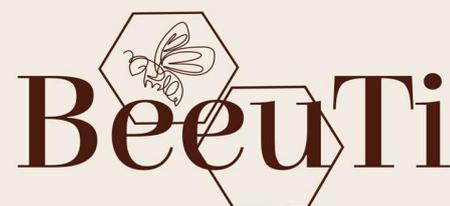


# Management Summary



## VISION E MISSION

La nostra vision è sensibilizzare la popolazione ticinese sulla salvaguardia delle api, tema molto importante ma non sufficientemente trattato in Ticino. Un altro obiettivo è sostenere i produttori locali in modo da incentivare i nostri clienti ad acquistare prodotti naturali a chilometro zero. Per noi è importante che i nostri fornitori siano attenti alla cura delle loro api e mantengano il loro allevamento apistico sostenibile. È proprio per questo motivo che collaboriamo l'associazione **apilocali.ch**.

Con questo progetto vogliamo offrire cosmetici di qualità usufruendo delle molteplici proprietà benefiche che, i prodotti delle api, ci portano in questo ambito.

## VALORI

I valori fondanti di BeeuTi sono tre: la naturalezza del prodotto, la salvaguardia delle api e il chilometro zero. Per noi è importante la trasparenza, nei confronti dei nostri clienti, infatti mostriamo sui nostri social la creazione dei nostri prodotti. In questo modo chiunque sia interessato può facilmente confermare la veridicità di ciò che promettiamo.

## AZIENDA E LOGO

La nostra ragione sociale vuole racchiudere tutti i nostri valori e ciò di cui l'azienda si occupa; ovvero la sensibilizzazione delle api (bee), la provenienza dei prodotti (Ti), l'importanza dei clienti (bee u) e l'ambito della cura del corpo (beauty). Il design del logo è in chiave moderna con colori che ricordano l'apicoltura e che vengono ripresi nei prodotti stessi. Le scelte grafiche degli esagoni e dell'ape vogliono rendere più intuitiva la comprensione del nostro settore di mercato agli interlocutori.

## I NOSTRI PRODOTTI



### BALSAMO LABBRA

Il primo prodotto è un balsamo labbra composto da cera d'api locale, "sheabutter", olio di cocco e olio essenziale di lavanda. Può essere utilizzato per mantenere sempre le labbra idratate durante l'inverno e rimediare ad eventuali screpolature del freddo.

Il nostro balsamo labbra è prodotto dalla famiglia Botte di Claro, con una piccola attività chiamata **Villa Cassero** che si occupa della vendita dei loro prodotti nei mercati locali.

Il balsamo è contenuto in uno stick in legno di bamboo con capacità di 5.5 ml, questa scelta di packaging rende il contenitore riutilizzabile.

### UNGUENTO

Il secondo prodotto è un unguento alla propoli, una sostanza resinosa che viene lavorata dalle api. La propoli ha proprietà utili alla salute in quanto è cicatrizzante, antibiotica, antibatterica, antifungina, antinfiammatoria e antiossidante. Questo prodotto può essere utilizzato per tenere pulite le ferite o per evitare le ragadi invernali grazie al suo effetto idratante. Il nostro unguento creato da Roberta Casanova, un'apicoltrice del Malcantone che si occupa della vendita dei suoi prodotti tramite un piccolo shop su Instagram **@ancestral\_helichrysum**.

L'unguento alla propoli è contenuto in un vasetto di vetro smerigliato con un tappo in simil legno con una capacità di 15 ml, che rende il contenitore riutilizzabile.



## MARKETING

La nostra azienda si rivolge principalmente ad un target femminile avente un'età compresa tra i trenta e i sessant'anni, con un interesse nel consumare prodotti locali e naturali. Nonostante la semplicità degli ingredienti è importante prestare attenzioni ad eventuali allergie o intolleranze che potrebbero palesarsi con l'uso dei prodotti. I prezzi che proponiamo sono accessibili al nostro target e rimangono coerenti al processo di produzione.

Ci distinguiamo dalla concorrenza grazie al nostro valore aggiunto. Il nostro impegno per la salvaguardia delle api, aggiunta alla naturalezza e provenienza locale dei prodotti, fa sì che la nostra azienda si diversifichi dalla concorrenza, poiché rimaniamo trasparenti e rispettosi nei confronti dei nostri valori.

BeeuTi si promuove attraverso il passaparola, il nostro sito web ufficiale e le varie pagine social (Instagram, Facebook e Tik Tok), in modo da farci conoscere non solo per i nostri prodotti, ma anche per i nostri valori.

## FINANZA

Il balsamo labbra apporta circa 4.2 fr. di costi variabili, che comprendono il packaging, spese di spedizione e il prodotto. Dunque abbiamo stabilito un prezzo di vendita di 9.95 fr. Con questo prezzo conseguiremo un ricavo di 5.75 fr. con un margine di utile lordo del 57.8%.

Per l'unguento ai propoli i costi variabili ammontano a 6.16 fr. Rivendendolo ad un prezzo di 13.95 fr. riusciamo ad avere un ricavo di 7.79 fr. con un margine di utile lordo del 55.8%.

Abbiamo stabilito questi prezzi di vendita in modo tale da poter raggiungere facilmente il punto morto, stimando i costi fissi per 180 fr, ed iniziare ad avere un utile il prima possibile. Per raggiungere il punto morto dobbiamo vendere 10 confezioni di unguento e 16 di balsamo labbra.

Essendo che sosteniamo l'associazione per la conoscenza e il rispetto delle api (*apilocali.ch*), 20 ct. del ricavato di ogni prodotto andrà devoluto a loro beneficio.

Grazie ai buoni di partecipazione e agli sponsor siamo riuscite a raccogliere un totale di 1365 fr. di cui 300 derivano dagli sponsor e la restante somma dai buoni di partecipazione.

## TEAM E ORGANIZZAZIONE

La nostra mini-impresa è composta da un team tutto al femminile composto da 7 ragazze che frequentano il terzo anno alla Scuola Cantonale di Commercio di Bellinzona.

### CEO

Vanessa Schipani  
*al centro*

### CAO

Alessandra Galli  
*prima da sinistra*

### CMO

Melanie Paroni  
*terza da destra*



### CPO

Laura Botte  
*seconda da destra*  
Alice Nani  
*seconda da sinistra*

### CFO

Viola Rossi  
*terza da sinistra*

### CTO

Cristina Cavalli  
*prima da destra*



[www.beeuti.ch](http://www.beeuti.ch)



BeeuTi Scc



[Info.beeuti@gmail.com](mailto:Info.beeuti@gmail.com)



[@beeuti.scc](https://www.instagram.com/beeuti.scc)



[@beeuti.scc](https://www.tiktok.com/@beeuti.scc)



Scuola Cantonale di Commercio  
Viale Stefano Franscini 32  
6501 Bellinzona