



Healthy Food per la





Cosa dovrebbe introdurre Lidl nel suo assortimento?

PataNori

uno snack a base di alga nori di origine biologica

Un'alternativa sana e gustosa alle tradizionali patatine, pensata per chi ama provare nuovi sapori senza rinunciare alla qualità

Perché abbiamo scelto l'alga nori?

Ecco i vantaggi:



Fonte eccellente di vitamine e minerali



Ricca di proteine e Omega-3



Basso contenuto calorico



Opzione vegana e gluten-free



PataNori, un prodotto sostenibile

Le alghe, coltivabili 365 giorni l'anno praticamente ovunque, sono in grado di assorbire anidride carbonica e produrre ossigeno. L'espansione della coltivazione di alghe marine potrebbe contribuire a ridurre la domanda di colture terrestri e a limitare le emissioni globali di gas serra fino a 2,6 miliardi di tonnellate di CO2 all'anno



Analisi costi/benefici



COSTI:

Costi totali stimati (per unità)= 1,40€

Prezzo al consumatore finale= 1,99€

Prevediamo di vendere 50.000 unità di prodotto:

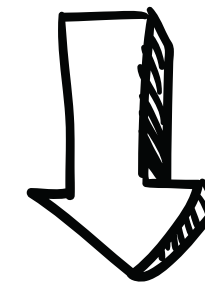
$1,40 \times 50.000 = 70.000€$ (costi di investimento)

$1,99 \times 50.000 = 99.500€$ (ricavi lordi)

$99.500 - 70.000 = 29.500€$ (ricavi netti)

BENEFICI:

- Benefici nutrizionali
- Benefici ambientali (sostenibilità a lungo termine)
- Benefici sociali



Valore aggiunto percepito dal consumatore
(che giustifica la differenza di prezzo)

Posizionamento

Il posizionamento più appropriato di PataNori è l'area destinata ai prodotti della linea "Bio Organic". Questa scelta è giustificata dal fatto che si tratta di un prodotto biologico e sostenibile nonché affine agli altri prodotti del marchio "Bio Organic".

PataNori non può essere posizionato nell'area dedicata alle patatine tradizionali poiché il concept del nostro prodotto rivoluziona il concetto delle classiche patatine.

La presenza di questo prodotto valorizza e incrementa il consumo di bevande biologiche e ipocaloriche che la Lidl offre nei propri store.



Leve promozionali

Evento a tema + prova gratuita



Omaggio con l'acquisto



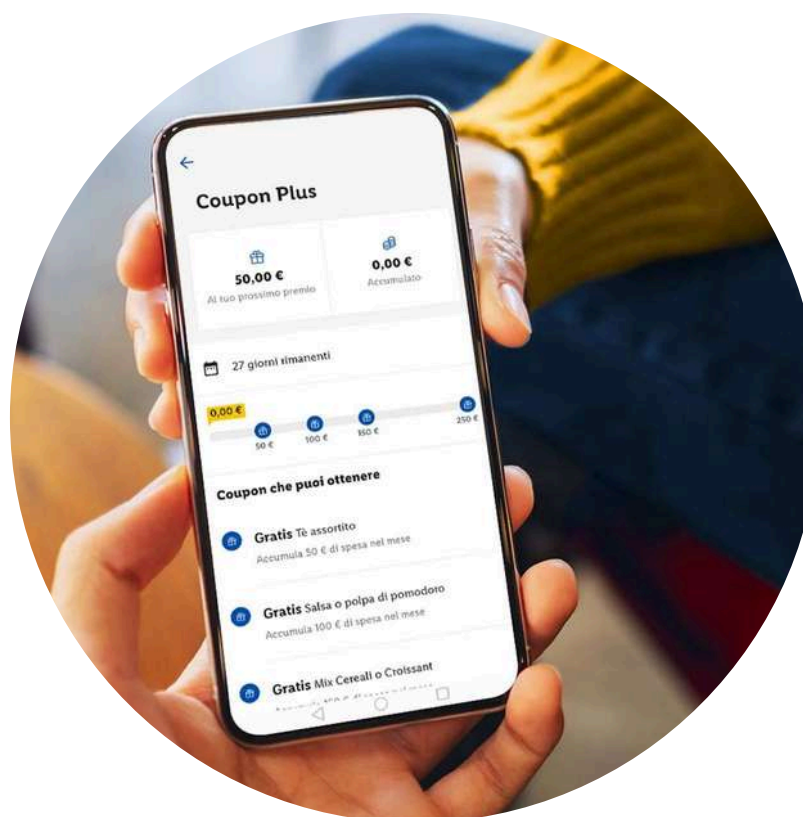
Combinazione di prodotti
(bevanda biologica+PataNori)

Canali di comunicazione



Social media

- Video illustrativo (breve)
- Stories interattive
- Inserzioni pubblicitarie



Pubblicità in app

- Lidl plus
- Partnership con app Hello Fresh



Volantini

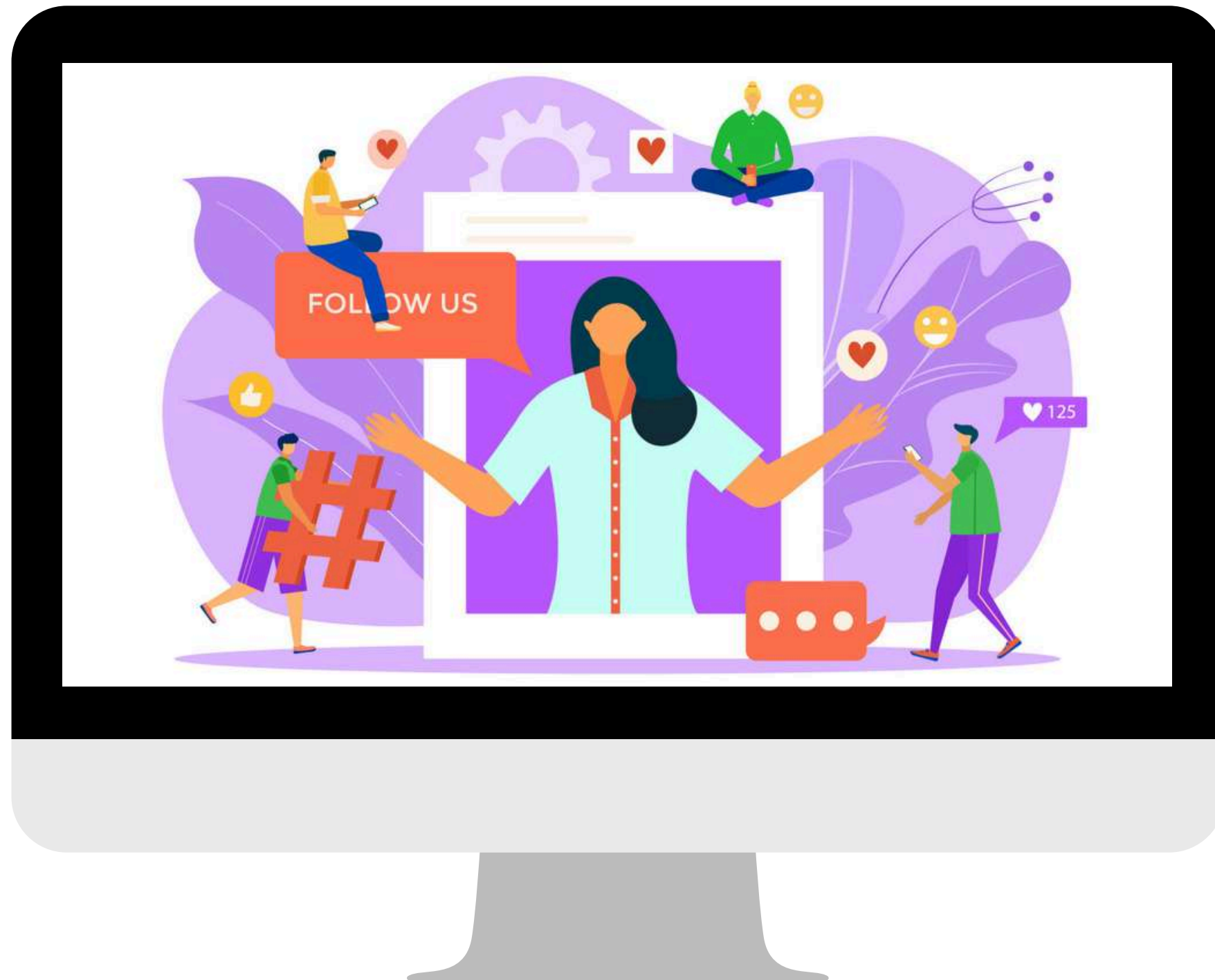
(cartacei e non)

Influencer marketing

Collaborazione con personaggi influenti nell'ambito dell'alimentazione sana e che possano testare, validare e poi comunicare ai propri followers la bontà del prodotto.

Alcuni esempi:

- Marco Bianchi (@marcobianchioff)
- Serena Missori (@dott.serenamissori)
- Chiara Maci (@chiarainpentola)



Conclusioni

In un contesto in cui l'attenzione è sempre più rivolta sul benessere e la cura della persona nel rispetto dell'ambiente, uno dei trend di mercato del momento si concentra sulla ricerca di prodotti biologici e sani.

PataNori risponde a questa esigenza proponendo una valida alternativa ai classici snack processati.



Grazie per l'attenzione



Franco Maria Antonietta
Prato Arianna
Rizzi Patrizia