



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

SPIRITI TORINESI SRL

Business plan

Progetto di espansione
commerciale a Singapore

2022



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

LA PICCOLA BIBLIOTECA DIGITALE DI SAVOR PIEMONTE

Nell'ambito del progetto [Savor Piemonte](#), la Camera di commercio di Torino ha realizzato un archivio digitale di documenti utili allo sviluppo delle attività di internazionalizzazione delle imprese piemontesi operanti nei comparti agroalimentare e bevande.

All'interno della [Piccola Biblioteca Digitale di Savor Piemonte](#), il cui accesso è riservato agli utenti partecipanti al progetto, è possibile trovare:

1. **analisi di mercato** realizzate sui Paesi target del progetto, finalizzate ad offrire alle imprese un'informazione puntuale ed aggiornata circa le opportunità d'affari per l'export agroalimentare italiano;
2. **esempi di business plan** pensati specificamente per l'export, in cui vengono analizzati dei casi concreti e vengono offerti degli schemi reali di pianificazione strategica;
3. **esempi di studi sul packaging alimentare**, in cui vengono analizzati dei casi concreti e vengono offerte soluzioni alternative e reali, finalizzate alla sostituzione degli imballaggi con il ricorso a materiali, anche innovativi, più sostenibili da un punto di vista ambientale e più performanti da un punto di vista tecnico;
4. **vademecum** per la progettazione di percorsi di visite aziendali, per raccontare il territorio, la propria storia aziendale e i propri prodotti a potenziali clienti, siano essi operatori professionali o consumatori finali, italiani o stranieri.

I BUSINESS PLAN DI SAVOR PIEMONTE

Di seguito è presentato un esempio di business plan pensato specificamente per l'export, con l'obiettivo di aiutare le imprese interessate ad impostare in modo analitico il proprio progetto di espansione commerciale sui mercati esteri. **Nel documento che segue, il caso di studio presentato è relativo ad un'azienda che produce liquori e distillati, interessata ad approcciare il mercato singaporiano.** Al fine di garantire la riservatezza dei dati dell'azienda analizzata, il nome del marchio, la sua storia e i suoi prodotti sono frutto di fantasia. Ogni riferimento a fatti, cose o persone è puramente casuale.

DISCLAIMER

I documenti presenti ne «La Piccola Biblioteca Digitale di Savor Piemonte» si basano su analisi di mercato aggiornate e esempi di casi di studio realmente condotti. La realizzazione di questi documenti è stata ispirata dalla necessità di poter fornire informazioni e strumenti utili a orientare le imprese sui mercati internazionali. Data la sensibilità e la complessità degli argomenti trattati, si ritiene opportuno segnalare che le informazioni contenute in questi documenti sono tratte da fonti ritenute attendibili ed aggiornate alla data di pubblicazione, salvo dove diversamente indicato. Tuttavia, essendo soggette a possibili modifiche ed integrazioni periodiche da parte delle fonti citate, si sottolinea che le stesse hanno valore meramente orientativo ed esemplificativo. Pertanto, il loro utilizzo da parte del lettore nello svolgimento della propria attività professionale richiede una puntuale verifica presso i soggetti competenti nella/e materia/e cui le informazioni stesse ineriscono.

CONTATTI

Savor Piemonte
Camera di commercio di Torino
Settore Sviluppo competitività e internazionalizzazione
Via San Francesco da Paola 24
10123 - Torino (TO)
E-mail: export.agrofood@to.camcom.it
Website: www.to.camcom.it/savor-piemonte





INDICE

L'AZIENDA	PAGINA
1. DESCRIZIONE DELL'AZIENDA	4
1.1 Storia dell'azienda	4
1.2 Situazione attuale	4
1.3 Analisi SWOT	5
2. PRODOTTO E PROCESSO	6
2.1 Descrizione dei prodotti	6
2.2 Descrizione dei processi	8
3. MERCATO E MARKETING	9
3.1 Descrizione del mercato target	9
3.2 Descrizione del cliente target	9
3.3 Piano di marketing	10
4. ORGANIZZAZIONE	11
4.1 Presentazione della struttura aziendale	11
4.2 Organigramma aziendale	11
IL PROGETTO	PAGINA
5. CHARTER DI PROGETTO	12
6. MERCATO OBIETTIVO E STRATEGIA	13
6.1 Descrizione del mercato target	13
6.2 Ricerca preliminare e analisi dei potenziali importatori locali	15
6.3 Ricerca preliminare e analisi dei potenziali concorrenti	16
6.4 Descrizione della proposta di valore	17
6.5 Descrizione delle opportunità di mercato	17
6.6 Descrizione del vantaggio competitivo nel mercato target	17
6.7 Strategia distributiva	17
6.8 Work Breakdown Structure (WBS)	18
7. CRONOPROGRAMMA	19
8. BUDGET	20
9. PREVISIONE DELLE VENDITE E RITORNO SUGLI INVESTIMENTI (ROI)	21
10. CONTATTI	22



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

1. DESCRIZIONE DELL'AZIENDA

1.1. Storia dell'azienda



Sede dell'azienda

Spiriti Torinesi nasce a Torino nel 1885, in Via San Francesco da Paola. Ad attestarne la licenza è un Regio brevetto, fra i primi ad essere consegnato nella zona.

Nel 1910 la sede principale, operativa e produttiva, viene spostata a Moncalieri, nei pressi di una ferrovia in costruzione, mezzo di trasporto che all'epoca agevolò notevolmente la spedizione dei prodotti su tutto il territorio italiano, favorendo la crescita dell'azienda.

L'azienda visse un lungo periodo d'oro durante tutto il '900, tanto da radicarsi saldamente nel territorio come punto di riferimento e di orgoglio locale.

1.2. Situazione attuale

In famiglia si è ormai arrivati alla quinta generazione e oggi produce distillati e liquori partendo da materie prime provenienti da fornitori di eccellenza delle zone geografiche limitrofe (Canavese, Pinerolese, Chierese e Val di Susa).

Si utilizza un metodo di distillazione tradizionale – quello discontinuo, a vapore, in alambicchi di rame, due dei quali risalenti al 1925 e ancora perfettamente funzionanti.

Periodicamente vengono effettuate ricerche e miglioramenti su vecchie ricette e miscele aziendali.

Il marchio, la sua storia ed i prodotti dell'azienda sono ben posizionati su tutto il territorio nazionale.

I progetti per il futuro dell'azienda sono orientati all'ampliamento del proprio portafoglio clienti e all'ingresso in nuovi mercati Extra-UE, nel solco tracciato dal successo dei "Craft Spirits" e del "Made in Italy".



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

1.3. Analisi SWOT (scala da 1 a 10)

ANALISI INTERNA			
Punti di forza	Punteggio	Punti di debolezza	Punteggio
1) Qualità dei prodotti (alcuni con certificazione bio)	8	1) Risorse finanziarie	6
2) Ricerca e Sviluppo periodica sui prodotti per ampliare il catalogo	8	2) Risorse umane export	7
3) Competenze tecniche	9	3) Supply chain artigianale	7
4) Flessibilità produttiva	7	4) Organizzazione aziendale accentrata	8
ANALISI ESTERNA			
Opportunità	Punteggio	Minacce	Punteggio
1) Made in Italy nel mondo supportato da certificazioni UE	8	1) Alti costi di logistica	7
2) Consumi e curiosità per i "Craft Spirits"	7	2) Grandi competitor settoriali	7
3) Settore on trade e piccoli negozi specializzati	7	3) Barriere all'export	8
4) Attenzione per i prodotti Bio	6	4) Crisi del settore provocata dalla pandemia	9
TOTALE +	60	TOTALE -	59
TOTALE FINALE = +1			



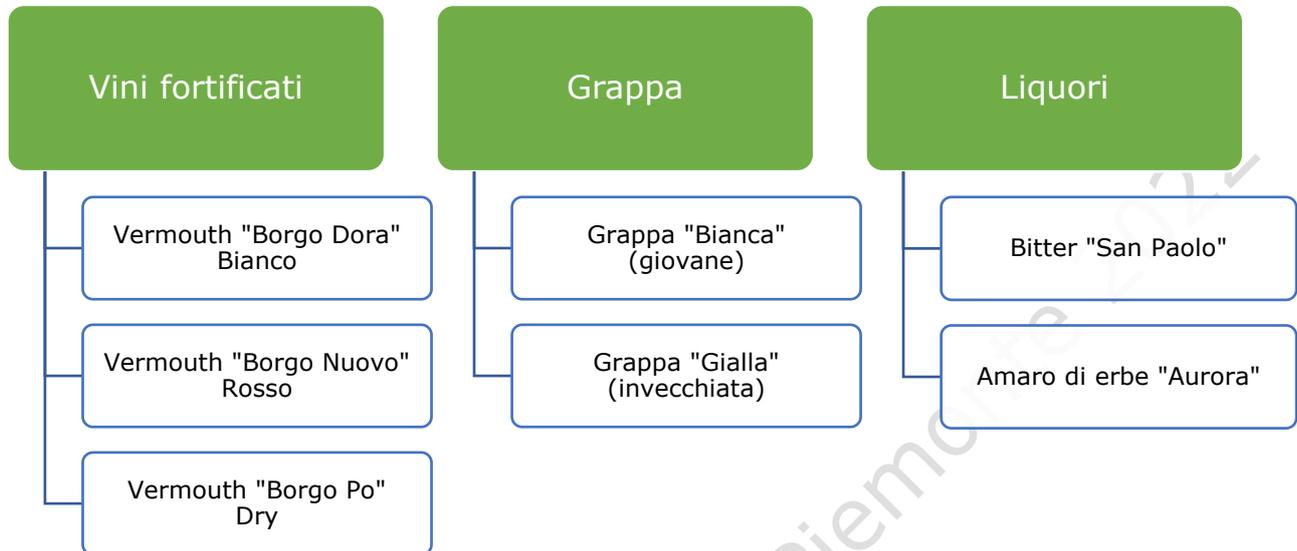
Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

2. PRODOTTO E PROCESSO

2.1. Descrizione dei prodotti



Cantina di invecchiamento della grappa "Gialla"



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

Il prodotto di punta è sicuramente la grappa, nelle due versioni "Bianca" (giovane) e "Gialla" (invecchiata).

Seguono i vermouth, nelle versioni Bianco, Rosso e Dry.

Particolarmente venduta ed apprezzata la linea storica, composta da 3 vermouth imbottigliati con etichetta vintage.

A concludere la linea dei prodotti dell'azienda vi sono un bitter e un amaro di erbe.

Si tratta in ogni caso di prodotti di piacere che soddisfano una necessità definibile "conviviale": un distillato si consuma solitamente prima o dopo un pasto, in un momento di raccoglimento personale, oppure con altre persone per accompagnare una chiacchierata.



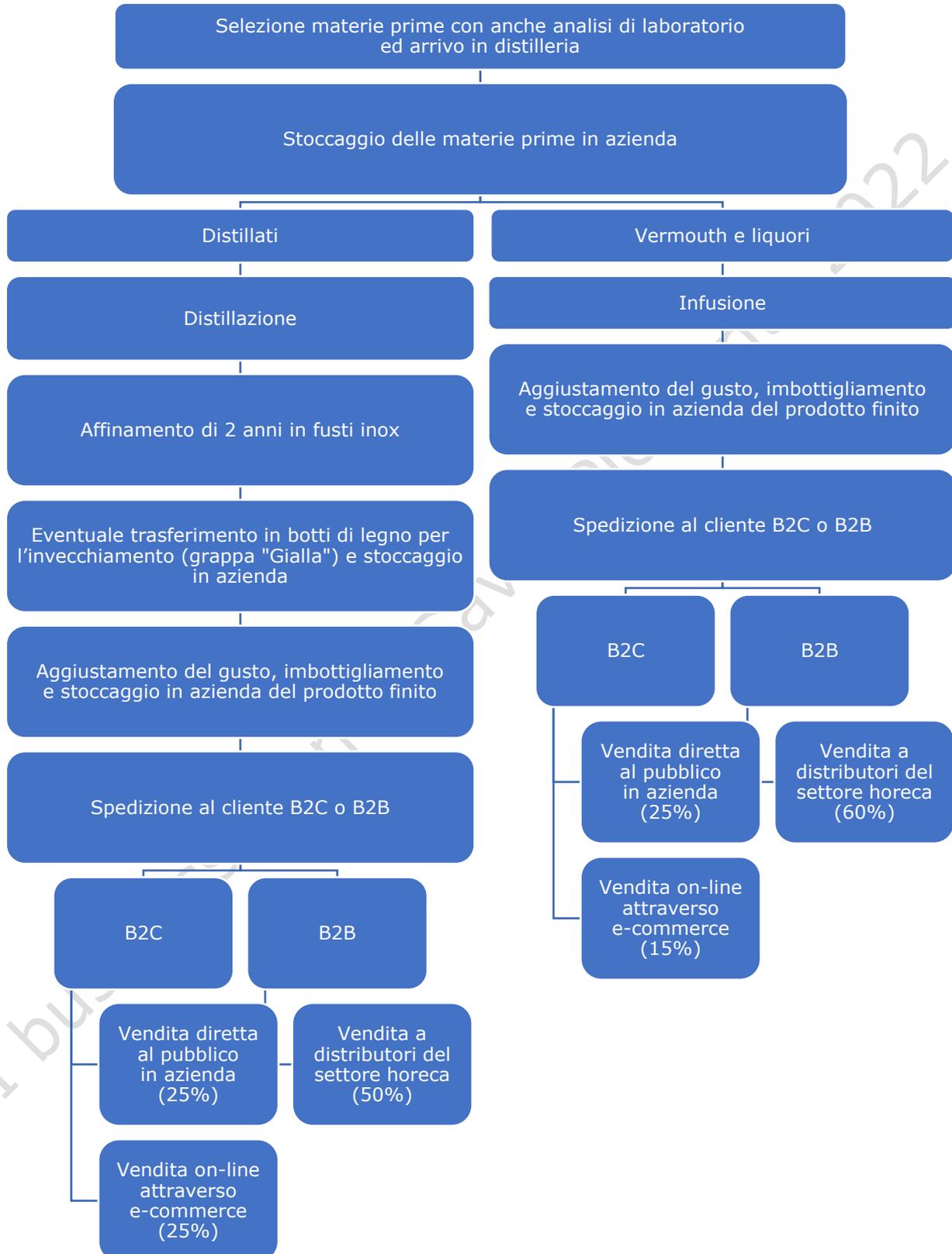
Grappa "Bianca"



Vermouth "Borgo Nuovo" Rosso



2.2. Descrizione dei processi





Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

3. MERCATO E MARKETING

3.1. Descrizione del mercato target

Il mercato dei distillati è un mondo a parte rispetto a quelli agroalimentare e vitivinicolo.

Mentre i prodotti afferenti a quest'ultimo settore hanno una gradazione alcolica decisamente più bassa e possono essere consumati durante i pasti in misura e quantità più elevate, la grappa è consumata solitamente a fine pasto, come digestivo. Ha una gradazione alcolica molto alta, cosa che non permette gli stessi volumi di assunzione del vino.

La sua domanda di mercato è ciclica: resta abbastanza bassa nel corso dell'anno e ha dei picchi a ridosso delle festività Natalizie e di Pasqua, due momenti ricchi di occasioni conviviali, in occasione delle quali è usanza comune scambiarsi dei doni.

La concorrenza è rappresentata tipicamente da:

- grandi marchi noti che non vendono necessariamente grappa, ma beni sostituti; hanno una grande disponibilità finanziaria a livello di marketing, distribuzione e prezzo, spesso a discapito della qualità (non essendo realtà artigianali non possono vantare una produzione di "Craft Spirits");
- grandi distillerie di marchi noti che vendono i nostri stessi prodotti; come nel caso precedente hanno una forte brand awareness su tutto il territorio italiano e la possibilità di vendere a prezzi inferiori, anche qui a volte a discapito della qualità del prodotto;
- altre piccole distillerie localizzate sul territorio piemontese, che fronteggiano i nostri stessi problemi relativamente al budget di marketing, ma contano su un prodotto di qualità ed un gruppo di clienti molto fedeli.

Da segnalare tra le opportunità strategiche del momento i trend del "Made in Italy" e dei "Craft Spirits" per il mercato estero ed il "Buy Local" a livello del territorio piemontese (quest'ultimo, sviluppatosi a seguito della pandemia da Covid-19), è la tendenza dei consumatori a comprare prodotti locali per cercare di sostenere l'economia locale e scongiurare la chiusura di piccole eccellenze locali.

3.2. Descrizione del cliente target

I possibili acquirenti dei nostri prodotti possono essere stereotipati nei seguenti modi:

- Uomo / donna;
- conosce Torino e il Piemonte;
- sposato/a con famiglia, di età compresa tra i 30 e i 60 anni (se più giovane, deve necessariamente conoscere il nostro brand tramite i parenti);
- acculturato/a e con reddito medio, con una forte volontà a spendere per un prodotto artigianale e di qualità;
- sofisticato/a ed aperto/a, amante dei piccoli piaceri, dei prodotti legati al territorio, dei marchi artigianali e delle serate passate a mangiare e bere in compagnia degli amici;
- è appassionato/a di arte, letteratura, musica, vita all'aria aperta;
- predilige l'acquisto direttamente dal produttore, magari organizzando apposite visite nelle zone di produzione, o presso piccoli negozi di quartiere;
- se si trova bene con un prodotto, facilmente svilupperà una forma di fedeltà al marchio.



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

3.3. Piano di marketing

ATTIVITA' PROMOZIONALE	FREQUENZA	BUDGET
1) Partecipazioni a fiere nazionali e internazionali	Temporaneamente sospese causa Covid-19	0,00 €
2) Partecipazioni ad eventi on-line (B2B e webinar)	2 volte / settimana	0,00 €
3) Pubblicazione sui social media (Facebook, Instagram) con contemporaneo rinnovamento materiale fotografico aziendale	1 volta / settimana	1.500,00 €
4) Rinnovamento del sito internet	Annuale	2.000,00 €
5) Rinnovamento del catalogo aziendale e merchandising	1 volta / anno	2.500,00 €
6) Partecipazioni a programmi radiofonici e podcast	In fase di valutazione	0,00 €
7) Invio campionature ai clienti	Su richiesta	2.000,00 €
8) Degustazioni e visite in azienda	Temporaneamente sospese causa Covid-19	0,00 €
TOTALE		8.000,00 €



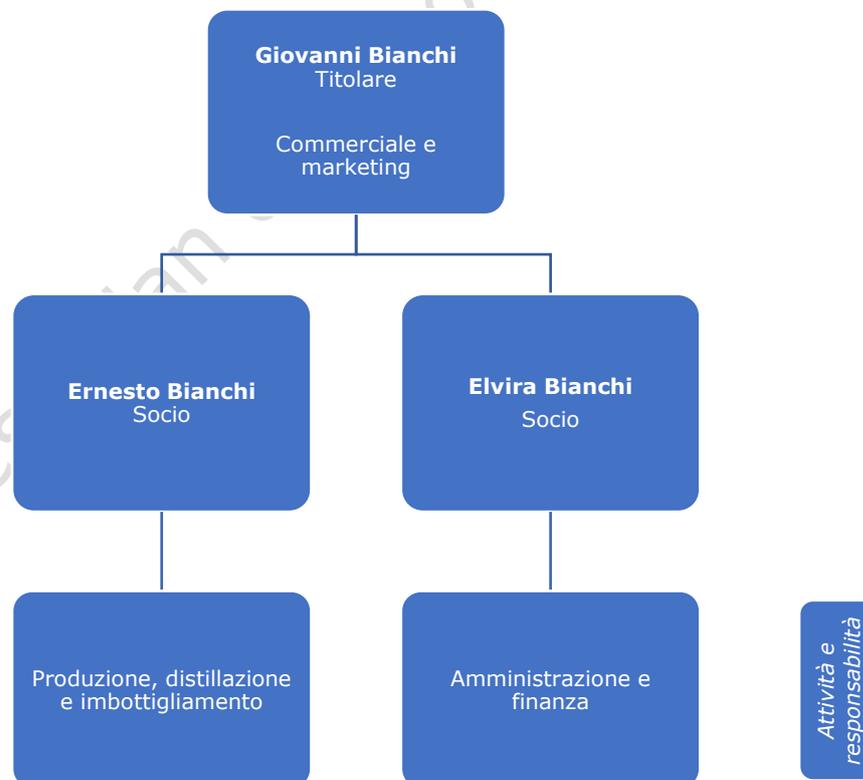
4. ORGANIZZAZIONE

4.1. Presentazione della struttura aziendale

Il team di Spiriti Torinesi Srl è formato da persone con un'esperienza pluriennale nel mondo della distillazione e della liquoristica.

RISORSA	RUOLO E ATTIVITÀ
1) Giovanni Bianchi (Titolare)	Rappresenta la quinta generazione in azienda e ha il ruolo di amministratore delegato. Da oltre venti anni si occupa della gestione dell'azienda. È responsabile marketing e commerciale. Parla inglese, francese, tedesco e spagnolo.
2) Ernesto Bianchi (Socio)	È uno dei soci dell'azienda. Vanta una lunga e consolidata esperienza nel campo della distillazione e della liquoristica. È responsabile della produzione e della logistica. Aperto all'innovazione, mantiene sempre uno stretto rapporto con le proprie radici.
3) Elvira Bianchi (Socio)	È una dei soci dell'azienda. Vanta una lunga e consolidata esperienza in campo amministrativo e finanziario. È responsabile amministrativa.

4.2. Organigramma aziendale





Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

5. CHARTER DI PROGETTO

OGGETTO	DESCRIZIONE
Nome del progetto	Progetto di espansione commerciale a Singapore 2022
Sponsor	<ul style="list-style-type: none">• Giovanni Bianchi (Titolare Spiriti Torinesi Srl)
Cliente	<ul style="list-style-type: none">• Spiriti Torinesi Srl
Scopo	<ul style="list-style-type: none">• Sviluppare una partnership con 2 importatori e distributori singaporiani specializzati in prodotti italiani, interessati ad una lunga collaborazione per i segmenti horeca e retail (GDO)
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none">• Incrementare le vendite del 20%• Ampliare il portafoglio clienti• Migliorare la redditività dell'azienda del 10%
Deliverables and milestones	<ul style="list-style-type: none">• Ricerca di mercato e valutazione del segmento degli Spirits• Ricerca importatori e distributori locali• Scelta di alcuni dei prodotti aziendali, in linea con i gusti del mercato target• Test di mercato, raccolta e analisi dei risultati• Elaborazione di nuove etichette di prodotto per il mercato singaporiano e adeguamento alla normativa locale• Attività di marketing in lingua sui canali social• Valutazione partecipazione ad eventuali fiere locali
Budget e tempistiche	<ul style="list-style-type: none">• 8.000,00 €• 12 mesi
Priorità	<ul style="list-style-type: none">• Budget
Stakeholders	<ul style="list-style-type: none">• Produzione• Amministrazione e commerciale• Management• Enti locali• Società di consulenza• Rappresentanze italiane all'estero• Fornitori• Clienti



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022

6. MERCATO OBIETTIVO

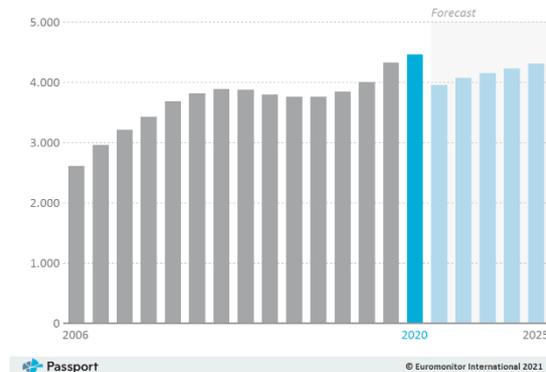
6.1. Descrizione del mercato target

- Nel 2020 Singapore ha registrato per il comparto degli Spirits un valore dei consumi pari a circa 4,5 milioni di litri, volume dato dalla produzione nazionale, meno le esportazioni, più le importazioni, che per il Paese hanno rappresentato la quota più consistente.
- Per quanto concerne la suddivisione in sotto-categorie, la quota principale dei consumi è stata rappresentata dal "Whiskey" (1,14 milioni di litri), seguita da "Brandy e Cognac" (0,63 milioni di litri) e dal "Rhum" (0,25 milioni di litri). Le grappe sono ricomprese nella sotto-categoria "Other Spirits", i quali hanno registrato un picco dei consumi nel corso dell'anno, per poi arretrare a causa dell'avanzata della pandemia da Covid-19.

Sales of Spirits in Singapore

Total Volume - '000 litres - 2006-2025

4.450

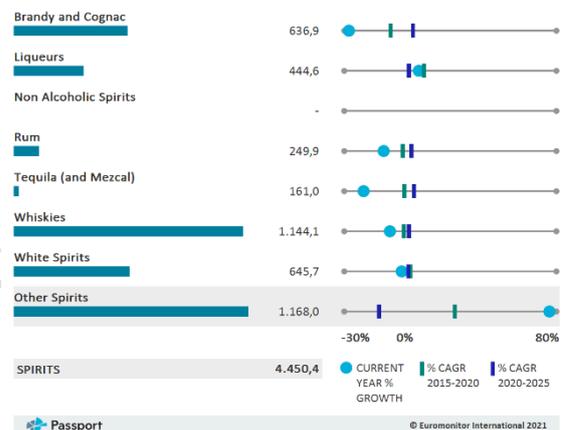


Sales of Spirits in Singapore by Category

Total Volume - '000 litres - 2020

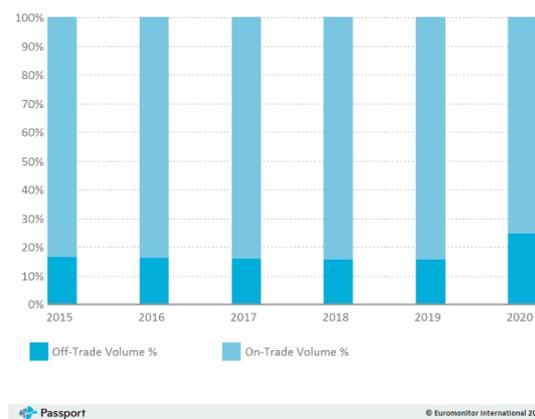
Click on a Category to update Sales Chart

Growth Performance



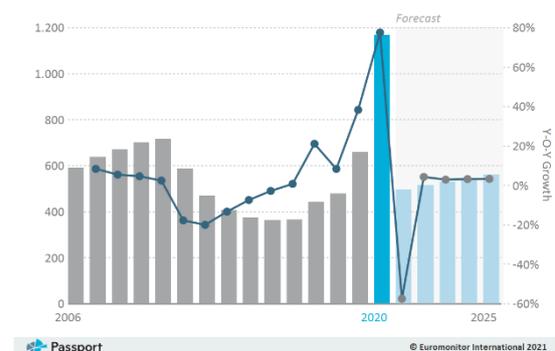
Off-trade vs On-trade in Singapore

% Breakdown by Volume 2015-2020



Sales of Other Spirits in Singapore

Total Volume - '000 litres - 2006-2025



- Per quanto concerne la distribuzione, gli Spirits sono per il 75% diffusi nel segmento on-trade, ossia quello legato alla ristorazione (horeca), mentre solo per il 25% nel segmento off-trade, ossia quello legato alla vendita diretta al consumatore.



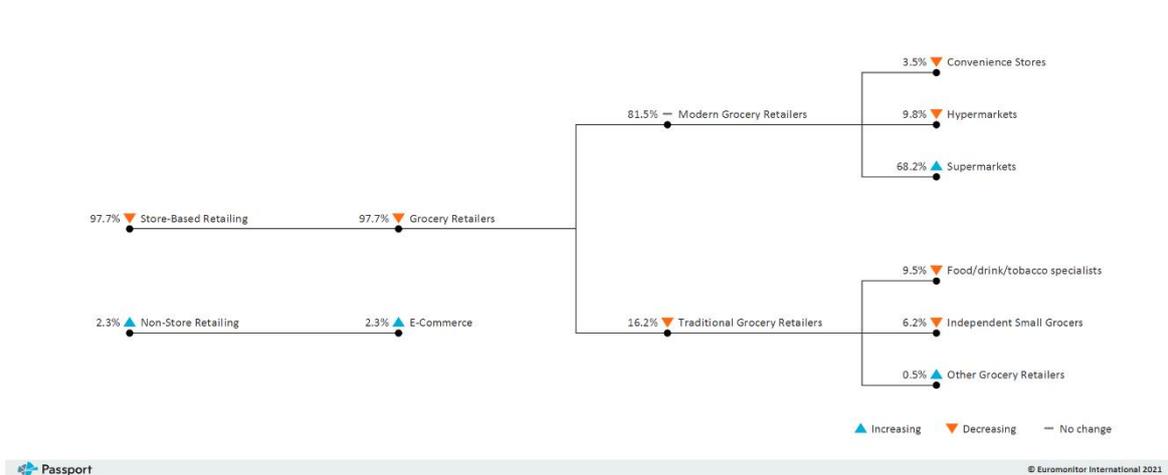
Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

- Con riferimento a questo ultimo segmento (off-trade), le vendite si concentrano principalmente nel canale della grande distribuzione organizzata (ad es. ipermercati e supermercati, 81,5%) e solo in misura minore nel canale della piccola distribuzione specialistica (16,2%). L'e-commerce pesa per 2,3%.

Channel Distribution for Spirits in Singapore
Off-trade Volume 2020 and Percentage Point Growth - 2015-2020



- A seguito della pandemia da Covid-19, anche a Singapore c'è stato un periodo di lockdown "duro" da aprile 2020, durante il quale tutte le attività del settore on-trade sono state prima chiuse e poi riaperte in maniera graduale. Tutt'ora sono in vigore delle restrizioni, anche se si propende per il loro lento e graduale allentamento.
- Essendo bar e ristoranti i principali luoghi di vendita degli alcolici, ne è derivato un brusco e netto calo della domanda. Il settore degli Spirits nel 2020 è, infatti, diminuito dell'11% e tornerà a livelli pre-pandemia solo nel 2025.
- Nonostante la contrazione della domanda, vi sono alcune tendenze di mercato significative:
 - Un aumento delle vendite sull'e-commerce in maniera simile all'Europa;
 - Diversamente dall'Europa, un aumento delle vendite nei grandi centri commerciali e non nei piccoli negozi di prossimità. Ciò è dovuto alla volontà dei singaporiani di limitare al minimo le uscite di casa in periodo Covid-19 e rifornirsi in un'unica occasione di cibo ed altri generi alimentari e non al supermercato;
 - Una crescita della domanda dei "Craft Spirits" prodotti da piccoli marchi artigianali a discapito dei grandi gruppi commerciali specializzati nella distribuzione di alcolici. Questo è dovuto ad una crescente attenzione alla qualità dei prodotti in un'ottica salutista: meno liquore, ma più qualità.



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

Nel settore degli Spirits, solitamente si propongono prezzi e condizioni di resa della merce EXW (quindi spedizione, sdoganamento ed assicurazione restano a carico dell'importatore).

Indicativamente, per prodotti afferenti al nostro codice doganale (HS 2208.20.26) non vengono applicati dazi grazie agli accordi bilaterali in essere tra Singapore e l'Italia.

Tuttavia, si deve corrispondere una Duty calcolata come numero di litri totali di prodotto in importazione a Singapore per la sua gradazione alcolica per 88 SGD.

Una cassa di 6 bottiglie di grappa da 70cl e gradazione alcolica pari a 45% sconterà quindi una Duty pari a: $4,20 \text{ l} \times 45 \times 88 = 166,32 \text{ SGD}$.

Di questo va tenuto conto nel trattare un prezzo e una condizione di resa della merce che sia soddisfacente per entrambe le parti (produttore e importatore).

6.2. Ricerca preliminare e analisi dei potenziali importatori locali

Tutti i social ed i servizi di ricerca occidentali sull'isola non sono bloccati, a differenza della Cina.

Si è quindi proceduto ad una semplice ricerca su Google, in seguito alla quale sono stati individuati alcuni distributori ed importatori singaporiani specializzati quasi esclusivamente nei prodotti F&B italiani, con una significativa concentrazione nella parte nord-ovest della città-stato.

Si sono analizzate 8 voci, scelte in base all'ordine di comparsa della ricerca ed il rating.

Alcuni di essi presentano un e-shop e si rivolgono in buona parte al settore horeca e GDO (quest'ultima, a differenza dell'Europa, per una serie di abitudini culturali è preferibile ai negozi specializzati).

Si nota una predilezione per le piccole e medie aziende italiane produttrici di "Craft Spirits"; solo uno degli importatori della lista offre grandi marchi noti.

In alcuni casi è presente una suddivisione di prodotti per regione italiana.

Di seguito l'elenco degli importatori individuati:

- Alfa Import LP
- Beta Wines & Spirits LLP
- Gamma Food & Beverage Ltd
- Delta Food Importing Pte Ltd
- Zeta Distribution LP
- Lambda Drinks LLP
- Sigma Spirits Ltd
- Omega Beverages Pte Ltd



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

6.3. Ricerca preliminare e analisi dei potenziali concorrenti

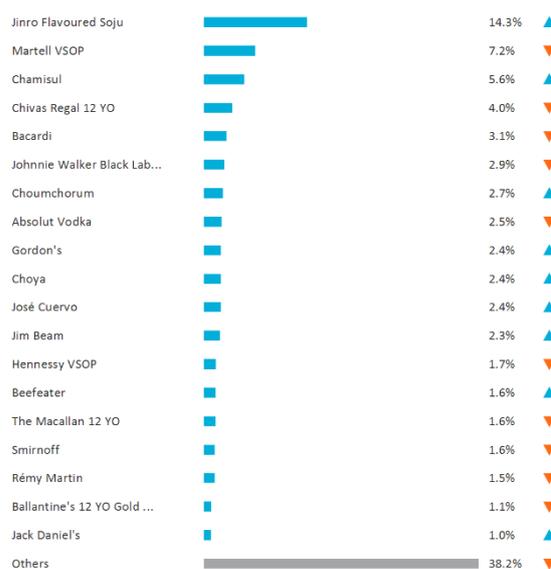
In generale, il mercato singaporiano è detenuto dalle grandi compagnie e dai relativi brand, di cui si propone uno spaccato qui di seguito.

Tuttavia, esistono interessanti spazi di mercato per nicchie di prodotto e brand artigianali, apprezzati per la loro qualità e unicità.

Company Shares of Spirits in Singapore
% Share (NBO) - Total Volume - 2020



Brand Shares of Spirits in Singapore
% Share (LBN) - Total Volume - 2020



5-Year Trend
▲ Increasing share ▼ Decreasing share — No change

Di seguito, invece, vengono analizzati alcuni dei principali marchi italiani presenti sul sito di alcuni distributori singaporiani di prodotti F&B.

CONCORRENTE	Zena Liquori	Acqua di Udine	Distilleria Bellunese	Erboristeria Toscana
Regione, città	Liguria, Genova	Friuli Venezia Giulia, Udine	Veneto, Belluno	Toscana, Firenze
Dimensione aziendale	SRL	SRL	SRL	SRL
Prodotto distribuito	Liquori	Grappa	Grappa	Liquori
Fascia di prezzo	Alta	Alta	Alta	Alta

Non è stato possibile eseguire una ricerca analoga sui siti di ristoranti, bar e club, poiché nei rispettivi menù non viene specificato alcun marchio, né tra i liquori, né tra i cocktails.



6.4. Descrizione della proposta di valore

- L'azienda vanta un'elevata capacità di generare coinvolgimento nei clienti, i quali si dimostrano sempre molto interessati ai prodotti e alle attività proposte.
- L'azienda offre servizi mirati a generare un'esperienza di acquisto e di consumo positiva, garantendo la piena soddisfazione dei propri clienti, specialmente per quelli di recente acquisizione.
- L'azienda è fortemente predisposta all'ascolto e alla comprensione delle esigenze del cliente e si dimostra sempre disponibile a soddisfare le richieste che le vengono sottoposte.
- L'azienda è disponibile ad offrire servizi personalizzati e su richiesta in materia di etichettatura, volumi ed evasione di ordini con referenze miste.

6.5. Descrizione delle opportunità di mercato

- I singaporiani hanno cambiato le abitudini di consumo e hanno sviluppato una maggiore conoscenza dei liquori e dei distillati, preferendo prodotti di livello medio-alto, sia per la qualità, sia per il prezzo, peraltro simili a quelli offerti dall'azienda, favorendo i "Craft Spirits", ossia prodotti di piccoli marchi artigianali, a discapito dei grandi gruppi commerciali specializzati nella distribuzione di alcolici. Questo è dovuto ad una crescente attenzione alla qualità dei prodotti in un'ottica salutista: meno liquore, ma più qualità.

6.6. Descrizione del vantaggio competitivo nel mercato target

- Le piccole dimensioni dell'azienda permettono una maggiore rapidità e flessibilità nell'assunzione di decisioni in risposta ai cambiamenti richiesti dal mercato.
- La gamma di prodotti offerti aiuta l'azienda a soddisfare le esigenze e le aspettative della maggior parte dei clienti.

6.7. Strategia distributiva

- Nella prima fase di espansione commerciale sul mercato singaporiano, l'azienda mira a sviluppare partnership di lunga durata con alcuni importatori e distributori attivi nel canale on-trade (horeca) e off-trade (GDO), con esperienza nell'importazione e distribuzione di prodotti italiani.



6.8. Work Breakdown Structure (WBS)





Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

7. CRONOPROGRAMMA

		2022											
ATTIVITA' / AZIONE		G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D
1) Stesura del business plan	M												
2) Analisi di mercato	M												
2.1) Analisi delle potenzialità del prodotto sul mercato	M												
2.2) Individuazione delle pratiche doganali e barriere tariffarie e non	M												
2.3) Individuazione dei possibili distributori	M												
2.4) Ricerca su advertisement locale	M												
3) Test di mercato	M												
3.1) Presa di contatto con i distributori individuati internamente tramite enti ufficiali	M												
3.2) Spedizione delle campionature dei prodotti individuati	P												
3.3) Analisi dei risultati del test	M												
4) Implementazione del sito internet in lingua cinese	E												
5) Attività di marketing per la promozione del brand a Singapore (prevalentemente Social)	E												
6) Individuazione del corriere per la spedizione dei campioni e degli ordini	M P												
7) Valutazione dei magazzini per la spedizione e lo sdoganamento	M P												
8) Realizzazione e spedizione delle campionature dei prodotti individuati	P												
9) Eventuale adattamento dei prodotti al mercato (etichetta, packaging e set informativo)	M P												
10) Acquisizione commesse e spedizione ordini	M P												
11) Monitoraggio	M												

RESPONSABILITA'

M = Marketing & Commerciale

P = Produzione

E = Società esterna



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

8. BUDGET

ATTIVITA' / AZIONE	DETTAGLIO	BUDGET
<i>Marketing & Commerciale</i>		
1) Stesura business plan	Una tantum – Attività interna	0,00 €
2) Analisi di mercato	Una tantum	-
2.1) Analisi delle potenzialità del prodotto sul mercato	Una tantum – Attività interna	0,00 €
2.2) Individuazione delle pratiche doganali e barriere tariffarie e non	Una tantum – Attività interna	0,00 €
2.3) Individuazione dei possibili distributori	Una tantum – Attività interna	1.500,00 €
2.4) Ricerca su advertisement locale	Una tantum – Attività interna	0,00 €
3) Test di mercato	Una tantum	-
3.1) Presa contatto con i distributori individuati internamente tramite enti ufficiali	Annuale – Attività interna	0,00 €
3.2) Spedizione delle campionature dei prodotti individuati	Annuale	1.000,00 €
3.3) Analisi dei risultati del test	Una tantum – Attività interna	0,00 €
4) implementazione del sito internet in lingua cinese	Annuale	1.000,00 €
5) Attività di marketing per la promozione del brand a Singapore (prevalentemente Social)	Annuale	2.000,00 €
<i>Produzione</i>		
6) Individuazione del corriere per la spedizione dei campioni e degli ordini	Una tantum – Attività interna	0,00 €
7) Valutazione dei magazzini per la spedizione e lo sdoganamento	Una tantum – Attività interna	0,00 €
8) Realizzazione e spedizione delle campionature dei prodotti individuati	Annuale – Attività interna	0,00 €
9) Eventuale adattamento dei prodotti al mercato (etichetta, packaging e set informativo per il consumatore)	Una tantum	2.500,00 €
TOTALE		8.000,00 €



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

9. PREVISIONE DELLE VENDITE E RITORNO SUGLI INVESTIMENTI (ROI)

FATTORE	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
1) Grappa "Bianca"	2.000,00 €	4.000,00 €	8.000,00 €
2) Grappa "Gialla"	2.000,00 €	4.000,00 €	8.000,00 €
3) Vermouth "Borgo Nuovo" Rosso	1.500,00 €	1.500,00 €	3.500,00 €
4) Bitter "San Paolo"	1.500,00 €	1.500,00 €	3.000,00 €
TOTALE FATTURATO	7.000,00 €	11.000,00 €	22.250,00 €
PROFITTI SULLE VENDITE (%)	20,0 %	20,0 %	20,0 %
PROFITTI SULLE VENDITE (IMPORTO)	1.400,00 €	2.200,00 €	4.450,00 €
INVESTIMENTO INIZIALE (IMPORTO)	8.000,00 €	8.000,00 €	8.000,00 €
ROI (%)	17,5 %	27,5 %	55,0 %

Si prevede, quindi, un rientro dell'investimento in 3 anni.



Spiriti Torinesi

Spiriti Torinesi Srl

*Business plan
Progetto di espansione
commerciale a Singapore 2022*

10. CONTATTI

SPIRITI TORINESI SRL

Via Roma, 0
10100 Moncalieri (TO)
Italy
Telefono
E-mail
Website

I business plan di Savor Piemonte 2022