



Module 2

Il riconoscimento delle opportunità nel settore agroalimentare



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Contenuti

1. Risultati e Obiettivi
2. Ricerca di Mercato
3. Modello di business
4. Finanziamenti e fondi
5. Costruire la consapevolezza del marchio
6. Comunicazione e Sviluppo delle Competenze
7. Social Media
8. Casi Studio



1. Risultati e Obiettivi

Al completamento con successo di questo modulo, gli studenti saranno in grado di:

- Identificare le esigenze del mercato e capire come vi si adattano i propri prodotti
- Comprendere la concorrenza diretta e indiretta che l'azienda dovrà affrontare
- Identificare il miglior modello di business adatto al prodotto
- Capire le diverse opportunità di finanziamento
- Come costruire la consapevolezza del marchio e trarre vantaggio dalle piattaforme disponibili per commercializzare il proprio prodotto



2. Ricerca di Mercato

La ricerca di mercato è il processo di raccolta di informazioni sul mercato di riferimento e sui clienti per verificare il successo di un nuovo prodotto, aiutare il team a iterare un prodotto esistente o comprendere la percezione del marchio per garantire che il team stia comunicando efficacemente il valore dell'azienda.



2. Ricerca di Mercato

- **Quando conduci una ricerca di mercato, considera;**
 - Le 7P del marketing
 - Il punto di vista dei consumatori
 - ✓ Problemi, esigenze ed esperienze
 - La situazione corrente del mercato
 - ✓ Come si presenta attualmente il mercato, quanto è favorevole l'infrastruttura, e cosa già esiste in quell'area
 - Fare ricerca
 - ✓ Inviare sondaggi, email, ecc. ai clienti
 - ✓ Analizzare i risultati e utilizzarli per perfezionare la propria attività

C'è domanda? Quanto?

Come raggiungere il pubblico di riferimento

Qual'è il prezzo ragionevole?

Dove è meglio vendere?

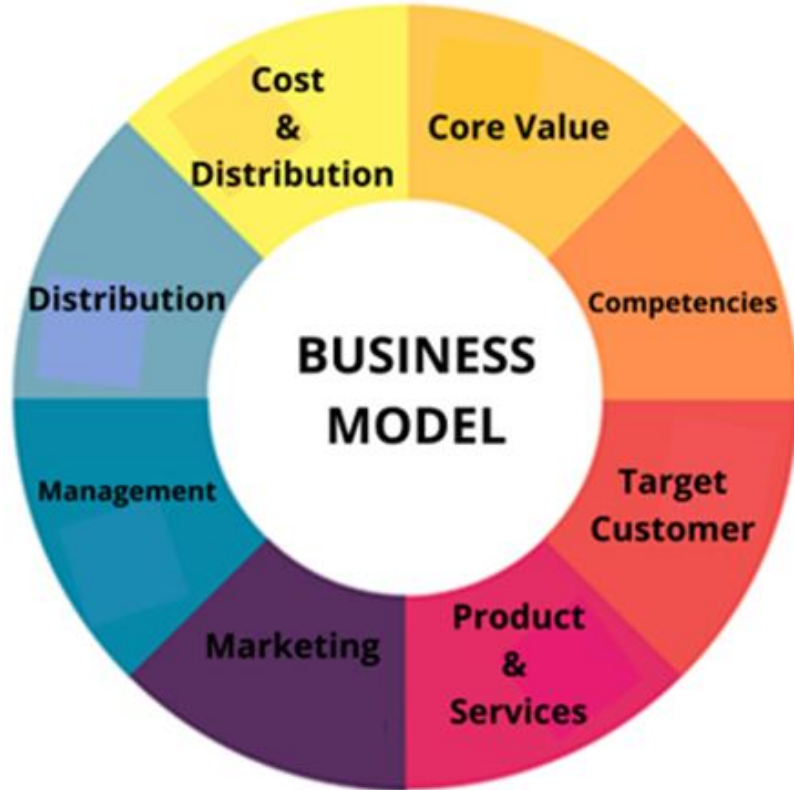
Chi è il tuo mercato?

E' fattibile? Come?

Le vendite e il feedback sono positivi?



3. Modello di Business



- **Il modello di business** è un piano aziendale per creare un profitto, che identifica il prodotto/servizio che si intende vendere, identifica il target di riferimento e discute le spese previste.
- **Il modello tradizionale include;**

Nome del Modello	Descrizione
Produttore	Utilizzo di materie prime per creare il prodotto
Distributore	Acquisto del prodotto direttamente dal produttore
Rivenditore	Acquistare prodotti all'ingrosso e rivenderli
Franchising	Utilizza il modello di business della casa madre per diventare una di quelle sopra citate.
Mattoni e malta	Quando il produttore, il grossista o il dettagliante trattano direttamente con i clienti

3. Modello di Business



- **I modelli di business agroalimentari** sono modelli sviluppati di recente specificamente per il settore agroalimentare.
- **I modelli agroalimentari** comprendono;

Nome del Modello	Descrizione
Circolare (zero rifiuti)	Mantenere materiali e prodotti in uso il più a lungo possibile
Replicabile	Servizio/prodotto replicabile e vendibile a infiniti clienti
Apertura all'innovazione	Promuovere la collaborazione con altre persone e organizzazioni
Inclusivo	Utilizza il modello di business della casa madre per diventare una di quelle sopra citate.

4. Finanziamento e Fondi

- **Metodi comuni per finanziare un'impresa :**
 - **Prestiti**
 - ✓ Prendere in prestito da istituti finanziari e rimborsare in un period di tempo concordato
 - **Investitori e Venture Capitalist**
 - ✓ Fornire support finanziario in cambio di azioni o debito convertibile
 - **Borse di ricerca e sviluppo**
 - ✓ Finanziamenti ricevuti da sovvenzioni (varia da paese a paese) dopo aver fatto domanda con le informazioni desiderate
 - ✓ Esempi: Fondo europeo agricolo di garanzia, Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale
 - **Raccolta di fondi**
 - ✓ Capitale raccolto da molte persone attraverso social media è pagine web di crowdfunding



5. Costruire la consapevolezza del marchio

Which of the following goals is your organization trying to achieve with social media?

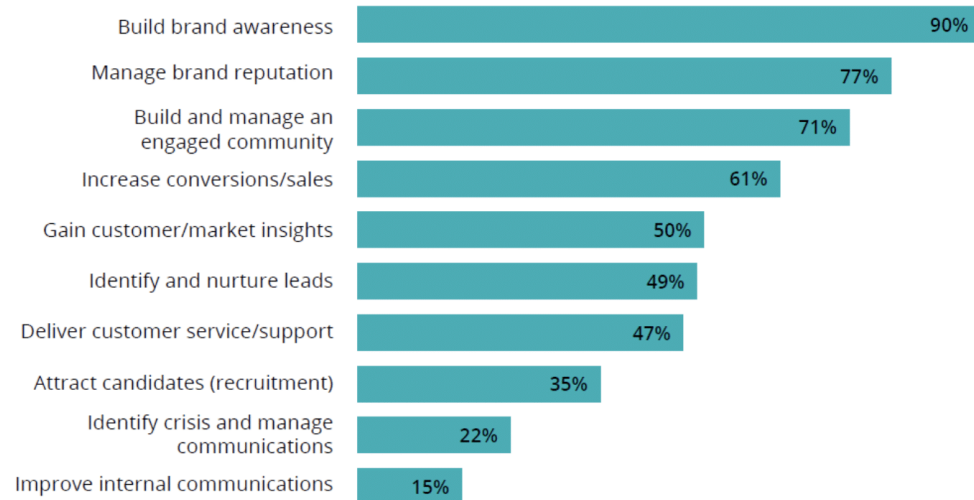


Image via [Hootsuite](#)

- **La costruzione della consapevolezza del marchio** è tra i principali obiettivi che gli imprenditori sperano di raggiungere incorporando l'utilizzo dei social media nella loro attività.
 - ✓ Sviluppare un proprio modo in cui i consumatori riconoscono e ricordano l'azienda
 - ✓ Applicare un processo di pensiero innovativo e creativo
 - ✓ Costruire un'immagine sociale e una pagina di social media per parlare al proprio pubblico

5. Costruire la consapevolezza del marchio

Cosa fare

Costruire un'immagine del marchio	Creare consapevolezza del marchio	Aumentare la consapevolezza del marchio
<ul style="list-style-type: none">• Essere una persona (non un'azienda)• Socializzare con gli altri• Raccontare una storia• Creare post invitanti 	<ul style="list-style-type: none">• Pubblicizzare spesso• Scegliere un'immagine rappresentativa del marchio• Creare uno slogan accattivante• Collaborare con gli altri 	<ul style="list-style-type: none">• Fare post omaggio• Offrire contenuti utili e gratuiti• Sponsorizzare eventi• Dare al marchio personalità 












6. Comunicazione e Sviluppo delle Competenze



1. Comunicazione – Presentare le abilità

La comunicazione è la chiave di ogni aspetto del tuo sviluppo personale e professionale

-  Pensa prima di agire
-  Usa un linguaggio comprensibile
-  Non usare il gergo
-  Pensa a quanto velocemente/lentamente stai parlando
-  Non dare per scontato che le persone ti capiscano
-  Contatto Visivo
-  Non interrompere
-  Non dare per scontato di capire, fai domande
-  Linguaggio del Corpo



6. Comunicazione e Sviluppo delle Competenze



aware.eu

1. Comunicazione – Presentare le abilità

Alcuni punti da considerare durante la presentazione:

- 1) Inizia forte: attira l'attenzione del tuo pubblico
- 2) Sorridi e stabilisci un contatto visivo con il tuo pubblico
- 3) Avere un messaggio fondamentale
- 4) Concentrati sulle esigenze del tuo pubblico: cosa otterrà il tuo pubblico da questo
- 5) Mostra la tua passione
- 6) Sessioni di pitching e presentazioni pratiche da svolgersi più volte in questo corso



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



6. Comunicazione e Sviluppo delle Competenze



1. Comunicazione – Presentare le abilità

Abilità di lavoro di gruppo



aware.eu



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



6. Comunicazione e Sviluppo delle Competenze



aware.eu

1. Comunicazione – Presentare le abilità

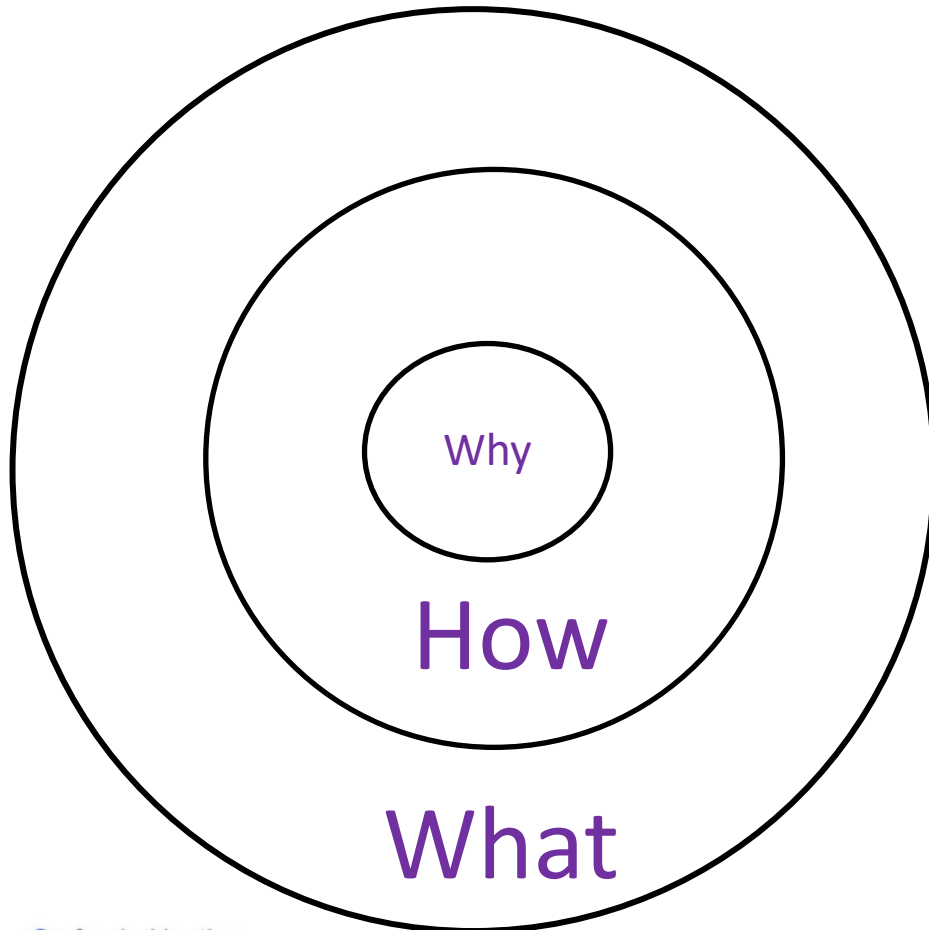
Abilità manageriali



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



7. Social Media



a prima cosa a cui pensare quando si tratta di social media; qual è il tuo perché? Questo è importante da stabilire prima di impostare i tuoi canali di social media

L'attività del Circolo d'Oro

-Qual è il tuo prodotto o servizio?

-Come è diverso, quali sono i punti di forza unici?

-Perché esiste il tuo marchio, da dove

7. Social Media

Scopo dei social media

Costruisci la consapevolezza del marchio, la personalità, la fiducia dei clienti e la simpatia

Conosci e definisci chiaramente il tuo pubblico di destinazione:

Coloro che sono interessati al tuo contenuto, prodotto, servizio

Caratteristiche comuni

Identifica chi non è il tuo pubblico

Importante per il partecipante e il coinvolgimento, non può essere solo presente

Chiave per mettere mi piace, seguire, condividere, a seconda del canale dei social media

7. Social Media

Consapevolezza del pubblico

secondo Eurostat, negli ultimi anni il numero di utenti che utilizzano i social media in Europa è costantemente aumentato

Facebook

(26,3%) 25-34 anni

2,7 miliardi di utenti attivi mensili

Instagram

(33,1%) 25-34 anni

1 miliardo di utenti attivi mensili

Twitter

(44%) 34-49 anni

187 milioni di utenti attivi giornaliere

TikTok

18-24 anni

100 milioni di utenti attivi mensili



8. Casi Studio

- **Associazione femminile di imprenditrici**

- Una delle più grandi comunità globali per imprenditrici che aiutano le donne a costruire l'attività dei loro sogni e creare il successo che desiderano.
- 650.000 donne in rete da 67 paesi
- Diversi modi di aiutare utilizzando video, storie, audiolibri
- Corsi di perfezionamento e guide aziendali gratuite



female
ENTREPRENEUR
association



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Official
Technological
Alliance
Atlantic
Technological
University



8. Casi Studio



- **Finanziamento intelligente di genere in Europa - Investire nelle e con le donne: Opportunità per l'Europa**
 - Documenti di discussione sull'economia europea redatti dal personale della Direzione generale degli Affari economici e finanziari della Commissione europea e da esperti che lavorano in collaborazione con loro.
 - Investire nelle donne e con le donne è un'opportunità che l'Europa deve cogliere per una crescita più sostenibile e inclusiva.
 - Il programma di investimenti dell'UE potrebbe fungere da catalizzatore di questi benefici stimolando un finanziamento intelligente dal punto di vista del genere, ossia un finanziamento che finanzi, rafforzi e ispiri le fondatrici e le investitrici.

8. Casi Studio

- **Food Circle - una piattaforma per far crescere la vostra attività alimentare**
 - 11 donne che ispirano l'industria del food tech: casi di studio di imprenditrici le cui startup e aziende stanno conquistando l'industria europea del food tech; storie di prodotti, tecnologie, canali e modelli di business entusiasmanti e innovativi.
 - 8 Donne che guidano l'innovazione lungo la catena di approvvigionamento alimentare: casi di studio
 - Politica di FoodDrinkEurope: Garantire il raggiungimento di sistemi alimentari più sostenibili



aware.eu

About us

Our vision is to grow and connect every reliable company in the food supply chain.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



5. Riferimenti



aware.eu

1. <https://smallbusiness.co.uk/why-market-research-is-so-l>
2. <https://www.askattest.com>
3. <https://www.businessnewsdaily.com/4686-how-to-start-a-business.html>
4. <https://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resources-details/en/c/522942/>
5. <https://rural-urban.eu/news/new-business-models-short-food-supply-chains-enhancing-competitiveness-and-sustainability>
6. <https://www.ceps.eu/ceps-events/closing-the-loop-circular-economy-business-models-in-the-electronics-and-agri-food-sectors/>
7. <https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en/find-connect/projects/replicable-business-models-modern-rural-economies>
8. <https://creax.com/sector-papers/nutrition/>
9. https://energypedia.info/wiki/Business_Models_for_Sustainable_Agrifood_Systems
10. <https://www.startupdonut.co.uk/financing-a-business/10-options-for-funding-your-small-business>
11. https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_en



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



5. Riferimenti



aware.eu

12. https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/european-agricultural-guarantee-fund-eagf_en
13. https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/what/glossary/e/european-agricultural-fund-for-rural-development
14. ESF+ includes EASI and Microfinance: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=325&langId=en>
15. https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/school-fruit-vegetables-and-milk-scheme/school-scheme-explained_en
16. <https://thelogocompany.net/growing-season-marketing-branding-for-the-farm-agricultural-industry/>
17. <https://morganmyers.com/blog/2021/10/26/agriculture-content-marketing-guide/>
18. <https://marketing.farmprogress.com/solutions/>
19. <https://lgpress.clemson.edu/publication/10-tips-for-farm-social-media/>
20. <https://femaleentrepreneurassociation.com/>
21. https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/economy-finance/dp129_en.pdf
22. <https://www.foodcircle.com/>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

