

Concorso “START UP : NUOVE IDEE PER INTRAPRENDERE”



I Rotary Club di Lanciano, Atessa, Ortona e Vasto, nell’ambito delle giornate di orientamento universitario e lavorativo per le classi del V anno delle scuole superiori, indicano un concorso dal titolo: START UP : NUOVE IDEE PER INTRAPRENDERE.

Le migliori idee di azienda innovativa sono state presentate e discusse con gli esperti , la valutazione è stata affidata a due giurie:

- una giuria popolare costituita da tutti i visitatori della MOSTRA VIRTUALE che hanno espresso il loro voto on line
- una giuria tecnica composta da rotariani, docenti ed esperti hanno selezionato due progetti.

Il Liceo Artistico di Lanciano ha partecipato a questo concorso con le classi: VA, VB, VC; i docenti che hanno seguito e preparato gli alunni a questo concorso sono i docenti: Salomone Nicola e Dora Costantini per la sez. A del corso di Oreficeria;

Margherita Bruno, Cinzia D’Amico e Vanda Blandini per la sez. C di Moda;

Valerio Di Ruscio per la sez. B di Architettura.

Entrambi i lavori presentati sono stati selezionati ottenendo il primo posto per la sez. di Moda e Oreficeria, ed il secondo posto per la sez. di Architettura.

La sez. di moda ha inoltre ricevuto una menzione di merito da parte della giuria esaminatrice.

PRESENTA LA TUA IDEA DI IMPRESA

Istituto Istituto Superiore Vittorio Emanuele II°- Liceo Artistico Lanciano Ch

Classi: VC e VA

Titolo del progetto: ISA FASHION TRANSFORMER e ISA FASHION

Descrivi la tua idea di impresa nel modo che preferisci, e non porre alcun limite alla tua creatività.

- Facci capire qual è la tua sfida.

La nostra Azienda nasce dall'esigenza di rivalutare e di sensibilizzare il Made in Italy, per avvicinare i giovani alla tradizione, alla storia e alla cultura della nostra terra: l'Abruzzo. Si attinge dal passato per trasformarlo in una chiave moderna; uno sguardo al passato rivolto al futuro.

- Qual è il bisogno a cui pensi di dare una risposta?

Creare un Brand con materiali ecosostenibili, sfruttando tecnologie innovative, garantendo competitività sul mercato.

- Come intendi rispondere al bisogno che hai identificato?

Utilizzando i materiali esistenti nel territorio, possibilmente a "km. zero", manodopera specializzata nella ricerca delle materie prime come: 1) le piante delle nostre montagne per i coloranti naturali dei tessuti; 2) la fibra della ginestra del Gran Sasso per i tessuti e per i filati. Il ciclo di produzione, dall'idea, alla progettazione, allo sviluppo ed alla realizzazione del prodotto finale, sarà affidato esclusivamente a maestranze interne aziendali. Lo stesso dicasi per la commercializzazione e pubblicità, con campagne mirate e tecnologicamente qualificate.

L'analisi di mercato e quadro competitivo

- **Quale è il potenziale mercato di riferimento?**

Ci rivolgiamo ad un pubblico giovanile, internazionale, sempre attento alla propria immagine, con originalità e ricercatezza nei dettagli.

Ci rivolgiamo ad un pubblico giovanile, internazionale, sempre attento alla propria immagine, con originalità e ricercatezza nei dettagli.

- **Che grado di diffusione può avere il tuo prodotto/servizio?**

Inizialmente i prodotti saranno lanciati e commercializzati al livello nazionale, attraverso una catena di negozi fashion store, dinamici e giovanili. Si sfrutteranno sicuramente tutti i canali istituzionali presenti sul territorio nazionale, a partire dalle camere di Commercio, fino alle Associazioni di dettaglianti e Consumatori. In un secondo momento, tramite anche una solida azione pubblicitaria, i prodotti verranno riversati sul Mercato Comune Europeo, sfruttando i nostri cataloghi virtuali attraverso il web. Successivamente, mediante operatori di Import-Export nostri connazionali e locali, i nostri prodotti saranno acquistabili nei cinque continenti.

Chi altri risponde a questo bisogno oggi?

Oggi, con la globalizzazione sempre più spinta ed invadente, siamo invasi da prodotti pseudo-similari, ma sicuramente dozzinali ed industriali e, fattore altrettanto importante, tecnologicamente di basso profilo.

- **Chi potrebbero essere o chi sono attualmente i tuoi principali concorrenti?**

A livello mondiale e/o nazionale, sono presenti grandi gruppi che forniscono, a prezzi competitivi, prodotti a bassa tecnologia e materiali non ecosostenibili.

- **Come pensi di arrivare sul mercato e di acquisire un vantaggio competitivo?**

Il nostro prodotto è di estrema qualità e utilizza materiali naturali delle nostre terre, in cui il singolo acquirente-possessore ci si riconosce, anche semplicemente girando per la meravigliosa natura che lo attornia.

La forza innovativa

- Quali sono gli elementi più innovativi della tua start up ?

Gli elementi innovativi sono capi di abbigliamento trasformabili per ogni occasione ed evento o per qualsiasi momento della giornata, garantendo un'ottima qualità e risparmio notevole. L'abito che risolve la domanda: "Cosa mi metto? Cosa indossare"? domande che troppo spesso le donne si pongono.. Un altro elemento innovativo è sicuramente l'utilizzo di materiali ecosostenibili sia nei tessuti (ad es. la fibra della ginestra delle montagne abruzzesi", e sia nelle tinture naturali per tessuti e filati e sia per gli elementi decorativi degli abiti (stampe, decorazioni e ricami).

- Quali benefici crea per la collettività?

Il beneficio è sicuramente il rispetto per l'ambiente e il rispetto per chi lo indossa.

Maggiore risparmio per l'attivazione della formula a km zero per la reperibilità dei materiali e per la realizzazione dell'intera fase di sviluppo produzione.

Per lo spostamento aziendale, maestranze comprese, si utilizzerà un mini-bus navetta, il cui conducente è uno stesso dipendente.

La produzione della ginestra e delle altre piante utilizzate per i colori naturali verrà, in un secondo tempo, coltivata in terreni marginali e di risulta, dando ulteriore lavoro e favorendo il clima.

- Come intendi misurarli?

Il fatto di utilizzare le materie prime della zona, andrà ad abbattere le inevitabili immissioni di CO2 di un altro prodotto che dovrebbe essere acquistato altrove, trasformato, trasportato, ecc.

Per comprendere meglio quanto affermato, la tabella che segue fornisce, alcuni valori di riferimento raggruppati in ordine crescente di emissione di CO2 per mezzo di trasporto.

La colonna incremento gCO2 ne evidenzia l'aumento rispetto al mezzo precedente (scalini tabellari).

| Mezzi di trasporto | Fattori di emissione | Incremento gCO2 |
|--------------------|-----------------------|-----------------|
| Bicicletta | 0 gCO2/Km | 0 |
| A piedi | 0 gCO2/Km | 0 |
| Metro | 22 gCO2/Persona x Km | 22 |
| Treno | 45 gCO2/Persona x Km | 23 |
| Ciclomotore | 90 gCO2/Km | 45 |
| Aereo | 150 gCO2/Persona x Km | 105 |
| Automobile | 237 gCO2/Km | 87 |
| Tir | 400 gCO2/Km | 163 |

Dalla tabella è facile capire che se invece di muovere le merci su ruota attraversando mezza Italia, si recepiscono le materie prime in un limitato raggio di azione, si risparmiano tantissime emissioni di CO2 (dannoso per il riscaldamento globale della Terra). Facciamo due conti: utilizzando un carico su ruota al mese, per un percorso medio di 300km., in un anno abbattiamo il consumo di CO2 di:

$400 \times 11 \text{ mesi} \times 300 \text{ km.} = 1.320.000$ grammi di CO2 [equivalenti a 1,32 tonnellate]

Se al posto dell'automobile si prende un mini-bus, il risparmio sulla movimentazione di circa 15 dipendenti è valutabile in:

$[(237 \times 15 - 75) \times 25 \text{ giorni/mese}] \times 11 \text{ mesi} = 918.720$ grammi di CO2 per ogni chilometro di tragitto.

Per quanto riguarda il benessere di chi indosserà i nostri capi di abbigliamento, una sua valutazione è senza dubbio complessa, ma teniamo conto che si azzerano i problemi di allergie, eritemi, ore di lavoro perse, riduzione di farmaci per il trattamento dei malanni.

Il target

- Chi sono i tuoi potenziali clienti/utenti?

I giovani, soprattutto nella fascia venti-quarantenni, in cui abbracciamo lo studente universitario o chi è entrato subito nel mondo del lavoro ed ha una pronta disponibilità economica ed il giovane professionista/imprenditore attento ai particolari e allo stile

- Quali sono le ambizioni in termini di utenti/clienti raggiunti

Si aspira significativamente ad una quota di mercato nazionale del 15-20%, con punte più rilevanti nelle nicchie di mercato dei prodotti ecosostenibili

La fattibilità

- Dicci tre cose importanti che occorre fare per arrivare con il prodotto/servizio sul mercato.

- 1) Credere in quello che si fa e rendere i propri dipendenti/collaboratori parte attiva del business.
- 2) Rendere gli ambienti di lavoro accoglienti, sicuri, igienici, in maniera tale da sentirsi a casa propria.
- 3) Coinvolgere attivamente nella propria rete, il fattore pubblicitario e quello operante nella rete di vendita.

- Quanto tempo ci vuole?

La tempistica sarà suddivisa in tre periodi, quanti sono i mercati che si intendono raggiungere. Precisamente, il mercato nazionale sarà maturo in un arco di tempo che è ragionevole quantificare in 1-2 anni. Per l'europeizzazione del prodotto si pensa ad un lustro

- Quali sono le risorse critiche (tempo, soldi, competenze, partners, ...)?

I tempi di incubazione, con un team affiatato e dinamico, saranno di circa un semestre; i tempi di diffusione sono stati sopra menzionati.

L'aspetto economico è sicuramente importante; si cercherà comunque di sfruttare tutte le competenze disponibili, a livello commerciale-finanziario, per arrivare ai fondi comunitari che sono a disposizione di teste con buone idee.

Le competenze sono al top per quanto riguarda la tecnologia, i macchinari e la macchina pubblicitaria. Le maestranze sono artigiani specializzati nei rispettivi campi di azione.

Soprattutto nei primi tempi, ci si avvarrà di riconosciuti partners, per la progettazione e l'avviamento.

- Puoi darci qualche numero?

Il numero delle maestranze specializzate che si intende coinvolgere è di circa una quindicina.

La Ditta avrà una configurazione aziendale del tipo "s.r.l.", con capitale iniziale di € 20.000,00. Un finanziamento in Leasing si renderà necessario per l'acquisto dei primi macchinari e strumenti di lavoro. E' plausibile un Leasing di € 50.000,00.

Gli aspetti economici

- Come descriveresti il business della tua idea?

Il business della nostra azienda è sicuramente ecosostenibile, fresco, innovativo, trasformabile, giovanile

- Quali sono le tue aspettative in termini di fatturato e utenti/clienti raggiunti?

Entro il primo anno di attività si punta a 1-1,5 milioni di euro, per puntare a un fatturato di 5-10 milioni di euro annui entro i 5 anni dall'avvio. I clienti raggiunti in termini di numero 10-20.000 entro il primo anno.



ISA FASHION TRANSFORMER

Pastori- Gabriele d'Annunzio

*Settembre, andiamo. E' tempo di migrare.
Ora in terra d'Abruzzi i miei pastori
lascian gli stazzi e vanno verso il mare:
scendono all'Adriatico selvaggio
che verde è come i pascoli dei monti.*



Premiazione del concorso
1° premio con menzione di merito

