

BANDO PER IL SOSTEGNO ALLE NUOVE IMPRESE – I° SEMESTRE 2018
SCHEMA PROGETTO D'IMPRESA

DENOMINAZIONE IMPRESA

BERRYWHITE STORE S.R.L.

DESCRIZIONE DEL PROGETTO D'IMPRESA (Max 2000 battute)

Il progetto si basa sulla creazione di un format di gelateria innovativo replicabile ed esportabile in un progetto più ampio di franchising.

L'idea presuppone la creazione di una prima unità "test" sita in una località balneare di futuro sviluppo (Porto Corsini–Ravenna) tramite la quale mettere a punto il processo produttivo e commerciale da replicare. La località è stata scelta in quanto è stato rilevato che la zona è priva di gelaterie artigianali, mentre in altre località marittime limitrofe ce ne sono almeno 2/3.

Il format prevede la realizzazione di ambienti di design nei quali dare risalto all'aspetto sensoriale ed esperienziale. L'esperienza si fonda sull'assaporare e degustare singolarmente i gusti di gelato che vengono serviti con l'utilizzo di vaschette monodose (i gusti non si mischiano!).

Il prodotto è interamente di provenienza italiana e parte da miscele preparate artigianalmente da terzi. Tali miscele vengono poi trasformate in gelato nel laboratorio della gelateria senza necessità di aggiunta di ulteriori ingredienti e senza necessità di una specifica conoscenza professionale (chiunque può farlo!). L'esperienza della degustazione del gelato viene poi integrata con l'esperienza ludica/sociale tramite la creazione di un area giochi/interattiva.

La messa a punto del locale ha richiesto un investimento in impianti ed attrezzature per circa €35.000 e la realizzazione di interventi tecnici (murari/elettrici/idraulici) sull'immobile in affitto per circa €10.000. Al fine di far conoscere il locale si è provveduto ad utilizzare i canali pubblicitari online. Nel corso della stagione verranno organizzati eventi nell'area antistante alla gelateria e create collaborazioni con gli altri locali commerciali siti in Porto Corsini.

Le previsioni economiche risultano essere piuttosto prudentziali, specie per ciò che attiene il primo anno di attività, in quanto, per motivi legati alla messa a punto dei locali, l'apertura della gelateria è avvenuta a stagione iniziata e non è stato possibile implementare una campagna pubblicitaria ben strutturata. Per ciò che attiene gli anni successivi si prevede un miglioramento graduale dei risultati economici.