

VITAMINA C

• COOPERAZIONE • CONDIVISIONE • CULTURA D'IMPRESA

ISTITUTO	Liceo A. Da Imola
CLASSE	4ALES
LINK ALLA CARTELLA DRIVE	https://drive.google.com/drive/folders/1xa7CECVsltjSPo7pj-LxkX-J3fO6GfFu?usp=sharing

COMPONENTI DEL GRUPPO

Nome e Cognome	Data e luogo di nascita	Email e cell
Elisa Colocci	13/10/2006 Imola	colocci.e@imolalicei.istruzioneer.it 3314786787
Ilaria Dascalu	27/12/2006 Imola	dascalu.ilaria@imolalicei.istruzioneer.it 3426907976
Sofia Mazzolani	23/07/2006 Imola	mazzolani.sofia@imolalicei.istruzioneer.it 3703410774

COOPERATIVA: MGNT WEAR

L'IDEA - IL PROGETTO DI IMPRESA (compila questa parte per ultima)

Descrivete sinteticamente la vostra idea d'impresa cooperativa

Abbiamo pensato di realizzare una cooperativa incentrata sulla vendita di capi d'abbigliamento eco-friendly, gender-free e body inclusive. Inserendo all'interno dei nostri prodotti i magneti, per favorire una chiusura adattabile alle varie taglie e versatile per i vari fit, mantenendo il prodotto in linea con i gusti della gen-z.

cosa intendete fare? quali prodotti o servizi offrite?

Per produrre i nostri prodotti abbiamo scelto di collaborare con la cooperativa "Gomito a gomito", la quale produce in ambito sartoriale tramite il lavoro dei carcerati bolognesi.

in quale luogo/spazio?

Come magazzino abbiamo scelto una proprietà privata già in possesso, mentre per la vendita, un sito web, ma manteniamo come ipotetica idea la creazione di un pop-up shop all'interno di negozi imolesi in linea con i nostri ideali di sostenibilità.

a quale bisogno/motivazione risponde la vostra idea?

Risponde all'esigenza di un prodotto sostenibile dal fronte ecologico, di gender equality, e di body inclusivity, interamente prodotto in Italia con materiali di qualità. Che nonostante tutto riesca a mantenere in conto i gusti della gen-z.

chi sono i vostri clienti e quali i competitor principali?

Clienti: Gen-z, donne in gravidanza (lacci in vita) indirizzato a tutti i generi, in Italia, abbordabile con reddito medio,

Competitor: Altri brand made in Italy che puntano all'eco-friendly e condividono il nostro target.

quali i maggiori costi, quali i maggiori ricavi?

I maggiori costi derivano dalla produzione mentre i ricavi dalla vendita del prodotto.

CREATE UNA PRESENTAZIONE DI MASSIMO 10 SLIDE CON QUESTI CONCETTI FINALIZZATO ALLA PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

Chi sono i soci della vostra cooperativa (che natura ha lo scambio mutualistico dell'idea di impresa cooperativa da sviluppare)?

x	I soci sono i lavoratori stessi della cooperativa, Cooperativa di produzione lavoro
---	---

A quale settore di attività appartiene la vostra idea d'impresa?

x	Consumo/commercio
---	-------------------

STRUTTURA ORGANIZZATIVA DEL GRUPPO COSTITUENTE LA COOPERATIVA

Descrivere chi siete e chi fa che cosa. Ruoli negli organi societari e l'organigramma societario grafico



I PRINCIPI COOPERATIVI DELL'IDEA

Indicate e motivate quali dei seguenti principi vengono espressi con maggior forza attraverso la vostra idea d'impresa cooperativa. Commentare almeno uno dei principi proposti

	Principio	Motivazione
1	Porta aperta [<i>adesione libera e volontaria</i>]	
2	Una testa, un voto [<i>controllo democratico da parte dei soci</i>]	Perché crediamo che il parere di ognuno di noi debba essere considerato ugualmente agli altri.
3	La natura mutualistica [<i>partecipazione economica da parte dei soci</i>]	Crediamo nel progetto e quindi abbiamo deciso di investire i nostri risparmi per avviare la società e andranno anche a partecipare agli eventuali debiti della società.
4	Autonomia e indipendenza [<i>neutralità politica e religiosa</i>]	Pensiamo che, in quanto cooperativa, è fondamentale non esporci e non attuare discriminazioni dal punto di vista politico e religioso.
5	Educazione e formazione	
6	La solidarietà intercooperativa [<i>la cooperazione fra cooperative</i>]	Siamo convinti che affidare la nostra produzione a un'altra cooperativa sia solidale e ottimale. Sia per i nostri scopi produttivi, ma anche per l'obiettivo di sostenibilità e inclusività che ci siamo posti.
7	La mutualità verso l'esterno [<i>L'interesse verso la comunità</i>]	Collaborando con la cooperativa "Gomito a gomito", favoriamo l'integrazione dei carcerati, ma anche la sostenibilità per l'ambiente.

1. PROPOSTA DI VALORE

IL VALORE OFFERTO

Quale bisogno/problema soddisfatte o risolvete? Qual è il valore aggiunto che portate ai vostri clienti rispetto alle altre imprese?

Proponiamo un prodotto eco-friendly, versatile, in grado di rispondere al bisogno di inclusività di genere e di taglie, basandoci sui gusti e le richieste della gen-z: inoltre il target è esteso anche alle donne incinta, dato che sono pantaloni facilmente modellabili in vita.

Quali sono gli elementi di innovazione della vostra cooperativa?

L'elemento di assoluta innovazione è l'utilizzo dei magneti per creare un capo di abbigliamento che sia versatile, inclusivo e genderless. Questi aspetti vengono uniti all'utilizzo di materiali sostenibili e al rispetto dei diritti dei lavoratori.

Quali sono gli obiettivi di sostenibilità che vi siete prefissat*?

Il principale obiettivo in termini di sostenibilità è quello di utilizzare materiali sostenibili e durevoli, in modo tale da aiutare il riciclo e ridurre gli sprechi che deriverebbero dall'acquisto compulsivo e frequente di altri capi di abbigliamento.

In particolare quali goals dell'agenda 2030 volete realizzare? Come?

5 PARITÀ DI GENERE



Tramite un prodotto di vestiario genderless.

8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



Ci assicuriamo che i nostri prodotti siano creati da lavoratori giustamente retribuiti e che vengano rispettati i loro diritti.

10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE



Il prodotto è volto a minimizzare le disuguaglianze, sia nel prodotto in sé, che è adatto a tutte le taglie; sia nella produzione. Nelle aziende in cui avviene la nostra produzione, i lavoratori sono ritenuti uguali, senza distinzione di provenienza, sesso o età.

11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI



Il prodotto, tramite la sua creazione sostenibile e volta alla riduzione degli sprechi e degli acquisti inutili, vuole aiutare a creare una comunità basata sulla sostenibilità.

12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



La produzione avviene con dei materiali e delle modalità sostenibili, oltre al fatto che il prodotto è stato ideato per durare nel tempo, quindi per ridurre gli sprechi.

13 LOTTA CONTRO IL
CAMBIAMENTO CLIMATICO



La riduzione degli sprechi e i materiali sostenibili che vengono usati sono volti alla lotta contro il cambiamento climatico.

17 PARTNERSHIP PER GLI
OBIETTIVI



Ci impegniamo, come azienda privata, a svolgere la nostra parte per portare a compimento questi obiettivi.

2. CLIENTI

Descrivete il vostro potenziale target; poi compilate la tabella indicando le tipologie di clienti a cui sono rivolti i vostri prodotti/servizi, e i bisogni a cui rispondono

Tipologie di Clienti	Bisogni che il prodotto/servizio soddisfa	Tipo di prodotto/servizio
Gen-z, indirizzato a tutti i generi, in Italia, abbordabile con reddito medio	Offre inclusività per tutte le fisicità ed aiuta ad abbattere gli sprechi creando un prodotto sostenibile ma che soddisfi le aspettative estetiche della gen-z.	Capo d'abbigliamento eco-friendly grazie ai prodotti utilizzati e alla sua versatilità.
Donne in gravidanza, abbordabile con reddito medio	Permette alle donne in gravidanza o che programmano una ipotetica gravidanza di poter usufruire del capo, perché è facilmente modellabile in cintura.	Questo grazie ai lacci presenti in vita.

3/4. CANALI e RELAZIONI

Come raggiungete i clienti? Quali canali distributivi utilizzate per vendere il prodotto? Quali strumenti comunicativi e di marketing utilizzate?

Abbiamo scelto di raggiungere il nostro target attraverso i social media, grazie all'inserimento di annunci e alla collaborazione con figure del mondo della moda sostenibile.

Quale tipo di relazione volete instaurare con i clienti? Come interagite con loro?

Il nostro obiettivo è instaurare una relazione nella quale il cliente abbia la possibilità di darci un feedback e di mantenere aperto il rapporto con la nostra cooperativa anche dopo un ipotetico acquisto, in modo da tenersi aggiornato sui nuovi capi d'abbigliamento che proporremo. Il nostro ideale è una relazione informale nella quale si riesca a mantenere la giusta professionalità, per questo abbiamo scelto come canale di comunicazione i social media.

Qual è l'identità grafica della vostra impresa? Quale il vostro logo?



Create una pagina instagram/un sito/un video pubblicitario della vostra impresa!



5. FLUSSI DI RICAVI

Qual è il valore riconosciuto dai clienti al vostro prodotto o servizio? Qual è il prezzo? Quali entrate ha la vostra impresa? Descrivete i ricavi che prevedete di ottenere dalla vendita dei vostri prodotti o servizi: come pagano i clienti e per cosa pagano.

I nostri clienti sono disposti a pagare per un prodotto sostenibile dal fronte ecologico, di gender equality, e di body inclusivity, interamente prodotto in Italia con materiali di qualità. Considerando la qualità del made in Italy e dei materiali usati, il prodotto sarà venduto al prezzo di 60€, considerando l'ottima qualità dei materiali e la qualità del lavoro.

6. RISORSE CHIAVE

Di cosa avete bisogno per realizzare il prodotto o servizio definito?

risorse strumentali (sedi, strumenti, macchinari, tecnologie, spazi...)

Spazio previsto: 1 magazzino dove depositare i prodotti una volta arrivati dal fornitore

1 cooperativa di produzione

1 macchinario per impacchettare il prodotto una volta acquistato

1 sito web tramite il quale si possono acquistare i prodotti

Collaborazione con il corriere per permettere la spedizione dei pacchi

risorse umane (organigramma funzionale, competenze e professionalità, funzioni aziendali, persone impiegate...)

3 soci cooperatori con responsabilità illimitata del patrimonio e delle risorse, tutti e tre sullo stesso livello

1 esperto a cui viene affidata la contabilità

risorse finanziarie (bandi, convenzioni, finanziamenti...)

Patrimonio dei soci come capitale iniziale

risorse intellettuali (brevetti, dati, informazioni...)

Rendere il marchio registrato, diritto d'autore sull'idea

7. PARTNERS E COMPETITORS

ANALISI DEI PARTNER

Chi sono gli enti, le associazioni, le altre cooperative, persone o aziende con cui collaborate? Quali ruoli hanno i vostri partner? E quale relazione instaurate con loro? Descrivete le partnership possibili per agevolare la realizzazione e lo sviluppo della vostra idea imprenditoriale.

Descrizione del Partner (chi è e cosa fa)	Tipo di partnership (commerciale/fornitore/produzione etc)
Siamo affiliati con la cooperativa “Gomito a Gomito”, che si occupa di produzione di accessori nella sartoria del carcere di Bologna con materiali di riciclo. Questo ci permetterà di produrre la nostra merce, mantenendo l’obiettivo di sostenibilità e di inclusività sociale.	Produttore
Colui che permette la spedizione dei nostri prodotti.	Corriere
Figure nel mondo della moda sostenibile (ad esempio @maviva Mavi Vassanelli). Questo per arrivare meglio al nostro target assicurandolo della qualità del prodotto.	Pubblicità e visibilità
Un contabile che si occuperà della gestione dei nostri costi e profitti.	Contabile

ANALISI DEI COMPETITOR

Chi sono gli enti, le associazioni, le altre cooperative, persone o aziende competitor? Quali i vostri punti di debolezza e di forza rispetto a loro sul territorio?

Descrizione del competitor	Punti di forza e di debolezza che come cooperativa avete rispetto al competitor
Altri brand made in Italy che puntano all’eco-friendly e condividono il nostro target, raggiungendolo tramite i social.	<p>Nostri punti di forza: nuovo meccanismo impiegato nel prodotto e inserimento nella moda della gen-z.</p> <p>Nostri punti di debolezza: i brand possono avere già sviluppato una clientela fedele e possono avere un’economia già avviata.</p>

8. ATTIVITA’ E RISORSE CHIAVE

Cosa fa la vostra impresa? Descrivere sinteticamente qual è il prodotto o il servizio offerto, che cosa proponete

La nostra impresa offre un prodotto che oltre essere in linea con le richieste della gen-z, è anche sostenibile e include una novità, ovvero quella delle chiusure magnetiche che permettono l'inclusività delle taglie e la versatibilità del prodotto.

Che tipo di prodotto o servizio realizzate? Come lo realizzate o producite? Per quale cosa siete differenti rispetto alla concorrenza ?

Il prodotto appartiene al genere dell'abbigliamento. Noi ci occupiamo dello styling e della distribuzione del prodotto, mentre per la produzione ci affideremo a un produttore esterno. Ci differenziamo dalla concorrenza grazie all'utilizzo di materiali sostenibili e ovviamente all'impiego dei magneti in questo campo.

9. COSTI

Quali costi sosterrete per realizzare il vostro prodotto o servizio (risorse, attività, collaborazioni...) e per aprire la vostra impresa? vedi allegato 2

Costi:

100€ agenzia delle entrate

1500€ spese notarili

500€ libro sociale fiscale

200€ camera dei commerci

250€ deposito bilancio d'esercizio annuale

600€ commercialista

-

800€ corriere per la spedizione dei primi 200 capi

-

Magazzino proprietà di uno dei soci: 0€

-

Produzione in collaborazione con la cooperativa "Gomito a gomito": 20€ ogni capo, per un totale iniziale di 200 capi cioè 4000€ (che serviranno per pagare i lavoratori, acquistare i materiali, costi di produzione e utilizzo dei macchinari).

-

Totale costi previsti per il primo anno: 7950€

IRES: 840€

IRAP: 120€

IVA: 153€

-

Guadagno lordo: 12000€

Bilancio del primo anno: $12000 - 7950 - 1113 = 2937€$