

F.LLI MICHELONI



**PRIMA
DELLA
PANDEMICIA**

LA STORIA

Il ristorante è nato nel 2007 da un'idea dei fratelli David e Stefano Micheloni i quali, entrambi esperti nel settore della ristorazione e della buona cucina, vollero

unire le proprie conoscenze per offrire prodotti di alta qualità, freschi e locali, accompagnati anche da un buon vino.

Con il tempo l'azienda a conduzione familiare ha acquisito un'importante notorietà, proponendo piatti ricercati realizzati esclusivamente con ingredienti di primissima scelta che lo chef stesso selezionava, in un ambiente elegante, raffinato e accogliente.

Vantava personale altamente professionale e faceva dell'ospitalità il proprio punto di forza.





ANALISI SWOT

STRENGTHS

- Unicità dei piatti/
menù stagionale
- Accoglienza/
ospitalità
- Professionalità

WEAKNESSES

- Clientela medio/alta
- Impossibilità di fare
il servizio d'asporto
- Posizione in una
zona industriale

OPPORTUNITIES

- Crescente
interesse per i
prodotti locali

THREATS

- Concorrenza elevata
- Incertezza nel settore

**DOPO LA
PANDEMIA**

LE RIPERCUSSIONI DELLA PANDEMIA

Il settore della ristorazione è stato uno dei più colpiti dalla pandemia: le attività sono rimaste chiuse per mesi e una volta riaperte per la stagione estiva, sono state costrette a chiudere di nuovo, rimanendo aperte solo per brevissimi periodi. Per fronteggiare questa situazione di estrema instabilità e incertezza, molti ristoranti hanno risposto alla crisi introducendo o sviluppando maggiormente il servizio d'asporto per poter offrire i propri piatti direttamente a casa.





Anche i due fratelli hanno provato a offrire il servizio takeaway, sperimentando a lungo la possibilità di mantenere inalterate le caratteristiche del prodotto durante il trasporto; Ben presto però i due fratelli capirono che l'asporto non era una soluzione adatta per il proprio locale, famoso soprattutto per l'impiattamento e la presentazione dei propri

Inoltre, per poterlo realizzare, l'azienda necessitava di essere supportata da aziende specializzate nel settore del trasporto a domicilio ma per gli elevati costi che avrebbe dovuto sostenere, i due fratelli decisero di accantonare il progetto.

Così, la loro prima idea di rinnovamento del ristorante era di vendere i sughi preparati da loro di buona qualità e a prezzi accessibili. I due fratelli hanno anche iniziato una collaborazione con l'azienda GEL srl che prevedeva che il negozio vendesse i sughi dei fratelli Micheloni. Successivamente l'azienda ha conseguito varie licenze per poter convertire il ristorante in un negozio, avendo così la possibilità di vendere i propri prodotti direttamente nel locale.



Il negozio cominciava ad avere successo e così i fratelli hanno deciso di effettuare nuovi investimenti, ricorrendo al capitale di debito, acquistando due macchinari per la produzione di pasta fresca. Così la gamma dei prodotti venduti ha cominciato ad ampliarsi, comprendendo la pasta fresca (sia prodotta dai macchinari che a mano), il settore dolciario e inoltre è stata creata un'area dedicata alla vendita di vini, sfruttando le conoscenze di David Micheloni, sommelier e barman.





La prospettiva dei fratelli è quella di vendere i propri prodotti nei supermercati e di aprire un sito e-commerce per poter vendere gli alimenti anche online.



ANALISI SWOT

STRENGTHS

- Varietà dei prodotti
- Prodotti artigianali
- Conoscenza nel settore
- Conoscenza della clientela
- Offerta della consulenza insieme ai prodotti

WEAKNESSES

- Poca notorietà
- Limitata capacità produttiva e distributiva

OPPORTUNITIES

- Settore in forte sviluppo
- Possibilità di avviare rapporti commerciali con altre imprese locali

THREATS

- Concorrenza dai supermercati