

ISTITUTO MARIA CONSOLATRICE

MILANO: Q.I.T. JA

ANNO SCOLASTICO: 2019/2020

DOCENTE CORDINATORE: SIMONA RIPAMONTI

DREAM COACH: DIEGO ASCARI

REGIONE: LOMBARDIA

# Rapporto annuale

---

QIT

*Quality in things*

# EXECUTIVE SUMMARY

## Sommario:

1. Executive summary
2. Lettera agli azionisti
3. Storia dell'azienda
4. Marketing e comunicazione
5. Prodotto, Acquisti e Produzione
6. Strategie aziendali
7. Prezzo e analisi SWOT
8. Bilancio e Break-even point
9. Previsioni finanziarie
10. Ringraziamenti



**NOME DELL'IMPRESA:** Q.I.T JA

**MISSION:** il nostro obiettivo è quello di creare unione all'interno della nostra scuola attraverso la vendita di felpe da noi realizzate

**PRODOTTO:** UOODIE (Tokyo, New York, Vancouver, Marrakech)

**GLI AZIONISTI:** la Q.I.T. JA ha sempre informato i propri azionisti dell'operato svolto dagli amministratori, comunicando attraverso le piattaforme social di Instagram e Facebook

**RISULTATI RAGGIUNTI:** felpe prodotte 375 ;felpe vendute 365; utile raggiunto: 2776€; BEP 34 felpe; ROE 277,60%.

# LETTERA AGLI AZIONISTI

Con questa lettera la nostra società intende informarVi sul lavoro fino ad oggi svolto. Innanzitutto, vogliamo ringraziarVi poiché solo con il Vostro contributo è stato possibile realizzare il nostro progetto ed è grazie alla fiducia che avete riposto in noi che è stato possibile creare UOODIE: una felpa simbolo di unità per la nostra scuola. Abbiamo raggiunto risultati soddisfacenti sia a livello economico/finanziario, sia come gratificazione imprenditoriale; siamo convinti che questo nostro percorso abbia rafforzato le fondamenta su cui sviluppare l'impresa QIT JA, per affrontare il nostro prossimo progetto, la creazione di ECO BREATH che diventerà il core business della nostra impresa.

Grazie all'iniziativa di crowdfunding abbiamo raggiunto il capitale sociale di 1000,00 euro con cui abbiamo dato vita alla nostra impresa che abbiamo utilizzato per il finanziamento della nostra produzione.

Tutti noi ci siamo impegnati per pubblicizzare il nostro prodotto. La realizzazione di UOODIE ci ha coinvolto in una ricerca approfondita grazie alla quale siamo venuti in contatto con diversi fornitori fino ad arrivare alla scelta finale. A partire dalla fine di novembre ci siamo anche impegnati nella ricerca di fornitori e potenziali clienti per la realizzazione e la vendita di ECO BREATH, lo scaldacollo che avevamo intenzione di produrre e che la pandemia ha bloccato.

Per il futuro sviluppo di QIT, intendiamo organizzare una serie di iniziative dedicate al personale per ampliare le competenze e conoscenze, intensificare il coinvolgimento nelle sfide e nei processi e condividere strategie ed obiettivi di una rinnovata identità industriale senza dimenticare di garantire la sicurezza nei nostri ambienti di lavoro. Crediamo, infatti, che i nostri risultati siano sempre correlati al valore personale e morale del nostro team, al diffuso senso di appartenenza, ad una comune cultura aziendale e ad un'attenzione al benessere dei nostri lavoratori.

L'attenzione alla solidarietà che ci caratterizza ci ha indotti a devolvere parte del nostro utile al Dosso verde, centro di riabilitazione per bambini e ragazzi auristici. I traguardi fin qui raggiunti e la solidità patrimoniale della nostra impresa, ci consentono di guardare fiduciosi al futuro. Un ringraziamento speciale va a tutto il corpo docenti, in particolare modo alla professoressa Ripamonti che ci ha seguito durante tutti questi mesi di lavoro; ringraziamo Junior Achievement che ci ha permesso di partecipare a questo progetto, consentendoci di impiegare le conoscenze acquisite durante il percorso scolastico e applicarle alla realtà aziendale.

Infine un considerevole complimento a noi della IV ITC, il quale nonostante le circostanze, siamo riusciti a realizzare un prodotto che ci ha permesso di continuare questa esperienza. Faremo tesoro di questa avventura e ricorderemo sempre ogni momento trascorso assieme.

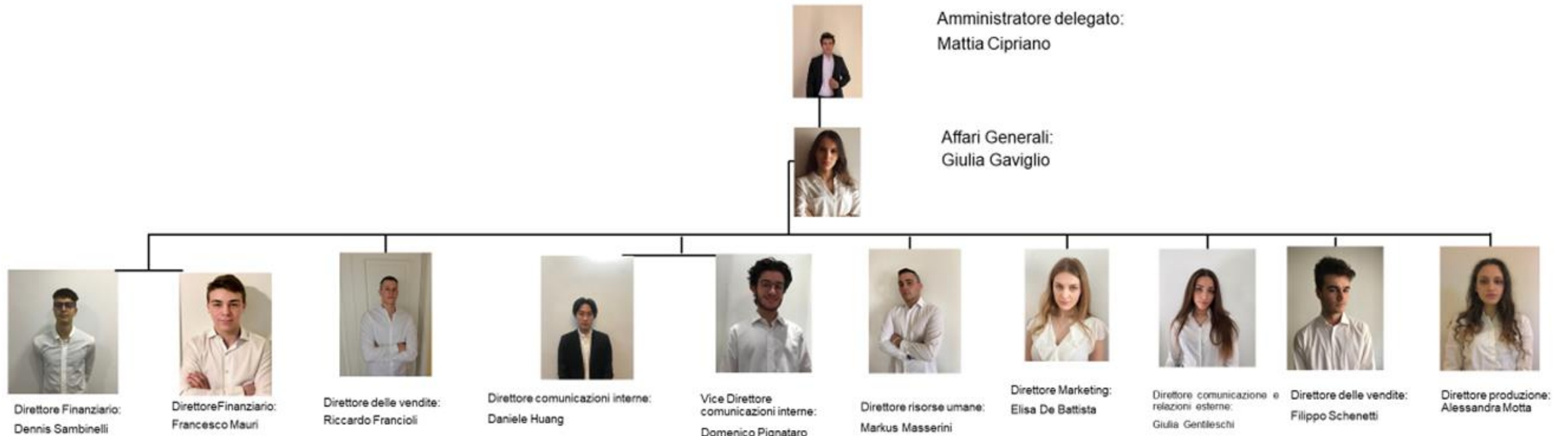
Vogliate gradire i nostri più cordiali saluti.

Amministratore delegato

Mattia Cipriano

# LA NOSTRA STORIA

Noi della classe 4 tecnico abbiamo dovuto confrontarci e immedesimarci nel mondo del lavoro creando una nostra impresa. Prima di tutto abbiamo deciso i ruoli di ogni componente del gruppo e successivamente abbiamo scelto il nome della nostra impresa: QIT (Quality In Things). Ci siamo, quindi, focalizzati sulla raccolta del capitale, scegliendo una modalità differente di finanziamento rispetto alle esperienze passate: il crowdfunding abbinato alla produzione di una felpa che potesse diventare simbolo di appartenenza alla nostra scuola. Questa idea nasce dalla mancanza di un simbolo distintivo che ci identificasse anche all'esterno del nostro istituto e, contemporaneamente creare un elemento di unità fra i nostri diversi indirizzi scolastici. Questa idea è stata accolta positivamente dagli studenti e le vendite/sottoscrizioni di capitale sono state subito gratificanti. Grazie all'utile ottenuto doneremo 1500€ al Dosso Verde per attivare un corso di formazione di educatori per la riabilitazione neurologica e neuropsichiatrica dell'autismo nell'età evolutiva. Con i risultati che otterremo al rientro a scuola dalla pandemia vogliamo continuare il progetto iniziale con la produzione di uno scaldacollo tecnico con filtro antiparticolato e antivirus.



# MARKETING E COMUNICAZIONE

Per promuovere UOODIE e la nostra impresa abbiamo deciso di creare un sito web: <https://ismc-4itafm-2020.wixsite.com/felpeqit2020>

nel quale è possibile conoscerci e acquistare il nostro prodotto attraverso i nostri contatti.

Abbiamo anche creato una pagina Instagram (qit.ja) e facebook (qit ja) dove sono presenti foto e curiosità relative al nostro prodotto e alla nostra azienda. Per sponsorizzarci e far conoscere UOODIE abbiamo anche utilizzato il sito web della nostra scuola e abbiamo inviato una circolare informativa ai genitori. Per quanto riguarda il nostro prossimo progetto, che a causa della situazione attuale è stato sospeso, nei mesi precedenti al lockdown avevamo intrapreso diverse azioni volte a un'eventuale collaborazione con marchi noti come Cargo e High tech che potrebbero essere interessati a commercializzare il nostro prodotto.



# LEVE DEL MARKETING

## ➤ **PRODOTTO**

Il prodotto, ad oggi, da noi ideato è UOODIE: la felpa simbolo di unità della nostra scuola. Grazie ai risultati ottenuti dall'indagine di mercato da noi svolta abbiamo realizzato UOODIE in diversi colori: bianco (Vancouver), nero (New York), rosa (Tokio) e bordeaux (Marrakech). Visto il successo della prima produzione rivolta agli studenti della scuola superiore abbiamo accolto la richiesta degli studenti della scuola media realizzando un'ulteriore produzione per loro.

## ➤ **PUBBLICITÀ**

Per quanto riguarda la promozione del nostro prodotto, inizialmente abbiamo contattato di persona gli studenti e i genitori tramite e-mail. Successivamente il 19 gennaio all'Open Day della scuola abbiamo organizzato uno stand promozionale nel quale abbiamo venduto le nostre felpe promuovendo anche la fondazione DOSSO VERDE. Inoltre, contiamo molto anche sulle visualizzazioni delle nostre pagine social (instagram e facebook) e del nostro sito Internet.

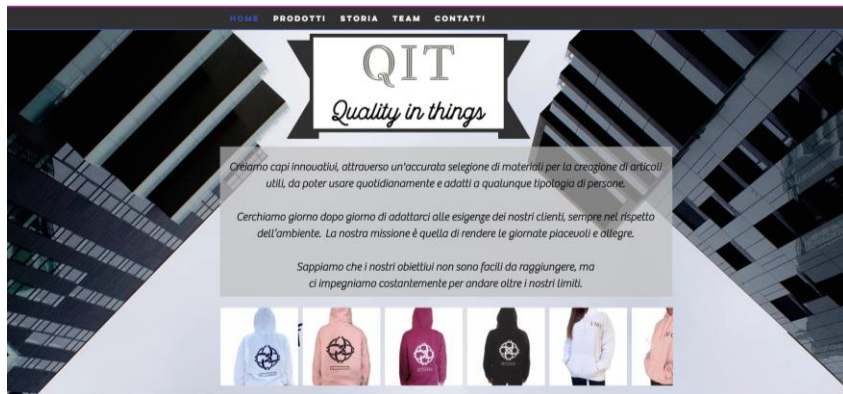
## ➤ **PREZZO**

Il prezzo di UOODIE è di 25€, che abbiamo fissato riuscendo a mettere d'accordo sia il cliente, sia il nostro fornitore sia i nostri interessi. Infatti questo prezzo risponde pienamente a quanto gli studenti sono disposti a spendere

# STRATEGIE AZIENDALI

## ➤ Il Mercato

La nostra azienda con questo prodotto vuole catturare l'interesse e la fiducia dei nostri clienti con la prospettiva futura di interessarli anche al nostro prossimo prodotto, con cui, immaginiamo di doverci confrontare con una concorrenza molto agguerrita. Siamo comunque certi di un futuro riscontro positivo grazie all'attenzione che riserviamo a dettagli e qualità di materie prime.



## ➤ Comunicazione

Il nostro modello comunicativo è basato su canali diretti come per esempio instagram, facebook e il nostro sito web senza dimenticare l'importanza del rapporto umano con i nostri clienti da cui fino ad oggi abbiamo ricevuto solo feedback positivi.

## ➤ Gli eventi

Per il lancio di UOODIE abbiamo sfruttato i due open day della nostra scuola ( 9 Novembre/18 Gennaio).

Sabato 24 maggio 2020 era prevista la festa di inaugurazione di ECO BREATH. La location scelta sarebbe stata Terrazza Aperol, per la presentazione del prodotto e la raccolta delle ordinazioni: prezzo di ingresso 20€, di cui 15 per il costo aperitivo e 5 per la prenotazione.



Abbiamo applicato il modello sotto riportato per definire la strategia aziendale concentrandoci sui punti di forza e debolezza interni alla nostra impresa, sull'analisi della clientela e quindi le opportunità di vendita.

## Analisi società

### Punti di forza:

1. capacità di lavorare in gruppo
2. capacità di distribuire il nostro lavoro in base alla nostra personalità
3. capacità di cogliere ogni occasione

### Opportunità esterne

1. Focus sui dettagli del marketing
2. Positivi riscontri da parte del mercato
3. Apertura su varie opzioni da parte del mercato

### Punti di debolezza:

1. capitale limitato
2. difficoltà di trovare fornitori adeguati ai nostri standard
3. inesperienza nel lavoro in impresa

### Pericoli esterni

1. Possibili difetti nella produzione della merce

## Analisi prodotto

### Punti di forza

1. Unicità del prodotto
2. Rapporto qualità-prezzo
3. Vasta gamma di colori

### Opportunità esterne

1. Buona vendibilità del prodotto
2. Possibili clienti a livello nazionale
3. Collaborazioni con altri brand

### Punti di debolezza

1. Tempi di consegna delle felpe
2. Rischio di distribuzione di prodotti danneggiati
3. Impossibilità di provare il prodotto prima di acquistarlo

### Pericoli esterni

1. Produzione limitata



# BILANCIO

Lo scoppio della pandemia di Covid 19 ha interrotto la nostra attività produttiva obbligandoci a modificare i nostri obiettivi strategici. In ottobre vogliamo comunque riprendere la nostra produzione di felpe da offrire ai nuovi iscritti del nostro istituto (stimati in 7 classi di circa 20 persone in media comprendendo la scuola superiore sia di primo che di secondo grado) e allargando il nostro target di riferimento anche alle 15 classi di elementari. In concomitanza vorremmo far partire la produzione di quello che dovrebbe diventare il core business della nostra impresa: la creazione e produzione di uno scaldacollo invernale e di un collo estivo con incorporato un dispositivo anti inquinamento e, assolutamente attuale, antivirus. Questo progetto era già nei nostri intenti prima della diffusione del coronavirus nel mondo, evento che ci ha obbligato ad abbandonare l'elaborazione del prototipo da noi pensato. All'inizio del 2022 pensiamo di cedere all'Istituto Maria Consolatrice la possibilità di produrre autonomamente le felpe dell'Istituto dietro il pagamento di una royalty del 10% dell'utile. Presentiamo i dati effettivamente raggiunti fino al 22 febbraio e le stime economiche e patrimoniali dei prossimi tre anni.

CONTO ECONOMICO 22/2/2020	
<b>VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	
Ricavi netti di vendita	9.125
<b>COSTO DELLA PRODUZIONE</b>	
Costi di acquisto	6.015
Costi per servizi	30
Costi godimento beni di terzi	50
Costi del personale	120
Ammortamenti	34
Variazione delle rimanenze	-150
Acc. Garanzie prodotti	250
Totale	6.349
<b>RISULTATO OPERATIVO</b>	<b>2.776</b>

STATO PATRIMONILE AL 22/2/2020			
ATTIVO IMMOBILIZZATO		PATRIMONIO NETTO	
Imm. Immateriali (publicità)	216	Capitale sociale	1.000
Imm. Materiali	10	Utile d'esercizio	2.776
ATTIVO CIRCOLANTE		totale	3.776
Rimanenze	150	Fondo garanzie prodotto	250
Crediti	390	Debiti	0
Disponibilità liquida	3.260		
Totale	4.026	Totale	4.026

# PREVISIONI FINANZIARIE

&

# BREAK EVEN POINT

SP PREVISIONALE

Attivo	31/12/2020	31/12/2021	31/12/2022	Passivo	31/12/2020	31/12/2021	31/12/2022
<b>B) Immobilizzazioni</b>				<b>A) PN</b>			
I. Imm. Pubblicità	216	192	168	CS	1.000	2.000	12.000
I. Mat	10	1.000	2.468	Riserve	-	-	2.000
TOT B	226	1.192	2.628	Utile d'esercizio	2.570	9.698	16.585
				TOT A	3.570	11.698	27.585
<b>C) Attivo circolante</b>				<b>B) Fondi rischi e oneri</b>	250	750	1.750
Rimanenze	150	450	1.000	<b>C) Debiti TFR</b>	-	-	-
Crediti	1.110	9.770	46.122	<b>D) Debiti</b>			
Disponibilità liquid	2.884	6.808	7.100	V/fornitori	300	5.382	28.100
TOT C	4.144	17.026		Tributari	250	388	439
<b>D) Risconti</b>				V/banche	-	-	976
Attivi	-	-	2.000	TOT D	550	5.770	29.515
<b>TOTALE</b>	<b>4.370</b>	<b>18.218</b>	<b>58.850</b>	<b>TOTALE</b>	<b>4.370</b>	<b>18.218</b>	<b>58.850</b>

CE PREVISIONALE

Voci	31/12/2020	31/12/2021	31/12/2022
<b>A) Valori della produzione</b>			
Ricavi di vendita	12.875	29.500	230.000
Altri ricavi TFR	-	3.600	13.000
TOT A)	12.875	33.100	243.000
<b>B) Costo della produzione</b>			
Costi di acquisto	7.725	15.100	78.000
Servizi	120	1.200	15.676
Godimento di beni di terzi	30	100	12.000
Personale	240	1.440	115.000
Ammortamenti	59	250	564
Variazioni delle rimanenze	-150	-300	-550
Acconto garanzie prodotto	250	500	1.000
TOT B)	8.274	18.290	221.890
Risultato Operativo	4.601	14.810	21.110
<b>C) Proventi e oneri finanziari</b>	-	100	-210
Utile lordo	3.673	14.910	20.900
Imposte	1.103	5.212	7.315
<b>Utile d'esercizio</b>	<b>2.570</b>	<b>9.698</b>	<b>13.585</b>

