

Lettera di presentazione

Spettabile Direttore,

in qualità di rappresentante legale della società Sangiovino s.n.c. chiedo un finanziamento in denaro di euro 25.000,00, da estinguere con pagamenti rateizzati in un periodo di 3 anni, per intraprendere una iniziativa imprenditoriale.

Essa consiste nella produzione e commercializzazione di un prodotto tipico del nostro territorio: il vino Sangiovese doc. Le attività produttive rispetteranno le più antiche e genuine tradizioni romagnole, senza l'uso di diserbanti o insetticidi e con l'utilizzo dell'energia necessaria derivante dall'installazione di pannelli solari per garantire il rispetto dell'ambiente.

La produzione avverrà nei terreni agricoli cesenati, noti per la eccellente qualità delle viti del territorio, offrendo opportunità di lavoro sia a contadini che ad operai del luogo.

Il prodotto sarà prevalentemente destinato ad una clientela di adulti, puntando sulla genuinità e sulla qualità, intendendo così interpretare e soddisfare i bisogni dei clienti più tradizionali ed esigenti.

Inizialmente sarà commercializzato a livello locale, nei supermercati, nei ristoranti e nelle rosticcerie.

Per far conoscere il nostro prodotto organizzeremo degustazioni gratuite in vari locali e in occasione dei seguenti eventi: Vinitaly, vin Natura e Finest Italian Vines.

Sarà inoltre pubblicizzato sul social network Facebook, su Youtube e sulle radio locali.

Allego alla presente il business plan per gli anni 2015, 2016 e 2017.

Fiduciosi nell'accoglimento della nostra richiesta, porgiamo cordiali saluti

1. Dati della classe

Nome: IIB Liceo Scienze Umane opzione Economico-sociale

2. Dati insegnante di riferimento

Nome: Gioachino

Cognome: Colombrita

Telefono: 3391799855

E-mail: info@gioacolo.net

3. Riferimenti della scuola di provenienza

Nome scuola: LICEO CLASSICO VINCENZO MONTI

Città: CESENA

Indirizzo: PIAZZA G. SANGUINETTI N. 50

4. La vostra futura azienda è di tipo profit o non profit?

profit

5. La vostra futura azienda venderà beni o servizi?

beni

6. Scopo dell'iniziativa imprenditoriale

Diffondere un prodotto tipico del nostro territorio, ricordare le vecchie tradizioni romagnole, creare un prodotto senza usare diserbanti/insetticidi, utilizzando per la produzione di energia i pannelli solari.

7. Nome dell'azienda che sarà creata

Sangiovino s.n.c.

Executive summary

Noi vogliamo vendere un prodotto che non inquina l'ambiente, utilizzando pannelli solari per l'energia e non usando diserbanti e altri prodotti chimici. E' nostra intenzione soddisfare al meglio i bisogni dei nostri clienti. La vendita del nostro prodotto, vino sangiovese doc, è destinata ad un pubblico adulto. Il prezzo varierà, in base all'annata, dai 5 ai 10 euro a bottiglia e una cassa da 6 pezzi sarà venduta da 30 a 60 euro. Inizialmente sarà commercializzato a livello locale, nei supermercati, nei ristoranti e nelle rosticcerie. La produzione avverrà nei terreni agricoli cesenati, noti per la eccellente qualità delle viti del territorio, offrendo opportunità di lavoro sia a contadini che ad operai.

Per far conoscere il nostro prodotto organizzeremo degustazioni gratuite in vari locali e in occasione dei seguenti eventi: Vinitaly, vin Natura e Finest Italian Vines. Per la pubblicità spenderemo: 360 euro su facebook per un anno, 1500 euro per youtube compresi spot pubblicitari e avvisi sotto ai video, 6 mesi di pubblicità sulle radio locali prevedendo una spesa di 1000 euro.

Descrizione dell'iniziativa

La nostra azienda venderà vino artigianale e tipico romagnolo (Sangiovese). Produrremo questo tipo di vino senza utilizzare insetticidi e diserbanti, ricavando l'energia necessaria dai pannelli solari. In questo modo saranno soddisfatte le richieste di chi a tavola vuole accompagnare le proprie portate con un vino genuino e non alterato da altre sostanze. Sarò un vino naturale, prodotto con i metodi tradizionali. Una parte della produzione sarà destinata alla realizzazione di un vino senza residui zuccherini, quindi con un basso livello di saccarosio (zucchero composto da glucosio e fruttosio), destinato a quelle persone che sono intolleranti allo zucchero e per chi desidera bere un vino non dannoso per la salute e più leggero.

Mission

La nostra mission è quella di puntare su un prodotto genuino, di qualità e originario del nostro territorio, rispettando anche l'ambiente. Intendiamo così interpretare e soddisfare i bisogni dei clienti più tradizionali ed esigenti.

1. Definizione dei segmenti con un termine sintetico

Nome del segmento numero 1: Distribuzione geografica

Nome del segmento numero 2: Etá

Nome del segmento numero 3: Gestori di attività commerciali

2. Caratteristiche dei segmenti

Caratteristiche del segmento Distribuzione geografica:

Il prodotto verrà distribuito in scala locale (Romagna)

Caratteristiche del segmento Etá :

Fascia di età:sopra i 18 anni

Caratteristiche del segmento Gestori di attività commerciali:

Segmento che prevede la distribuzione del prodotto a gestori di attività di ristorazione e/o supermercati.

3. Dimensione

Dimensione del segmento Distribuzione geografica:

piccolo

Dimensione del segmento Etá :

piccolo

Dimensione del segmento Gestori di attività commerciali:

piccolo

4. Crescita

Crescita del segmento Distribuzione geografica:

stabile

Crescita del segmento Etá :

stabile

Crescita del segmento Gestori di attività commerciali:

stabile

1. Descrizione

Tendenza numero 1: Ampliamento geografico del territorio di distribuzione del prodotto a livello regionale

Tendenza numero 2: Aumento del benessere socio-economico della società

Tendenza numero 3: Diminuzione del benessere socio-economico della società

Tendenza numero 4: Diminuzione geografica della distribuzione in scala territoriale (da locale a provinciale)

Tendenza numero 5: Invecchiamento della popolazione e dell'età media

2. Impatto sulla domanda di beni (o servizi) dell'azienda

Tendenza numero 1: alto

Tendenza numero 2: alto

Tendenza numero 3: basso

Tendenza numero 4: medio

Tendenza numero 5: alto

1. Identificazione dei concorrenti

Nome del concorrente numero 1: Azienda agricola Bissoni

Nome del concorrente numero 2: Azienda agricola Conti Leoni

Nome del concorrente numero 3: Azienda agricola Guarini Matteucci

2. Descrizione

Azienda agricola Bissoni: Dimensione piccola, competenza nazionale e internazionale, buona notorietà;

Azienda agricola Conti Leoni: Dimensione piccola, competenza nazionale, notorietà; media

Azienda agricola Guarini Matteucci: Dimensione media, competenza nazionale, media notorietà;

Visione sinottica

Punti di forza

Genuinità del prodotto 8

Prodotto caratteristico del territorio 7

Opportunità

Nuovi finanziatori 7

Punti di debolezza

Crisi economica 8

Minacce

Eventi metereologici sfavorevoli 4

Carenza di clienti 7

Quota di mercato che sarà raggiunta in tre anni

20 - 40%

Quota di consumatori soddisfatti che sarà raggiunta in tre anni

40 - 60%

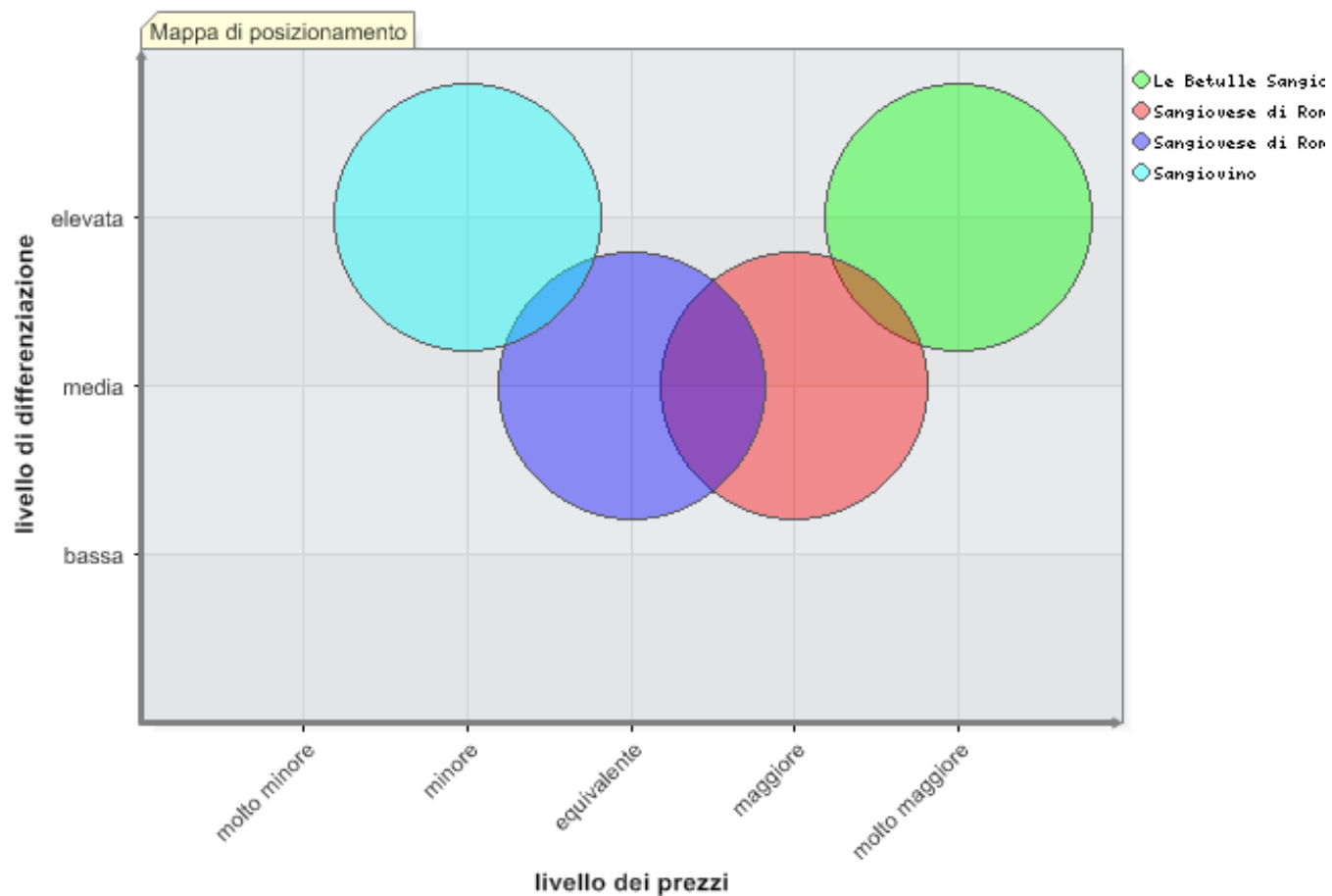
Immagine dell'azienda che sarà conquistata in tre anni

media

Segmenti obiettivo

Nome	Motivazione obiettivo	Grado di attrattività
Distribuzione geografica	Il prodotto, essendo tipico della regione, verrà distribuito prevalentemente in Romagna.	media
Etá	In Italia vige una legge che vieta in modo categorico la distribuzione di alcolici ai minori di diciotto anni. Per questa motivazione la vendita del nostro prodotto è rivolta ai soli maggiorenni.	elevata
Gestori di attività commerciali	Il prodotto sarà inizialmente commercializzato a livello locale, nei supermercati, nei ristoranti e nelle rosticcerie, ragione per cui la distribuzione potrebbe non essere impegnativa.	bassa

Prezzo e differenziazione dei prodotti dell'azienda rispetto ai concorrenti



Nome	Prezzo rispetto ai concorrenti	Differenziazione rispetto ai concorrenti
Le Betulle Sangiovese di Romagna DOC Superiore	molto maggiore	elevata
Sangiovese di Romagna Superiore Riserva DOC	maggiore	media
Sangiovese di Romagna Superiore Mero Riserva 2000	equivalente	media
Sangiovese	minore	elevata

Leve operative di marketing

Nome del prodotto:

Sangiovinò

Consumer Insight:

Dislocazione del prodotto in punti di degustazione in diverse zone della Romagna.

Beneficio offerto:

La possibilità di degustare il prodotto prima di decidere se acquistarlo.

Motivazione beneficio:

Poche aziende permettono di degustare il vino prima di comprarlo.

Prezzo del prodotto:

7,50 €

Azioni di promozione/comunicazione:

Lo pubblicizzeremo nei seguenti modi: sul social network facebook e su youtube, anche con spot pubblicitari e avvisi sotto i video, sulle radio locali.

Scelta dei canali distributivi:

La vendita sarà effettuata soltanto a livello territoriale nei supermercati, nei ristoranti e nelle rosticcerie.

Previsioni di vendita

Nome del prodotto	Prezzo unitario (a)	Volumi previsti di vendita (b)			Ricavi previsti di vendita (a*b)		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017
Sangiovinò	€ 7,50	5000	6000	7500	€ 37500	€ 45000	€ 56250
TOTALE					€ 37500	€ 45000	€ 56250

Cash flow				
Entrate	Start up	2015	2016	2017
TOTALE ENTRATE	€ 25000	€ 37500	€ 45000	€ 56250
Uscite	Start up	2015	2016	2017
Ristrutturazioni	€ 5000	€ 0	€ 0	€ 0
Arredamento	€ 3500	€ 0	€ 0	€ 0
Acquisti di materie e prodotti finiti	€ 5000	€ 2000	€ 2500	€ 3000
Salari e provvigioni	€ 0	€ 1800	€ 1900	€ 2000
Pubblicità/Promozione	€ 2860	€ 2860	€ 3860	€ 3860
Attività di distribuzione	€ 0	€ 1500	€ 1700	€ 1900
Trasporti	€ 0	€ 300	€ 400	€ 500
Assicurazioni	€ 300	€ 340	€ 390	€ 440
Affitto	€ 3240	€ 3240	€ 3240	€ 3540
Utenze (telefono, elettricità ecc.)	€ 1500	€ 1800	€ 2000	€ 2500
Servizi esterni	€ 1000	€ 1200	€ 1500	€ 1700
Consulenze	€ 1000	€ 500	€ 200	€ 0
Altri costi	€ 0	€ 300	€ 400	€ 500
TOTALE USCITE	€ 23400	€ 15840	€ 18090	€ 19940
RISULTATO DELL'ANNO (Entrate-Uscite)	€ 1600	€ 21660	€ 26910	€ 36310
CASH FLOW GENERATO	€ 1600	€ 23260	€ 50170	€ 86480