

## Analisi critica del caso “Nonna Rita S.R.L”

Nonna Rita è una start-up Italiana che si fonda sul binomio cucina e delivery: la prima è un capo saldo della tradizione italiana; il secondo ha preso piede negli ultimi due anni in risposta alle esigenze delle persone, implicate dalla pandemia e dai conseguenti lockdown e restrizioni. Infatti, è nata e si è consolidata nel pieno del COVID-19, registrando oltre 7.000 ordini dal lancio e €58.000 di fatturato nel primo semestre 2022.

L'intento del brand Nonna Rita è portare nelle case di tutti una gamma di prodotti basati sulla cucina tradizionale italiana, quali lasagne, parmigiane e polpette, permettendo a quei consumatori che sono lontani dalle proprie famiglie, che non hanno tempo o voglia di cucinare, che non vogliono sporcare la cucina o che semplicemente non sono avvezzi al cucinare, di avere nelle proprie case un pasto preparato così come farebbe una nonna con i propri nipoti, con la stessa quantità e qualità dei prodotti.

Quest'offerta si estende, inoltre, a coloro che sono più attenti all'alimentazione, proponendo per ciascuno di essi un'alternativa light o vegetale, andando a soddisfare ogni tipo di richiesta.

Essendo un brand prevalentemente digitale, il target di riferimento di Nonna Rita è composto principalmente da Millennials e Generazione Z, in grado di usufruire al meglio dell'offerta proposta dalla start-up.

Nonostante il brand Nonna Rita abbia avuto successo in poco tempo, le sue prospettive di sviluppo e miglioramento sono ancora alte, in quanto è collocata nel settore del Food & Beverage che è in costante crescita. Elemento chiave del successo di Nonna Rita sono le partnership come quella con Casa Surace che le ha dato grande seguito sui social, e quello con le piattaforme più affermate di delivery, quali Glovo e Deliveroo.

L'obiettivo nel medio e lungo termine della start-up è quello di espandersi in tutto il territorio sia italiano che europeo.

Realizzato da:

- *Martina Di Lello*
- *Alessandra Di Giuseppe*