



FOREVER LAND

A cura di:

Loconte Domenico
Loconte Mariagrazia
Pantaleo Gabriele
Sgobba Arianna
Terrusi Vincenzo

www.foreverland.it



Vision & Mission



Foodtech startup italiana pugliese con sede a Conversano (BA)

Vision: Realizzare il cioccolato della prossima generazione in modo sostenibile e salutare, senza cacao.

Mission: Riprogettare il cibo che ami per un futuro delizioso. Attraverso processi tecnologici e si valorizzano ingredienti mediterranei, supportando un sistema alimentare sano. Ora e per sempre!



Il cacao è sostenibile?



24K LITRI DI ACQUA
Per produrre 1 kg di
cioccolato
Prima piantagione per
intensità di utilizzo di
acqua al mondo



45% di
DEFORESTAZIONE in
Africa è causata dal
cacao e 1/4 della
coltivazione è in aree
protette



Prezzo è il più alto
da gennaio
1979(+303%)



1,5+ MLN di bambini
sfruttati per le
piantagioni in Africa



Terzo per impronta di
carbonio nel mondo,
dopo carne e
formaggio



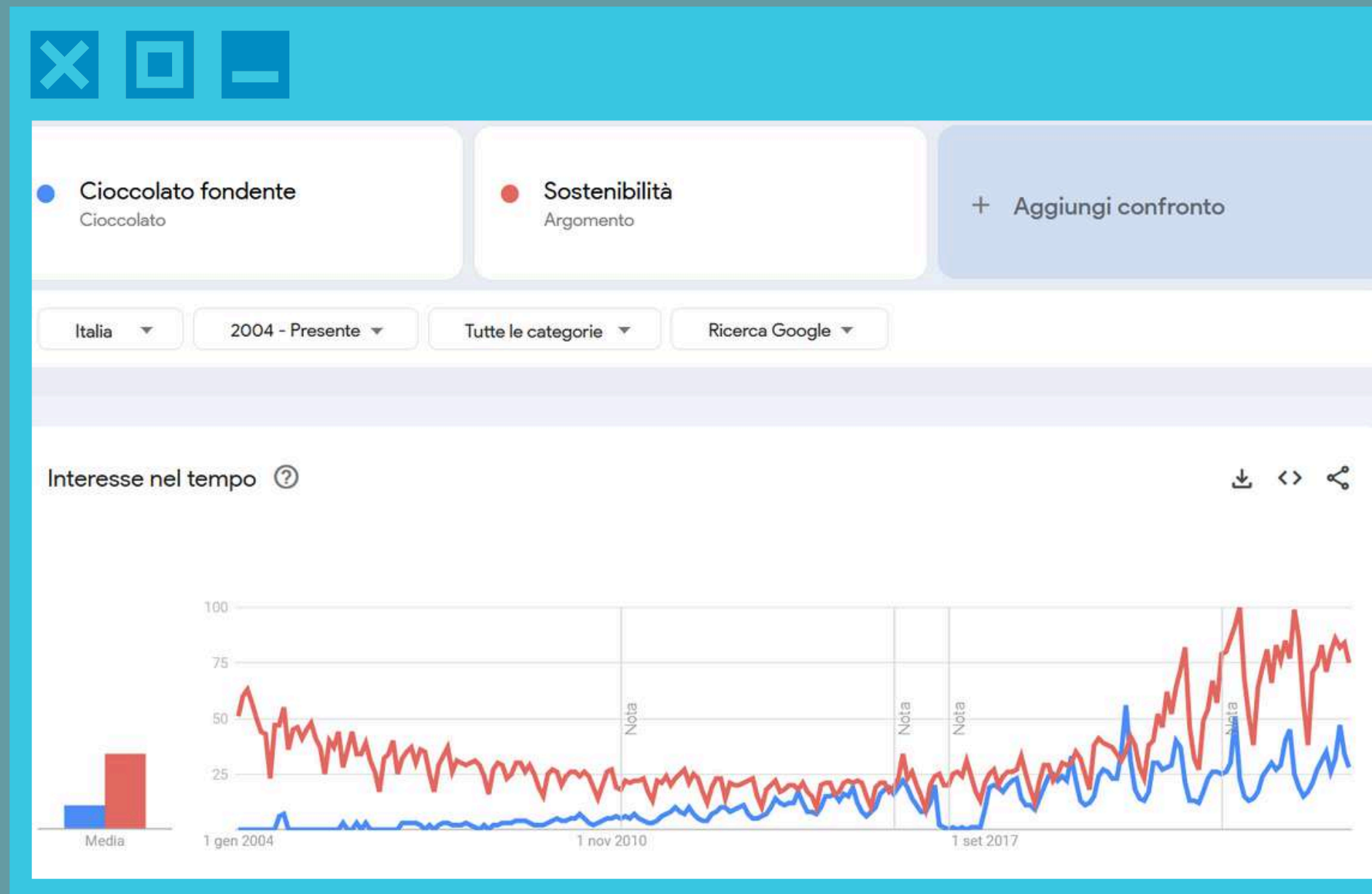
89,5% di terreni
utilizzati

Analisi di mercato

TENDENZA VERSO CIBI SANI:

Aumentata l'attenzione dei consumatori verso prodotti che derivano da coltivazioni sostenibili;

Il 65% degli intervistati cerca alimenti per cui sa con certezza che gli agricoltori ricevono un prezzo equo e reddito congruo.

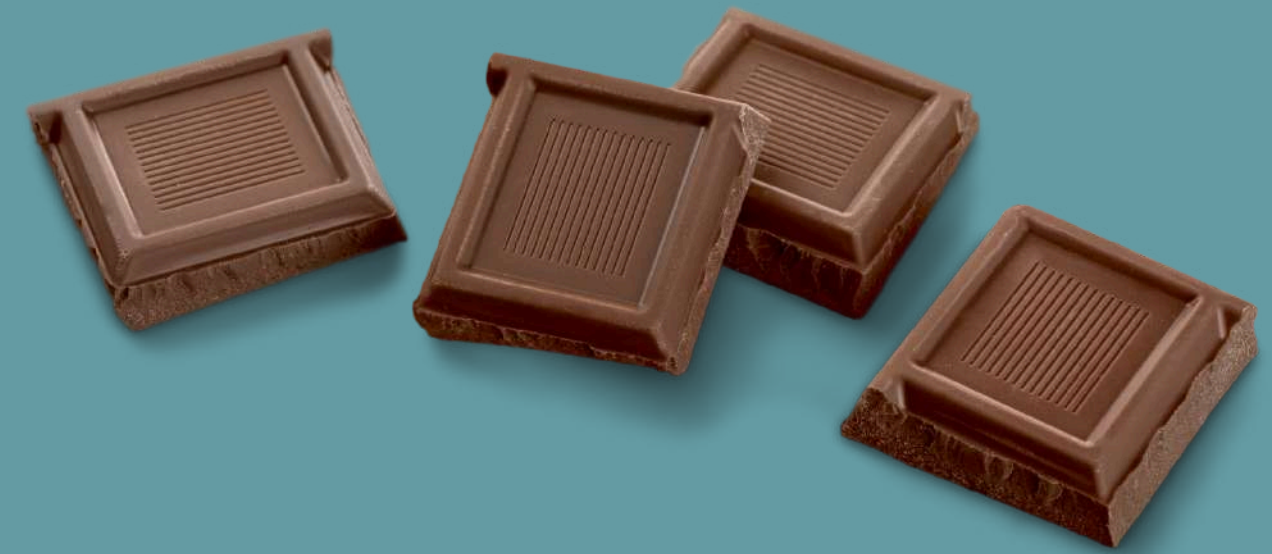


DIMENSIONE DEL MERCATO:

- 1) Produzione in Italia: circa 378 mila tonnellate destinate al consumo finale, mentre circa 415 destinate all'esportazione;
- 2) Mercato del cioccolato in crescita del 2% fino al 2028;
- 3) Consumo pro capite 4kg con preferenza del cioccolato fondente (40%);
- 5) L'83% degli italiani preferisce la qualità alla quantità



Origine di Freecao



1

Partendo dalla carruba italiana, Foreverland ha brevettato un processo di tostatura e fermentazione

Frullati e tritati con altri ingredienti dimenticati ma sostenibili per creare la polvere Freecao

2

3

Aggiunta di grassi sostenibili ottenendo delle deliziose gocce di Freecao



Migliore per

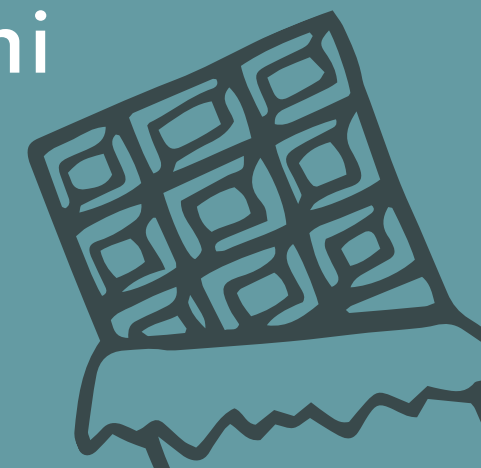
Persone

50% in meno di zuccheri
Uso del superfood
Senza allergeni
Niente di artificiale



Pianeta

-80% di emissioni di CO2
Utilizzo etico del lavoro
-90% di acqua
No deforestazioni



I Prodotti



Mandorle ricoperte



Nella box Chorruba Experience ci sono una selezione di deliziosi prodotti realizzati con l'innovativo ingrediente Choruba, il cioccolato alternativo, ideato per dimostrare la sua versatilità in molteplici applicazioni.



Gocce bianche



Gocce nere



Crema con cioccolato Chorruba



Gocce al latte



Analisi Swot

Alla luce dell'analisi del prodotto effettuata, la rappresentazione che più pone in risalto i vantaggi e svantaggi di tale prodotto è:

L'analisi SWOT

S

+Punti di forza

- Prodotto innovativo e sostenibile
- Meccanismi di produzione brevettati
- Bassi costi fissi e conseguente flessibilità di produzione

W

-Punti deboli

- Ingredienti B2B da migliorare in base ai feedback delle imprese acquirenti
- Alto prezzo dei prodotti

O

+Opportunità

- Dimensione del mercato
- Tendenza dei clienti a consumi sostenibili
- Basso livello di concorrenza

T

-Minacce

- Potenziali concorrenti internazionali (in Germania e Inghilterra)
 - Potenziali prodotti sostitutivi (presenza di imprese come "Antica Dolceria Rizza" in Sicilia)
- 

Marketing esperienziale

SUSTAINABILITY (TREND)

Fenomeno evolutivo secondo il quale l'attenzione degli acquirenti si stia spostando sempre più verso il concetto di sostenibilità, influenzando le preferenze di quest'ultimi, e determinando mutazioni all'interno del mercato.



EXPERIENCE

I comportamenti si orientano sempre più verso la soddisfazione di istanze di grado superiore, generando per i consumatori l'aumento dell'importanza delle esperienze rispetto ai prodotti.

STRATEGIA E COMUNICAZIONE BIDIREZIONALE



Social media/network, internet, contatto con la community e le nuove generazioni.

Organizzazione di eventi come conferenze e comizi sul tema della sostenibilità e sull'attenzione di Lidl all'argomento (settimana green).



Interventi in testate giornalistiche e quotidiani.

Acquisizione di fornitori o di parte della filiera di raccolta e trasformazione della carruba per abbattere i costi (Exploration).



IT'S NOT ~~CHOCOLATE~~

TO SAVE THE PLANET

