

Frutta & Verdura

Analisi di mercato

Chi siamo?

**Un franchising italiano di
vendita al dettaglio di frutta e
verdura**

obiettivo progetto:

**Creare un identità e vendere
online**

**Il nostro mercato di
riferimento:**

B2c Business to consumer



Analisi globale: uno sguardo alla situazione italiana 2023

Siccità al Nord, danni ai raccolti. Previsto aumento prezzi di frutta e verdura in estate

L'oscillazione dei prezzi si spiega con l'irregolarità delle temperature, che hanno sbalzi di 10/15 gradi, e con la perdita di un regolare fluire dei prodotti, prima presenti quasi all'eccesso e poco dopo carenti.

Una tendenza che se dovesse continuare fino all'estate potrebbe portare a incrementi dei prezzi a doppia cifra. Perché se la siccità continuerà anche in primavera gli agricoltori saranno costretti a fare scelte legate alle previsioni di quanta acqua si avrà a disposizione in estate e quindi a dover decidere cosa seminare.

Per questo motivo è prevedibile una riduzione della superficie a riso, proprio perché potrebbe non esserci acqua. Discorso analogo per il mais, ma anche per la raccolta di alcuni ortaggi. Quindi, se si riducono determinate produzioni, con una scarsa offerta i prezzi aumentano.

Analisi Target

Cliente: Chi è il nostro cliente ideale?

- Uomini e donne italiani
- Che vogliono integrare nella loro dieta frutta e verdura
- Che desidera condurre uno stile di vita sano e bilanciato
- Vegani e vegetariani

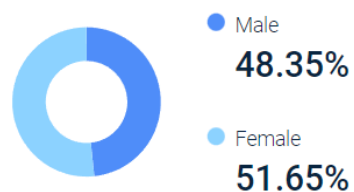
Traffic share by country ⓘ

📅 Nov 2022 - Jan 2023 🖥️ Desktop

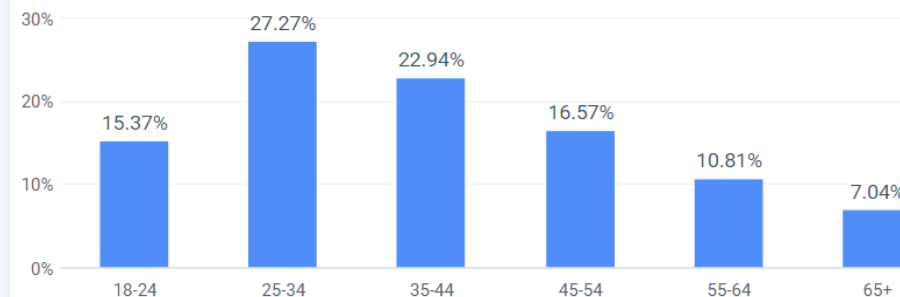
🔍 Search...

	Country (3)	↓ Traffic Share	Change	Country rank	Visit Duration	Pages / Visit
1	🇮🇹 Italy	77.80% <div><div></div></div>	↓ 47.2%	#615,648	00:01:03	2.17
2	🇳🇱 Netherlands	11.46% <div><div></div></div>	-	-	00:05:47	10.00
3	🇩🇰 Denmark	10.75% <div><div></div></div>	-	#305,750	-	1.00

Gender Distribution ⓘ



Age Distribution ⓘ



Dove acquista frutta e verdura e quando la utilizza?

1. Predilige store online con consegna a domicilio entro 24-48h
 2. La consuma sia durante I pasti principali che per snack e drink portatili
- gli obiettivi quindi si palesano nel :

Rendere la frutta facilmente reperibile e consumabile attraverso confezioni che contengono frutta già lavata e dove possibile già sbucciata, stesso vale per verdura già lavata e acconciata per l'utilizzo, o ancora vendere I kit di verdure pronti per le ricette descritte sulla stessa confezione.

Ricevere insieme all'ordine della frutta una miniricettario in carta riciclata che contiene anche un qr code che ci spedisce direttamente su youtube dove le ricette vengono più agevolmente spiegate attraverso dei video brevi presenti sul canale del brand

ANALISI COMPETITORS, 2 ESEMPI:



Bacaco market:
Punti di forza:
-lavora sul valore del riciclo di prodotti di ortofrutta di scarto



Ortopronto
Punti di forza:
-Amplia varietà di prodotti
-Assistenza Virtuale
personale Whatsapp

Discovered Keywords

Volume

KD%

CPC(USD)

Long Tail

KGR



Keywords Ideas: 5

Total Searches: 36190

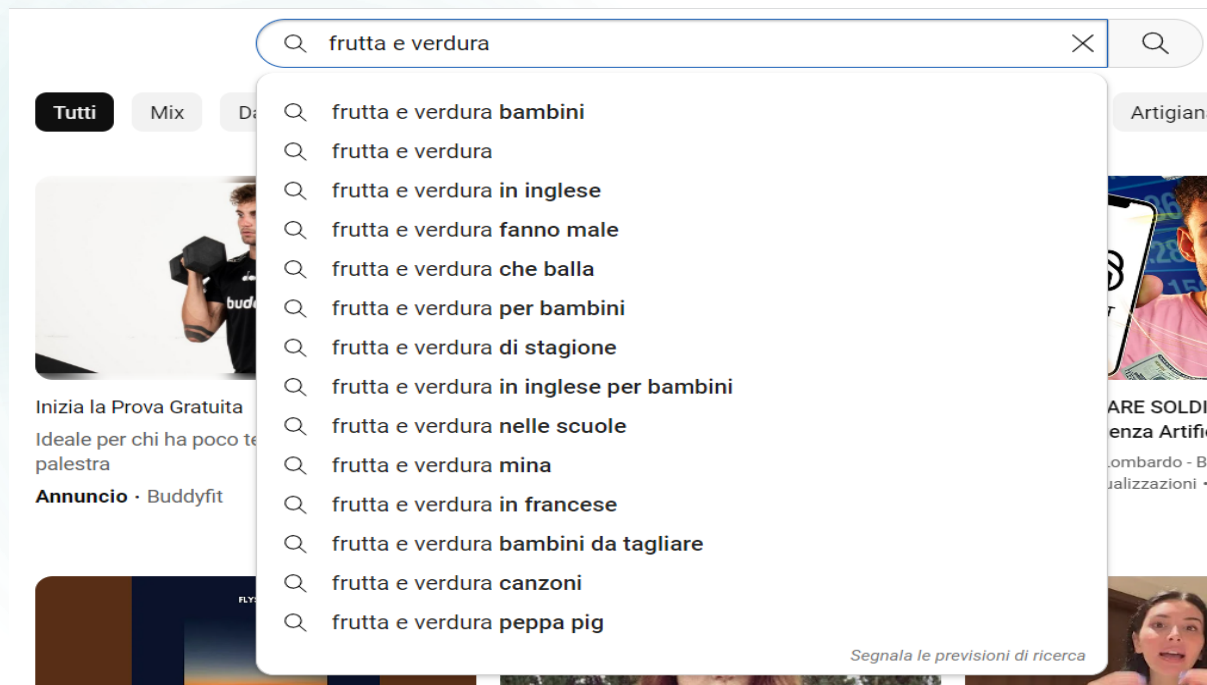
Average KD: 0%

KEYWORD	SEARCHES	TREND	KD	CPC
frutta e verdura	27,100		0	\$0.89
la verdura	6,600		0	\$1.16
verdura italiana	480		0	\$0.11
verdura t	1,900		0	\$0.05
e verdura	110		0	\$0.00

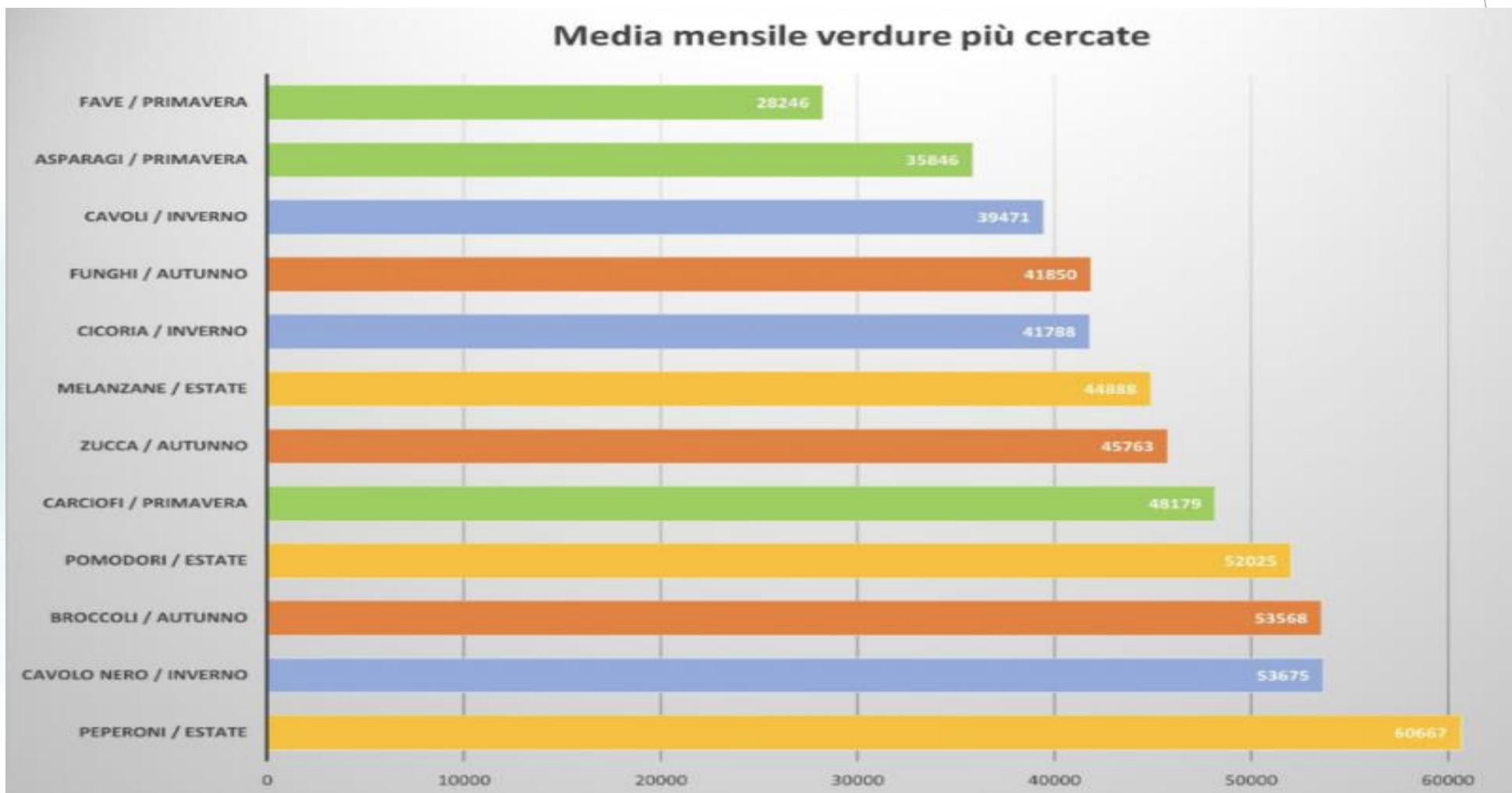
Showing: 20 of 5

L'importanza delle keywords

- Queste sono le parole chiavi più importanti legate al nostro brand di frutta e verdura che sono state trovate online, quindi è utile inserire le medesime nella nostra strategia in ottica sia SEO che SEM.
- Anche su youtube è stato utile notare le ricerche degli utenti



Analisi periodica dei principali prodotti più cercati su google:



Da notare come la ricerca sul web delle verdure vari in base alla stagionalità di queste, basti pensare alla ricercar delle fave in primavera e dei peperoni in estate.

LE PREFERENZE: UNA BREVE STATISTICA

► Top 5 frutta preferita:

1. Fragola (40%)
2. Banana (39%)
3. Pesca (34%)
4. Ciliegia (32%), melone (32%) e anguria (32%) a pari merito
5. Mela (29%)

► Top 5 “verdura” preferita:

1. Pomodoro (47%)
2. Patata (46%)
3. Zucchine (42%)
4. Insalata (35%)
5. Legumi (26%)

- In base ai dati, i **criteri d'acquisto** di frutta e verdura fanno emergere **differenze**, ma anche **somiglianze** inaspettate **tra le diverse generazioni di consumatori italiani**. La **provenienza locale/italiana** è un driver fondamentale che cresce di pari passo con l'età, al punto che è al primo posto per il **46%** dei rispondenti più maturi (tra i 55 e i 64 anni). Ciò che emerge come prioritario, invece, per i più giovani (tra i 18 e i 34 anni) nella scelta di frutta e verdura sono, invece, il **buon gusto e l'origine controllata dei prodotti**. Ad avvicinare tutte le generazioni sono l'attenzione al prezzo (in media per il **22%**) e soprattutto, la poca rilevanza dell'**estetica 'perfetta'** di frutta e verdura: solamente per il **4%** (dato che sale a 7% per i Millennials e Gen Z) risulta essere un fattore discriminante.

Fonte: <https://www.foodaffairs.it/2022/08/04/la-classifica-di-frutta-e-verdura-preferiti-dagli-italiani-la-provenienza-locale-italiana-driver-fondamentale-che-cresce-con-leta/>

Frutta e verdura più venduta nel 2022

FRUTTA	VERDURA
1. Mele	1. Patate
2. Arance	2. Pomodori

Grazie
dell'attenzione