



Consulenza per la commercializzazione di prodotti agroalimentari

IDEA D'IMPRESA

Consulenza per la commercializzazione di prodotti agroalimentari (comunicazione, immagine, promozione).

GENESI DELL'IDEA

La consistente presenza sul territorio di produttori agricoli ed agroalimentari ha generato la necessità, da parte degli stessi, di affidarsi in *outsourcing* a società esterne che si occupino di commercializzare i prodotti verso mercati alternativi a quello locale.

L'offerta di consulenza riguarda le seguenti tematiche:

- Marketing analitico, cioè l'insieme delle attività (ricerche di mercato, *focus group* tematici, rapporti di settore, valutazione delle risorse, prezzi e distribuzione etc.) tese a fornire un adeguato supporto per l'adozione di decisioni riguardanti le scelte di mercato dell'azienda;
- Marketing strategico, cioè l'insieme delle attività dirette alla definizione degli obiettivi di Marketing e l'individuazione delle strategie necessarie al loro raggiungimento partendo dall'analisi dell'ambiente esterno ed interno all'azienda (strategie di posizionamento e *marketing development* ovvero sviluppo di nuovi mercati);
- Marketing operativo, cioè l'attuazione delle strategie formulate, attraverso la gestione delle leve del marketing mix (prodotto, marca, *packaging*, prezzo, distribuzione, promozione).

POTENZIALITA' DEL MERCATO

I clienti potenziali cui indirizzare la propria offerta sono rappresentati dalle piccole e medie imprese agricole ed agroalimentari che intendono sviluppare il proprio *business* attraverso l'adozione di innovative ed appropriate strategie atte ad implementare la potenziale clientela di riferimento e che intendono sfruttare anche le opportunità di mercato offerte dalla rete telematica.

Ambito geografico

Il mercato di riferimento sarà locale e provinciale, con possibilità di sviluppo in tutta la regione.

ASPETTI TECNICO-ORGANIZZATIVI

Le fasi dell'erogazione dei vari servizi ipotizzati possono così riassumersi:

- ricerca dei potenziali clienti tramite contatti diretti o via Web;
- contatto dei clienti (telefonico o via mail);
- progettazione e sviluppo con l'individuazione delle attività necessarie alla realizzazione del servizio e la definizione dei tempi, costi e risorse da impiegare;
- visita presso il cliente;
- realizzazione del servizio ed erogazione delle informazioni;
- consegna del prodotto e analisi della soddisfazione del cliente.

Tutti i servizi potranno essere erogati sia tradizionalmente "in azienda" sia tramite Internet.

Consulenza per la commercializzazione di prodotti agroalimentari**Investimenti**

L'investimento complessivo è di circa € 100.000,00 e comprende l'acquisto di Personal Computer e attrezzature informatiche, macchine e mobili per ufficio, software gestionale, realizzazione del sito Internet e logo aziendale.

Competenze

Esperto/i in marketing e comunicazione.

Il numero complessivo di addetti è pari ad almeno 5 unità.

ADEMPIMENTI

Costituzione di società, apertura di partita IVA e iscrizione al Registro delle Imprese presso la C.C.I.A.A.

RIFERIMENTI LEGISLATIVI E FONTI DI INFORMAZIONI

- Legge n.317/1991 - Agevolazione per l'acquisizione di servizi reali;
- Legge n.227/77 (ex Legge Ossola) - Disposizioni sull'assicurazione e il finanziamento dei crediti inerenti alle esportazioni di merci e servizi, alla esecuzione di lavori all'estero nonché alla cooperazione economica e finanziaria in campo internazionale e successivo D.Lgs.n.143 del 31 Marzo 1998 Decreto di riforma dello strumento agevolativo a sostegno dell'internazionalizzazione e della competitività delle imprese italiane.

Per saperne di più

www.make-ecom.com/int_makt.htm

www.pmiservice.it/settore_agroalimentare.htm

www.aism.org

www.mymarketingnet.com

Per le agevolazioni fare riferimento a: L.95/95 (servizi alle imprese); art. 51 L.448/98 (coop. sociale di tipo B); L.215/92; L.488/92; D.Lgs.n.185/2000 Titolo II (microimpresa).

La tipologia di attività è agevolabile anche ai sensi del D.Lgs.n.185/2000 Titolo II (lavoro autonomo "prestito d'onore").