



BUSINESS PLAN



Company Programme 2023 / 2024

Scuola cantonale di commercio
Viale Stefano Franscini 32
6501 Bellinzona

flaibagg@gmail.com
www.flaibag.ch

Professori responsabili
Lorella Penno, Arianna Carugati e Diego Medici

12 gennaio 2024

Sommario

1.	Management Summary	5
1.1	Mission e valori della mini-impresa	5
1.2	Prodotto.....	5
1.3	Ragione sociale e logo	5
1.4	Team e organizzazione	6
1.5	Marketing	6
1.6	Finanza.....	6
2	Impresa	7
2.1	Membri dell'azienda.....	7
2.2	Costituzione dell'azienda.....	8
2.3	Fattori critici e di successo.....	8
2.3.1	Successi.....	8
2.3.2	Insuccessi.....	9
2.3.3	Insegnamenti	9
3	Prodotto.....	9
3.1	Descrizione del prodotto	9
3.2	Punti di forza del prodotto	11
3.3	Punti di debolezza del prodotto	11
3.4	Descrizione della produzione	11
3.5	Processo di produzione	12
3.6	Modifiche e nuovi progetti.....	12
4	Marketing	12
4.1	Strategia di marketing	12
4.2	Analisi della concorrenza.....	13
4.3	Segmentazione di mercato.....	14
4.3.1	Gruppo target	14
4.3.2	Obiettivi a proposito del fatturato / utile.....	15
4.4	Politica dei prezzi	15
4.5	Strategia dei prezzi	15
4.6	Canali di distribuzione	16
4.7	Misure pubblicitarie	16
4.7.1	Volantini.....	16
4.7.2	Passaparola.....	16
4.7.3	Social network	17
4.8	Presenza digitale.....	17

4.9 Corporate identity	17
4.9.1 Linguaggio aziendale	18
4.10 Marketing mix.....	18
5 Finanze.....	19
5.1 Bilancio	19
5.2 Conto economico.....	19
5.3 Calcolo del break even point	20
5.4 Calcolo dei prezzi	21
5.5 Budget 2023 – 2024.....	21
5.6 Adeguamenti delle finanze	22
6 Prospettive	22
6.1 Obiettivi del team	22
6.2 Errori e rischi futuri.....	23
6.3 Contromisure.....	23
7 Indirizzi di contatto completi.....	23
8 Allegati.....	24
8.1 Documentazione promozionale ed informativa.....	24
8.1.1 Biglietto di ringraziamento	24
8.1.2. Foglio informativo associazione Zenzero	24
8.1.3 Brochure Flai Bag.....	25
8.1.4 Apertura digitale start-up	26
8.1.5 Mercatino di Natale a Chironico.....	27
8.1.6 Mercatino di Natale a Bellinzona	27

1. Management Summary

1.1 Mission e valori della mini-impresa

La mission della nostra azienda è promuovere uno **stile di vita sostenibile e attivo**, offrendo sacchetti per gli abiti di ginnastica di alta qualità, realizzati con materiali riciclati da parapendii e tende solari. Ci impegniamo a fornire **prodotti ecologici e funzionali** ai quali garantiamo una **seconda vita** e che possano orientare i nostri clienti verso scelte più consapevoli per l'ambiente.

La nostra vision è quella di soddisfare una parte del mercato nel settore dei sacchetti da ginnastica attenta alla **sostenibilità**, alla **qualità dei materiali** e all'**innovazione nel design**. Il nostro obiettivo è riuscire a combinare la sostenibilità con la funzionalità, sensibilizzando la clientela sulla necessità di un cambiamento positivo e di un comportamento più ecologico.

I nostri valori aziendali sono incentrati sull'impegno per l'ambiente, sulla qualità dei prodotti e sul servizio alla clientela. Grazie alla nostra dedizione per la sostenibilità contribuiamo al benessere degli individui e del pianeta. Ci basiamo infatti sul modello dell'**economia circolare** e il nostro obiettivo è quello di supportare un sistema in cui le risorse siano sfruttate in modo più efficiente, i rifiuti siano minimizzati e l'impatto ambientale sia ridotto al minimo.

1.2 Prodotto

I nostri sacchetti per la ginnastica sono realizzati utilizzando **materiali completamente riciclati** provenienti da parapendii e tende solari. Ci siamo rivolti ad alcune imprese che operano sul territorio ticinese e che gentilmente ci hanno messo a disposizione a titolo gratuito i materiali che sarebbero altrimenti finiti in discarica, ma che noi trasformiamo in pratici oggetti di uso quotidiano. Il coinvolgimento della **comunità locale** è di particolare importanza nello sviluppo del nostro progetto; tutti i nostri prodotti sono infatti realizzati a km 0 perché collaboriamo con una tipografia ed un atelier sartoriale che si sono messi a disposizione per stampare e confezionare gli articoli. Un altro aspetto che caratterizza i nostri sacchetti è l'**unicità**. Abbiamo ideato due modelli base, uno con un inserto stampato ed uno basato sull'idea del patchwork, ma dal momento che sfruttiamo il materiale riciclato, nessun articolo è identico ad un altro. Questo conferisce un tocco speciale e distintivo ai nostri prodotti. Le dimensioni sono 45 x 35 cm e, grazie al tessuto particolarmente sottile e resistente, i sacchetti rappresentano un perfetto **connubio tra praticità, qualità e leggerezza**.

1.3 Ragione sociale e logo



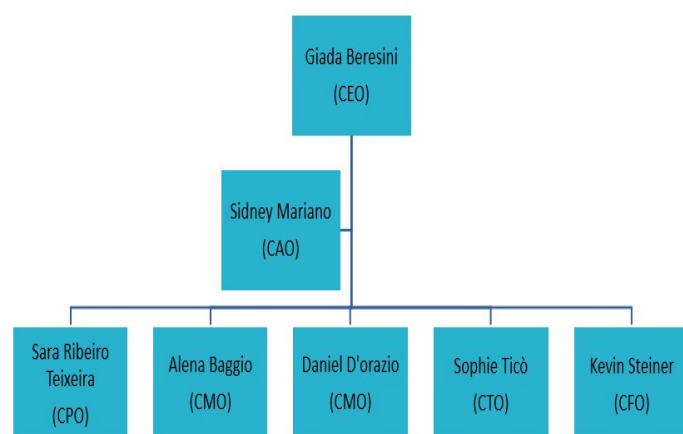
La scelta della ragione sociale e del logo sono fondamentali per trasmettere l'identità e i valori dell'azienda. Abbiamo scelto di chiamarci Flai Bag, sfruttando l'assonanza del suono "fly" che in inglese significa volo e che rappresenta l'aspetto avventuroso e dinamico dei nostri prodotti che sono ricavati dai parapendii. Le persone che utilizzano i nostri sacchetti da ginnastica si sentono libere e leggere. La parola Bag indica invece il tipo di prodotto che vendiamo, in maniera pratica e funzionale. Abbiamo inserito all'interno della ragione sociale

il simbolo del parapendio stilizzato, capovolgendo la lettera "A", che raffigura l'origine dei materiali dei nostri sacchetti. L'utilizzo del colore azzurro rievoca il cielo e la leggerezza ed enfatizza la connessione con la natura e la sostenibilità. Il design minimalista ed elegante rappresenta invece la qualità e l'attenzione ai dettagli per i nostri prodotti. Il **logo è facilmente riconoscibile e facile da ricordare**. Riflette nello stesso tempo la **personalità unica del nostro marchio** perché è strettamente connesso al corporate design così come anche al nostro abbigliamento. L'uso coerente dei colori prevale sia nel logo che nei nostri canali di comunicazione e nel materiale pubblicitario. Il modo in cui ci vestiamo è un'estensione fisica del nostro corporate design e trasmette chiarezza e semplicità, creando un'immagine facilmente identificabile della nostra mini-impresa.

1.4 Team e organizzazione

La nostra start-up ha sede a Bellinzona, presso la Scuola cantonale di commercio. Siamo sette studenti del terzo anno che frequentano il percorso bilingue italiano-tedesco.

Abbiamo avuto la possibilità di diventare giovani imprenditori costituendo una **mini-impresa** grazie al progetto YES (Young Enterprise Switzerland) che ci permette di applicare le nozioni apprese negli anni scorsi, nell'ambito dell'area di sperimentazione. Abbiamo scelto di orientarci verso un **prodotto che ci rappresentasse** e che potesse sfruttare il grande **potenziale del riciclaggio**. Impieghiamo energie, creatività e tutto l'impegno possibile per lo sviluppo di questo progetto e per la creazione di **oggetti durevoli**, che resistono nel tempo, riducendo la produzione di rifiuti e promuovendo un futuro più sostenibile e pulito. Siamo infatti consapevoli che i cambiamenti climatici rappresentano un grosso problema e vogliamo portare il nostro piccolo contributo per sottolineare la responsabilità ambientale.



Alena Baggio, Sara Ribeiro Teixeira, Giada Beresini, Sophie Ticò, Sidney Mariano, Daniel D'Orazio, Kevin Steiner

1.5 Marketing

La nostra azienda si rivolge ad una **clientela giovane**, appassionata di attività all'aria aperta, amante del fitness e attenta alla sostenibilità e all'alta qualità delle materie impiegate.

Per quanto riguarda la concorrenza in Ticino, non abbiamo ancora individuato nessuna azienda che produce sacchetti per gli abiti di ginnastica che abbiano le nostre peculiarità, escludendo le catene di negozi che offrono i classici sacchetti, nella maggior parte dei casi prodotti in Cina. Nel nord Italia abbiamo trovato l'azienda Rivelami che offre un'ampia gamma di borse e zaini, alcuni dei quali con caratteristiche simili ai nostri, utilizzando però le vele riciclate in nylon, fibra di carbonio e kevlar.

Per promuovere la nostra iniziativa e vendere i nostri prodotti ci affidiamo al passaparola, alla pubblicità sui social network e alla pagina web. Parteciperemo ad alcuni mercatini natalizi ed eventi di stagione.

1.6 Finanza

Siamo ufficialmente operativi dalla cerimonia d'apertura del 27 novembre 2023. Abbiamo analizzato i costi di produzione che si aggirano attorno ai CHF 14.— al pezzo e sono comprensivi di confezionamento sartoriale, materiale, stampa tipografica e packaging. Abbiamo anche tenuto conto dei costi di partecipazione a mercatini natalizi e workshop e degli stipendi. Abbiamo infine considerato un importo che vogliamo devolvere ad un'**associazione senza scopo di lucro** che migliora le condizioni di vita nei paesi in via di sviluppo, grazie a progetti legati alla salvaguardia ambientale. Riteniamo quindi opportuno vendere i nostri sacchetti ad un prezzo di CHF 25.— al pezzo. Attualmente abbiamo in produzione 100 pezzi che dovrebbero portare ad un utile di circa CHF 800.—, senza tener conto delle produzioni future che si baseranno sul successo delle vendite. Siamo comunque piuttosto ottimisti perché possiamo avvalerci di un prodotto valido ed iniziarne il commercio nel periodo pre-natalizio. La nostra azienda si finanzia tramite i buoni di partecipazione, le azioni nominali e le sponsorizzazioni. Finora abbiamo raccolto CHF 2'815.— dei quali CHF 105.— sono azioni nominali.

2 Impresa

2.1 Membri dell'azienda

I membri di Flai Bag appartengono alla classe bilingue tedesco 3D, che è stata formata da alunni provenienti da classi diverse. Per questo motivo, quando a settembre abbiamo creato l'azienda, non ci conoscevano ancora molto bene. Il nostro rapporto è quindi stato costruito e consolidato durante questi primi mesi di operatività. Fortunatamente, dopo alcune difficoltà iniziali, siamo riusciti a creare un buon clima di collaborazione all'interno del team.



Giada Beresini (CEO)

Sono Giada, la direttrice di Flai Bag. Rappresento l'azienda con grande piacere, in quanto credo nel nostro prodotto. Mi occupo delle decisioni riguardanti l'impresa, la sua gestione, la comunicazione interna, nonché il coordinamento dei collaboratori, al fine di assicurarmi il successo del progetto. Sono una ragazza organizzata e determinata e quindi la persona giusta per questo ruolo.

Sidney Mariano (CAO)

Il mio nome è Sidney e sono la responsabile amministrativa dell'azienda. Sono puntuale ed ordinata, ecco perché redigo e gestisco i documenti aziendali e ne controllo le scadenze delle consegne.



Sara Ribeiro Teixeira (CPO)

Sono Sara e sono il responsabile del prodotto. Mi assicuro che il prodotto sia in linea con gli ideali dell'azienda e ne garantisco l'ottima qualità. Sono molto precisa e attenta, perciò sono la persona più adatta per ricoprire questo ruolo.

Alena Baggio (CMO)

Mi chiamo Alena e sono uno dei due responsabili marketing di Flai Bag. Una delle mie mansioni è monitorare costantemente i riscontri della clientela, adeguando il prodotto alle necessità del nostro target. Grazie alla mia capacità comunicativa riesco a svolgere al meglio i miei compiti.



Daniel D'Orazio (CMO)

Mi chiamo Daniel e sono il secondo responsabile marketing. Il mio compito è la ricerca di mercato e l'adattamento del prodotto ai bisogni della clientela. Mi occupo anche di pubblicizzare i nostri articoli attraverso la creazione di volantini e fogli informativi. Il marketing mi appassiona e svolgo volentieri le mansioni di questo ruolo.

Sophie Ticò (CTO)

Mi chiamo Sophie e sono la responsabile tecnologica. I miei compiti sono creare ed aggiornare il sito web dell'azienda, con annesso shop online, e gestire la mail aziendale e i canali social. Siccome queste attività rientrano nei miei interessi, le svolgo con piacere e professionalità.



Kevin Steiner (CFO)

Sono Kevin e sono il responsabile delle finanze. Sono molto bravo in matematica, perciò riesco a gestire bene la contabilità aziendale e gli spostamenti di denaro. Redigo inoltre il budget necessario per le varie spese e verso i salari dei membri di Flai Bag.

2.2 Costituzione dell'azienda

Il primo passo per poter costituire un'azienda è avere un'idea del messaggio che si vuole trasmettere e scegliere un prodotto da vendere. Per noi era fondamentale che la nostra impresa abbracciasse gli ideali dell'ecologia e del riciclo. Inizialmente la nostra idea era quella di vendere dei sacchetti di ginnastica ricavati dalla stoffa mimetica scartata dai militari ma, informandoci, abbiamo scoperto che l'esercito svizzero non ha scarti, in quanto riutilizza tutto. Abbiamo quindi optato per l'utilizzo di vecchi parapendii come materiale di base; ci sembrava una buona soluzione dal momento che era legato ad uno sport avventuroso e si ricollegava all'idea di dinamismo e passione per le attività all'aria aperta di coloro che prediligono i nostri sacchetti. Una volta stabilito il prodotto, abbiamo iniziato a delineare una bozza di progetto e a pensare ad un nome per l'azienda con il relativo logo. La scelta si è indirizzata sulla ragione sociale Flai Bag e il nostro logo è formato da una grafica semplice ma d'impatto. Abbiamo valutato diverse opzioni per poter infine trovare un compromesso che piacesse a tutto il team.

In seguito abbiamo cercato dei fornitori ed una sarta. Grazie alle conoscenze di un membro del nostro gruppo, i vecchi parapendii, non più adatti al volo, ci sono stati forniti gratuitamente. Anche la sarta che si è messa a disposizione per realizzare i nostri sacchetti è una conoscente di una compagna, perciò beneficiamo di uno sconto sul prezzo di produzione. Abbiamo anche trovato una tipografia che ci ha stampato i volantini informativi, i biglietti di ringraziamento da allegare ai prodotti venduti e le magliette con il logo. Successivamente abbiamo stabilito il prezzo di vendita. Tenendo conto dei costi di produzione, del margine di guadagno, dei prezzi applicati dai concorrenti e del riscontro dei potenziali clienti, abbiamo deciso di vendere i sacchetti di ginnastica a CHF 25.— al pezzo.

Il prossimo step è stato decidere il packaging del prodotto. Per rimanere in tema, gli articoli venduti vengono legati con una corda colorata che deriva dal parapendio stesso, assieme ad un biglietto di ringraziamento che menziona i nostri valori aziendali. Il tutto viene posto dentro ad un sacchetto di carta riciclata con uno sticker che riporta il nostro logo.

Come ultimo passaggio, siccome si stava avvicinando la cerimonia d'apertura del 27 novembre 2023 presso l'Auditorium della Scuola cantonale di commercio a Bellinzona, abbiamo progettato la bancarella e l'abbigliamento dei membri dell'azienda. I nostri indumenti per i mercatini e gli eventi aziendali sono composti da una maglietta bianca con logo stampato e da jeans blu scuro. Per il tavolo d'esposizione abbiamo deciso di stendere una tovaglia azzurra e di esporre i nostri volantini, dei fogli con le informazioni relative alla nostra azienda, il prezzo dei prodotti, i metodi di pagamento online (Twint e PayPal) e gli sponsor. Al centro abbiamo scelto di posizionare un'insegna in legno del nostro logo. I prodotti sono stati piegati e riposti dentro due cassette in legno. L'aspetto finale della bancarella risulta in linea con la nostra idea aziendale. Per la parte contabile, ci siamo procurati una cassa e delle ricevute.

2.3 Fattori critici e di successo

2.3.1 Successi

- La cerimonia di apertura ha riscosso un grande successo ed abbiamo venduto quasi tutti i sacchetti di ginnastica. Questo evento ha dimostrato un ampio interesse della clientela verso il nostro prodotto.
- Abbiamo trovato molti sponsor che ci hanno dato un grande aiuto finanziario.
- Dopo i primi disagi iniziali, siamo riusciti a raggiungere il traguardo di una buona collaborazione tra colleghi.
- Stiamo riscontrando una comunicazione positiva con i clienti, riuscendo a consigliarli nell'acquisto e soddisfacendo le loro esigenze.
- I prodotti che vendiamo non solo rispettano gli ideali di sostenibilità e di riciclo, ma contribuiscono anche a promuoverli.
- Uno dei nostri obiettivi era quello di devolvere parte del ricavato in beneficenza ed è stato rispettato dal momento che siamo riusciti a trovare un'associazione adatta a questo scopo.

- Abbiamo partecipato ai mercatini di Natale di Chironico e Bellinzona, nei quali abbiamo potuto vendere molti sacchetti e, soprattutto, farci conoscere.

2.3.2 Insuccessi

- Durante la cerimonia di apertura abbiamo venduto la maggior parte della nostra scorta di prodotti e il fine settimana successivo abbiamo partecipato a due mercatini di Natale. La tempistica ha causato dei rischi perché avevamo pochi sacchetti e la sarta non aveva il tempo di cucirne altri con così poco preavviso.
- All'inizio dell'anno scolastico non eravamo in grado di organizzarci al meglio e dividere i compiti in modo sistematico, questo ha portato a litigi e ritardi.
- Durante la cerimonia di apertura, essendo la prima esperienza diretta con i clienti, abbiamo avuto un atteggiamento passivo. Siamo comunque riusciti a conseguire un'ottima vendita ma avremmo potuto adattare il nostro comportamento per attirare maggiormente la clientela.

2.3.3 Insegnamenti

Dal momento che ci stiamo cimentando per la prima volta nella fondazione e nella gestione di un'impresa con la vendita di un prodotto creato da noi, stiamo vivendo un'esperienza tanto emozionante quanto complicata.

I successi raggiunti ci hanno motivato e ci hanno spronato ad impegnarci sempre con costanza, mentre gli insuccessi ci hanno aiutato ad imparare cose che non sapevamo o a cui semplicemente non avevamo pensato. I traguardi ci hanno incentivato a non arrenderci di fronte alle difficoltà; invece le problematiche riscontrate ci hanno fornito insegnamenti preziosi.

La lezione più rilevante è stata migliorare la gestione del tempo. Il fatto di avere a disposizione un intero pomeriggio a scuola può sembrare un periodo molto lungo ma è facile distrarsi o perdersi in piccole problematiche. Ci ha aiutato creare una To-Do-List che viene discussa all'interno del gruppo prima di iniziare il lavoro. Abbiamo anche imparato a dividerci chiaramente i compiti, rimanendo comunque a disposizione dei compagni per aiutarci reciprocamente.

L'attrattiva della bancarella nei confronti dei clienti è un altro aspetto molto importante. Nei mercatini, in cui sono presenti molte bancarelle e molti prodotti, bisogna trovare un modo per distinguersi e rendersi interessanti. L'aspetto del nostro tavolo d'esposizione risulta colorato ed originale, ma abbiamo imparato a adattare anche il nostro atteggiamento. Non basta essere disponibili e rispondere alle domande, bisogna anche avere un comportamento attivo per attirare i clienti, bisogna credere nel proprio prodotto e dimostrarsi sicuri e carismatici.

3 Prodotto

3.1 Descrizione del prodotto



Il nostro prodotto è una soluzione innovativa e sostenibile nel panorama degli accessori sportivi. Offriamo infatti dei sacchetti da ginnastica realizzati interamente con materiali riciclati provenienti da parapendii e tende solari. Ci impegniamo a fornire prodotti di alta qualità e caratterizzati dall'unicità perché nessun articolo risulta identico ad un altro.



I materiali utilizzati per il confezionamento dei nostri sacchetti erano inizialmente destinati alla discarica. Ci siamo rivolti ad alcune imprese che operano sul territorio ticinese, che gentilmente ce li hanno messi a disposizione, a titolo gratuito. Il nostro progetto permette di trasformare questi materiali in pratici oggetti di uso quotidiano, grazie alla collaborazione con un atelier sartoriale locale (Atelier 23) ed una tipografia (Dazzi SA), entrambe ubicate a Chironico. Questa scelta ci consente di supportare le imprese locali, garantendo una produzione a km 0 ed assicura un rigoroso controllo della qualità e dell'originalità di ogni sacchetto.

I sacchetti hanno la dimensione di 45 x 35 cm e sono progettati per offrire il massimo della praticità. Il tessuto è sottile, resistente ed impermeabile e rappresenta un equilibrio perfetto tra funzionalità e leggerezza. Abbiamo ideato due modelli base, uno basato sull'idea del patchwork ed uno con un inserto stampato, che verrà però messo in produzione solo all'inizio del prossimo anno. Possiamo contare su una vasta paletta di colori che spazia dal bianco all'arancione, al giallo, al viola al blu e al nero. L'abbinamento delle tinte e i dettagli patchwork sono curati con passione e maestria dalla nostra sarta. Ogni sacchetto diventa in questo modo un'opera unica che riflette la creatività e l'attenzione ai particolari che caratterizzano il lavoro artigianale.



Ogni articolo viene arrotolato con le corde sottili recuperate dai parapendii e confezionato in un sacchetto di carta riciclata con un adesivo che riporta il nostro logo. Alleghiamo un biglietto di ringraziamento che contiene i nostri valori aziendali principali (allegato 8.1.1, pag. 24). La cura dei dettagli sottolinea la nostra attenzione nel soddisfare le esigenze dei clienti ed evidenzia l'impegno profuso nella riduzione dei rifiuti e nel riutilizzo dei materiali.

Flai Bag va oltre la semplice produzione di accessori sostenibili. Abbiamo deciso di devolvere una parte dei ricavi all'associazione Zenzero, che si impegna nell'istituire comunità locali per favorire l'occupazione e gestisce centri di raccolta pet in Africa, con l'obiettivo di promuovere il riciclo e sostenere le comunità meno fortunate (allegato 8.1.2, pag. 24).

3.2 Punti di forza del prodotto

Vendita fisica nei mercatini	La vendita diretta nei mercatini permette di instaurare un contatto con i clienti. Offre anche l'opportunità di vedere e toccare i nostri sacchetti unici, poiché ogni articolo è diverso dagli altri.
Produzione a km 0	La produzione locale, nel territorio ticinese, garantisce un controllo ottimale sulle forniture, sostiene le imprese locali e contribuisce alla creazione di un prodotto autentico e di qualità.
Sostenibilità	L'uso esclusivo di materiali riciclati rende sostenibile il nostro prodotto e contribuisce attivamente alla riduzione dei rifiuti.
Aiuto sociale	Per ogni sacchetto venduto, una parte del ricavato sarà devoluta all'associazione Zenzero che supporta progetti sociali e promuove un impatto positivo per le persone più bisognose.
Praticità	Grazie alla leggerezza, versatilità e comodità, i nostri sacchetti offrono una soluzione pratica per le attività quotidiane e sportive e garantiscono la massima funzionalità senza compromettere lo stile.
Artigianalità	Ogni sacchetto è realizzato interamente a mano, mettendo in evidenza l'attenzione ai dettagli che conferisce un tocco unico ad ogni articolo.
Vasta scelta di colori	Flai Bag offre una vasta gamma di colori che permettono ai clienti di scegliere il sacchetto che meglio si adatta al loro stile e alle loro preferenze.

3.3 Punti di debolezza del prodotto

Tempo di produzione	Il tempo di produzione è piuttosto lungo a causa della complessità nel processo di taglio dei parapendii.
Vendita tramite il sito web	La mancanza di vendite online potrebbe essere attribuita alla difficoltà per i clienti di scegliere il sacchetto personalizzato tra le varie tipologie di prodotti, senza poterlo vedere fisicamente.
Prezzo	Il prezzo attuale riflette gli elevati costi di produzione ma potrebbe rappresentare un ostacolo per alcuni clienti.

Abbiamo intenzione di cercare di ottimizzare il processo di produzione senza compromettere la qualità dei prodotti, migliorare l'esperienza di acquisto online rendendola più completa e fare una riflessione sui costi per cercare di ridurli. In questo modo potremmo riuscire ad essere più competitivi sul mercato.

3.4 Descrizione della produzione

Il nostro percorso di produzione inizia con il recupero dei parapendii, gentilmente offerti dalle aziende Paramania Flying School di Sant'Antonino, Pink Baron SA di Capolago e il Centro Sportivo Nazionale della Gioventù di Tenero. Le tende solari ci sono state donate da Bredo-Bau SA di Lamone, da Schenker Storen di Rivera e da Regazzi SA di Gordola.

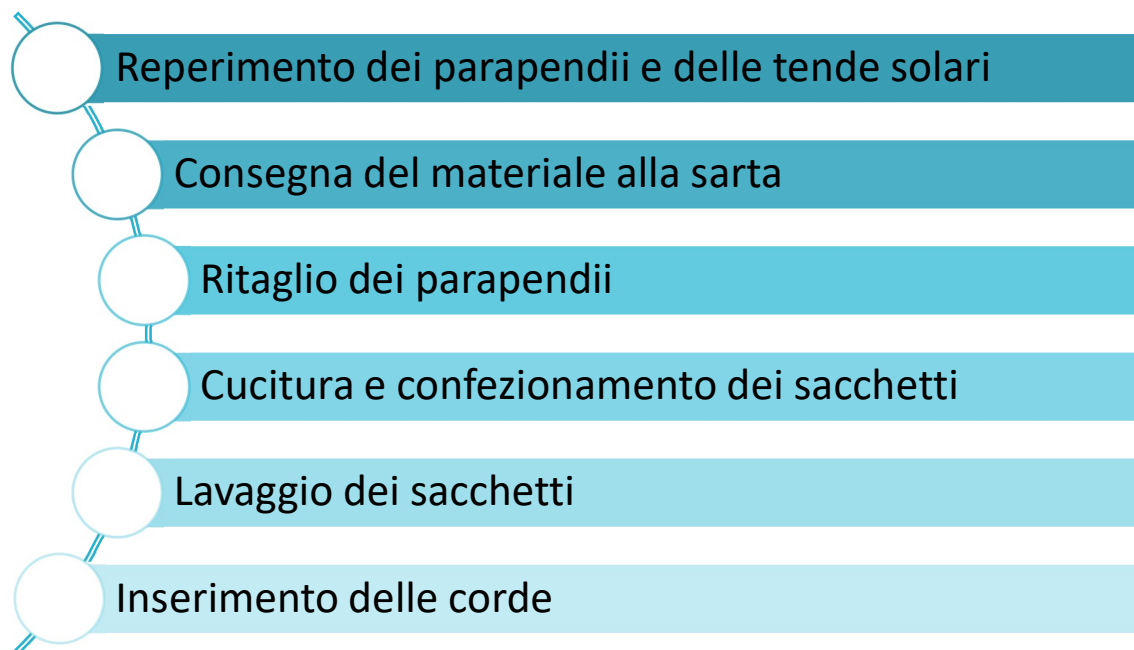
La successiva fase di produzione è affidata all'Atelier 23 di Chironico che si occupa di ritagliare le stoffe, cucire e confezionare i sacchetti. La sarta seleziona gli abbinamenti dei colori e del patchwork. Ogni pezzo, grazie alla varietà dei materiali riciclati utilizzati, si distingue dagli altri.

La tipografia Dazzi SA, anch'essa di Chironico, si occupa della stampa delle etichette con il nostro logo, ricavate dalle tende solari, così come degli inserti che saranno aggiunti ai sacchetti per i quali stiamo sviluppando un prototipo e che metteremo in produzione a partire dal prossimo anno.

I sacchetti vengono quindi lavati ed infine ultimati con l'inserimento delle corde tagliate a misura dalla sarta.

3.5 Processo di produzione

Lo schema rappresenta il processo di produzione dei nostri sacchetti da ginnastica.



3.6 Modifiche e nuovi progetti

Per quanto riguarda i progetti futuri, stiamo pianificando di introdurre delle edizioni speciali in occasione delle festività previste nel secondo semestre. In particolare, per celebrare San Valentino, stiamo progettando di realizzare dei sacchetti per la spesa dalla forma romantica di cuore, utilizzando il materiale dei nostri parapendii riciclati. Questa edizione speciale aggiungerà un tocco di amore ed originalità al nostro assortimento.

Stiamo inoltre sviluppando il progetto relativo ai sacchetti con l'aggiunta di un inserto ricavato dalle tende solari, sul quale vorremmo far stampare una scritta semplice ma d'effetto: "Be cool go green". La nostra intenzione è quella di arricchire la gamma di prodotti, offrendo varianti con elementi distintivi e creativi. Questo progetto ci permetterà di esplorare nuovi design e di soddisfare ancor meglio le esigenze e le preferenze dei nostri clienti.

4 Marketing

4.1 Strategia di marketing

La strategia di marketing di Flai Bag si basa su una combinazione efficace di canali per promuovere i nostri prodotti. Utilizziamo attivamente i social media, il Marketplace ed il sito web come pilastri centrali della nostra promozione. Il passaparola rimane comunque la nostra arma vincente nella strategia di marketing ed è il motore trainante per la diffusione e il successo dei nostri sacchetti.

Nei social media ci impegniamo a creare contenuti accattivanti ed informativi per mantenere una connessione diretta con i followers. La piattaforma Marketplace offre un'opportunità supplementare di esposizione, che consente ai clienti di scoprire ed acquistare i nostri prodotti.

Il sito web rappresenta la vetrina digitale completa che fornisce i dettagli sulla nostra gamma di prodotti, sul processo di produzione e, in futuro, sulle edizioni speciali e sulle varianti dei nostri sacchetti. La presenza online è importante, soprattutto in previsione di espandere la visibilità dei nostri prodotti e non concentrarci esclusivamente sul territorio ticinese.

La promozione attraverso il passaparola è un elemento fondamentale della nostra strategia. Riteniamo che la nostra clientela, soddisfatta dell'esperienza Flai Bag, vorrà condividerla con amici e familiari. La partecipazione a mercatini natalizi e ad eventi di stagione ci offre l'opportunità di interagire direttamente con la comunità locale, contribuendo così a rafforzare la nostra visibilità.

Oltre alla promozione dei prodotti, ci concentriamo anche sulla sensibilizzazione della clientela riguardo ai nostri valori fondamentali: il senso di responsabilità ambientale e la passione che nutriamo per questo progetto. Siamo convinti che comunicare in modo trasparente sia essenziale per costruire un legame duraturo con i nostri clienti.

4.2 Analisi della concorrenza

Nel corso della nostra analisi della concorrenza, abbiamo riscontrato delle difficoltà nel trovare aziende in Svizzera che offrissero prodotti simili ai nostri sacchetti, con le stesse peculiarità. Tuttavia, siamo riusciti ad individuare il grande magazzino Manor che offre uno zainetto con valori simili ai nostri, anche se con una composizione differente. Inoltre, abbiamo trovato un concorrente più rilevante nel Nord Italia, l'azienda Rivelami, che offre un'ampia gamma di borse e zaini con caratteristiche simili ai nostri prodotti.



Manor offre il prodotto "Satch Borsa da ginnastica" nella colorazione Ice Blue, ricavato da bottiglie PET, al prezzo di CHF 39.90



Flai Bag offre il sacchetto patchwork nella colorazione base blu scuro, ricavato da stoffa da parapendio, al prezzo di CHF 25.—

La denominazione "Satch" nello zainetto Manor indica che è stato realizzato esclusivamente con tessuti sostenibili ottenuti al 100 % da bottiglie PET riciclate. Questo marchio è membro della Fair Wear Foundation, impegnata a migliorare le condizioni di lavoro negli stabilimenti di produzione in tutto il mondo.

Il prodotto è dotato di una zip, che può rivelarsi molto utile ed apprezzata. Il prezzo di listino è di CHF 39.90, con una differenza di CHF 14.90 rispetto a Flai Bag. Nonostante la differenza di prezzo, riteniamo che il confronto sia appropriato, in quanto entrambi i prodotti condividono valori simili.



Rivelami offre il prodotto "SPI BACKPACK", uno zainetto ricavato da tela da vela riciclata, al prezzo di € 69.00



Flai Bag offre il sacchetto patchwork nella colorazione base viola, ricavato da stoffa da parapendio, al prezzo di CHF 25.—

L'azienda italiana Rivelami utilizza invece vele riciclate in nylon, fibra di carbonio e kevlar per la fabbricazione dei suoi prodotti. Nonostante l'utilizzo di materiali di indubbia qualità, il loro zaino è venduto al prezzo di € 69.00 con una grande differenza rispetto a quanto propone Flai Bag. Va notato che il tessuto di tela da vela è più compatto rispetto alla stoffa da parapendio e ne potrebbe giustificare il prezzo più elevato. Flai Bag offre inoltre la spedizione gratuita, a differenza di Rivelami che la contempla solo per ordini superiori ai € 200.00. Un ulteriore elemento distintivo di Flai Bag è la sua promessa di unicità, con ogni sacchetto che presenta un design diverso, a differenza dei prodotti standardizzati di Rivelami.

La nostra analisi ha pertanto evidenziato delle similitudini così come delle differenze chiave e ci ha fornito una prospettiva chiara della fascia di posizionamento della nostra azienda nel mercato dei sacchetti da ginnastica sostenibili.

4.3 Segmentazione di mercato

4.3.1 Gruppo target

Il nostro target è costituito da una clientela giovane, dinamica ed appassionata di attività all'aria aperta e del fitness. I nostri clienti hanno una forte sensibilità ambientale e mostrano un interesse attivo verso la sostenibilità e le materie prime utilizzate nei prodotti. La predominante presenza della clientela ticinese conferma il nostro impegno a servire la comunità locale.

La dinamicità dei nostri sacchetti attrae in modo particolare i giovani e riscontriamo un notevole successo tra coloro che cercano soluzioni innovative e di stile per le loro attività sportive. Tuttavia, abbiamo osservato con

soddisfazione che, la versatilità dei nostri prodotti li rende altrettanto richiesti anche da un pubblico più adulto e questo sottolinea la loro adattabilità a molteplici stili di vita.

Nel definire il gruppo target, abbiamo dato grande importanza alla responsabilità ambientale che è un elemento fondamentale nella decisione di acquisto. Ci impegniamo a rispettare questi valori grazie alle nostre pratiche aziendali e all'utilizzo dei materiali riciclati.

Criteri	Target
Geografici	Prevalentemente ticinesi
Sociologici	Giovani
Comportamentali	Passione per l'attività all'aria aperta e il fitness
Psicografici	Responsabilità ambientale

4.3.2 Obiettivi a proposito del fatturato / utile

Il nostro obiettivo principale è raggiungere un utile che possa garantire la sostenibilità e la crescita a lungo termine dell'azienda in modo da poter continuare a svolgere efficacemente la nostra attività.

Una parte del ricavato sarà destinata all'associazione senza scopo di lucro Zenzero che condivide ideali simili ai nostri e contribuisce alla realizzazione di progetti che promuovono le comunità locali e l'ambiente. Questa scelta testimonia il nostro impegno sociale.

Con il pagamento dei dividendi, una parte dell'utile verrà restituita ai finanziatori, che hanno dimostrato fiducia nel nostro progetto e ci hanno sostenuto acquistando buoni di partecipazione.

La rimanenza verrà suddivisa tra i sette collaboratori dell'azienda. Questa distribuzione equa riflette la nostra filosofia di condivisione del successo con coloro che lavorano attivamente per realizzare gli obiettivi dell'azienda.

4.4 Politica dei prezzi

Per determinare il prezzo di vendita dei nostri prodotti, ci siamo basati su tre criteri fondamentali: i costi di produzione, le aspettative e le necessità dei nostri clienti e il contesto competitivo nel territorio ticinese. La nostra politica dei prezzi si orienta su questi fattori per cercare di garantire equità ed accessibilità a tutti.

In primo luogo, abbiamo effettuato una stima dei costi considerando i costi fissi e la produzione artigianale. Questo ci ha fornito la base per stabilire un prezzo che potesse coprire i costi sostenuti e garantire un guadagno.

Dal momento che non abbiamo una concorrenza diretta di riferimento sul territorio ticinese, ci siamo concentrati sul nostro target e sulle esigenze dei clienti. Abbiamo quindi deciso di fissare il prezzo a CHF 25.— per ogni modello finora prodotto. Questa scelta è stata motivata dalla volontà di rendere i nostri prodotti accessibili a tutti, senza comprometterne la qualità.

Abbiamo anche deciso di effettuare spedizioni gratuite ai nostri clienti, eliminando ulteriori costi e rendendo il prodotto ancora più allettante.

4.5 Strategia dei prezzi

La nostra strategia dei prezzi è stata attentamente ponderata ed abbiamo considerato vari fattori come i costi di produzione, la posizione nel mercato e la concorrenza. Il prezzo proposto per i nostri sacchetti, fissato a CHF 25.— può essere considerato competitivo e ragionevole. Bisogna notare che i nostri costi di produzione ammontano a CHF 13.70 al pezzo e quindi non possiamo permetterci di applicare prezzi di vendita inferiori. Il confronto con la concorrenza dimostra inoltre che il nostro prezzo è decisamente più vantaggioso. Offriamo anche la spedizione gratuita come valore aggiunto.

La politica di prezzo riflette il contesto di mercato, la qualità dei materiali utilizzati e l'approccio sostenibile. Abbiamo la volontà di rendere accessibili i nostri prodotti ad un ampio pubblico, mantenendo al contempo un margine di profitto che consenta la crescita e la sostenibilità dell'azienda nel lungo termine.

4.6 Canali di distribuzione

I nostri canali di distribuzione si suddividono su due modalità: la vendita fisica e la vendita online.

Coloro che desiderano acquistare fisicamente, possono inviare un messaggio al nostro profilo Instagram @flai_bag e pagare in contanti al momento della consegna. Sarà necessario accordarsi per stabilire il luogo e l'orario della consegna.

Abbiamo anche organizzato la partecipazione a tre mercatini di Natale che si sono tenuti in successione a Chironico e Bellinzona, mentre l'ultimo è programmato per Lumino. Queste occasioni, unite ad altri eventi che avranno luogo nel corso dell'anno, ci permetteranno di interagire in maniera diretta con la clientela.

Per gli acquisti effettuati online sul sito web offriamo il pagamento tramite carta di credito o PayPal. La spedizione avverrà entro i successivi tre giorni lavorativi e sarà gratuita. Questa opzione permette ai clienti di ricevere comodamente i loro sacchetti direttamente a casa.

4.7 Misure pubblicitarie

Sebbene le prestazioni, l'efficienza e la coordinazione siano fattori fondamentali per il buon funzionamento di una mini-impresa, senza una valida strategia pubblicitaria non sarà in grado di far risaltare le proprie qualità ed essere pienamente presa in considerazione. Per questo motivo, puntiamo molto sulla coerenza dell'immagine aziendale che vogliamo trasmettere ed abbiamo finora lavorato su alcune tipologie di pubblicità rivolte a possibili clienti. I canali pubblicitari che utilizziamo a questo scopo sono principalmente il cartaceo, il digitale e l'orale.

In fase di progettazione, stiamo considerando ulteriori iniziative e ci concentriamo in particolare sulla pubblicità orale. L'organizzazione di eventi locali ci offrirà l'opportunità di comunicare direttamente con il pubblico, creando una connessione autentica con la nostra clientela e rafforzando la nostra reputazione.

La nostra strategia promozionale è in costante evoluzione e vogliamo esplorare nuove opportunità, adattando la nostra presenza pubblicitaria per soddisfare le esigenze del mercato e della clientela.

4.7.1 Volantini

A livello di comunicazione cartacea, ci impegniamo a ridurre l'utilizzo perché consideriamo il materiale cartaceo un metodo tradizionale meno ecosostenibile rispetto ad altri approcci pubblicitari. Tuttavia, riconosciamo che i volantini hanno ancora un ruolo significativo nella divulgazione delle informazioni e per agevolare l'accesso ai dettagli della nostra azienda a chiunque ne fosse interessato. Pertanto, pur preferendo canali più sostenibili, mettiamo a disposizione dei potenziali acquirenti delle brochures (allegato 8.1.3, pag. 25) posizionate al nostro stand. Questo permette di ottenere un'idea generale di chi siamo, di cosa facciamo e dei nostri valori aziendali.

4.7.2 Passaparola

La potenza del passaparola sta nella sua capacità di trasformare i nostri clienti soddisfatti in ambasciatori del marchio, che ci permettono di espandere la nostra presenza e visibilità. Quando un cliente ha un'esperienza positiva con Flai Bag, condivide con la propria rete di contatti la gioia dell'acquisto e questo scambio spontaneo di raccomandazioni contribuisce a costruire la nostra reputazione e a consolidare un legame di fiducia con la clientela.

La nostra dedizione alla sostenibilità, alla qualità artigianale e alla creatività si diffonde attraverso il passaparola che si conferma un potente strumento nel raggiungere nuovi clienti. Purtroppo, finora abbiamo avuto poche possibilità di interazione diretta, al di fuori della cerimonia di apertura ufficiale dell'impresa e dei due mercatini di Natale ai quali abbiamo partecipato. Abbiamo comunque riscontrato dei feedback positivi ed

una buona affluenza di possibili acquirenti che ci spronano a dare maggior rilevanza anche al nostro atteggiamento propositivo e a cercare di trasmettere, iniziando da parenti, amici e conoscenti, i nostri valori e i nostri obiettivi.

Approfitteremo dell'ultimo mercatino di Natale al quale siamo iscritti e di alcuni eventi che stiamo progettando per mettere in pratica la nostra strategia e riuscire ad ampliare il giro di clienti.

4.7.3 Social network

Abbiamo adottato diverse strategie pubblicitarie sui social media per promuovere la nostra attività. Gestiamo attivamente un account Instagram, focalizzato su una fascia di utenza più giovane e un account Facebook, rivolto a un pubblico più adulto. Il nostro obiettivo è mantenere entrambi gli account aggiornati con informazioni su eventi, promozioni e altri contenuti rilevanti per il nostro pubblico.

Creiamo e pubblichiamo con regolarità una selezione di post e storie. I nostri contenuti sono progettati con cura per essere visivamente accattivanti e rispecchiano l'immagine dell'azienda. È importante catturare l'attenzione degli utenti, vogliamo quindi pubblicare contenuti che siano visivamente stimolanti con lo scopo di incoraggiarli a dedicare del tempo alla nostra pagina per ulteriori informazioni (allegati 8.1.4, 8.1.5 e 8.1.6, pag. 26 e 27).

4.8 Presenza digitale

La nostra presenza digitale vuole coinvolgere ed informare i clienti attraverso diversi canali. I social media come Instagram e Facebook non hanno solo la funzione di piattaforme di promozione ma offrono anche un mezzo diretto ai clienti di porre domande e risolvere eventuali dubbi.

Per avere una presentazione chiara delle nostre attività e poterle approfondire in maniera più dettagliata, i clienti possono visitare il nostro sito web www.flaiabag.ch. Qui si trovano spiegazioni complete su cosa offriamo, chi siamo e come funziona il nostro progetto. Il sito fornisce anche spazi dedicati ad informazioni importanti, come l'idea di devolvere parte dei ricavi in beneficenza e gli sponsor.

Nella sezione "Negozio" i clienti hanno la possibilità di acquistare direttamente i nostri prodotti. La procedura è semplice ed intuitiva: si seleziona l'articolo desiderato quindi si inseriscono i propri dati e si completa la transazione. Tutti gli ordini effettuati attraverso il nostro sito web saranno spediti con cura e rapidità, per garantire un'esperienza soddisfacente di shopping online.

Ecco come funziona il veloce processo d'acquisto online:

- **Scegli il prodotto:** naviga tra i vari modelli e colori disponibili e seleziona il sacchetto che desideri acquistare.
- **Carrello:** aggiungi il prodotto al carrello e controlla il contenuto.
- **Vai alla cassa:** procedi al checkout per confermare il tuo ordine inserendo l'indirizzo e-mail e i dati di fatturazione e spedizione.
- **Pagamento:** scegli il metodo di pagamento tra carta di credito o debito oppure PayPal.
- **Conferma:** riceverai una conferma dell'ordine via e-mail con tutti i dettagli dell'acquisto.
- **Spedizione:** la spedizione dell'ordine verrà effettuata entro i successivi tre giorni lavorativi in modo del tutto gratuito.

4.9 Corporate identity

Flai Bag attribuisce grande importanza alla sua presentazione e questo si riflette nell'approccio al corporate design e nell'abbigliamento aziendale. In occasione di un evento, i membri del team indossano jeans blu e magliette bianche con il logo aziendale stampato al centro del petto nella parte anteriore e sotto l'etichetta nella parte posteriore. Questa scelta, pur nella sua semplicità, incarna la chiarezza che la nostra mini-impresa cerca di trasmettere, in armonia con i colori primari che distinguono Flai Bag, ovvero l'azzurro e il bianco.

La scelta di uniformità nell'abbigliamento crea un'immagine omogenea e professionale durante gli eventi e contribuisce anche a rafforzare l'identità visiva del marchio.

Questa coerenza è estesa anche ai nostri canali di comunicazione, compreso il sito web, nel quale i colori primari aziendali dominano la presentazione. I contrasti tra i colori sono studiati per influenzare positivamente la percezione aziendale del cliente fin dai primi istanti perché comunicano chiarezza e creatività come tratti distintivi del nostro lavoro.

Il nostro corporate design dimostra coerenza e professionalità, elementi essenziali per catturare l'attenzione del pubblico e comunicare in modo efficace i valori e l'identità distintiva dell'azienda.

4.9.1 Linguaggio aziendale

Riteniamo molto importante adottare un linguaggio aziendale distintivo, arricchito di termini che ci differenziano dalla concorrenza e permettono ai clienti di identificarci chiaramente. Nei documenti informativi utilizziamo espressioni che riflettono i nostri obiettivi come, ad esempio, il concetto di “dare una seconda vita agli oggetti”. Questa frase comunica il nostro impegno nel valorizzare il riciclo degli oggetti e trasmette l'idea che diamo importanza a materiali per cui altre persone non lottano più, migliorandone le qualità ed aumentandone l'utilità.

Il linguaggio distintivo ci aiuta a comunicare chiaramente i nostri valori e la nostra missione e contribuisce a creare un legame più forte e riconoscibile con i clienti.

4.10 Marketing mix

Il nostro approccio al marketing mix si basa sulla coordinazione degli elementi 4P – Product, Price, Placement e Promotion per garantire una strategia equilibrata ed efficace.

Inizialmente abbiamo trovato diverse difficoltà nell'identificare il prodotto ideale da offrire sul mercato, con l'obiettivo di fornire un articolo utile, pratico e che si distinguesse dalla concorrenza. La scelta di realizzare sacchetti da ginnastica ricavati da tessuto di parapendii non più utilizzabili ha soddisfatto i primi due elementi della nostra valutazione del prodotto, sottolineando anche il nostro impegno per un basso impatto ambientale. In merito alla concorrenza, abbiamo preso spunto dall'azienda italiana Rivelami, che basa la sua produzione sul riutilizzo di vele di barche destinate al macero e crea diverse tipologie di borse.

Il prezzo è stato deciso paragonando i costi medi di prodotti simili e i costi che avremmo dovuto sostenere per la produzione. Abbiamo inoltre considerato il target di riferimento, i costi fissi ed il margine di utile lordo desiderato. Il risultato è stato un prezzo medio, di CHF 25.— a sacchetto.

Per quanto riguarda il Placement, la nostra presenza sul mercato avviene attraverso diversi canali: sito web, social media Instagram e Facebook, nonché il Marketplace di YES. Questi canali sono scelti strategicamente per raggiungere il nostro pubblico di riferimento ed ampliare la visibilità del marchio. Inoltre, la partecipazione ad eventi locali e la distribuzione di brochure presso lo stand sono parte integrante della nostra strategia di placement.

La promozione è altrettanto determinante ed attualmente ne stiamo sfruttando il potenziale attraverso il sito web, i social media ed il Marketplace di YES. La promozione online ci consente di comunicare direttamente con i possibili acquirenti e di trasmettere in modo efficace i nostri valori aziendali. Siamo pronti a modificare la nostra strategia in base alle dinamiche di mercato e alle risposte del pubblico.

5 Finanze

5.1 Bilancio

BILANCIO

ATTIVI

	31.12.2023
Mezzi liquidi	2'555.63
Scorte prodotti finiti	137.00
TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE	2'692.63
TOTALE ATTIVI	2'692.63

PASSIVI

	31.12.2023
Capitale azionario	105.00
Capitale di partecipazione	1'410.00
TOTALE CAPITALE PROPRIO	1'515.00
Utile provvisorio al 31.12.2023	1'177.63
TOTALE PASSIVI	2'692.63

Il bilancio mostra una situazione finanziaria piuttosto solida. Gli attivi totali ammontano a CHF 2'692.63 e la maggior parte è rappresentata dai mezzi liquidi; questo conferma una buona disponibilità di capitali. Le scorte di merce sono relativamente basse. I passivi ammontano a CHF 1'515.— con il capitale di partecipazione che contribuisce in maniera notevole a questa cifra. Il capitale azionario e il capitale di partecipazione mostrano un finanziamento stabile e sufficiente per sostenere le attività dell'azienda.

5.2 Conto economico

CONTO ECONOMICO

COSTI PER MATERIALE, MERCI E PRESTAZIONI

	4 Set / 31 Dic '23
Costo merce venduta	548.00
TOTALE COSTI MERCI E PRESTAZIONI	548.00
Costi del personale	28.00
TOTALE COSTI DEL PERSONALE	28.00
Packaging	26.50
Costi formazione e workshop	30.00
Mercatini	140.00
TOTALE COSTI DIVERSI	196.50
TOTALE COSTI	772.50
Utile provvisorio al 31.12.2023	1'177.63
TOTALE COSTI	1'950.13

RICAVI D'ESERCIZIO

	4 Set / 31 Dic '23
Ricavi sacchetti	950.00
Ricavi straordinari	500.13
Ricavi sponsor	500.00
TOTALE RICAVI D'ESERCIZIO	1'950.13

I ricavi d'esercizio sono considerevoli. I costi relativi a merci e prestazioni sono gestiti in modo efficace e si attestano a CHF 548.—. I costi diversi d'esercizio, che includono il packaging, la formazione e la partecipazione ai mercatini sono abbastanza contenuti, per un totale di CHF 196.50. Il risultato provvisorio è un utile di CHF 1'177.63 che conferma che l'azienda ha generato un buon profitto durante il periodo considerato. Sarà comunque importante mantenere un equilibrio tra costi e ricavi per garantire la sostenibilità e la crescita a lungo termine dell'azienda.

5.3 Calcolo del break even point

Costi fissi:

workshop	CHF	30.00
mercatino Bellinzona	CHF	70.00
mercatino Lumino	CHF	30.00
mercatino Chironico	CHF	40.00
packaging	CHF	26.50
stipendi	CHF	63.00

totale **CHF 259.50**

costi produzione unitario **CHF 13.70**

prezzo unitario **CHF 25.00**

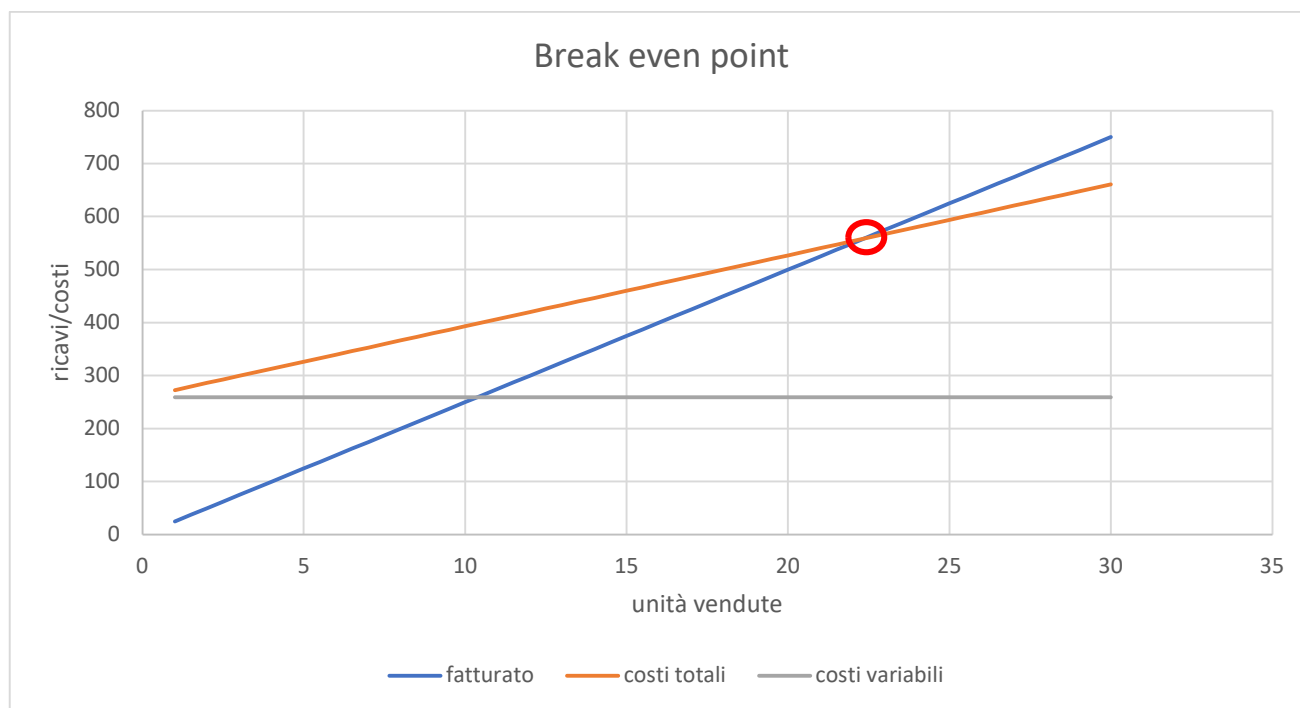
calcolo del break-even point:

$$25x = 13.70x + 259.50$$

$$11.3x = 259.50$$

$$x = \underline{\underline{22.97}}$$

Il break-even point viene superato dalla 23° unità venduta



Finora abbiamo venduto 67 pezzi e, considerando che il break-even point è superato dalla 23° unità venduta, i successivi 44 pezzi rappresentano una zona di profitto. La nostra mini-impresa ha quindi superato il punto in cui inizia a generare profitti ed ha continuato a farlo con le vendite successive. Dobbiamo però continuare a controllare costi, ricavi e profitti per assicurarci di mantenere un margine positivo e crescere in modo sostenibile.

5.4 Calcolo dei prezzi

Abbiamo calcolato i nostri prezzi basandoci sul costo di produzione dei sacchetti, che ammonta a CHF 13.70 al pezzo. Abbiamo anche esaminato i prezzi della concorrenza per prodotti simili, che variano tra i CHF 40.— e i CHF 70.—. Abbiamo quindi deciso di stabilire un prezzo pieno di CHF 25.— al pezzo. La nostra scelta è motivata dalla volontà di semplificare le transazioni ai clienti ed evitare l'inconveniente di gestire piccoli tagli di moneta.

Questo prezzo di vendita ci permette di ottenere un guadagno lordo di CHF 11.30 per ogni articolo venduto. Il calcolo considera sia i costi di produzione che la posizione competitiva nel mercato. La nostra priorità è garantire un prezzo equo che rispecchi il valore del nostro prodotto e riesca ad assicurare un margine di guadagno sostenibile per la crescita a lungo termine dell'azienda.

5.5 Budget 2023 – 2024 (periodo apertura attività)

Ricavi

Ricavi vendita sacchetti CHF 5'000.—

Ricavi da sponsor CHF 500.—

Totale Ricavi CHF 5'500.—

Costi

Costo merce venduta CHF 2'600.—

Costi formazione e workshop CHF 50.—

Mercatini / fiere	CHF 150.—
Totale Costi	CHF 2'800.—
Utile Previsto	CHF 2'700.—

I ricavi stimati ammontano a CHF 5'500.— e sono legati alla vendita dei sacchetti e agli sponsor. Questa valutazione si basa su una previsione di vendita di circa 200 unità incentrata sul successo ottenuto nei mercatini ai quali abbiamo partecipato.

I costi previsti sono frutto di una gestione oculata delle risorse. Il costo della merce venduta è stimato in CHF 2'600.— e garantisce un margine di profitto lordo prossimo al 50 %. I costi legati alla formazione e ai workshop ammontano a CHF 50.—, mentre quelli relativi a mercatini e fiere sono previsti in CHF 150.—. È importante cercare sempre delle opportunità per ottimizzare i costi di approvvigionamento e migliorare l'efficienza nella produzione.

L'utile previsto è di CHF 2'700.— e rappresenta il profitto netto stimato dopo aver considerato i costi e i ricavi. Questo risultato positivo è un segnale della sostenibilità finanziaria del nostro progetto; tuttavia dovremo mantenere una gestione attenta delle spese per cercare di massimizzare l'utile netto.

5.6 Adeguamenti delle finanze

Al momento non riteniamo necessario apportare alcun adeguamento al prezzo del nostro prodotto poiché lo consideriamo adeguato in relazione alla sua qualità e alle sue caratteristiche.

Potremmo eventualmente esaminare la possibilità di effettuare degli adattamenti ai costi di approvvigionamento, con l'obiettivo di aumentare il margine di utile lordo. Questa strategia comporterebbe l'ottimizzazione dei processi produttivi per ridurre i costi di produzione.

6 Prospettive

6.1 Obiettivi del team

Flai Bag si è proposta di creare un prodotto a tema dedicato alla festività di San Valentino. Stiamo pensando di sviluppare un modello speciale, con un design accattivante, pensato sia come regalo per la festa degli innamorati che come acquisto per chi ne apprezza l'estetica attraente.

L'idea che abbiamo in mente è un sacchetto per la spesa ripiegabile che si chiude in un involucro a forma di cuore. Questa proposta richiama l'atmosfera gioiosa di San Valentino ma è anche pratica e utile perché garantisce la comodità e l'accessibilità sempre a portata di mano. Con questo prodotto tematico, puntiamo a soddisfare le esigenze di coloro che cercano un regalo originale e pensato per celebrare questa occasione speciale.

Un altro obiettivo ambizioso del nostro team è instaurare collaborazioni con un paio di negozianti della zona. Desideriamo esporre i nostri prodotti nelle vetrine di alcuni negozi del bellinzonese, con l'intento di aumentare la nostra visibilità, espandere la nostra clientela ed offrire un punto di vendita fisico che risulti comodo soprattutto per i clienti più anziani e meno abituati alle tecnologie digitali. Per realizzare questo progetto, i passi successivi prevedono il contatto con le attività commerciali interessate e la richiesta di disponibilità per la collaborazione.

Per quanto riguarda l'aspetto economico, abbiamo l'obiettivo di raggiungere la vendita di almeno 200 sacchetti da ginnastica. Il punto di pareggio viene superato con la vendita di 23 pezzi, a partire dai quali iniziamo a generare un profitto. Tenendo conto che una parte del nostro utile è destinato alla beneficenza, la vendita di 200 pezzi potrebbe consentirci di ottenere un margine di profitto significativo.

6.2 Errori e rischi futuri

Ogni decisione intrapresa comporta una serie di potenziali rischi e possibili errori che potrebbero generare impatti negativi sull'azienda. Bisogna quindi considerarli ed analizzarli attentamente.

Tra i potenziali rischi si potrebbero verificare errori legati alla gestione contabile, ritardi nei pagamenti, problemi nella produzione dei sacchetti e difficoltà di comunicazione all'interno del team.

Uno degli ostacoli più probabili che potremmo trovarci a dover affrontare è rappresentato dalla difficoltà nel confezionare un numero sufficiente di articoli per i mercatini o altri punti di vendita. Questo rischio è emerso in seguito ad alcuni intoppi riscontrati nel rispettare i termini di consegna da parte della sarta.

Per diminuire queste possibili complicazioni ci impegniamo a mettere in pratica procedure più rigorose e a migliorare la gestione logistica.

6.3 Contromisure

Le contromisure che implementeremo per far fronte ai possibili rischi futuri derivano da un'analisi delle varie situazioni.

Per affrontare le problematiche legate alla gestione del tempo, cercheremo di ottimizzare i processi operativi e di effettuare una revisione regolare delle operazioni contabili. Inoltre, continueremo a fare una riunione all'inizio di ogni lezione, per suddividere i compiti del giorno e discutere su eventuali insoddisfazioni o conflitti di idee.

Un altro fattore importante è mantenere un dialogo costante con la sarta che ci consentirà di chiarire i tempi di consegna, considerare lo sviluppo del prodotto ed affrontare qualsiasi possibile problema in anticipo. Cercheremo anche di migliorare i nostri processi interni per garantire un flusso di lavoro più coordinato e una maggior efficienza.

7 Indirizzi di contatto completi



Flai Bag
c/o Scuola cantonale di commercio
Viale Stefano Franscini 32
6501 Bellinzona



www.flai bag.ch



flaibagg@gmail.com



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

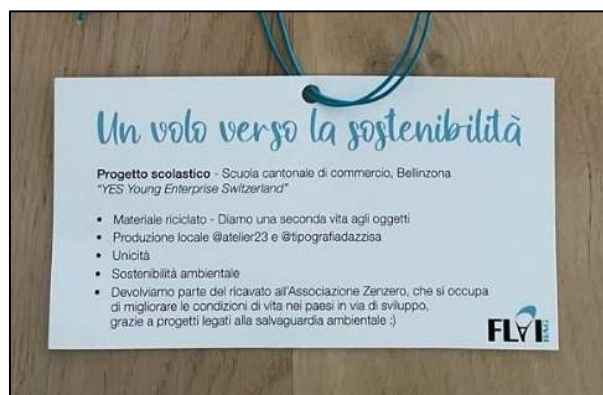


[@Flai Bags](https://www.facebook.com/Flai.Bags)

8 Allegati

8.1 Documentazione promozionale ed informativa

8.1.1 Biglietto di ringraziamento



8.1.2. Foglio informativo associazione Zenzero



CONTIAMO SU DI TE!

Per **ogni** sacchetto acquistato, all'associazione senza scopo di lucro Zenzero sarà **donata una parte del ricavato** per **aiutare le persone che ne hanno più bisogno!**
I nostri sacchetti sono composti da **tessuti riciclati dai parapendii.**

Ma di cosa si occupa **Zenzero**?

- Crea dei **centri di raccolta pet** in Africa, dove sono praticamente **inesistenti**. I pet vengono poi riciclati.
- Dal 2015 finanzia con alcuni progetti, **l'insegnamento** in Africa.
- **Istruisce** le comunità locali per permettere loro di trovare un lavoro, concentrandosi sulle **donne**.
- Al centro dell'attività, c'è il **rispetto della persona** e dei suoi **diritti**.

Solo insieme possiamo ♥

Contribuisci ora al progetto e a un cambiamento positivo!

Contattaci
flaibagg@gmail.com

Per maggiori informazioni
<https://www.flaibag.ch/>

Dove trovarci?
Scuola cantonale di commercio
Viale Stefano Francini 32
6501 Bellinzona





IO CI SONO
perché ci credo!





 <https://www.associazionezenzero.com/>

8.1.3 Brochure Flai Bag




Acquistando uno dei nostri sacchetti contribuisce a un cambiamento positivo. Siamo orgogliosi di annunciare che una parte dei profitti sarà devoluta all'associazione senza scopo di lucro Zenzero, che si occupa di migliorare le condizioni di vita nei paesi in via di sviluppo, grazie a progetti legati alla salvaguardia ambientale. Con Flai Bag, ogni passo conta: voliamo insieme verso un futuro più verde e solidale.



CONTATTI

Viale Stefano Franscini 32
6500 Bellinzona
flaibagg@gmail.com
www.flai bag.ch
@flai_bag
@Flai Bags
+41 79 747 99 61





UN VOLO VERSO LA SOSTENIBILITÀ

Siamo sette studenti della Scuola cantonale di commercio di Bellinzona, ed abbiamo dato vita alla start-up Flai Bag, nell'ambito del progetto YES (Young Enterprise Switzerland). Produciamo e commercializziamo sacchetti da ginnastica con tessuti recuperati da parapendii.



MISSIONE E VALORI

La nostra missione è chiara: fornire prodotti ecologici e funzionali che garantiscono una seconda vita ai materiali ed ispirano scelte più consapevoli per l'ambiente. Contribuiamo al benessere degli individui e del pianeta, abbracciando l'economia circolare per ridurre al minimo gli sprechi.



IL NOSTRO PRODOTTO

Flai Bag non offre solo sacchetti, ma un'esperienza unica. Nessun articolo è identico ad un altro e le dimensioni perfette 45 x 35 cm assicurano leggerezza, qualità e un tocco distintivo.

I nostri prodotti sono realizzati con materiali completamente riciclati da parapendii e tende solari ed incarnano la fusione tra moda, qualità e sostenibilità.



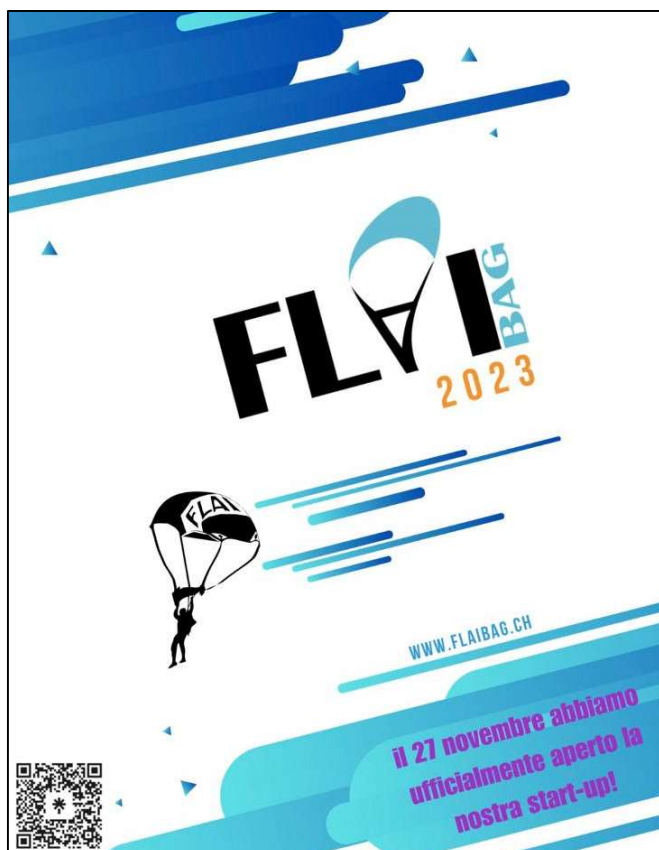
La sostenibilità incontra lo stile di vita attivo
Magia dei materiali riciclati
Prodotti a km 0
Unicità e stile




Sei appassionato di attività all'aria aperta, amante del fitness, attento alla sostenibilità e alla qualità delle materie impiegate? I nostri sacchetti sono perfetti per le tue esigenze!!

Fai la differenza con Flai Bag e vivi l'esperienza di un sacchetto che racconta una storia di rinascita!!

8.1.4 Apertura digitale start-up





CHI SIAMO

Siamo **sette studenti** della Scuola cantonale di commercio a Bellinzona, e siamo entusiasti di annunciare l'apertura ufficiale della nostra **start-up**, nata grazie al progetto YES (Young Enterprise Switzerland).

IMPEGNO GIOVANE E SOSTENIBILE

Flai Bag rappresenta il nostro impegno a promuovere uno stile di vita sostenibile e attivo. Grazie ai materiali **completamente riciclati** da parapendii e tende solari, incarniamo la fusione tra moda, qualità e sostenibilità.

ECONOMIA CIRCOLARE

La nostra missione è fornire **prodotti ecologici** e funzionali che garantiscono una **seconda vita** ai materiali. Abbiamo abbracciato l'economia circolare per ridurre al minimo gli sprechi e contribuire al benessere degli individui e del pianeta.

ESPLORA LA NOSTRA COLLEZIONE

Scopri la nostra collezione di sacchetti da ginnastica sul sito web. Ogni articolo Flai Bag è un'esperienza unica, realizzata con cura e attenzione ai dettagli.

SOSTENIBILITÀ CHE CONTA

Acquistando uno dei nostri sacchetti, contribuirai a un cambiamento positivo. Una parte dei nostri profitti sarà infatti devoluta all'associazione senza scopo di lucro **Zenzero**, impegnata nel migliorare le condizioni di vita nei paesi in via di sviluppo attraverso progetti legati alla salvaguardia ambientale.

Con Flai Bag, ogni passo conta: voliamo insieme verso un futuro più verde e solidale!

#FlaiBag #ModaSostenibile #LancioUfficiale 🌱

8.1.5 Mercatino di Natale a Chironico

Scopri il Calore del Natale con

FLAI BAG

**Fai la Differenza con la Moda Sostenibile e
Vieni a Trovarci al Mercatino di Natale di**

**Chironico, nel nucleo
venerdì 8 dicembre 2023
dalle ore 10.30 alle ore 16.00**

Approfitta di quest'opportunità per acquistare uno dei nostri sacchetti da ginnastica firmati Flai Bag. Non perdere l'occasione di immergerti in questa atmosfera e rendere il tuo Natale speciale. Trova un regalo perfetto che unisca sostenibilità ed originalità e possa regalare felicità ad una persona cara!!

per maggiori info:



Regali Unici e Sostenibili

8.1.6 Mercatino di Natale a Bellinzona

Continua la magia del Natale con

FLAI BAG

**Fai la Differenza con la Moda Sostenibile e
Vieni a Trovarci al Mercatino di Natale di**

**Bellinzona, Viale Stazione e centro storico
domenica 10 dicembre 2023
dalle ore 10.00 alle ore 18.00**

Vivi l'Atmosfera Natalizia con noi.
Immergiti nella magia natalizia con bancarelle festose, delizie culinarie e note avvolgenti di musica.
Un'esperienza che va oltre il semplice acquisto!
Non perdere l'occasione di scegliere un regalo che possa donare felicità ad una persona cara!!

per maggiori info:



Ti aspettiamo a braccia aperte alla bancarella numero 71!