

Ristorart Toscana S.r.l.

Progetto finanziato nel quadro del POR FESR Toscana 2014-2020” Sviluppo di una nuova organizzazione per la commercializzazione di nuovi prodotti gastronomici “ricette tradizionali regionali di eccellenza” RISTORART INNOVA

La Ristorart Toscana S.r.l. ha sede legale in Prato e svolge la propria attività in più sedi sul territorio regionale. I clienti a cui Ristorart si rivolge principalmente sono rappresentati: dalle Pubbliche Amministrazioni, aziende private, enti pubblici e privati per la fornitura di pasti veicolati e non per la ristorazione collettiva.

L’Azienda offre servizi di Ristorazione scolastica ed aziendale, ristorazione per la terza età, ristorazione ospedaliera e servizi di catering. In relazione alla maggior competitività richiesta dal mercato, Ristorart ha realizzato il presente progetto con l’intento di sviluppare una struttura organizzativa per la commercializzazione e produzione di prodotti gastronomici realizzati in atmosfera modificata (ATM). Il processo produttivo in ATM permette infatti di realizzare un prodotto gastronomico che conservato a temperatura di 3-4 °C, può essere “rigenerato” mantenendo tutte le caratteristiche organolettiche e nutrizionali del prodotto “fresco” appena cucinato anche dopo un periodo di tempo relativamente lungo.

Il progetto ha permesso di:

- sviluppare le strutture organizzative commerciali e produttive per la realizzazione di prodotti consistenti in “ricette tradizionali regionali di eccellenza”
- sviluppare un nuovo Brand per i prodotti “ricette tradizionali regionali di eccellenza”
- sviluppare linee di distribuzione nazionali ed internazionali per la nuova linea dei prodotti per GDO estere, ristoranti, esercizi commerciali

Il progetto ha permesso di raggiungere i seguenti macro-obiettivi

- Delineazione delle caratteristiche del mercato e dei clienti potenziali e del prodotto;
- Sviluppo di un nuovo assetto organizzativo
- Sviluppo di linee di prodotto innovativi e dei relativi protocolli di produzione
- Sviluppo di nuovi processi di comunicazione, promozione e vendita ed analisi dei risultati

Gli obiettivi di cui sopra sono stati raggiunti a fronte dello svolgimento delle seguenti attività :

- Analisi dei dati per la vendita (aspettative e necessità) dei potenziali intermediari interessati ai nuovi prodotti “ricette tradizionali Italiane di eccellenza”
- Reperimento ed analisi dei dati quantitativi relativi al volume di affari ed alla distribuzione attuale e potenziale;

- Analisi dei dati per la vendita (aspettative e necessità) relativi ai clienti nel mercato nazionale ed internazionale per i nuovi prodotti “ricette tradizionali Italiane di eccellenza”;

L’analisi del mercato condotta nei Paesi target ha evidenziato la forte innovazione rispetto ai prodotti attualmente pretesi sul mercato food per i pronti all’uso, orientati alla distribuzione in Italia verso alberghi/ristoranti ed all’estero verso la Grande Distribuzione Organizzata.

Lo sviluppo della linea di distribuzione dei prodotti gastronomici realizzati in atmosfera protettiva o altre tecnologia simili si è orientata a due principali target

1. Grande Distribuzione Organizzata in paesi europei - in prima applicazione Regno Unito: il cliente della GDO finale può scegliere una o più delle “ricette tradizionali di eccellenza” certo di consumare prodotti realizzati con materie prime di eccellenza con certificazione di originalità e di provenienza e di gustare sapori ed odori perfettamente corrispondenti a quelli dei prodotti tradizionali

2. Alberghi/ ristoranti in Italia: che possono offrire ai propri clienti una o più delle “ricette tradizionali italiane di eccellenza” assicurando:

- varietà dei prodotti offerti
- eccellente qualità e ripetibilità delle portate
- ottimizzazione dei costi di gestione.

Quale principale risultato del progetto è stata sviluppata una nuova linea di prodotti pronti in grado di differenziarsi rispetto ai principali competitors e conseguire il posizionamento sul mercato attraverso:

- un prodotto pronto refrigerato con le seguenti caratteristiche;

o prodotto di qualità con materie prime italiane

o prodotto con shelf-life compreso tra 30gg e 45 gg

o prodotto che rispetta la cucina tradizionale italiana di eccellenza

o prodotto che risponde al necessità nutrizionali e di benessere

o prodotto che risponde a specifiche necessità di salute del consumatore

o prodotto che risponde a specifiche aspettative sociali e/o religiose del consumatore.

In conseguenza anche della realizzazione del progetto co-finanziato dalla Regione Toscana, l’azienda, ha registrato una significativa crescita oggettivamente rilevabile attraverso un consolidamento dell’organico aziendale e del fatturato, parametri che si prevede possano aumentare nell’arco di un biennio durante il quale, le innovazioni introdotte con il progetto Ristorart Innova saranno entrate a regime.

Project co-financed under Tuscany POR FESR 2014-2020

Development of a new organization for the commercialization of new
gastronomic products "traditional regional recipes of excellence"

INNOVATION BY RISTORART

Ristorart Toscana S.r.l. has its registered office in Prato and carries out its activities in several offices in the regional territory. The clients to whom Ristorart mainly addresses are represented: by Public Administrations, private companies, public and private bodies for the supply of meals conveyed and not for the collective catering.

The company offers school and business catering services, catering for the elderly, hospital catering and catering services. In relation to the greater competitiveness required by the market, Ristorart realized the present project with the aim of developing an organizational structure for the marketing and production of gastronomic products made in a modified atmosphere (ATM). The production process in ATM makes it possible to produce a gastronomic product that is stored at 3-4 ° C, it can be "regenerated" keeping all the organoleptic and nutritional characteristics of the "fresh" product freshly cooked even after a relatively long period of time .

The project allowed:

- develop the commercial and production organizational structures for the realization of products consisting of "traditional regional recipes of excellence"
- develop a new Brand for "traditional regional recipes of excellence" products
- develop national and international distribution lines for the new line of products for foreign GDO, restaurants and shops

The project allowed to reach the following macro-objectives

- Delineation of the characteristics of the market and of potential customers and of the product;
- Development of a new organizational structure
- Development of innovative product lines and related production protocols

- Development of new communication, promotion and sales processes and results analysis

The above objectives have been achieved in the face of the following activities:

- Analysis of sales data (expectations and needs) of potential intermediaries interested in new products "traditional Italian recipes of excellence"
- Retrieval and analysis of quantitative data related to business volume and current and potential distribution

Analysis of data for sale (expectations and needs) relating to customers in the national and international market for new products "traditional Italian recipes of excellence";

The analysis of the market conducted in the target countries highlighted the strong innovation compared to the products currently present on the food market for ready to use, oriented to the distribution in Italy to hotels / restaurants and abroad to the large-scale retail trade.

The development of the distribution line of gastronomic products made in a protective atmosphere or other similar technology has focused on two main targets

1. Large-scale Organized Distribution in European countries - in the first UK application: the final retail customer can choose one or more of the "traditional recipes of excellence", certain to consume products made with prime raw materials with certification of originality and provenance to taste flavors and smells perfectly matching those of traditional products

2. Hotels / restaurants in Italy: they can offer their customers one or more of the "traditional Italian recipes of excellence" ensuring:

- variety of products offered
- excellent quality and repeatability of the dishes
- optimization of management costs.

As a main result of the project, a new line of ready-made products was developed that can differentiate itself from the main competitors and achieve market positioning through:

- a refrigerated ready product with the following characteristics;



or quality product with Italian raw materials

or product with shelf-life between 30 days and 45 days

or product that respects the traditional Italian cuisine of excellence

or product that meets nutritional and well-being needs

or product that meets specific consumer health needs

or product that meets specific consumer social and / or religious expectations.

As a consequence of the realization of the project co-financed by the Tuscany Region, the company has recorded a significant growth objectively recognizable through a consolidation of the company staff and turnover, parameters that are expected to increase over a two-year period during the which innovations introduced with the Ristorart Innova project will be fully implemented.

Uploaded on Ristorart website: www.ristorarttoscana.it