

Business model per un nuovo punto vendita



Analisi per la creazione di un centro commerciale agroalimentare ticinese

Team di progetto
Simona Bresciani
Simona Caredda
Patrick Ravo

Partner di progetto
FELA Ticino SA
Via Stazione 10
CH-6593 Cadenazzo
www.felaticino.ch

Referente aziendale
Luigi Fontana
Membro Consiglio
d'Amministrazione

Coach SUPSI
Giovanni Camponovo
Cindy Lombardo



FELA si occupa da oltre 50 anni nella sua sede a Cadenazzo della produzione di mangimi per animali domestici e da reddito, a partire da materie prime prodotte nel Canton Ticino, nonché della rivendita di altri prodotti ausiliari per l'agricoltura (concimi, sementi etc.). La società appartiene interamente al gruppo Federazione Ticinese Produttori di Latte, della quale fa parte pure la LATI SA, che valorizza il latte dei produttori ticinesi in diversi prodotti caseari e cura la distribuzione dei formaggi dei caseifici ticinesi e la Cantina Giubiasco SA, dedita alla raccolta delle uve di oltre 450 viticoltori della regione e alla produzione di vini rossi e bianchi di ottima qualità.

e commercializzare un assortimento completo e variegato di prodotti nostrani agroalimentari di provenienza ticinese. Il punto vendita potrebbe anche integrare dei servizi complementari quali ad esempio un'area per la degustazione sul posto dei prodotti offerti. Per meglio comprendere la fattibilità di una tale proposta, FELA ha già fatto realizzare da uno studio d'architettura una progettazione di massima del possibile punto vendita e valutato gli aiuti finanziari previsti dalla Legge federale e cantonale sull'agricoltura. FELA ha quindi lanciato la sfida agli studenti di approfondire gli aspetti strategici del progetto, elaborando un business model per la realizzazione del punto vendita e analizzarne la fattibilità strategica e la sostenibilità economica. Gli studenti hanno raccolto la sfida partendo da un'approfondita analisi del contesto strategico di riferimento, in particolare per quanto

attiene il mercato, la concorrenza e i rapporti con i vari attori della filiera agroalimentare, descrivendo poi il posizionamento strategico più opportuno. I lavori sono proseguiti con la definizione del business model, considerando il contesto strategico di riferimento e le risorse disponibili. Gli elementi del business model identificati sono stati: la strategia di marketing (mercato obiettivo, posizionamento, canali di marketing), la proposta di valore (sistema prodotto e elementi del marketing mix) e la struttura organizzativa (attività, risorse, struttura della supply chain e modalità di selezione e gestione dei rapporti coi fornitori).

FELA è sita a Cadenazzo dove possiede un ampio terreno occupato solo in parte dai propri stabilimenti produttivi. Vista l'interessante posizione del fondo, adiacente alla strada cantonale, la società vuole analizzare la possibilità di utilizzare il terreno per creare una struttura che possa valorizzare

