



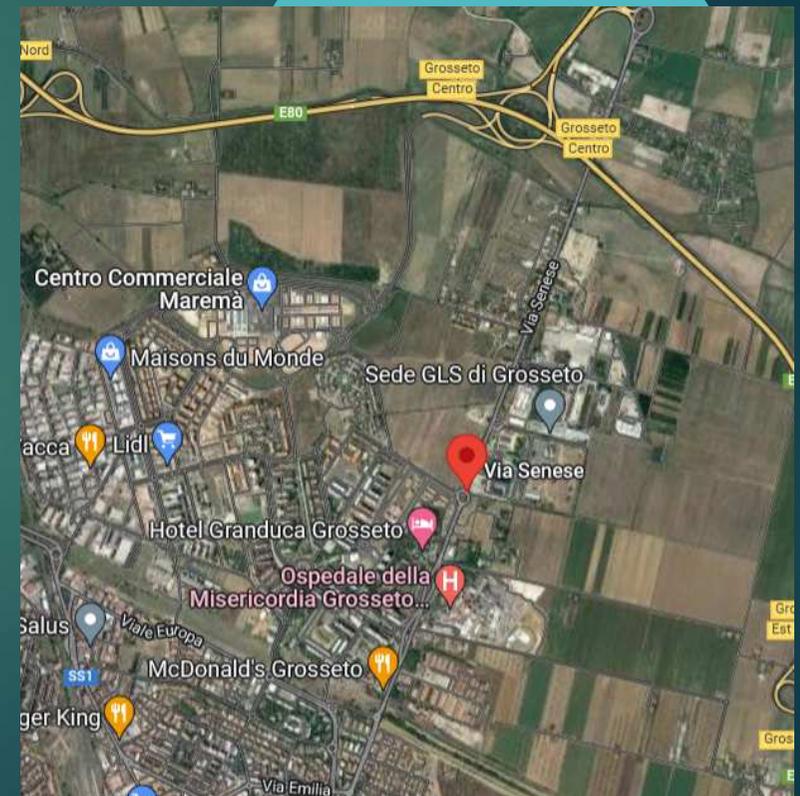
# BUSINESS PLAN «MAREMMA MEDITERRANEA SNC»

5<sup>A</sup> SERVIZI COMMERCIALI PROF.SSA ROSSELLA IZZO

# IDEA IMPRENDITORIALE

La nostra **passione per i prodotti naturali e la voglia di valorizzare maggiormente il territorio in cui viviamo**, ci ha fatto nascere il desiderio, dopo il diploma, di aprire un piccolo ma efficiente laboratorio di erboristeria, che utilizzi piante della macchia mediterranea e delle nostre acque blu marine.

Poiché la **disponibilità finanziaria** non sarà sufficiente con questo business plan vogliamo convincere i nostri finanziatori che se ci metteranno a disposizione i loro capitali, noi non li deluderemo!!!!



# PROGETTO IMPRENDITORIALE

Per realizzare i nostri prodotti abbiamo pensato di utilizzare materie prime naturali locali per tre motivi fondamentali:

- ▶ Perché conosciamo la **qualità** delle nostre materie prime locali provenienti da tutta la provincia di Grosseto
- ▶ perché vogliamo creare un **indotto locale** che utilizzi manodopera del nostro territorio, così grazie alla nostra attività si possano creare nuovi posti di lavoro, vista la presenza di tanti giovani come noi in cerca di prima occupazione
- ▶ Per rispettare l'ambiente grazie all'utilizzo di **prodotti Bio e a km zero**

## 3) LA MACCHIA MEDITERRANEA



*Prodotti km0*

# FORMA GIURIDICA DELL'IMPRESA

La forma giuridica dell'impresa ritenuta più consona all'inizio dell'attività sarà quella di *società in nome collettivo* con denominazione sociale **"MAREMMA MEDITERRANEA S.n.c"**. Anche se è una società di persone, speriamo in futuro di poter acquisire la forma di società di capitali per avere maggiori finanziamenti.



# ANALISI DEL MERCATO ATTUALE E FUTURO

Prima di redigere il nostro business plan abbiamo elaborato un **questionario**, che abbiamo somministrato agli abitanti della zona, da cui è emersa, vista la presenza sia di giovani che di persone di una certa età, l'attenzione alla cura della persona con il desiderio di utilizzare prodotti di qualità e magari locali.

Il **mercato** a cui si rivolgerà la nostra attività è **molto forte** dato che nella zona in cui sarà aperta non ci sono imprese simili, e quindi saremo il **punto di riferimento** per i **clienti** che vogliono acquistare prodotti con qualità elevata e realizzati con materie prime locali.

Saremo anche attenti ad adeguare le scelte future dell'azienda ai **suggerimenti** rilasciati dai clienti attraverso feedback che potranno depositare in una "box", posta all'interno della nostra attività, in modo da riformulare i budget della vendita/produzione per l'anno successivo in base ai consigli e suggerimenti forniti.



# PRODOTTI OFFERTI

Abbiamo deciso di realizzare la nostra attività completamente all'interno di un **laboratorio locale**, utilizzando materie prime acquistate prevalentemente da un fornitore di fiducia, utilizzando piante del territorio (macchia mediterranea) e alghe delle nostre acque marine, in modo da avere il controllo dei prodotti in tutte le fasi di realizzazione.

- ▶ PROGETTAZIONE
- ▶ REALIZZAZIONE
- ▶ CONTROLLO



*Cofanetto*  
FRAGRANZA  
**MACCHIA MEDITERRANEA**  
DOCCIA SHAMPOO **IN REGALO**

A collection of product packaging for the 'Cofanetto Macchia Mediterranea' fragrance line. It includes a large decorative box with a floral pattern, a smaller box, a jar of cream, a spray bottle, and a bottle of shower foam. A gift icon with an arrow points to the shower foam bottle, indicating it is a complimentary gift.

# SERVIZI E PROMOZIONI

È previsto anche un **servizio di spedizione** per coloro che non risiedono nelle vicinanze del nostro laboratorio e si avvalgono per gli acquisti dal nostro sito.

Per chi si reca direttamente nel negozio è prevista la possibilità di testare i prodotti offerti prima dell'acquisto usando dei tester.

## SERVIZI:

- ▶ Prenotazione appuntamenti mensili con specialisti come dermatologo e nutrizionista
- ▶ Corsi a tema e possibilità di ospitare scuole per progetti
- ▶ Omaggio, ogni 100€ di spesa, di un corso a scelta o visita specialistica
- ▶ Carta fedeltà con possibilità di accumulare punti o ricevere campioni in omaggio
- ▶ Offrire tester dopo il raggiungimento di 15 punti nella fidelity card per provare la qualità dei prodotti
- ▶ Donare ogni anno una parte del ricavato ad associazioni di salvaguardia del pianeta e per permettere il rimboschimento del nostro territorio



# ANALISI DEL MERCATO E DELLA CONCORRENZA

L'assenza di un'attività unica del nostro territorio ci permette di avere come **obiettivo strategico** quello di conquistare nell'arco di un anno una quota del 40% degli abitanti della zona, con utili via via crescenti, raggiungendo anche clienti delle zone limitrofe.

Si prevede nel medio periodo di **ampliare le dimensioni** della nostra attività grazie alla presenza un locale adiacente inutilizzato in modo da offrire **un numero ampio di prodotti e servizi** a un numero sempre maggiore di clienti.

ANALISI DI  
MERCATO



# ANALISI DELLA DOMANDA

L'analisi di mercato, e in particolare della domanda, ci ha permesso di individuare un **target specifico** di persone che utilizzano i prodotti naturali e BIO, constatando che sono molto richiesti sia nella zona del laboratorio che sui social.

Analisi del mercato di **approvvigionamento**:

Ci rivolgeremo soprattutto a **fornitori locali** per avere un maggiore controllo delle materie prime, ma abbiamo previsto anche la possibilità di rivolgersi a **fornitori limitrofi**, vista la notevole estensione della nostra macchia mediterranea e alghe marine.



# STRATEGIE DI MARKETING E DI MARKETING MIX

## PREZZI:

Abbiamo pensato di adottare una **politica di prezzi diversificata**:

- ▶ prezzi più bassi per i prodotti di USO quotidiano (per esempio la crema per mani) per raggiungere il maggior numero di clienti
- ▶ prezzi più alti rapportati alla qualità dei prodotti (per esempio crema anti età a base di alghe) per una clientela specifica.



# PUBBLICITA'

All'inizio a causa di un budget limitato per la pubblicità utilizzeremo soprattutto strumenti più efficaci in modo da raggiungere subito il potenziale cliente come:

Social: facebook, instagram, twitter.....

TV locale

Pagina web

Per scelta non utilizzeremo volantaggio per evitare l'inquinamento dell'ambiente.



# DISTRIBUZIONE

Per la distribuzione del prodotto abbiamo pensato di realizzare un'app facilmente accessibile con lo smartphone per semplici informazioni e personale qualificato disposto a fornire consulenze anche presso il domicilio del cliente (pensiamo soprattutto alle persone di una certa età che non possono spostarsi).

L'app sarà affiancata da un sito internet, che oltre a presentare i prodotti e i servizi, consentirà alla clientela di poter conoscere la gamma dei nostri prodotti.

L'app poi consentirà di ordinare con grande velocità i prodotti e i servizi, inserendo i dati necessari e i tempi di risposta da parte dell'impresa.

Le consegne e i servizi collegati saranno effettuati, all'inizio con mezzi propri e con personale qualificato, poi in futuro si prevede di poter usufruire anche di corrieri.



# ANALISI SWOT

| Strengths (punti di forza)                                                                                                                                                                                                                                                                                | Weaknesses (punti di debolezza)                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Facile accesso alle risorse naturali e alle materie prime</li><li>- Processi e procedure di qualità</li><li>- Posizione geografica vantaggiosa</li><li>- Prezzi diversificati e convenienti</li><li>- Personale specializzato che opera nel laboratorio</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Scarsa disponibilità economica</li><li>- Costi di pubblicità elevati, soprattutto nella fase iniziale</li></ul>              |
| Opportunities (opportunità)                                                                                                                                                                                                                                                                               | Threats (minacce)                                                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Concorrenza debole</li><li>- Alleanza strategica con i nostri fornitori</li><li>- Vendita online anche all'estero con l'E-commerce</li><li>- Aumento della domanda per i prodotti della cura della persona</li></ul>                                              | <ul style="list-style-type: none"><li>- Chiusure in caso di pandemia</li><li>- Situazioni belliche in alcuni paesi in cui si vogliono esportare i prodotti</li></ul> |

# PIANO DEGLI INVESTIMENTI E FINANZIAMENTI E PIANO ECONOMICO

## PIANO DEGLI INVESTIMENTI E FINANZIAMENTI

| IMPIEGHI                           |          | FONTI                          |          |
|------------------------------------|----------|--------------------------------|----------|
| Immobilizzazioni immateriali       |          |                                |          |
| - Costi d'impianto                 | 60.000€  | Capitale proprio               | 200.000€ |
| - Software                         | 20.000€  |                                |          |
| Immobilizzazioni materiali         |          | Debiti a media/ lunga scadenza | 50.000€  |
| - Impianti e macchinari            | 90.000€  |                                |          |
| - Attrezzature industriali e comm. | 65.000€  |                                |          |
| - Automezzi                        | 30.000€  | Debiti a breve                 | 65.000€  |
| - Altri beni                       | 40.000€  |                                |          |
| Disponibilità liquide              | 10.000€  |                                |          |
| TOT. IMPIEGHI                      | 315.000€ | TOT. FONTI                     | 315.000€ |

| PIANO ECONOMICO                    |          |
|------------------------------------|----------|
| Valore della produzione            | 853.000€ |
| Costi della produzione             | 681.000€ |
| Valore Aggiunto                    | 172.000€ |
| Costi del personale                | -87.000€ |
| Margine operativo lordo            | 85.000€  |
| Amm.to                             | -55.000€ |
| Svalutazioni e accantonamenti      | -5.000€  |
| Reddito operativo                  | 25.000€  |
| Gestione finanziaria               | -4.000€  |
| Risultato della gestione ordinaria | 21.000€  |
| Risultato prima delle imposte      | 21.000€  |
| Imposte dell'es                    | 6.000€   |
| UTILE                              | 15.000€  |

# BREAK EVEN ANALYSIS

COSTI VARIABILI 665.340 €

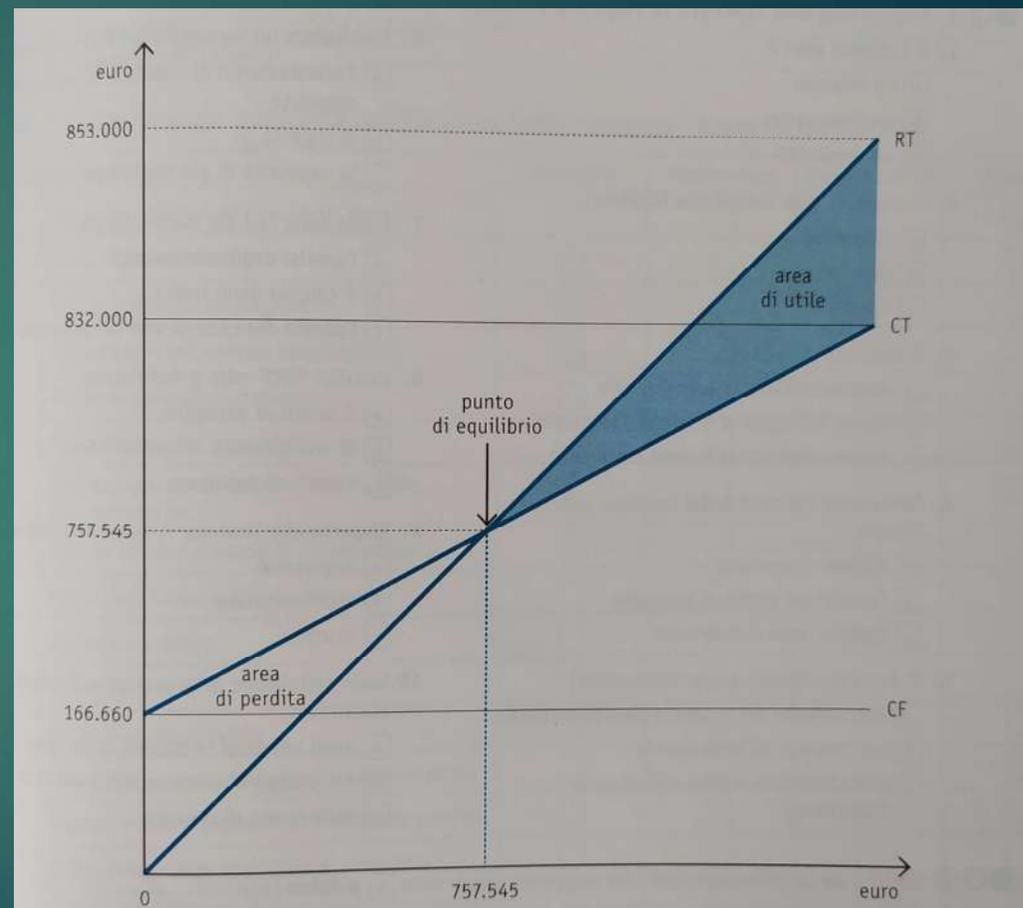
COSTI FISSI 166.660 €

PUNTO DI EQUILIBRIO

$$Q = CF / pu - cv$$

Questo è un dato da tenere sotto controllo perché la nostra impresa raggiungerà il punto di equilibrio con un fatturato di 757.545 €, ciò vuol dire che in corrispondenza di questo dato l'impresa non avrà né un utile né un perdita, quindi raggiungerà l'area di utile con un fatturato superiore al punto di equilibrio.

Siamo consapevoli che nei primi anni avremo risultati economici negativi in quanto incideranno i costi fissi ma speriamo di raggiungere quanto prima il punto di equilibrio per entrare nell'area di utile.



# OBIETTIVI FUTURI

Per il futuro prevediamo di utilizzare anche altre materie prime del nostro territorio come:

- ▶ Olive
- ▶ Uva

E perché no.....

- ▶ Ceci maremmani!!!!

