



# FRESH CUT

# CONCEPT

## FILOSOFIA

Fresh Cut vuole unire il modo veloce e contemporaneo di consumare il cibo, un'esperienza tecnologicamente avanzata e la filosofia italiana dello “slow food”. Pensiamo che controllare la filiera e servire i migliori ingredienti, in un contesto contemporaneo e con un approccio al servizio tecnologico, sia il modo migliore per diventare realmente riconoscibili.

## STANDARDIZZAZIONE

L'approccio di Fresh Cut si basa sulla standardizzazione dei processi aziendali nella catena del valore.

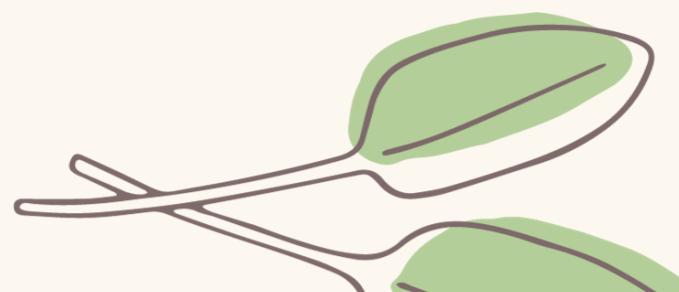
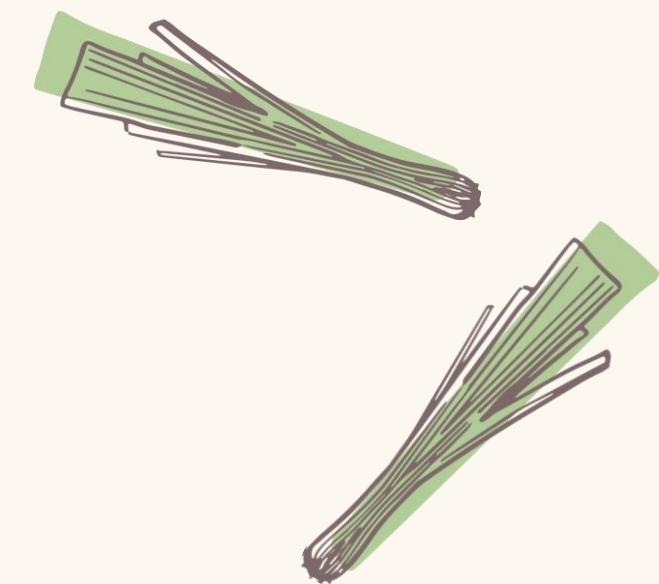
Alla base di tale standardizzazione troviamo lo studio dei flussi d'ordine/produzione, la digitalizzazione dell'ordine, il controllo dei costi e il training al personale.

Questo metodo ci permette di controllare i costi in modo efficiente e di garantire al cliente un prodotto costante e di qualità in modo veloce con una fruizione smart del servizio di ristorazione.

## MISSION

Vogliamo ridefinire il concetto di “insalata”, un prodotto che ci permette di offrire un pranzo con le caratteristiche più importanti per i consumatori di oggi: ricco, leggero, sano, gustoso e italiano.

Il nostro store è il punto di destinazione per i lavoratori consapevoli .



# BUSINESS MODEL



## FOOD



### Insalate stagionali e sempreverdi

Sono le insalate create dai nostri chef, con ingredienti rigorosamente selezionati; ogni “stagionale” contiene 1-2 ingredienti che seguono il ciclo delle stagioni. Il menù della stagione invernale si completa con una selezione di zuppe.

### Crea il tuo mix

Il cliente ha la possibilità di comporre la propria insalata, selezionando gli ingredienti fra basi, protagonisti, extra, condimento e croccantezza.

### "Merenda"

Utilizzando gli stessi ingredienti del pranzo siamo in grado di implementare l'offerta di F&B con la “merenda”, composta dal nostro yogurt fresco, macedonie, avocado toast ed estratti freschi .

## TECNOLOGIA



### Ordini Webapp

La nostra Webapp ci consente di intercettare l'esigenza di «velocità» dei clienti moderni, che vogliono ritirare i propri ordini in modalità take-away direttamente in store. Effettuando l'ordine da remoto, selezionando l'orario di ritiro in negozio, si evitano assembramenti e ritardi nella consegna.

### Software gestionale

Il software gestionale ci consente di profilare il cliente al fine di migliorare le nostre performance e la customer experience, monitorando giorno per giorno i dati di vendita, ottimizzando le operazioni, riducendo gli sprechi alimentari e strutturando il menù sulla base dei dati ricevuti.

## TICKET MEDIO



L'importo varia in base alla tipologia di store, ed è compreso fra i 10 e i 12 €.

# BRAND



## LOGO

Abbiamo sviluppato il logo FRESH CUT puntando sulla sua doppia riconoscibilità. Abbiamo utilizzato un “wordmark” per il logo principale combinato con un ideogramma semplificato: la ciotola con le foglie.



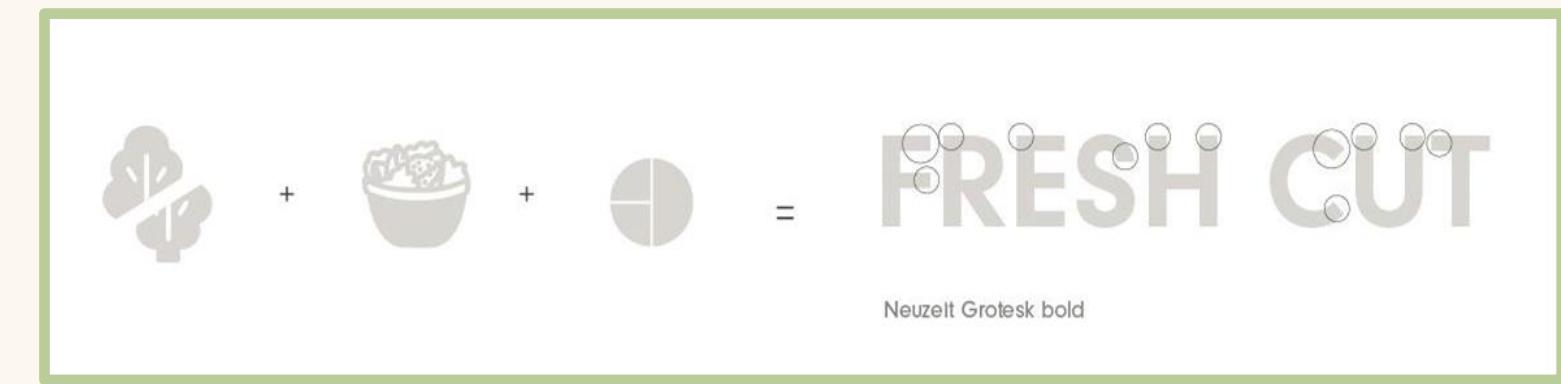
## LEGGIBILITÀ

La scelta di utilizzare un font tipografico con lettere maiuscole garantisce una lettura efficace per tutte le fasce target, esalta la chiarezza delle parole inglesi utilizzate e ne consente l'immediata memorizzazione.



## FRESCHEZZA

La palette è composta da tre colori dominanti. Il verde chiaro e il verde scuro richiamano l'attenzione sulla freschezza, salubrità e naturalezza dei prodotti. Il marrone chiaro si riferisce al terreno dove vengono coltivati i nostri ingredienti.



# FRESH CUT

# FRESH CUT

# FRESH CUT

# FRESH CUT



The Palette:



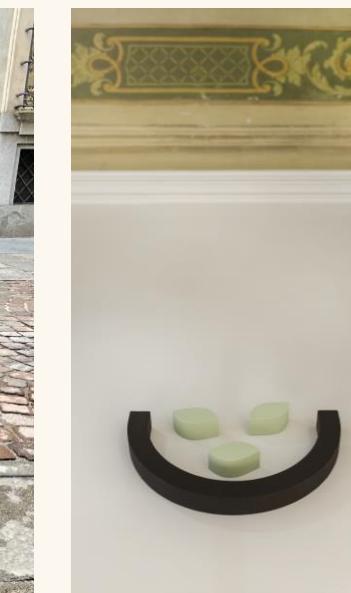
# BRAND

## APPLICAZIONI BRAND

Le illustrazioni sono state create appositamente per il progetto Fresh Cut, evidenziando aspetti importanti del marchio, come il taglio (sono stati disegnati solo ingredienti tagliati) e la freschezza (data dal colore di sfondo pieno)

Il seguente mock-up mostra l'ampia versatilità del logo e la simbiosi creata con le illustrazioni.

# FRESH CUT



# CONCEPT STORE

## ELEMENTI DISTINTIVI

### ● Significati reali e simbolici

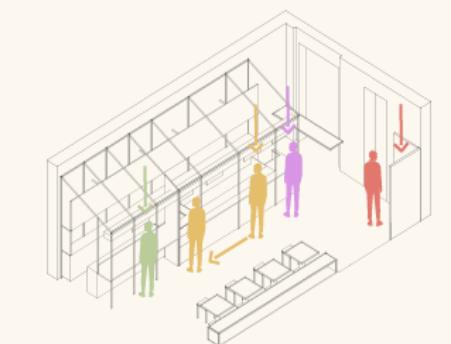
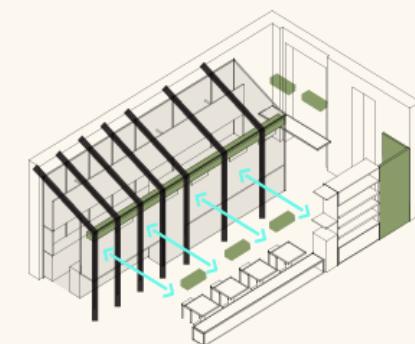
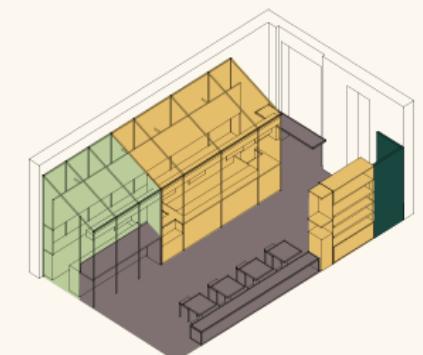
La struttura è progettata seguendo un evidente rapporto tra la serra e la vendita di prodotti alimentari.

### ● Flessibilità totale

La struttura è totalmente flessibile e può adattarsi alle diverse esigenze dei punti vendita grazie alla composizione di singoli moduli.

### ● Accoglienza contemporanea

Colori e materiali creano un'atmosfera accogliente e familiare in modo originale e contemporaneo.



● Preparazione

● Somministrazione

● Ordine bancone

● Modularità serra

● Trasparenza serra

● Parete verde

● Eat in

● Fesh Lab

● Bancone-Delivery

● Experience

# SOSTENIBILITÀ



## TooGoodToGo

Too Good To Go è un'app che consente alle persone di acquistare cibo invenduto da panifici, ristoranti, hotel e supermercati, per evitare lo spreco. Gli utenti ottengono il cibo a un prezzo ridotto, acquistando una "Magic Box" da ritirare durante una finestra temporale prefissata da ogni store.

Abbiamo deciso di aderire a questo movimento perché la lotta allo spreco alimentare è centrale per la nostra filosofia.

Perseguiamo l'obiettivo "spreco zero".

## Packaging Ecosostenibile

Tutto il nostro packaging è ecosostenibile. Gli articoli per il consumo in store sono gli stessi utilizzati per il delivery.



**0,5L**  
**NATURALE**  
plastica riciclata



## Acqua Wami – L'acqua con una missione

Abbiamo scelto Wami perché, a ogni bottiglia d'acqua venduta, 100 litri di acqua potabile vengono donati alle comunità africane bisognose, attraverso la realizzazione di importanti progetti idrici.

# F&B PARTNERS

Nella selezione dei nostri partner food and beverage, abbiamo deciso di puntare su piccole realtà artigianali, che valorizzano i propri territori di produzione. Acetaia San Giacomo, Kuna, Fusero e Deliveristo sono solo alcuni esempi dei partner che abbiamo scelto.

Ogni scelta che facciamo è orientata al mantenimento della coerenza con il nostro obiettivo: dare alle persone cibo veloce di qualità.



## GASTRONOMIE ITALIANE



# TECNOLOGIA

## Ordine smart e analisi dei dati

La web app permette di intercettare le esigenze «fast» dei clienti moderni, che desiderano ritirare i propri ordini direttamente in store. Effettuando l'ordine da remoto e selezionando l'orario di ritiro in negozio, si evitano assembramenti e ritardi nella consegna.

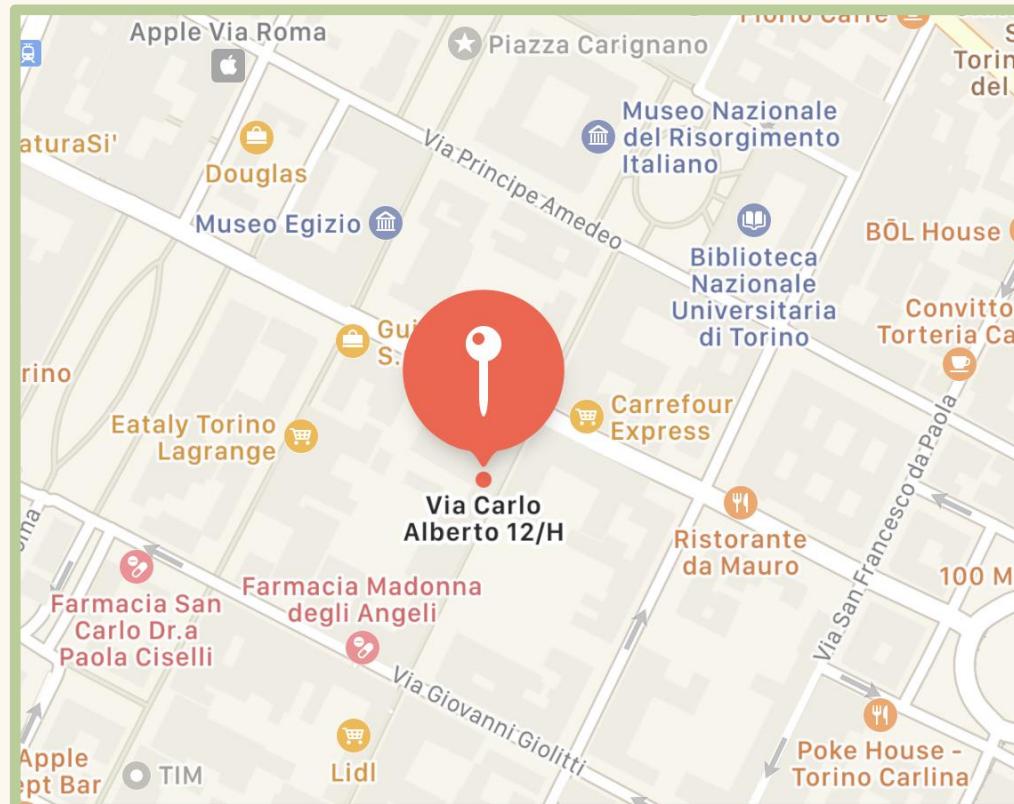
Il backend del software, integrato con il sistema di contabilità, costituisce un vero e proprio strumento di indagine sulle scelte e sui consumi del cliente, consentendo un monitoraggio delle preferenze per migliorare il menù e ottimizzare le scelte dei prodotti. I dati in tempo reale sulle vendite sono disponibili sulla piattaforma in cloud.

L'apporto tecnologico si configura quindi sia come un risparmio di tempo per la frenetica routine quotidiana dei clienti, sia come motore per la crescita virtuosa del business.



# STORE CARLO ALBERTO

Flagship store



## TIER 1

### LOCATION E ZONA

Inaugurato a luglio 2020, il primo store è situato nel cuore di Torino, in Via Carlo Alberto 12.

### SPAZI

15mq = lab + back  
15-20mq = magazzino + spogliatoio  
21 posti a sedere + 12 posti dehor



### KPI (mese “intero” Settembre 2020)

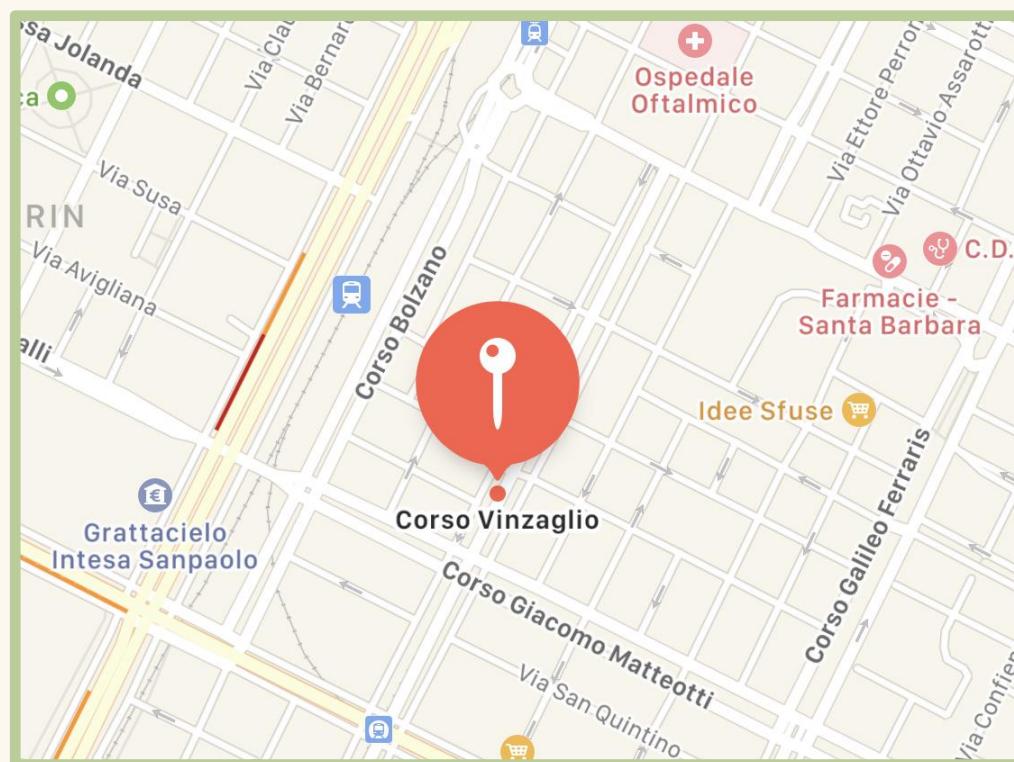
Fatturato = 8.562,11€  
Ebitda = 14%

N. Insalate vendute = 630  
Scontrino medio = 12,9€



# 2° STORE TORINO

Aperto 2021



## TIER 3

### LOCATION E ZONA

Tra Corso Vittorio Emanuele e Corso Matteotti, in prossimità della fermata della metropolitana Vinzaglio. Location ad alto tasso di uffici vicino a zona Tribunale, Grattacielo Intesa San Paolo, Stazione Porta Susa.

### SPAZI

10mq = lab + back  
15-20mq = magazzino + spogliatoio  
10 posti a sedere + 12 posti dehor

**APERTO DA GIUGNO 2021**



# TEAM

Dalla passione per uno stile di vita buono e sano, unita a un mix di esperienze e competenze, il team di Fresh Cut è pronto per ampliare il progetto!

Federico e Riccardo stanno lavorando a tempo pieno al progetto da gennaio 2020.

In qualità di appassionato investitore in start-up, Marcello li supporta nelle decisioni finanziarie e strategiche.

Per sviluppare al meglio il progetto Fresh Cut, abbiamo selezionato partner idonei a fornire servizi di qualità, per dare all'azienda un approccio strutturato.

Le aree principali su cui ci siamo concentrati sono: design, legale, contabilità, analisi della concorrenza e offerta alimentare.



**Federico Genta Ternavasio**

CEO



**TANNICO**

**Svinando**  
BERE BENE CONVIENE.



**Riccardo Fedele**

COO



**Marcello Tedeschi**

Chairman



[www.laward.legal](http://www.laward.legal)

LEGAL PARTNER

Avv. Pierantonio Luceri

**CARGO**  
**visual**

OFFICE

[www.cargooffice.it](http://www.cargooffice.it)

DESIGN AND ARCHITECTURE

Ing. Marina Carbone  
Margherita Iperique



[www.studioperinetto.it](http://www.studioperinetto.it)

ACCOUNTING

Dott. Lorenzo Perinetto

**morsy**

[www.morsy.it](http://www.morsy.it)

FOOD PARTNER

Carlo Alberto Danna



[www.builditup.it](http://www.builditup.it)

MARKET RESEARCH

Giulio Fanfani



# FRESH CUT

info@fresh-cut.it

@2021

[www.fresh-cut.it](http://www.fresh-cut.it)

