

VITAMINA C

• COOPERAZIONE • CONDIVISIONE • CULTURA D'IMPRESA

ISTITUTO	tecnico agrario Scarabelli
CLASSE	4B
LINK ALLA CARTELLA DRIVE	

COMPONENTI DEL GRUPPO

Nome e Cognome	Data e luogo di nascita	Email e cell
Alessia Zanelli	19/03/2006 Imola	alessia.zanelli.20@scarabelli-ghini.edu.it +39 351 952 2796
Riccardo Gattafoni	04/01/2006 Imola	riccardo.gattafoni.19@scarabelli-ghini.edu.it +39 334 793 5653
Rania Bouhamdi	30/04/2005 Imola	rania.bouhamdi.19@scarabelli-ghini.edu.it +39 347 469 5756
Lorenzo Pavan	13/11/2006 Faenza	lorenzo.pavan.20@scarabelli-ghini.edu.it +39 349 058 5022
Mattia Inturre	02/12/2006 Imola	mattia.inturre.20@scarabelli-ghini.edu.it +39 331 781 0653
Giacomo Gamberini	29/11/2006 Faenza	giacomo.gamberini.20@scarabelli-ghini.edu.it +39 351 555 2039

COOPERATIVA: scrivi qui il nome della tua cooperativa

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

la nostra idea di impresa si concentra sull' utilizzo di nuove tecnologie per migliorare l'ambiente ed allo stesso tempo renderlo sostenibile.

Il problema che andiamo a risolvere con il prodotto che offriamo è l'inquinamento olfattivo e visivo dovuto alle minzioni degli animali nei luoghi pubblici e/o privati. Portiamo un servizio innovativo e sostenibile che garantisce la sua funzione e durata.

Agiamo sia in luoghi pubblici sia in zone private, nelle quali miglioriamo sia la condizione visiva ma anche e soprattutto quella di vivibilità.

I nostri clienti saranno tutte quelle persone che vorranno rendere migliore il proprio immobile quindi sia enti pubblici che privati

il prezzo sarà accessibile a tutti e variabile in base alla richiesta di personalizzazione e dimensione del servizio. Puntiamo ad ottenere, oltre che a un guadagno monetario, una relazione commerciale basata su fiducia e rispetto.

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)?
(inserire una X ed eliminare le righe non utilizzate)**

X

I soci sono i lavoratori stessi della cooperativa (siete una cooperativa di produzione lavoro!)

A quale settore di attività appartiene la vostra idea d'impresa? (inserire una X ed eliminare le righe non utilizzate)

X

Consumo/commercio

X

Abitazione

X

Tecnologico/digitale

STRUTTURA ORGANIZZATIVA DEL GRUPPO COSTITUENTE LA COOPERATIVA

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

Amministratore delegato (CEO): Pavan Lorenzo. È la persona maggiormente responsabile della gestione e dell'amministrazione dell'azienda.

Direttore Operativo: Gamberini Giacomo . Chi controlla il funzionamento del sistema di creazione e distribuzione dei prodotti dell'azienda.

Direttore Commerciale: Alessia Zanelli. È la posizione più alta all'interno del reparto vendite e la sua funzione principale è quella di attuare piani di vendita allineati agli obiettivi e alla visione della pianificazione strategica.

Responsabile delle risorse umane e Customer satisfaction: Rania Bouhamdi .All'interno di un'azienda non esistono solo i prodotti, ma è necessario occuparsi del benessere del personale allo stesso modo in cui ci si preoccupa delle vendite. È proprio questo l'obiettivo di quest'area. Lavora per garantire che i clienti utilizzino il prodotto o il servizio in maniera proficua, per fidelizzarli mantenendoli attivi e raggiungere gli obiettivi prefissati.

Marketing manager: Mattia Inturre. Gestisce gli aspetti relativi al prodotto, ai prezzi, al mercato e alla promozione. È uno dei ruoli indispensabili in un'azienda.

Responsabile finanziario: Riccardo Gattafoni. Pianifica le strategie di investimento e di gestione dei fondi, nonché le strategie future dell'azienda.

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>]	Ciascun interessato può entrare a fare parte della nostra cooperativa a patto che rispetti i nostri principi
2	Una testa, un voto [<i>controllo democratico da parte dei soci</i>]	All'interno della cooperativa vige un controllo democratico tra i soci in quanto ciascuno di essi può esprimersi liberamente
3	La natura mutualistica [<i>partecipazione economica da parte dei soci</i>]	La nostra cooperativa si basa sulla collaborazione dei soci che lavorano insieme, partecipano attivamente e beneficiano direttamente delle attività economiche dell'organizzazione
4	Autonomia e indipendenza [<i>neutralità politica e religiosa</i>]	Nessuna espressione politica e religiosa
5	Educazione e formazione	
6	La solidarietà intercooperativa [<i>la cooperazione fra cooperative</i>]	
7	La mutualità verso l'esterno [<i>L'interesse verso la comunità</i>]	Il nostro punto di forza sono i nostri clienti, quindi il nostro obiettivo è quello di instaurare un buon

rapporto tra le due parti,
con lo scopo di migliorare
la loro vivibilità nelle città

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?

Il problema che andiamo a risolvere con il prodotto che offriamo è l'inquinamento olfattivo e visivo dovuto alle minzioni degli animali nei luoghi pubblici e/o privati. Portiamo un prodotto innovativo e sostenibile che garantisce la sua funzione e durata.

Quali sono gli elementi di innovazione della vostra cooperativa?

Il prodotto ha un utilizzo e funzione nuove per migliorare l'ambiente ed allo stesso tempo sostenibile

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

Il nostro prodotto è realizzato interamente da elementi sostenibili e in parte di scarto.

In particolare quali goals dell'agenda 2030 volete realizzare? Come? (elimina i goals che non considerate)

3 SALUTE E BENESSERE: va a migliorare il benessere e le condizioni igieniche delle strade che percorriamo tutti i giorni, eliminando l'inquinamento olfattivo e visivo dovuto alle minzioni dei nostri animali.



9 IMPRESE INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE: la nostra cooperativa, utilizzando materiali di scarto, riesce a realizzare un prodotto che migliora le condizioni di vita dei cittadini.



11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI: il nostro prodotto migliora la qualità della vita dei cittadini che trascorrono la loro quotidianità lungo le strade della città.



12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI: il nostro prodotto è realizzato con materiali ecosostenibili e di recupero, nello specifico utilizziamo come materia prima il carbonato di calcio dei gusci d'uovo. E' progettato per essere durevole e ricaricabile attraverso prodotti che hanno un basso impatto ambientale.



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
Istituzioni pubbliche (comuni, provincie, regioni)	eliminare i cattivi odori provocati dalle minzioni animali andando a migliorare o non modificare il decoro/estetica dell'ambiente circostante	pannello in carbonato di calcio che permette l'eliminazione delle minzioni animali
Privati	eliminare i cattivi odori provocati dalle minzioni animali andando a migliorare o non modificare il decoro/estetica dell'ambiente circostante	pannello in carbonato di calcio che permette l'eliminazione delle minzioni animali
Aziende	eliminare i cattivi odori provocati dalle minzioni animali andando a migliorare o non modificare il decoro/estetica dell'ambiente circostante	pannello in carbonato di calcio che permette l'eliminazione delle minzioni animali

!!potreste fare un sondaggio tra i vostri conoscenti per sapere se sarebbero disposti ad acquistare i vostri prodotti/servizi

3/4. CANALI e RELAZIONI

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

il nostro prodotto sarà pubblicizzato attraverso diversi canali online: sito, pagina Instagram/Facebook, e attraverso manifesti pubblicitari distribuiti nelle varie città. Prevediamo anche la diffusione del nostro marchio all'interno delle fiere di settore.

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

Puntiamo fin da subito ad instaurare con i nostri clienti una relazione commerciale che permetta di progettare con l'acquirente un prodotto personalizzato che risponda alle sue esigenze.

Prevediamo un servizio clienti online ma privilegiamo un rapporto diretto tramite i nostri commerciali vista la ricarica necessaria.

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

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

https://www.instagram.com/nomoreurinee?igsh=cnhwNmhwMWtpYm83&utm_source=qr



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.

Il nostro prodotto offre ai clienti affidabilità, durata, assistenza e risponde alle esigenze richieste da ognuno. Il prezzo sarà accessibile a tutti e variabile in base alla richiesta di personalizzazione e dimensione del servizio. Puntiamo ad ottenere, oltre che ha un guadagno monetario, una relazione commerciale basata su fiducia e rispetto. Quindi i nostri clienti andranno a pagare il prodotto richiesto e la manutenzione per esso attraverso la forma di pagamento più consona (contanti, bonifico bancario, partita iva e carte/bancomat).

6. RISORSE CHIAVE

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

risorse strumentali: fabbricato di 2000 mq che funga da magazzino, da ufficio e da sede di produzione; numero 3 macchinari per la produzione, numero 10 pc e risorse da ufficio, mezzi per il trasporto della merce.

risorse umane: presidente, consiglio di amministrazione, soci lavoratori. Settore organigramma funzionale, competenze e professionalità, funzioni aziendali, persone impiegate...)

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

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

risorse Materiali (materiali effettivi per la realizzazione del prodotto..gusci d'uovo,detergente enzimatico)

7. PARTNERS E COMPETITOR

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)
Eurovo	fornitore gusci uovo
BactPro	Fornitore del detergente enzimatico

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

8. ATTIVITA' E RISORSE CHIAVE

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

Offre la possibilità di acquistare pannelli utilizzati nelle pareti esterne degli immobili ecosostenibili (prodotti con scarti provenienti dalle uova) i quali permettono il deterioramento sia fisico che olfattivo dell'urina degli animali (cani, gatti).

Possibilmente utilizzabile soprattutto in luoghi pubblici ma anche privati.

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

Il prodotto è realizzato ricavando gli scarti della lavorazione delle uova (azienda Eurovo) perché dai gusci delle uova si ricava il CaCO_3 che è la base della piastrella. I gusci di uova recuperati vengono frantumati in diverse dimensioni, dalla sottilissima sabbia a frammenti un po' più grandi di circa di tre millimetri. Sono poi combinati con un agente legante, polimerizzati a temperatura ambiente, cotti e infine tagliati in piastrelle. Sulla superficie è presente inoltre uno strato di pomice che trattiene il detergente enzimatico e agisce a lento rilascio di esso contro l'urina.

Siamo differenti perché rimaniamo sempre in contatto con i clienti e garantiamo loro sostegno una volta che acquistano il prodotto visto la manutenzione necessaria.

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 DI AVVIAMENTO:

- Agenzia delle Entrate: tra i 100€ e i 150€
- Spese notarili: circa 2000 €
- Libro sociale e fiscale: circa 500 €
- Costi Camera di Commercio (annuali): 200 €
- Deposito bilancio di esercizio annuale: circa 250 €

ALTRE SPESE

- commercialista: 3.000 euro all'anno
- Affitto: 8000 euro al mese
- Acquisto di materiali (pc, prodotti ecc): 10-15 mila euro a macchina, 12 mila euro pc e strumenti da ufficio
- Servizi legali: 3000 euro
- Risorse Umane: 1 designer 2600 euro, 2 personale amministrativo 6000 euro, 1 resp produzione 2500 euro, 3 commerciali 7500 euro, 4 operai specializzati 9000 euro

ALLEGATO 1

SETTORE DI APPARTENENZA ALLA COOPERATIVA

A seconda del tipo di rapporto mutualistico che intercorre tra la cooperativa ed il socio, si individuano tre tipologie di cooperative così come indicate dalla legislazione vigente:

1. **Cooperative di utenza**, svolgono la loro attività in favore di soci, consumatori e utenti, fornendo loro beni e/o servizi a condizioni di favore rispetto a quelle di mercato (fanno parte di questa categoria le cooperative di consumo e le cooperative di abitazione);
2. **Cooperative di lavoro**, si avvalgono nello svolgimento delle loro attività delle prestazioni lavorative di soci (figura del “socio lavoratore”), il cui scopo è quello di fornire ai soci lavoratori condizioni occupazionali migliori di quelle praticate dal mercato (fanno parte di questa categoria le cooperative industriali e delle costruzioni, le cooperative di servizi, le cooperative agricole di conduzione terreni);
3. **Cooperative di supporto**, sono infine le cooperative che si avvalgono nello svolgimento delle loro attività degli apporti di beni e servizi da parte dei soci, che sono a loro volta imprenditori e/o esercenti attività professionali e commerciali (fanno parte di questa categoria, per esempio, le cooperative di dettaglianti, le cooperative di allevatori o di imprenditori agricoli, le cooperative di artigiani).

Le cooperative sono inoltre classificate, oltre che sulla base del tipo di rapporto mutualistico, anche dell'attività svolta. Per cui abbiamo:

COOPERATIVE DI CONSUMO	si costituiscono con lo scopo di assicurare ai soci-consumatori la fornitura di beni, sia di consumo che durevoli a prezzi più contenuti di quelli correnti di mercato. Per raggiungere tale scopo gestiscono punti vendita ai quali possono accedere i soci e anche non soci. Sono tipicamente cooperative di “utenza”.
------------------------	--

COOPERATIVE DI PRODUZIONE LAVORO	si costituiscono per permettere ai soci di usufruire di condizioni di lavoro migliori sia in termini qualitativi che in termini economici, rispetto a quelli disponibili sul mercato del lavoro. Queste cooperative svolgono la propria attività sia nella produzione diretta dei beni che nella fornitura di servizi. Si tratta della tipologia di cooperativa di “lavoro”.
----------------------------------	--

COOPERATIVE AGRICOLE	sono costituite da coltivatori e svolgono sia attività diretta di conduzione agricola, sia attività di commercializzazione e trasformazione dei prodotti agricoli conferiti dai soci. Sono normalmente cooperative di “supporto”, quando i soci sono imprenditori agricoli e il rapporto con la cooperativa è basato sul conferimento di prodotti (<i>cooperative di conferimento di prodotti agricoli e allevamento</i>). Possono essere di “lavoro” quando trattasi di conduzione agricola come le cooperative bracciantili (<i>cooperative di lavoro agricolo</i>).
----------------------	--

COOPERATIVE EDILIZIE DI ABITAZIONI	rispondono alle esigenze di soddisfare un bisogno abitativo delle persone, realizzando case che vengono poi assegnate ai soci in proprietà se la cooperativa è a “proprietà divisa” o in diritto di godimento se la cooperativa è a “proprietà indivisa”. Sono sempre cooperative di “utenza”.
------------------------------------	--

COOPERATIVE DI TRASPORTO	associano singoli trasportatori iscritti all'Albo ai quali garantiscono servizi logistici, amministrativi, di acquisizione delle commesse, o gestiscono in proprio i servizi di trasporto a mezzo di soci-lavoratori. Se associano trasportatori “imprenditori” rientrano nella tipologia di “supporto”; se associano trasportatori soci “lavoratori” rientrano nella tipologia delle cooperative di “lavoro”.
--------------------------	--

COOPERATIVE PER
LA PESCA

sono costituite da soci pescatori e svolgono attività con un impegno diretto dei soci o attività di servizio ai propri associati, quali l'acquisto di materiale di consumo o di beni durevoli, o la commercializzazione di prodotti ittici, o la loro trasformazione. Come le cooperative di trasporto sono di "supporto" se associano soci - imprenditori e di "lavoro" se associano soci - lavoratori.

COOPERATIVE DI
DETTAGLIANTI

sono costituite da soci imprenditori che svolgono attività nel settore del commercio ai quali garantiscono servizi di acquisti collettivi, amministrativi e finanziari. Rientrano nelle cooperative di "supporto".

COOPERATIVE
CULTURALI E
TURISTICHE

sono cooperative che organizzano, gestiscono e promuovono attività culturali, servizi turistici, impianti sportivi ed altre attività dedicate al tempo libero. Sono spesso costituite da operatori del campo culturale che lavorano in forma cooperativa, per cui rientrano generalmente nel campo delle cooperative di "lavoro".

COOPERATIVE
SOCIALI

sono cooperative regolamentate dalla legge 381 del 1991 ed hanno come scopo quello di perseguire l'interesse generale della comunità alla promozione umana e all'integrazione sociale dei cittadini. Si distinguono in due tipologie: quelle che gestiscono servizi socio-sanitari ed educativi (tipo A) attraverso la prestazione lavorative dei soci (educatori, assistenti sociali, operatori socio-assistenziali, ecc.), e quelle che svolgono attività diverse (agricole, industriali, commerciali o di servizi) finalizzate all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate (tipo B).

ALLEGATO 2

Qui sotto trovate i principali costi di avvio e gestione di una cooperativa sociale, tienila come traccia per cercare i costi di cooperative.

STRUTTURA DEI COSTI di UNA COOPERATIVA SOCIALE

- Agenzia delle Entrate: tra i 100€ e i 150€
- Spese notarili: circa 2000 €
- Libro sociale e fiscale: circa 500 €
- Costi Camera di Commercio (annuali): 200 €
- Deposito bilancio di esercizio annuale: circa 250 €
- Spese commercialista: da 400€ fino a 2 – 3.000 € all'anno (a seconda del regime contabile)

Tasse che le cooperative sociali devono versare:

- Ires, Imposta sul Reddito delle Società, al 27,5%;
- Irap, Imposta regionale sulle attività produttive, al 3,90% calcolata su base imponibile;
- Iva, soggetta al normale regime di imposta.

Costo orario lavoratori dipendenti:

- Compreso tra i 21,49€ e i 24,83€ a seconda del livello assegnato (es. C1, C2, D1, D2...)

Costo professionisti esterni:

- P.iva

Altri costi da considerare:

- Affitto (8000 euro)
 - Acquisto di materiali (pc, prodotti ecc) (10-15 mila euro a macchina) (12 mila euro pc)
 - Acquisto di servizi (commercialista 3000 euro, consulente del lavoro, avvocato 3000 euro, assicurazione , designer,
 - personale necessario: 1 designer, 2 personale amministrativo, 1 resp produzione, 3 commerciali, 4 operai specializzati
 - Eventuali finanziamenti
-