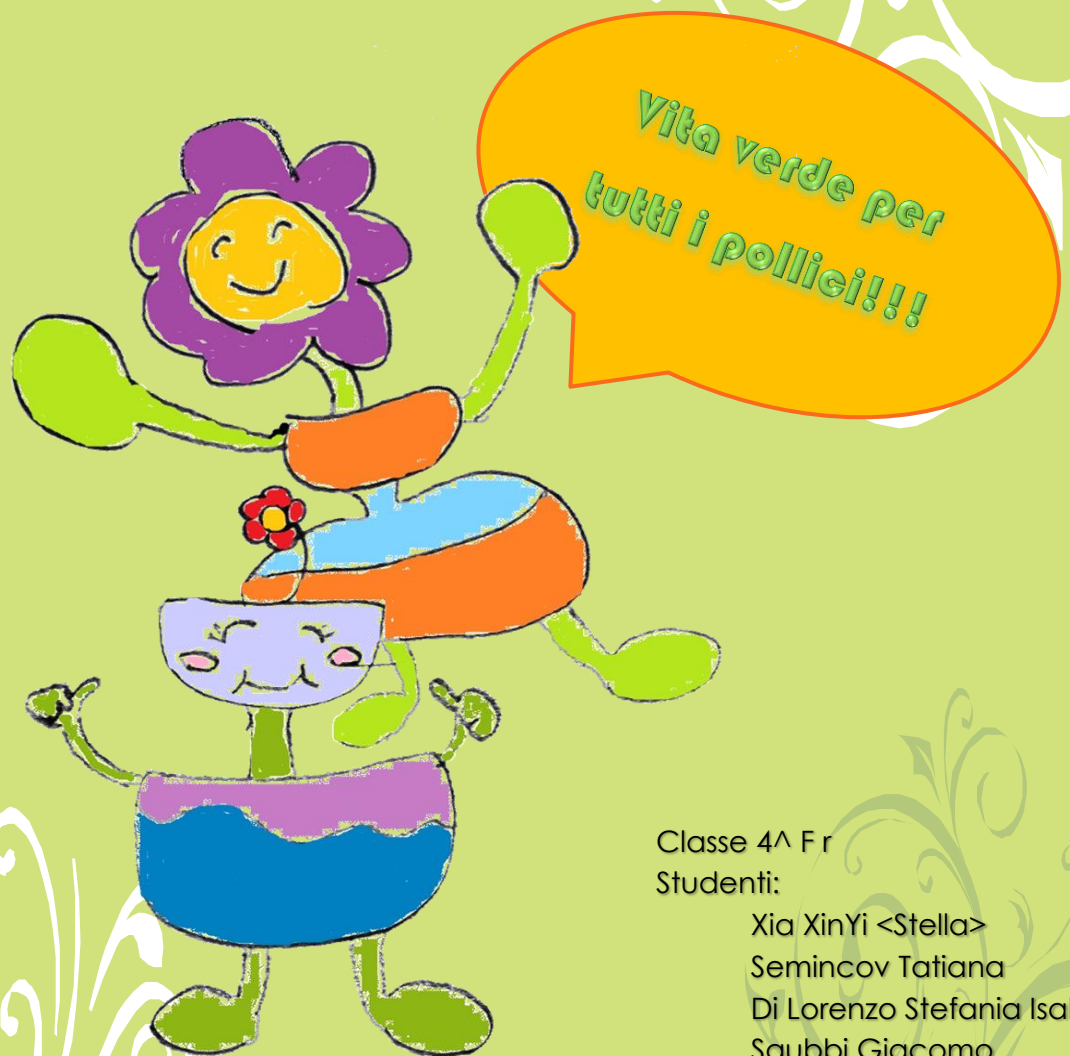


## Progetto Experiment

2013/2014

IIS B. Scappi

Castel San Pietro Terme (BO)



Classe 4<sup>A</sup> Fr

Studenti:

Xia XinYi <Stella>

Semincov Tatiana

Di Lorenzo Stefania Isabel

Sgubbi Giacomo

Docente referente:

Micaela Montagano

# Sommario...

---

.Mission.....	Pag.03
.Descrizione del progetto.....	Pag.04
.Offerta e Servizi.....	Pag.05
.Strategie di marketing.....	Pag.06
.SWOT.....	Pag.07
.Indagine di mercato.....	Pag.08
.Organizzazione del processo produttivo.....	Pag. 11
. Concorrenza .....	Pag.12
.Formula giuridica.....	Pag.13
.Aspetti economici finanziari.....	Pag.15
.Conclusioni finali.....	Pag.18

## Mission



La nostra idea nasce dall'amore per le piante, e dalla difficoltà che spesso le persone hanno di tenerle in vita. La frenesia della società spesso porta le persone a dimenticarsi di chi non "alza la voce" per richiedere attenzioni, e quindi ci si dimentica di annaffiare e dare la meritata attenzione alle amiche piante.

Un altro obiettivo di questo progetto è quello di unire alla cura delle piante anche una funzione decorativa dell'ambiente circostante.

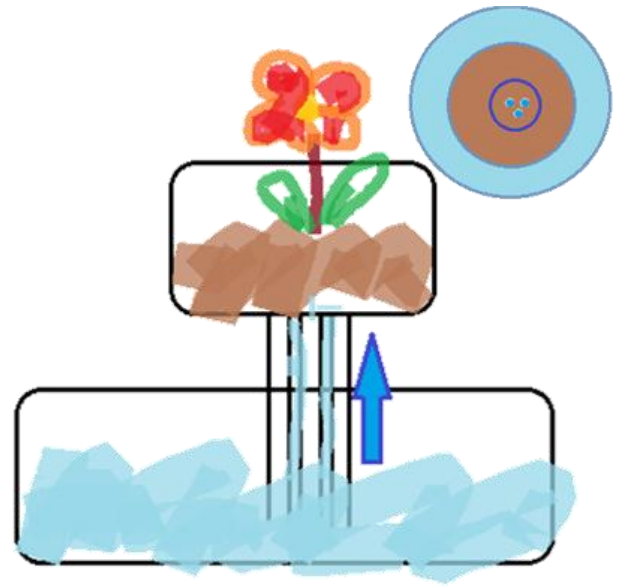
La mission della nostra cooperativa nasce proprio dalla speranza di poter aiutare coloro che hanno il pollice verde ma che, per i motivi più disparati, fino ad ora hanno rinunciato a coltivare i propri interessi perché non potevano dedicare loro abbastanza tempo. Il nostro prodotto dovrebbe semplificare loro la vita.

L'idea di creare un vaso autosufficiente è nata dal fatto che oggi giorno le persone hanno sempre meno voglia e tempo di prendersi cura di qualcosa, come ad esempio delle piante, le quali, oltre a dar allegria alla casa, fanno bene alla mente.

Il nostro World in House è la soluzione perfetta per tutti coloro che vogliono ma non possono e che possono ma non vogliono!

## Descrizione del progetto

“World in House” è un vaso che può essere di vetro, porcellana, ceramica o in bioplastica, costituito da materie prime rinnovabili, che unisce alla funzione primaria, quella di contenitore, una funzione decorativa, diventando un acquario qualora il consumatore ne sentisse l'esigenza.



Lo scopo primario del prodotto è quello di annaffiare automaticamente le piante senza l'utilizzo di energia, ma utilizzando l'azione capillare dei liquidi che porta l'acqua dal vaso sottostante, destinata alle piante acquatiche, al vaso di sopra per le piante di terra. Il prodotto è riutilizzabile, duraturo, salvo incidenti di percorso, e non inquinante per l'ambiente.

“World in House” è composto da due contenitori collegati tra loro con un cilindro di vetro colorato, per mantenere la funzione decorativa, contenente una spugna che assorbe l'acqua dal vaso di sotto e la trasmette al vaso di sopra bagnando la terra e in questo modo la pianta non muore dissetata.

**N.B. A seconda della dimensione del vaso la spugna dovrà avere una dimensione ed una consistenza di materia idonea a poter assorbire e successivamente rilasciare la quantità di liquido necessaria alla pianta che ospita.**

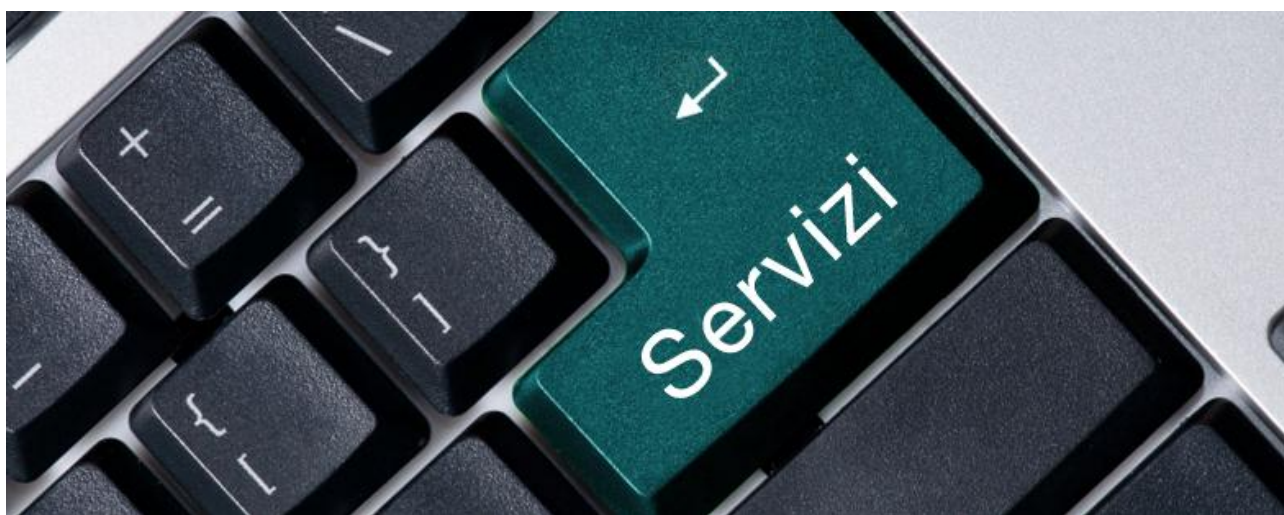
Questo elemento è ideale per tutti gli ambienti, dagli uffici alle aziende, fino case, dove trova la sua maggior utilità.

## Offerta e Servizi

Questo prodotto mira principalmente ad avere più “natura” negli ambienti interni.

I servizi che intendiamo offrire alla nostra clientela sono:

- ★ Vasi di varie dimensioni (per poter soddisfare il più possibile le necessità ed esigenze dei nostri clienti) + kit del giardiniere (spruzzino, paletta, rastrellino, forbici da giardino, guanti).
- ★ Libretto istruzioni + Nature Life (libretto per l'educazione alla cura delle piante).
- ★ Carta fedeltà per i clienti abituali.





## Strategie di Marketing



Per rendere maggiormente visibile il nostro prodotto ed il nostro marchio, faremo uso di diversi mezzi di comunicazione tra cui:

- ✎
**Sito web, Vendita online:** nell'ultimo periodo internet ha preso sempre più piede diventando elemento fondamentale nella vita quotidiana delle persone e delle aziende. Risulterà fondamentale promuovere il prodotto online per avere maggiore visibilità.
- ✎
**Pubblicità:** basilare l'utilizzo di mass media come radio, tv, stampa. Questi mezzi permettono un impatto diretto sul consumatore e danno la possibilità di consolidare l'immagine ad una cerchia più ampia di persone (per esempio coloro che non sanno usare o non usano internet).
- ✎
**Vendita televisiva:** televendite che vanno ad incrementare la conoscenza e la vendita del prodotto, attraverso l'impiego di testimonial più o meno famosi, che risultano accattivanti per il potenziale acquirente.
- ✎
**Figure ambientali:** specifiche di settore che renderanno possibile l'acquisizione di intermediari che, a loro volta, venderanno il prodotto all'interno dei propri punti vendita.

## SWOT del "World in House"

<p><b>PUNTI DI FORZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★ Prodotto a zero consumo energetico.</li> <li>★ Prodotto eco-sostenibile.</li> <li>★ Facile utilizzo.</li> <li>★ Favorisce l'amore per il BIO e il non inquinamento.</li> <li>★ Costo non eccessivo.</li> </ul>	<p><b>PUNTI DI DEBOLEZZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★ Fragilità, data dal materiale di produzione</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITÀ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★ Miglioramento del prodotto.</li> <li>★ Le persone oggi giorno risultano essere più sensibili verso la natura e il non inquinamento.</li> <li>★ Più verde in casa</li> </ul>	<p><b>RISCHI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★ Concorrenza da prodotti simili.</li> <li>★ Prodotto non capito.</li> <li>★ Riproduzione del prodotto da altre aziende già esistenti.</li> </ul>



**S**



**W**



**O**



**T**

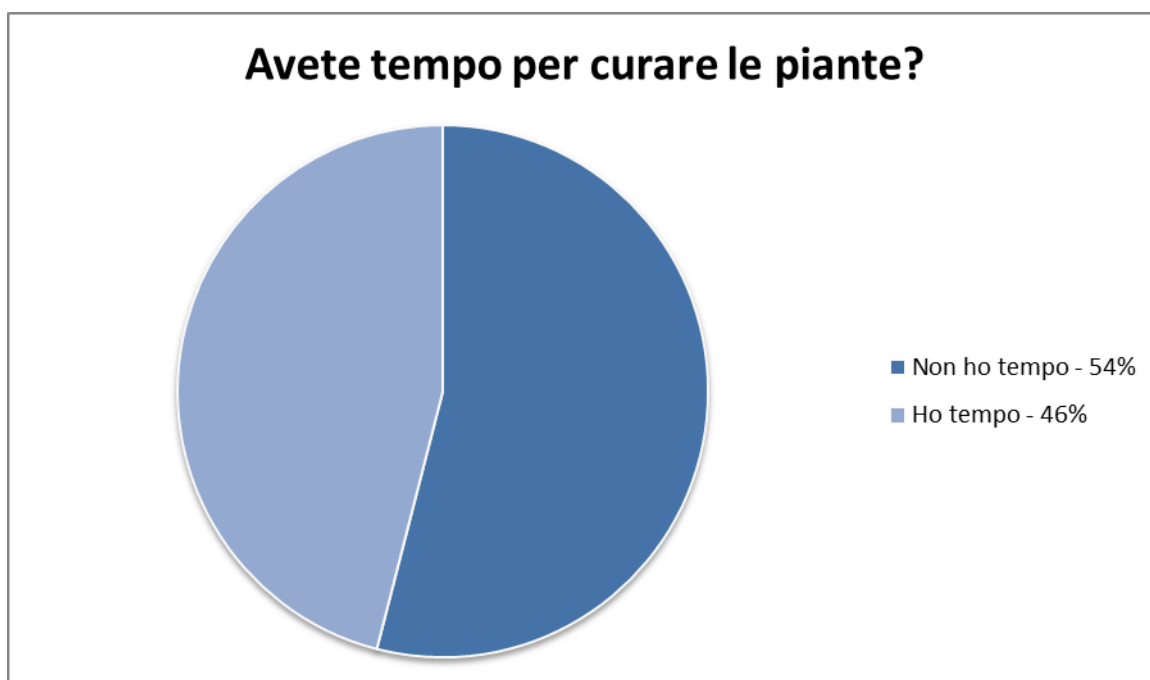
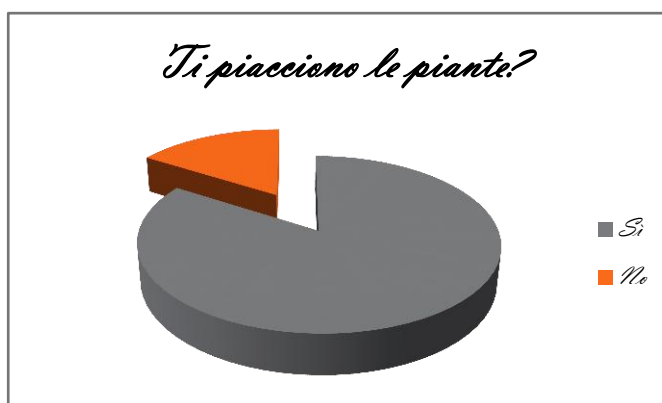


## Indagine di mercato

Abbiamo eseguito un'analisi di mercato su un campione di intervistati che potrebbero rivelarsi nostri potenziali clienti. Le domande che abbiamo posto risultano essere specifiche per poter approfondire la reale esigenza che, il campione preso in questione, ha nei confronti del bisogno che abbiamo fatto nascere in loro.

Campione medio intervistato dai  
16 ai 75 anni

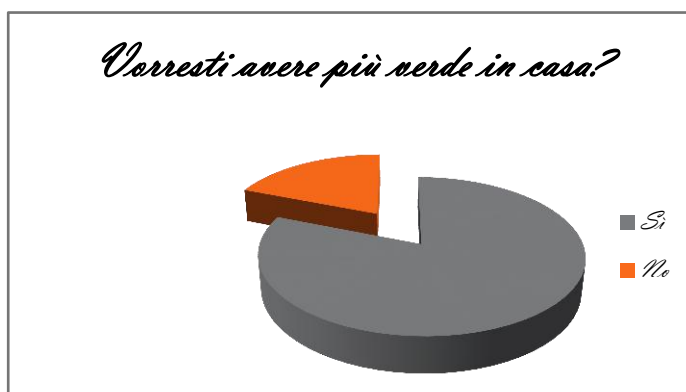
Si = 84%  
No = 16%



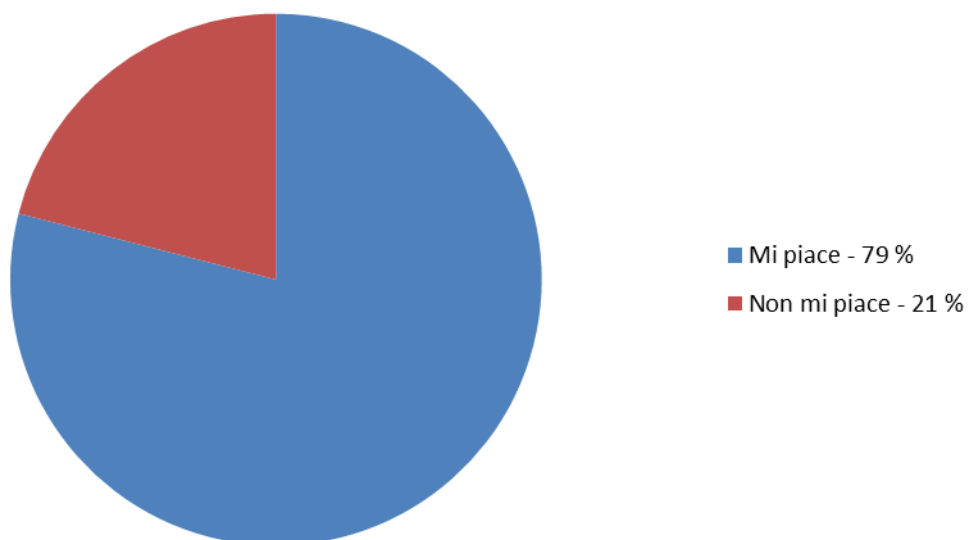


Vorresti avere più verde in casa?

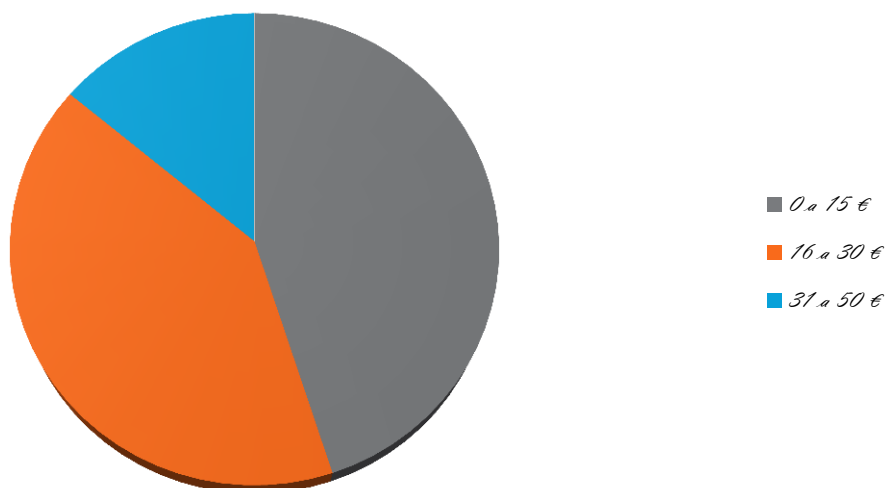
Sì = 81%  
No = 19%



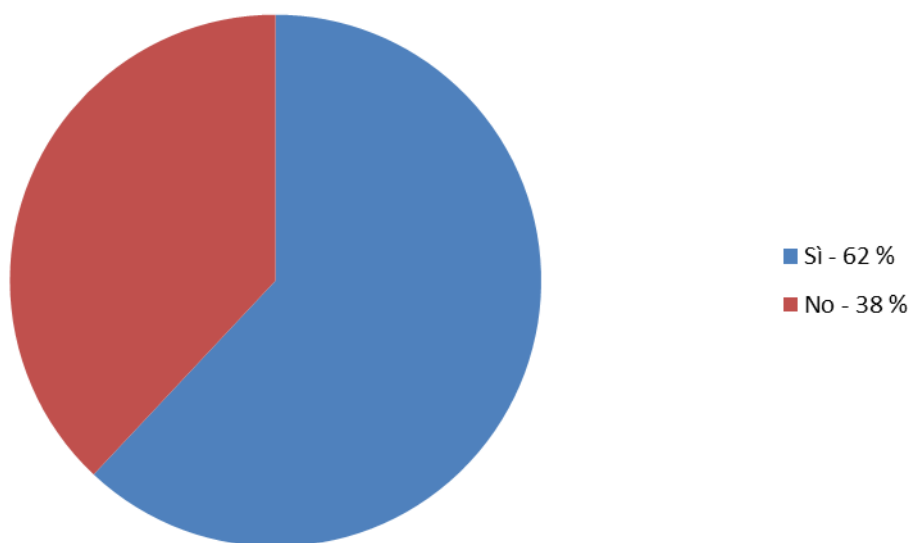
**Ti piace il nostro Vaso?**

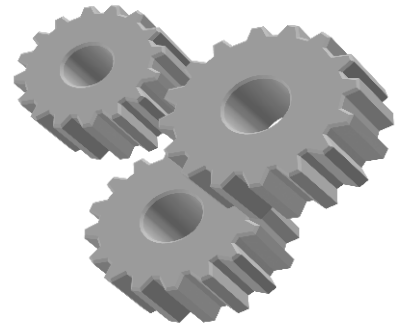


### Quanto saresti disposto a pagare per questo vaso?



### Lo comprereste?





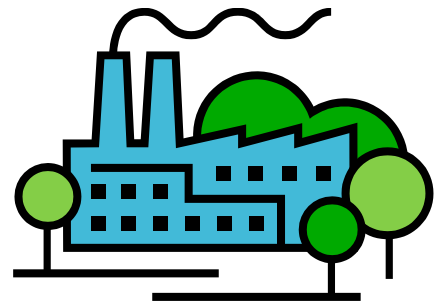
## Organizzazione del processo produttivo

Il processo produttivo del nostro World in House consiste:

**Fase primaria:** incarico ad aziende già esistenti, di produrre i vari pezzi utili alla costruzione del prodotto. Progettazione del cilindro di vetro dove all'interno verrà inserita la spugna che trasporterà l'acqua dal vaso sottostante al vaso superiore.

**Fase secondaria:** una volta in possesso di tutti i pezzi, incarico ad una ditta di imballaggio di confezionare il prodotto. All'interno della confezione verrà inserito il libretto di istruzioni per il montaggio del "World in House".

Il libretto verrà stampato dalla tipografia.



**Fase conclusiva:** si unisce il kit di giardinaggio alla nostra confezione e successivamente verranno distribuiti ai negozi richiedenti.



## Concorrenza

I concorrenti che potremmo incontrare sul mercato risultano essere i moderni vasi e gli acquari tecnologici che fanno crescere le piante in modo indipendente, senza l'aiuto di nessuno, ma a differenza del nostro prodotto questi hanno bisogno dell'utilizzo di energia elettrica.

	Tipologia	Vantaggi del "World in House"
	Vasi classici	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Alimenta la pianta indipendentemente.</li> <li>☞ Più bello da vedere esternamente.</li> </ul>
	Vaso con pompa	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Costo minore.</li> <li>☞ non utilizza energia elettrica.</li> </ul>
	Contenitori salva freschezza	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Costo minore.</li> <li>☞ Non utilizza energia.</li> <li>☞ Cresce non solo erbe aromatiche.</li> </ul>
	Vaso serra	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Costo minore.</li> <li>☞ Non utilizzo di energia.</li> </ul>



## La forma giuridica

La forma giuridica intrapresa è quella di una cooperativa a responsabilità limitata, ovvero un'associazione di persone in cui gli individui e i loro bisogni rappresentano la cosa più importante, anziché il raggiungimento del guadagno, e dove i soci risultano responsabili solo per il capitale investito.

La cooperativa è perciò un'associazione di persone con le quali si condivide un bisogno, un'esigenza, un obiettivo.

Altri vantaggi della cooperativa, che ci hanno portate a sceglierla come forma giuridica ottimale per la nostra attività, risultano essere :

- ★ l'autonomia come concetto fondamentale;
- ★ la democrazia fra tutti i soci nel prendere decisioni.

In particolare, abbiamo scelto la cooperativa di **produzione e lavoro**, che si contraddistingue dalle altre per il fatto che i soci sono anche lavoratori e, proprio per questo motivo permette di valorizzare al massimo il ruolo dei giovani nella società.

L'assemblea dei soci avrà poteri decisionali sia in campo giuridico che in campo amministrativo. Le decisioni dell'assemblea verranno prese secondo il principio : **“un socio-un voto”**.

L'ambito finanziario sarà competenza del tesoriere dell'azienda.

	<p><b>Cognome:</b> Xia  <b>Nome:</b> XinYi &lt;Stella&gt;  <b>Ruolo:</b> Presidente  <b>Descrizione:</b> Il presidente dell'azienda avrà scopo solo rappresentativo, ma non decisionale. Le decisioni verranno prese dall'assemblea dei soci, tramite votazione.</p>
	<p><b>Cognome:</b> Semineov  <b>Nome:</b> Tatiana  <b>Ruolo:</b> Trade Manager  <b>Descrizione:</b> Gestirà tutta la parte commerciale dell'azienda.</p>
	<p><b>Cognome:</b> Sgubbi  <b>Nome:</b> Giacomo  <b>Ruolo:</b> Production Manager  <b>Descrizione:</b> Il Production Manager si occuperà della parte produttiva dell'azienda. Anche gli altri tre soci parteciperanno alla produzione.</p>
	<p><b>Cognome:</b> Di Lorenzo  <b>Nome:</b> Stefania Isabel  <b>Ruolo:</b> R &amp; D Manager  <b>Descrizione:</b> La R &amp; D Manager gestirà tutta la parte di ricerca e sviluppo dell'azienda, partecipando a corsi specifici per consolidare il "Know How" dell'impresa per renderci indipendenti dai fornitori e più competitivi sul mercato.</p>





## Aspetti economici finanziari

Prodotto/servizio	1° Anno			2° Anno			3° Anno		
	Q.tà	Prezzo	Fatt.to	Q.tà	Prezzo	Fatt.to	Q.tà	Prezzo	Fatt.to
Vendita kit vaso nei negozi	3000	20	60000	3200	20	64000	3500	20	70000
Vendita kit vaso online	1000	18	18000	1200	18	21600	1600	18	28800
Vendita televisiva kit vaso	1000	20	20000	1000	20	20000	1300	20	26000
			0			0			0
<b>Totale</b>	<b>5000</b>		<b>98000</b>	<b>5400</b>		<b>105600</b>	<b>6400</b>		<b>124800</b>

Analizzando la tabella dei fatturati dei primi 3 anni, notiamo che nel primo anno produrremmo all'incirca 5.000 Kit. Per il secondo anno vediamo un aumento di 400 kit e per il terzo anno, rispetto al primo l'aumento di produzione di 1.400 kit. Abbiamo dato un prezzo di 20 euro per i Kit che verranno venduti tramite negozi e vendita televisiva, e un prezzo minore, di 18 euro per la vendita online.

DESCRIZIONE	VALORE D'ACQUISTO (senza I.V.A.)	DURATA	AMMORTAMENTO
Impianti:	0	1	0
Allacciamenti utenze	5000	5	1000
Impianto elettrico	300	10	30
Ristrutturazione	1000	4	250
Macchinari	15000	8	1875
Computer/stampante	5000	4	1250
Fax/fotocopiatore	1000	4	250
Mobili per ufficio/negozio	7000	10	700
Attrezzature	2500	8	312,50
Spese per la costituzione della società	50000	2	25000
Realizzazione sito WEB	2000	4	500
ALTRI:	2000	1	2000
<b>TOTALE</b>	<b>90800,00</b>		<b>33167,50</b>

	1° anno	2° anno	3° anno
<b>Ricavi da vendite e prestazioni di servizi</b>	9800	<b>105600</b>	<b>124800</b>
<b>Costi di Produzione:</b>			
Acquisti di materie prime e materiali e merci	18700	21000	23140
Altri costi di produzione			
<b>TOTALE ALTRI COSTI DI PRODUZIONE</b>	18700	21000	<b>23140</b>
<b>RISULTATO DELL' ATTIVITA' DI PRODUZIONE</b>	<i>168300</i>	<i>189000</i>	<i>208260</i>
<b>Costi Commerciali:</b>			
Costi commerciali relativi all'attività di vendita (ad esempio provvigioni)			
Costi di pubblicità e promozione	6000	6000	8000
Altri costi commerciali	3000	3000	3000
<b>TOTALE COSTI COMMERCIALI</b>	9000	9000	<b>11000</b>
<b>Costi Amministrativi:</b>			
Costo dell'attività amministrativa del personale dipendente	5000	5000	5000
Costo dei fornitori esterni di servizi amministrativi (es. commercialista)	2000	2500	2800
Altri costi amministrativi			
<b>TOTALE COSTI AMMINISTRATIVI</b>	15000	<b>16000</b>	<b>16500</b>
<b>Spese generali:</b>			
Affitti	12000	12000	12000
Utenze	2000	2000	2000
Salari, stipendi, compensi	10000	11000	15000
Ammortamenti	33167,5	33167,5	33167,5
Costi di formazione			
<b>TOTALE SPESE GENERALI</b>	57167,5	<b>58167,5</b>	<b>62167,5</b>
<b>RISULTATO OPERATIVO</b>	<i>6132,5</i>	<i>9932,5</i>	<i>20692,5</i>
Interessi passivi ed altri oneri finanziari	500	500	500
<b>UTILE O PERDITA DELL'ESERCIZIO prima delle imposte</b>	5632,50	<b>9432,50</b>	<b>20192,50</b>

Si nota nei primi tre anni una attività sempre maggiore. Il nostro totale spese generale, del primo anno, ammonta a 81.405 euro, con un incremento di 1.000 euro per gli anni successivi. Ci ritroviamo con un risultato operativo di 77.895 euro per il primo anno, 97.595 euro per il secondo anno e 112.855 per il terzo anno.

DESCRIZIONE	VALORE IN EURO	DESCRIZIONE	VALORE IN EURO
<b>1) Mezzi propri</b>		<b>INVESTIMENTI</b>	
a) finanziamento soci			
b) capitale sociale (apportato dal titolare/soci)	2000		90800
<b>Totale 1 Mezzi propri</b>	<b>2000</b>		
<b>2) Mezzi di terzi</b>			
d) Finanziamenti Pubblici			
e) Prestiti Bancari	88800		
<b>Totale 2 Mezzi di terzi</b>	<b>88800</b>		
<b>TOTALE GENERALE 1+2</b>	<b>90800</b>	<b>TOTALE GENERALE</b>	<b>90800</b>

Nell'ultima tabella abbiamo inserito il nostro capitale sociale che ammonta a 2.000 euro e dato che con così poco non riusciamo a coprire le spese che ammontano a 90.800, abbiamo dovuto fare un prestito bancario di 88.800 euro.



## Conclusione finale

Ringraziamo calorosamente la nostra professoressa Micaela Montavano e il professore Luigi Sibona, per averci aiutato alla stesura del nostro business plan e al supporto datoci. Ringraziamo inoltre con tutto il cuore la Dott.ssa Patrizia Androni per l'assistenza datoci e per essere stata sempre disponibile nei nostri confronti.

Siamo sicuri che la nostra idea, pian piano possa cominciare ad essere apprezzata da più persone, e che possa fare un passo da gigante nel mondo del commercio, diventando un "colosso".

Il nostro vaso, secondo noi, aiuterà una marza di persone ad amare sempre di più la natura grazie alla mano che gli diamo, togliendo dalla mente lo stesso pensiero "Se vado in vacanza come faccio ad annaffiare le mie piante?".

