



L'idea del CROWDFUNDING

La TT&C in collaborazione con il Consorzio GRUPPO VENGEST e il vivaio MASTER DELTA dal 2015 sta portando avanti il progetto ELOGIO DEL POMODORO le cui linee essenziali sono riportate nella Presentazione all'interno di questo sito.



Dopo avere, nel corso del 2015, individuate 10 varietà di pomodoro, tutte provenienti dalla ricerca di aziende sementiere italiane o dal recupero di alcune varietà tradizionali tipiche della biodiversità del nostro paese, queste sono state messe al vaglio di un numero limitato di persone (12 fra i quali alcuni ristoratori e operatori nel mondo del gourmet). Durante questo incontro è stata richiesta una valutazione sia visiva che gustativa.

Alle 5 varietà emerse da questa prima selezione ne sono state aggiunte altre 5 e nel 2016 sono state prodotte direttamente da un'azienda del gruppo specializzata in produzione di pomodoro in coltura protetta. Le 10 varietà, una volta prodotte, sono state messe al vaglio di 50 persone, fra cui casalinghe, ristoratori, gourmet, normali consumatori con la richiesta di dare nuovamente un giudizio sia visivo che gustativo.



Le 5 varietà emerse, le cui foto si trovano nella sezione Prodotti in Sperimentazione, subiranno nel 2017 un test dal punto di vista della coltivazione, del confezionamento e del mercato. Il tutto verrà usufruendo di un bando 16.2.1 della Regione Veneto "Realizzazione di Progetti Pilota e sviluppo di nuovi prodotti, pratiche, processi e tecnologie". Quindi il programma che noi promotori del progetto stiamo seguendo è il seguente:

- Produzione con apposito disciplinare (basso utilizzo di acqua) del quantitativo necessario ad effettuare altre degustazione e realizzare le confezioni per il test di mercato su 10 punti vendita e su 5 ristoranti.
- Perfezionamento del disciplinare di produzione con il monitoraggio continuo della produzione,
- Studio delle tipologie di confezionamento e relativi test.
- Verificare sui punti vendita della risposta del consumatore sia per quanto riguarda il confezionamento, il prezzo proposto e l'apprezzamento qualitativo.
- Verifica nei ristoranti della risposta dei gestori sia sul packaging, anche in un'ottica quantitativa, e dell'utilizzo nei piatti che propongono ai clienti, nonché le risposte dei clienti.



Al termine di questo processo pensiamo di avere elementi sufficiente per definire in modo completo il piano di marketing con l'intento di arrivare al mercato nella primavera del 2018.

Per ottenere la finanza necessaria per l'avvio della commercializzazione stiamo pensando al CROWDFUNDING, che attiveremo non appena i risultati di questa ultima sessione di prove siano, come pensiamo, confortanti.



Può essere che qualcuno che legge questa breve comunicazione abbia interesse all'operazione. Noi, anche per supportare questa fase di sperimentazione, stiamo raccogliendo fondi per attuare fino in fondo questa sperimentazione.

Chi ha interesse a partecipare fino da ora nella fase sperimentale naturalmente verrà informato sul budget della stessa e sui contributi che verranno concessi. L'apporto di capitale che farà ora verrà ovviamente considerato come quota del capitale nella New Company che realizzerà il progetto con la dovuta rivalutazione.

I Migliori Saluti

f. Carlo Tomella