

Progetto Business Plan management & business Planning

Erika De Dominicis  
Gaia Carlucci  
Alessia Fiore Smargiassi

**Tour  
della  
nostra  
terra**

Presentation by  
Reallygreatsite

- 
- 
- 
- 
- 



# Fondatrice del brand

CEO dell'azienda "Sparagn & Cumbarisc"

Anastasia Massone.

Modi di dire, piatti tradizionali, luoghi simbolo. Tutto ciò che è Abruzzo diventa moda per "Sparagn & Cumbarisc".



# Premessa

*Il nostro progetto punta a mettere in evidenza i punti di forza di questo brand attraverso strategie di marketing locale. Proseguiremo, quindi, nella spiegazione di come Anastasia ha strutturato il proprio negozio, situato a Vasto (CH), in concetti quali: analisi SWOT; analisi VRIO; piano marketing; matrice di Ansoff; progetti futuri della CEO e politiche aziendali.*



## Introduzione al progetto imprenditoriale

Il progetto imprenditoriale, nonché la mission di "Spargan e Cumbarisc", consiste nel far conoscere meglio il dialetto e la tradizione abruzzese. Questo brand si concentra principalmente sul settore dell'abbigliamento e dell'oggettistica.



Tiene viva la tradizione abruzzese  
con una grafica che unisce il  
moderno al tradizionale;  
Persegue una blue ocean strategy;  
Limitata concorrenza;  
Attenzione verso l'ecosostenibilità.

## **weaknesses**

Richieste in aumento di  
determinati prodotti;  
Aumento di pubblicità da parte  
dei follower;  
Collaborazione con altri enti locali.

## **threats**

**S**

**W**

**O**

**t**

## **strengths**

Carenza di personale;  
Partnership inesistenti;  
Unico store in tutto l'Abruzzo.

## **opportunities**

Imitazioni;  
Pandemie o crisi economiche;

*Le politiche ambientali di*  
**sparagn e cumbarisc**



# Ècosostenibilità e politica plastic free



Sparagn e cumbarisc presta molta attenzione a quello che è l'ambiente con tutte le sue problematiche.

Di fatti, nel piccolo negozio la CEO mette a disposizione shopper bag composte principalmente da cotone e da yuta; tazze di latta (destinate quindi ad avere lunga vita) e per il packaging dei prodotti vengono utilizzate esclusivamente buste di carta.



sacchetti del pane provenienti direttamente dal fornaio di fronte al suo negozio.



# Veganuary

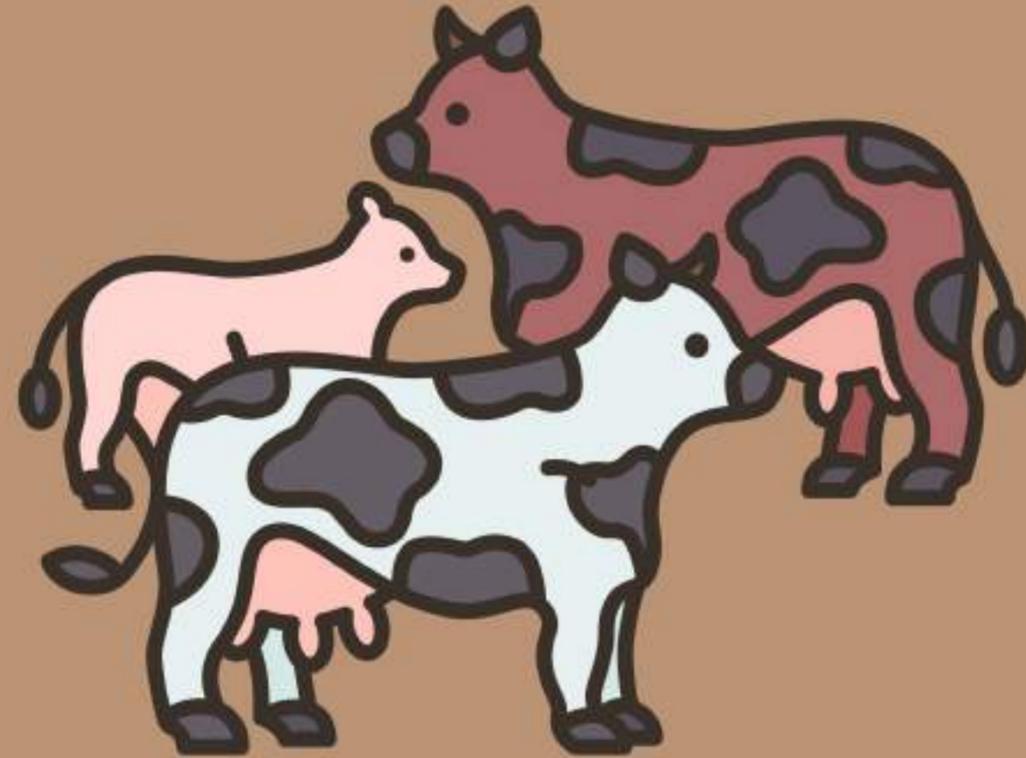
**Il "Veganuary" è un movimento mondiale che promuove la cucina vegana e vegetariana.**

**Partendo da questa iniziativa, la CEO ha pubblicato, agli inizi di Gennaio sul proprio blog, un articolo scritto interamente da lei riguardo "5 ricette vegane abruzzesi".**

# *Allevamenti intensivi*

**Gli allevamenti intensivi occupano la seconda posizione tra i settori più inquinanti al mondo.**

**A tal proposito, "sparagn e cumbarisc" sarà molto attenta a questa tematica, soprattutto per i progetti futuri...**



# Progetti futuri



## *Ricettario "green"*

**Saranno presenti le ricette dei piatti tradizionali e più poveri della cucina abruzzese. Tutti in chiave vegana e vegetariana.**



## *Bistrot della tradizione*

**Apertura di un bistrot con cucina tradizionale abruzzese per tutte le esigenze dei clienti (vegana, vegetariana, gluten free, "onnivora").**



# Piano Marketing. Le quattro "P".

**P**

**Product:** packaging di qualità e sostenibili.

**P**

**Price:** prezzi relativamente bassi e accessibili a tutti.

**P**

**Promotion:** utilizzo dei social più diffusi e blog personale.

**P**

**Place:** unico negozio fisico.  
E-commerce online.  
Spedizione con corrieri.

# OUTSOURCING

**"Sparagn e cumbarisc" utilizza la strategia dell'outsourcing, esternalizzando il processo di produzione del prodotto, cioè si rivolge a fornitori esterni per quanto riguarda la reperibilità delle materie prime (magliette, tazze...).**

# Analisi VRIO

Qui di seguito sono riportati i criteri principali che determinano i vantaggi competitivi dell'azienda "sparagn e cumbarisc".



1

## VALORE:

**Opportunità:** la CEO è rimasta radicata alla propria terra; espansione avvenuta grazie all'uso dei social network e ai flussi turistici; politiche ecofriendly e costi moderati. **Minacce:** Covid-19 che ha bloccato e messo in ginocchio molte aziende; imitazioni rivelatesi fallimentari.

2

## RARITÀ:

Come elementi di rarità troviamo principalmente il fatto di riportare frasi o detti del dialetto abruzzese in chiave moderna senza renderli obsoleti, ma al contrario, inclusivi.

3

## INIMITABILITÀ:

La CEO per mantenere l'inimitabilità dei suoi prodotti ha deciso di registrarli per evitare eventuali copie da parte dei concorrenti.

4

## ORGANIZZAZIONE:

La struttura organizzativa di "sparagn e cumbarisc" è idonea alla sua grandezza. Essendo una micro impresa locale, la CEO ha un solo dipendente a carico che la aiuta nella gestione delle pagine social.

# MATRICE DI ANSOFF

## MATRICE DI ANSOFF

### MARKET SHARE

	Esistenti	Nuovi
Esistenti	<p><b>A</b></p> <p>Primi prodotti inizialmente venduti attraverso il passaparola, quindi, senza nessun negozio fisico.</p>	<p><b>B</b></p> <p>Subentrano poi i social, attraverso i quali Anastasia si è fatta ancora più strada sia tra le gente del paese sia tra i turisti.</p>
Nuovi	<p><b>C</b></p> <p>Dal settore dell'abbigliamento si è passato poi al mondo dell'oggettistica con tazze in latta, spille, cavatappi e molti altri prodotti.</p>	<p><b>D</b></p> <p>Espansione verso nuovi mercati in futuro. Uno nel mondo dell'editoria (ricettario abruzzese) e uno nel mondo della ristorazione.</p>