



ALMATOSCA

The Soul of Tuscan Food

Dove l'eccellenza ha radici

COMPANY PROFILE

Chi siamo



AlmaTosca è un marchio dedicato alla selezione e distribuzione in Svizzera di prodotti alimentari italiani di alta qualità, con un posizionamento orientato al canale professionale.

Il progetto nasce con l'obiettivo di costruire una proposta coerente e riconoscibile, capace di unire identità territoriale, affidabilità operativa e visione commerciale.

La Toscana rappresenta il punto di partenza naturale di questo percorso: una terra riconosciuta per cultura gastronomica, tradizione produttiva e valore identitario.

Da questa radice, AlmaTosca si apre progressivamente anche ad altre eccellenze regionali italiane.

AlmaTosca nasce come linea di selezione costruita secondo criteri definiti, pensata per operatori che utilizzano il prodotto come elemento di posizionamento e distinzione.

Portiamo storie, territori e identità.

La struttura operativa

Il marchio AlmaTosca si inserisce all'interno di una struttura articolata su due società svizzere.

SwissCodex GmbH - Area operativa e tecnica
Gestisce le attività legate ad acquisto, importazione, sdoganamento, stoccaggio, distribuzione sul territorio svizzero e conformità normativa.

New Target SA - Area sviluppo e relazioni
Segue la selezione dei fornitori, lo sviluppo del marchio, la costruzione della proposta commerciale e la relazione con clienti e partner.

Questa impostazione consente di mantenere un approccio ordinato, in cui la parte operativa e quella strategica lavorano in modo coordinato, con responsabilità chiare.

Una proposta solida nasce da una struttura solida.

A stylized, dark brown illustration of a landscape at the bottom of the page. It features rolling hills, a few trees on the left, and a small house or building in the distance. The style is minimalist and uses solid colors.

Ciò in cui crediamo

*AlmaTosca nasce da una consapevolezza precisa:
la qualità degli alimenti è uno dei pilastri della qualità della vita.*

*Ciò che portiamo in tavola ogni giorno non è soltanto nutrimento.
È una scelta che incide sul benessere, sulla percezione del gusto, sulla
cultura e sul modo in cui viviamo il cibo.*

*Per questo riteniamo che la selezione di un prodotto non possa essere
superficiale. Dietro ogni scelta esiste un processo: fatto di coltivazione,
trasformazione, tempo, competenze e responsabilità.*

*Comprendere questi processi significa dare valore reale a ciò che si
utilizza e si propone.*

Il cibo come Cultura

*Per noi il prodotto alimentare non è una semplice materia prima. È
cultura. È passione. È tradizione. È innovazione. È creatività.*

*È un linguaggio che racconta territori, persone e storie.
Un ingrediente ben scelto diventa uno strumento attraverso cui si
trasmettono valori, attenzione e identità. Aiuta a comprendere cosa
significa qualità, cosa significa rispetto della materia prima, cosa
significa costruire un'offerta consapevole.*



Qualità come Fondamento

Se vogliamo costruire una proposta di valore, dobbiamo partire da una base solida: scegliere prodotti di qualità.

Non come elemento accessorio, ma come condizione necessaria.

La qualità è ciò che determina il risultato finale, la percezione del cliente e la credibilità di chi propone.

Una proposta di qualità parte da prodotti di qualità.

Responsabilità nella Scelta

Selezionare prodotti significa anche prendere posizione.

Attraverso ciò che scegliamo, sosteniamo una filiera produttiva fatta di attenzione, rispetto e responsabilità. Crediamo in una

produttività che unisca etica del lavoro, sostenibilità nel tempo, sicurezza della tradizione, capacità di evolvere

Con uno sguardo orientato al futuro, ma radicato in ciò che ha valore.

Il vero Valore

Dietro ogni prodotto c'è molto più di ciò che si vede: c'è il lavoro di chi coltiva, l'esperienza di chi trasforma, la cura di chi seleziona.

C'è, soprattutto, l'attenzione e la passione di chi crede in ciò che fa.

Scegliere un prodotto non è un gesto neutro.

È una dichiarazione di valore.



La nostra selezione iniziale

La proposta AlmaTosca prende forma a partire da un primo nucleo di referenze selezionate, pensate per un utilizzo professionale e per una presentazione distintiva.

- **Olio extravergine di oliva (IGP e Bio)** - Una categoria centrale, capace di esprimere territorio, qualità sensoriale e valore immediatamente percepibile.
- **Pasta artigianale** - Formati e produzioni scelti per struttura, resa e coerenza con una cucina professionale di qualità.
- **Riso e cereali selezionati** - Prodotti adatti a ristorazione e preparazioni di qualità.
- **Farine tecniche e prodotti per impasti** - Soluzioni pensate per pizzerie, panificazione e utilizzi professionali specifici.
- **Sughi, conserve e prodotti da dispensa** - Referenze che uniscono praticità, tradizione e valore gastronomico.



Modello e Sviluppo

*AlmaTosca adotta un approccio diretto, progressivo e relazionale.
La crescita si basa sull'ingresso graduale presso clienti coerenti con il
posizionamento del marchio.*

*Il modello prevede: relazione diretta con il cliente, introduzione mirata
delle referenze, campionatura come leva iniziale, sviluppo progressivo
del volume, costruzione di rapporti stabili e continuativi.*

Roadmap

*Fase 1 — prodotti toscani. Costruzione della selezione iniziale con
prodotti identitari e affidabili.*

*Fase 2 — Eccellenze italiane. Apertura progressiva ad altre regioni e
produzioni d'eccellenza.*

*Fase 3 — Proposte su misura. Assortimenti personalizzati in base al
canale, al posizionamento e alle esigenze del cliente.*

*Fase 4 — Catalogo completo. Sviluppo di una gamma strutturata,
aggiornata e sempre più rappresentativa.*



Perché sceglierci

Scegliere AlmaTosca significa affidarsi a una proposta costruita con criterio, visione e attenzione al valore reale del prodotto.

In un mercato dove molte offerte tendono ad assomigliarsi, AlmaTosca vuole distinguersi per coerenza, identità e capacità di selezione.

I nostri pilastri:

- Selezione curata e non generica*
- Identità territoriale riconoscibile*
- Prodotti adatti al canale professionale*
- Filiera trasparente e controllata*
- Relazione diretta con clienti e fornitori*
- Proposte costruite su misura*
- Visione di sviluppo progressiva e sostenibile*

Per noi la qualità non è un dettaglio accessorio. È il punto da cui partire.



Dove l'eccellenza ha radici

Contatti

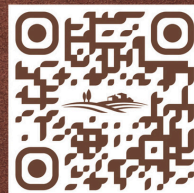
Luca Medici Veritti

Founder / Direzione Marketing

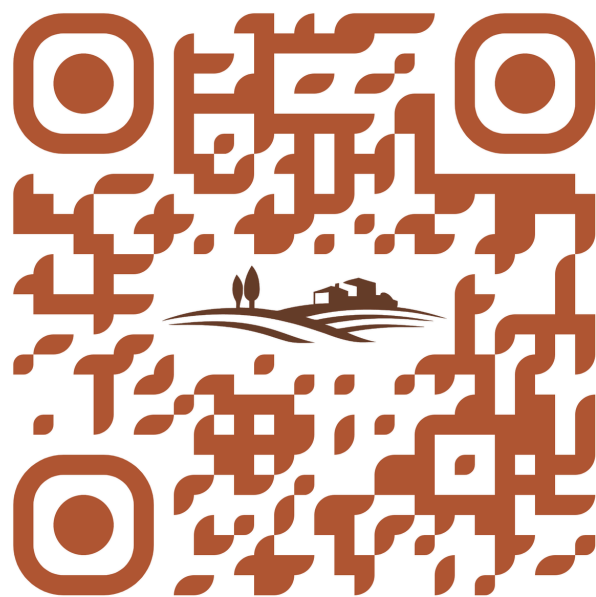
+41 77 940 78 64

luca.medici@almatosca.ch

www.almatosca.ch



Scopri AlmaTosca



info@almatosca.ch