

Trust In Food

CONOSCI IL TUO CIBO



www.trustinfood.it



info@trustinfood.it

VISION

Vogliamo accelerare la transizione
verso un **paradigma** di
produzione e consumo alimentare
sostenibile e trasparente



- ◊ Trasparenza
- ◊ Informazione
- ◊ Condivisione della conoscenza
- ◊ Consapevolezza
- ◊ Responsabilità
- ◊ Cambio di paradigma

MISSION



COMUNITÀ'

Crediamo in una **comunità virtuale** che sia al servizio di quella fisica

Incentiviamo un dialogo onesto e costruttivo tra consumatori e aziende.



TRASPARENZA

Crediamo nella **trasparenza** perché genera **consapevolezza**

Aiutiamo i produttori a raccontarsi e vendere in modo trasparente, generando fiducia



SOSTENIBILITÀ'

Spesso è difficile conoscere gli **impatti** di un'azienda

Vogliamo rendere la sostenibilità fruibile a tutti facendola raccontare ai produttori

PROBLEMA

PRODUTTORE

Vendita online



Comunicazione
digitale



CONSUMATORE

Tempo



Informazioni



SOLUZIONE

PRODUTTORE

Cheap e-commerce



Supporto comunicazione digitale



CONSUMATORE

Home delivery



Network aziende trasparenti



MERCATO

6.5B

Mercato vendita diretta
produttori agricoli*



1.4B

Mercato spesa alimentare
online*

589M

Mercato eccellenze
agroalimentari online*

* I dati inseriti sono riferiti al mercato agroalimentare italiano.

COMPETITOR

	FRESH LOCAL*	CONSEGNA A CASA	CONTATTO DIRETTO	TRASPARENZA
 TrustInFood	✓	✓	✓	✓
 L'ALVEARE CHE DICE SÌ!	✓	✗	✓	✗
 Cortilia la campagna a casa tua	✓	✓	✗	✗
 EATALY alti cibi	✓	✓	✗	✗
 FOODSCOVERY	✗	✓	✗	✗



*Competitor che offrono prodotti freschi (carne, pesce, frutta e verdura) da aziende vicine alla posizione da cui viene effettuato l'ordine.

VANTAGGI COMPETITIVI



Contatto diretto

I consumatori instaurano un rapporto diretto con le aziende



Community

I produttori condividono la loro conoscenza e i consumatori li recensiscono

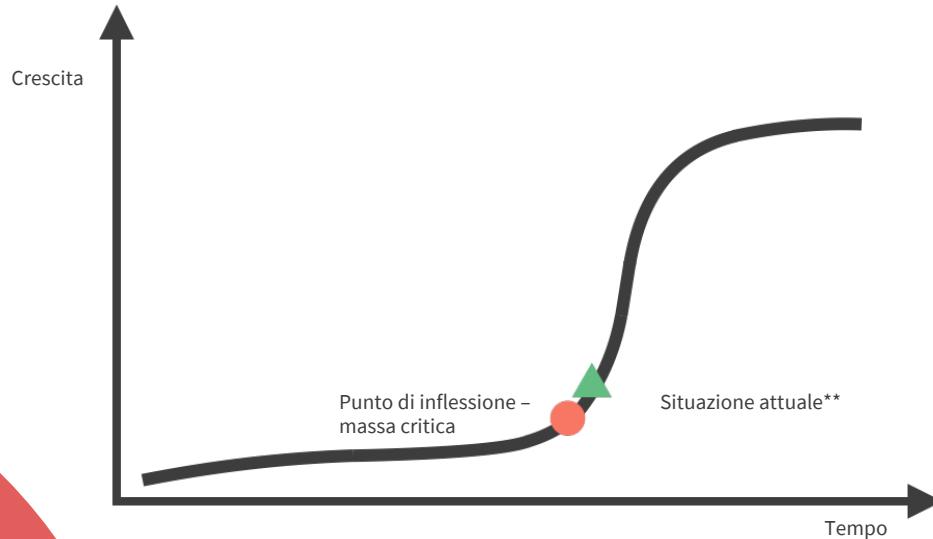


Sostenibilità

La struttura informativa di aziende e prodotti è orientata alla sostenibilità

TIMING

Mercato degli acquisti alimentari orientati alla sostenibilità



DATI A SUPPORTO*

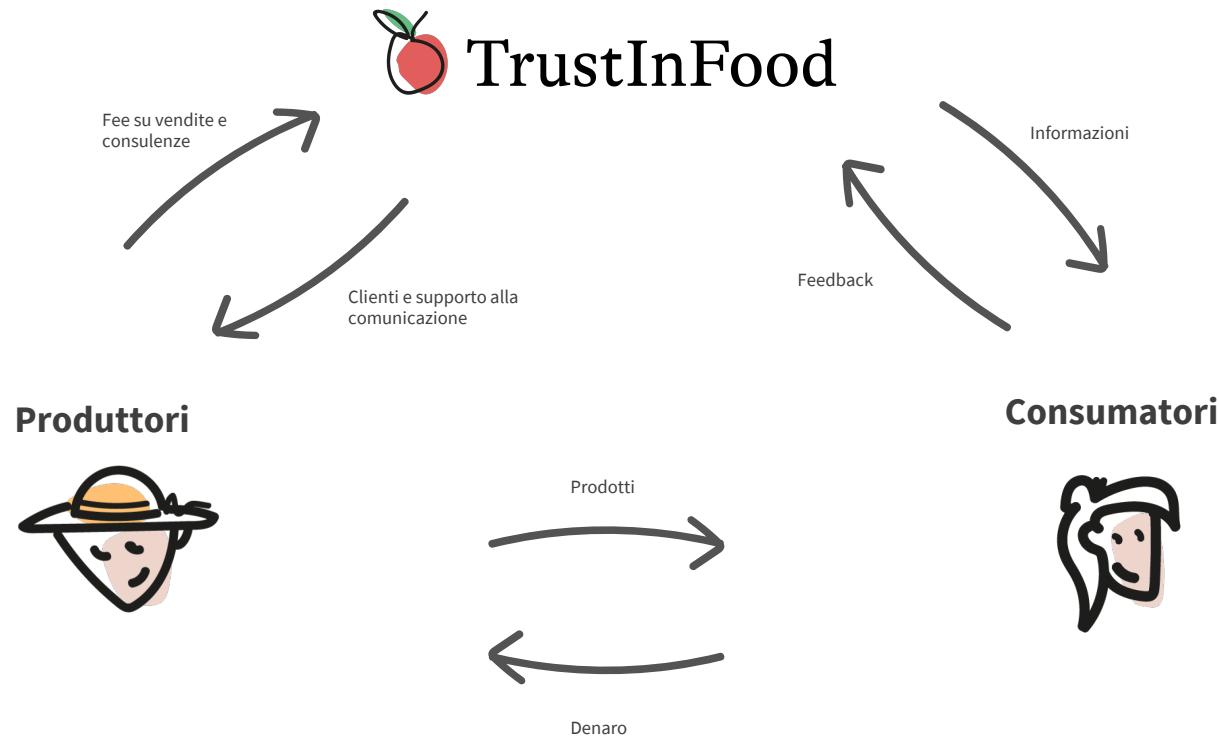
- **68%** degli italiani intervistati vuole acquistare alimenti più **SOSTENIBILI**
- **66%** degli italiani intervistati ritiene che le **INFORMAZIONI** sulla sostenibilità dei prodotti non siano chiare
- Su un **53%** degli italiani che vuole comprare **DIRETTAMENTE DAL PRODUTTORE**, il 26% dichiara che la posizione geografica del produttore limita la possibilità di acquisto

* N.B: i dati sopra riportati hanno lo scopo di fornire informazioni che mostrino l'interesse dei consumatori verso le maggiori aree di pertinenza della start-up.

** N.B: ci siamo posizionati qua perché crediamo che il mercato della vendita diretta online su larga scala sia appena partito.



BUSINESS MODEL



TRACTION – STRATEGIA



Effetto Network

Intendiamo avviare una serie di azioni atte all'estensione **esponenziale** della user base per effetto network

Come:

- **Referral** promozionale
- **Eventi** dove i consumatori incontrano i produttori
- **Gruppo fb** dedicato ai produttori
- Promozione social tramite **micro influencer**
- Features per **personalizzare** la **customer experience** dei consumatori



Struttura Leggera

Intendiamo mantenere una struttura societaria **snella e dinamica**, abbattere i costi e concentrare gli sforzi interni sulla **crescita** della user base e la **qualità** del portale web

Come:

- **Automatizzazione** della creazione profilo produttori
- Professionisti **freelancer** per realizzare contenuti personalizzati per le aziende

ROADMAP

LANCIO PROTOTIPO
SUL PINEROLESE



SETTEMBRE
2021

LANCIO APP SU
TORINO



FEBBRAIO
2022

PRODUCT MARKET FIT

CUNEO

TEAM



Giorgio Rasetto
CEO



Daniele Rasetto
Gastronomo



Kevin Cardetti
Business Developer



Giacomo Baudi
Designer



Alberto Viotto
Business Developer



Gabriele Vernetti
Developer



Lorenzo Cravero
Developer



Luca Bunino
Designer





GRAZIE



info@trustinfofood.it



349 7998900



trustinfofood.it



Trust In Food

CONOSCI IL TUO CIBO