



Casi di innovazione nel commercio

COME UN FRUTTIVENDOLO PUÒ INNOVARE. LA STORIA DI ARTISTI DEL VEGETARIANO

a cura di Fabrizio Valente - Novembre 2022

Artisti del Vegetariano. Cos'è? Un fruttivendolo capace di evolvere con successo, puntando su preparazioni pronte per il consumo, ricette originali e un'intensa attività mediatica fra TV, libri e social.

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/strategia/come-un-fruttivendolo-puo-innovare-la-storia-di-artisti-del-vegetariano/>

Cristina Biollo inizia la propria attività col marito nel 1990 con un banco di frutta e verdura nel centro storico di Padova, puntando su prodotti selezionati da piccole aziende agricole della zona.

Di fronte alla crisi del mercato nel 2008 decidono di innovare l'attività con un negozio-laboratorio crudista all'interno del mercato coperto di Padova, il più antico d'Europa. L'attività cresce e nel 2018 c'è il lancio dell'ultimo *concept* con l'insegna Artisti del Vegetariano.



Facilitare il consumo

Fin dal negozio del 2008 l'impresa ha puntato molto sul **facilitare il consumo dei clienti offrendo una proposta di verdure fresche già tagliate**, pronte per essere cucinate, per minestre e contorni vegetariani, rispondendo alla crescente tendenza di prodotti-servizi di qualità.

Unire vendita e ristorazione

Nel 2018, puntando al target crescente di clientela attenta ad un'alimentazione sana e con poco tempo a disposizione per cucinare, Cristina e Massimo aprono, sempre a Padova, un **ristoretail**, dove i clienti possono scegliere tra: **un piatto già cotto e pronto da mangiare sul posto, lo stesso piatto crudo da cucinare a casa o da portare via come take away** per una pausa pranzo veloce, leggera e salutare.

Le ricette sono particolari e curate: polpette di ceci, quinoa e curcuma, hamburger di erbe, fusilli con farina di ceci, hummus di ogni tipo, ecc. Realizzate con ortaggi e frutta di stagione, provenienti direttamente dal banco di frutta e verdura del centro città, adatte per diete vegetariane e spesso anche vegane.

Dare visibilità alle proprie competenze

Cristina ha iniziato a **fare cultura sul mondo dell'ortofrutta** ancora quando i vegetariani rappresentavano una piccola nicchia, iniziando a collaborare con le scuole già 20 anni fa, spiegando ai bambini come nascono i vegetali, come si mangiano e quanto fanno bene alla nostra salute. I suoi interventi sono coinvolgenti e ludici, con travestimenti e attività in cui i bambini diventano protagonisti aiutando nella realizzazione di un minestrone cucinato su una piastra a induzione.

Cristina ha anche lanciato per gli adulti l'"Accademia della cucina", con **lezioni e corsi di ricette vegetariane che organizza all'interno del punto vendita** e collabora con l'Università di Padova per insegnare agli studenti a mangiare sano. Nel corso degli anni ha pubblicato diversi libri di **ricette, che propone anche sui social** dove è molto attiva e ha inoltre partecipato a famosi programmi tv (come ad esempio la 'La prova del cuoco') che hanno rafforzato la sua visibilità e quella delle sue attività.

Commento finale

Artisti del vegetariano, nato dalla passione e determinazione della sua fondatrice, è quindi un *concept* che riesce a coniugare in modo coerente i valori di un'alimentazione sana offrendo ai propri clienti un'offerta sempre diversa di piatti a base di frutta e verdura rielaborata che soddisfa sia i palati più classici sia quelli dei giovani che amano sperimentare di più.

Cristina Biollo e il socio Mirko Sanna, imprenditore che sposa con lei tutta la sua idea, intendono aprire altri punti vendita in tutta Italia, oltre ai 4 già aperti (due a Milano e due a Padova), per allargarsi verso ulteriori realtà sia metropolitane che piccoli centri. Sfida: continuare nella ricerca di combinazioni di ingredienti sempre diverse e innovative.



Stimoli per gli imprenditori

1. Quando i risultati non sono soddisfacenti è importante pensare all'innovazione con coraggio
2. Innovare con successo significa studiare le tendenze del mercato e trovare un posizionamento adeguato
3. Trovare soluzioni innovative che vadano oltre il prodotto
4. Utilizzare i social media per creare una community.

Fonti per le immagini: Roman Samborskyi da shutterstock.com

[SCOPRI DI PIÙ](#)



Questo articolo fa riferimento alla Bussola [Il Negozio nell'era di internet - 2a edizione](#) scritta da Confcommercio, Aprile 2018.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, informato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.