

# Frutta&Verdura srl

## Business:

Vendita frutta di stagione biologica prodotta in Italia.

Nicchia specifica = frutta tropicale (AVOCADO, PAPAIA, LITCHI, NESPOLO DEL GIAPPONE, FRUTTO DELLA PASSIONE, ANNONA, MANGO, LIME, BANANA, CASIMIROA, FEIJOA, ZAPOTE NERO, ecc.).

## Reperibilità prodotto:

Acquisto in sede o spedizione in tutta Italia: entrambe le opzioni sono soggette a disponibilità in base alla stagionalità dei prodotti.

# Marketing Strategy 2023

## Obiettivo:

Crescita Brand online tramite ottimizzazione della SEO (google) e miglioramento domanda latente con contenuti di valore su youtube e instagram a tematica inerente i trend e keywords correlate alla frutta e verdura, quali: “ricette”, “modalità di conservazione”, “centrifughe ed estratti” e “proprietà nutrizionali”, “superfood”.

## Analisi di mercato

Trend di mercato in crescita a doppia cifra negli ultimi anni per il consumo di frutta tropicale italiana con oltre 900mila tonnellate annue di consumo.

I frutti tropicali made in Italy sono migliori, in quanto rispetto ai Paesi con temperature elevate 12 mesi su 12 dove le piante sono costantemente sotto sforzo, avendo sì una produzione maggiore, ma qualitativamente inferiori a quelle coltivate in Italia dove la pianta si riposa nei mesi più freddi.

Il 61% di italiani sono pronti ad acquistare frutti esotici nostrani e non quelli stranieri, secondo un sondaggio Coldiretti: con il 71% disposto a pagare di più per avere la garanzia dell'origine nazionale. Una scelta motivata dal maggiore grado freschezza, ma anche perché l'Italia è al vertice della sicurezza alimentare mondiale con il minor numero di prodotti con residui chimici irregolari (0,8%), quota inferiore di 1,6 volte alla media dell'Unione Europea (1,3%) e 7 volte a quella dei Paesi extracomunitari (5,5%).

## Analisi Target Cliente

Dai dati emersi tramite Similarweb per i vari competitor presenti, si evince che la percentuale di visite proviene da un pubblico all'incirca 60% maschile e 40% femminile, con una età compresa tra i 18 e i 54 anni nell'80% dei casi e proveniente da motori di ricerca nella quasi totalità delle volte. Altri siti visitati dagli utenti sono appunto google e youtube.

Quindi, la buyer persona è un sia uomo che donna, sensibile alle tematiche della salute e del benessere, attenta alla filiera produttiva e alle certificazioni delle aziende agricole, spesso è una persona sportiva, di reddito medio-alto, disposta anche a pagare un prezzo superiore alla media purché made in Italy e di qualità elevata. Acquista il prodotto principalmente online e lo consuma più volte al giorno.

Può appartenere ad un Gruppo di Acquisto Solidale (GAS).

## Analisi concorrenza

Principali competitor (caratteristiche presenza online):

**V** = presente    **X** = assente

DENOMINAZIONE	SITO WEB	SHOP ONLINE	FB / IG
1) Anoneto Biliardi	anonetobilardi.it	V	V
2) Arancebio	arancebio.it	V	X
3) AZIENDA AGRICOLA BIANCO ROSALIA	papamango.it	V	V
4) AZIENDA AGRICOLA CHIMENTI CLAUDIO	X	X	V
5) Azienda Agricola Cupane	biorfarm.com/biormarket/	X	X
6) AZIENDA AGRICOLA CUPITUR SRL	http://www.cupitur.it/	X	V
7) Azienda agricola Gianfranco Cunsolo	X	X	X
8) Azienda agricola Il Filo Tropicale	ilfilotropicale.it	V	V
9) AZIENDA AGRICOLA LO GIUDICE GIUSEPPE	logiudice.wordpress.com	X	X
10) AZIENDA AGRICOLA MEZZASALMA PIETRO FRANCESCO	X	X	X

11) AZIENDA AGRICOLA PALAZZOLO BENEDETTO	ortodinonnonino.wordpress.com	X	V
12) AZIENDA AGRICOLA PERRONE FRANCESCA	X	X	X
13) AZIENDA AGRICOLA TRIPODO LUIGI	X	X	X
14) BeFruit	<a href="https://befruit.it/">https://befruit.it/</a>	V	X
15) Canalotto Farm Azienda Agricola	<a href="http://www.canalottofarm.com">www.canalottofarm.com</a>	V	V
16) DI.COMM. S.R.L	<a href="http://www.siciliaavocado.it">www.siciliaavocado.it</a>	V	V
17) Fruttatropicalesiciliana	X	X	V
18) IMPRESA AGRICOLA COOP. ROCCA DI CAPRILEONE	<a href="https://www.roccacoop.com/">https://www.roccacoop.com/</a>	X	V
19) Masseria Fruttirossi	<a href="http://www.lomesuperfruit.com">www.lomesuperfruit.com</a>	V	V
20) PaniereBio S.r.l.	<a href="http://www.panierebio.com">www.panierebio.com</a>	V	V

Dalla tabella di cui sopra si evince che l'80% dei competitor è presente online su un sito web e/o sui social, ma solo il 56% di questi permette agli utenti di acquistare online.

Ulteriore criticità competitor:

Di frequente l'ordine minimo di prodotto acquistabile online richiede un quantitativo relativamente alto dello stesso (es.: [siciliaavocado.it](http://siciliaavocado.it) = ordine minimo 4 kg di prodotto).