerebbe pasticceria fresca due volte alla settimana

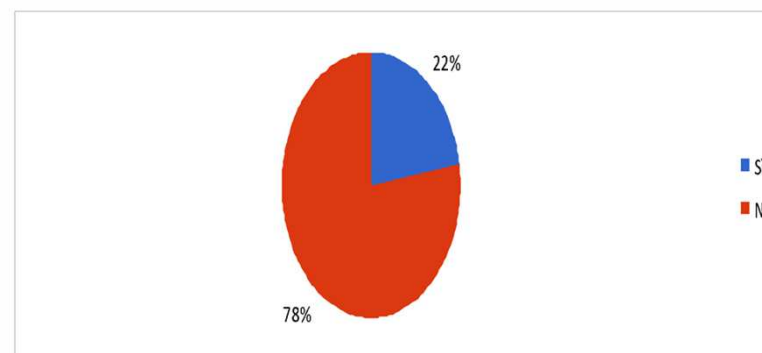
Per gli intervistati non c'è tanta differenza tra torte e pasticcini, ma qualora scegliessero le torte, preferirebbero quelle ripiene.

Grafico prodotti senza glutine



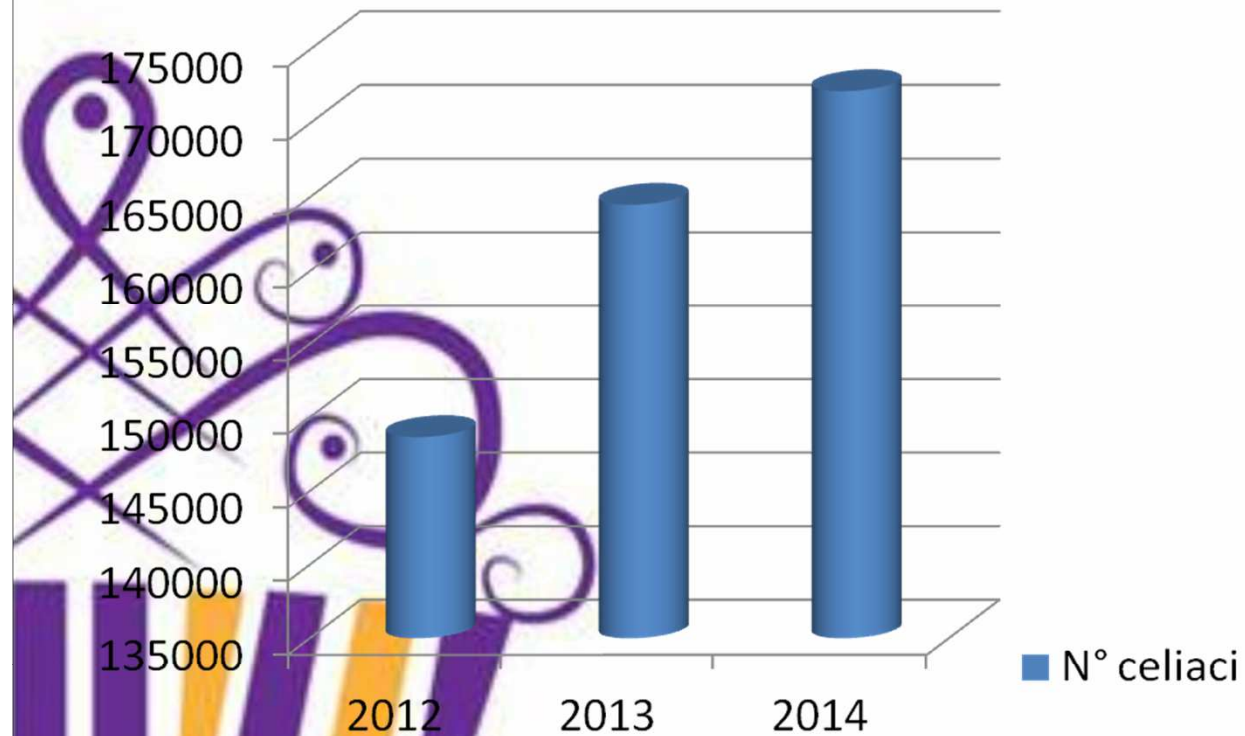
Molti non sembrano interessati a prodotti senza glutine. Il prezzo è abbastanza importante nella scelta e il 78% non è condizionato dalla pubblicità.

Grafico pubblicità



I celiaci in Italia

N° celiaci

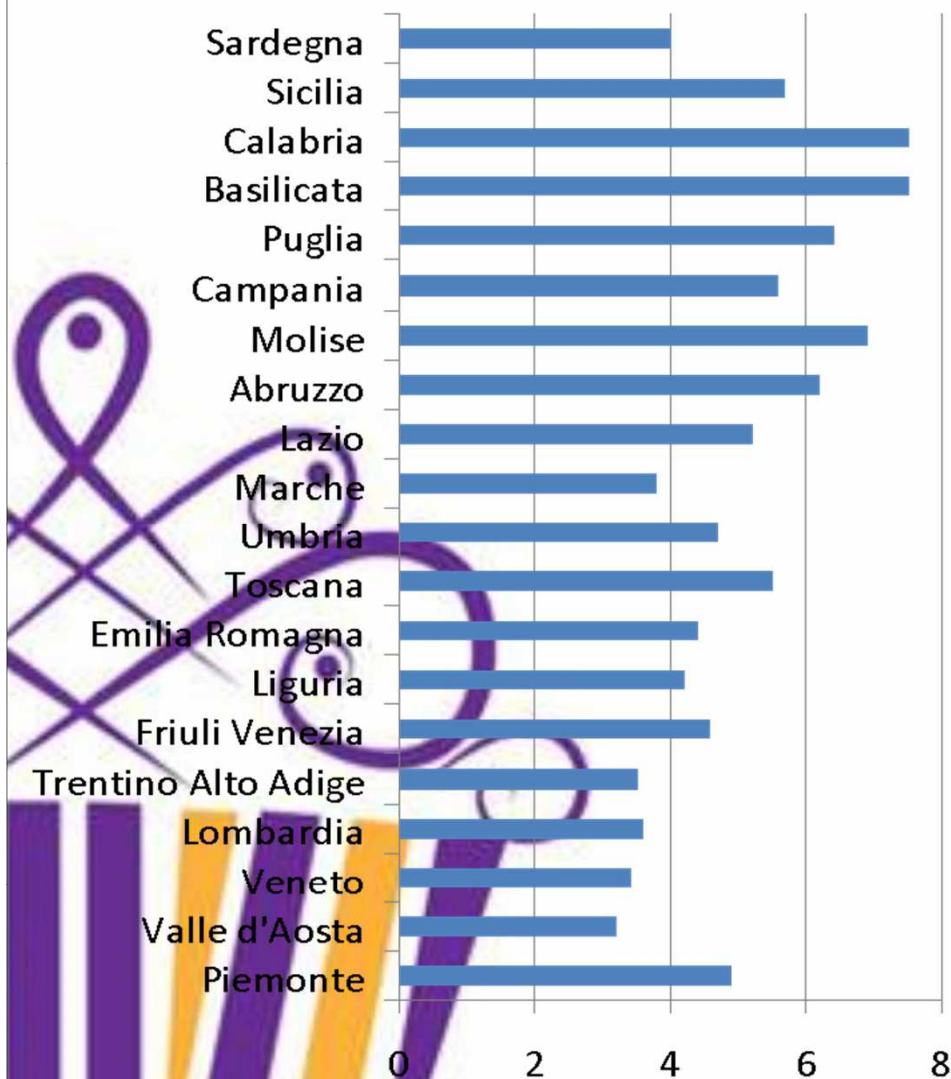


Dai dati dell'Associazione italiana celiachia i celiaci dal 2012 al 2014 sono aumentati del 15%, con una concentrazione maggiore al nord. Maggiormente colpite sono le donne, con un rapporto di 1:2 rispetto agli uomini.





Percentuale diabetici



I diabetici in Italia



I dati ISTAT del 2015 confermano che il 5,4% degli italiani è affetto da diabete, con una maggiore prevalenza al sud, la Toscana è in linea con la percentuale nazionale. In Italia sono circa 3.000.000 e nel 2030 è previsto salgano a 5.000.000.

Descrizione del target market

Il nostro target sarà composto da consumatori che:

- seguono una dieta a basso contenuto di zucchero
- ricercano prodotti senza glutine
- non consumano latticini e uova per intolleranze o per scelte etiche
- preferiscono materie prime biologiche
- apprezzano l'artigianalità e la freschezza del prodotto.

Vision & Mission

“Un dolce per tutti”

I dolci non saranno vietati più a nessuno: celiaci, diabetici, intolleranti a latticini e uova, con i nostri prodotti tutti potranno gustare in sicurezza dolci sani e le prelibatezze dei loro sogni nel rispetto dell’ambiente.

I nostri valori

- Rispetto della persona: grande attenzione di tutte le figure presenti siano essi collaboratori che fornitori.
 - Spirito di collaborazione: si cercherà di favorire la collaborazione tra le varie figure indipendentemente dal loro ruolo.
- Tutela ambientale: obiettivo che raggiungeremo attraverso azioni semplici come un'attenta raccolta differenziata, un packaging adeguato, e un'oculata gestione delle fonti energetiche.
- Solidarietà sociale: collaborazione con le associazioni locali per la promozione di eventi ad hoc e per la fornitura a fine giornata di ciò che resta.

Forma giuridica

Abbiamo scelto l'impresa familiare.

Tale tipo d'impresa dispone dei seguenti vantaggi:

- limitato capitale proprio;
- facilità di costituzione (è sufficiente l'iscrizione alla camera di commercio);
- ridotte spese di costituzione;
- minori costi di gestione;
- possibilità di partecipazione all'attività imprenditoriale da parte dei familiari;
- possibilità di usufruire di finanziamenti e sgravi fiscali.

Punti di forza

- Assenza sul territorio del Valdarno aretino di pasticcerie che offrono prodotti freschi con basso contenuto di zuccheri, senza glutine, senza latticini e uova;
 - Buona localizzazione;
- Utilizzo di ingredienti biologici e provenienti possibilmente dalla filiera corta;
- Riduzione degli sprechi attraverso l'utilizzo degli scarti di produzione per la realizzazione di prodotti secondari;
 - Attenzione all'ambiente.

Punti di debolezza

- Prodotto nuovo in fase di lancio, con una domanda iniziale lieve e probabili alti costi di pubblicità;
- Prodotto con tempi di conservazione di breve termine.

Strategie di marketing

PRODUCT

Nelle nostre ricette il saccarosio verrà sostituito da dolcificanti di provenienza naturale e da materie prime totalmente biologiche e senza glutine.

Questi dolcificanti non compromettono la qualità del dolce dal punto di vista organolettico e presentano aspetti molto positivi quali il basso indice glicemico.

Si cercherà, per quanto possibile, di utilizzare un packaging a ridotto impatto ambientale.

PRICE

I prezzi saranno, almeno in fase di lancio, adeguati a livello medio dei prodotti di qualità medio-alta presenti sul mercato locale.

POINT OF SALE

I nostri prodotti si potranno acquistare e gustare sia accomodandosi ai tavoli presenti all'interno del locale, che a casa dal momento che sarà possibile la vendita al dettaglio.

La presentazione dei prodotti e il locale saranno eleganti e raffinati.

PROMOTION

La campagna pubblicitaria che pensiamo di adottare prevede:

- Brevi spot pubblicitari trasmessi sui canali locali;
- Cartellonistica nelle zone di maggiore transito;
 - Operazione di volantaggio mirata.
 - Brochure in lingue straniere

Sarà creato un sito internet (www.pasticceriadolcisogni.it) che oltre a rappresentare una forma pubblicitaria, consentirà la prenotazione online dei nostri prodotti.

Saremo presenti anche alle fiere e alle manifestazioni enogastronomiche del nostro territorio soprattutto nella fase di apertura.

PEOPLE

Le caratteristiche distintive del nostro personale saranno:

- Professionalità;
- Empatia;
- Cordialità.

Grande cura sarà dedicata anche all'aspetto esteriore, ordinato e curato, degli impiegati nell'attività di front-office.



3 AM ITE Severi:

Anglani Arcangelo

Baldi Alessandro

Benigni Ilaria

Bucaioni Giulia

Buti Michela

Calosci Francesco

Credenti Alessio

Crociani Lisa

Dilia Yousra

Focardi Lorenzo

Gravante Lorenzo

Gruosso Elia

Pacchia Matteo

Renzi Martina

Salvucci Lorenzo

Sava Robert George

Spataffi Denny

