

DATI DELL'IMPRESA

<i>Ragione sociale</i>	Niccolini Luca
<i>Sede legale</i>	Via per Rosignano 2 Rosignano Marittimo (LI)
<i>Referente</i>	Luca Niccolini
<i>Partner territoriale di riferimento</i>	Comune di Rosignano Marittimo

**Partner strategici**

- I partner strategici con cui collaboro sono sarte interne alla mia impresa che aiutano nello smaltimento attraverso pezzi veloci da produrre e da immettere sul mercato.

-Aziende partner che forniscono accessori e minuterie per la prodizione dei capi.

-Corrieri che collaborano nella eventuale spedizione degli ordini.

**Attività fondamentali**

- Vendita di capi di campionario e rimanenze da collezioni passate.

-Produzione di nuovi capi di abbigliamento generati dagli scarti di produzione delle stagione passate.

**Risorse fondamentali**

Fisiche : macchine da cucire e materiali di scarto interni e materiali di aziende esterne, fondi dove poter vendere i capi, laboratorio dove creare nuovi capi.
Umane: know how tecnico per lo sviluppo dei capi, ottima predisposizione alla vendita.
Intelletuale : Know how tecnico.
Finanziarie : Fondi per la durata del progetto.

**Proposte di valore**

- Offro capi realizzati in taglie standard o su misura realizzati con materiali di ottima qualità realizzati con tecniche di rifinitura premium attraverso il riutilizzo di materiali del brand.

**Relazione con i clienti**

Il valore che costruisco con i clienti e un valore che mantengo attraverso il rapporto con gli stessi comunicando con loro attraverso canali social, eventi, e informazione privata di ogni sviluppo e novità sul prodotto e del brand.
Inoltre offro un servizio di modifica o miglioramento richiesto da loro sul prodotto da vendere o venduto.

**Canali**

I canali di vendita al momento sono canali online e fisici e canali di basso impatto ambientale.

**Segmenti di clientela**

-Amanti del lusso e delle Nicchia :
Clienti che cercano abbigliamento esclusivo, di alta qualità, e disposti a pagare un prezzo premium per capi unici e alla moda.

-Viaggiatori frequenti e amanti del lifestyle tropicale:
Persone che trascorrono molto tempo in vacanza o che vivono in destinazioni con climi caldi, come le isole tropicali, località balneari o zone Mediterranee.

Millennial e Gen Z attenti allo stile :
Giovani adulti alla ricerca di capi trendy e instagrammabili, con focus su capi freschi, moderni, edgy, adatti alla condivisione sui social media.

Clienti Eco-consapevoli e amanti della sostenibilità:
Consumatori attenti all'impatto ambientale, che prediligono materiali naturali, produzione etica/ tracciabile e packaging sostenibile.

Professionisti di alto profilo :
Manager , imprenditori o liberi professionisti che spesso frequentano località esclusive per vacanze:
Clienti occasionali :
Persone che acquistano capi Resort wear solo in occasione di viaggi o eventi o vacanze speciali, come luna di miele, crociera o vacanze in Resort esclusivi.

**Struttura dei costi**

- **Costi fissi :** affitto spazio dedicato alla vendita e esposizione del prodotto 500/2000 € mensili, deposito cauzionale una tantum.

Utenze e servizi : 50-150 € mese

Allestimento condiviso : 150_500 € se condiviso e riutilizzabile.

Costi Variabili : personale e presidio dello spazio eventuale 60/100 € al giorno (meglio se turni di vendita tra designer quindi 0 costi)

marketing eventi e attivazioni 50/500 €. Consumi legati all'affluenza, logistica e movimentazione prodotti 30-200 euro a designer.

Costi Ridotti : se ovviamente condiviso i costi sono piu' ammortizzabili.

**Flussi di reddito**

I flussi al momento sono generati da Temporary estivi, Pop up e servizi di made to measure e vendita online/ negozi multimarca fisici.

La proposta futura consiste nel condividere spazi durante il periodo estivo singolarmente o con gruppi strategici in località e territori con un forte flusso di clienti internazionali.

Gli spazi dovrebbero essere occupati da creativi del settore moda e del design che hanno lo stesso posizionamento sul mercato, che hanno come scopo il riutilizzo di materiali di scarto ma di ottima qualità con un'estetica innovativa e con etica sostenibile.



Definisci, all'interno delle seguenti sezioni, gli elementi essenziali del progetto di circolarità della tua impresa, così come emerso dalla coprogettazione all'interno dei Living Lab.

Proposte di valore

Spiega quale valore offri ai clienti e in che modo la tua offerta intende contribuire ad un'economia più circolare. Può riguardare la riduzione degli sprechi, l'uso efficiente delle risorse, la possibilità di riuso o riparazione, ecc.

Offro capi realizzati in taglie standard o su misura realizzati con materiali di ottima qualità realizzati con tecniche di rifinitura premium attraverso il riutilizzo di materiali del brand.

La proposta futura consiste nel condividere spazi di vendita temporanei durante il periodo estivo, singolarmente o con gruppi strategici in località e territori con forte flusso di clienti internazionali. Gli spazi dovrebbero essere occupati da creativi del settore moda e del design che hanno lo stesso posizionamento nel mercato, che hanno come scopo il riutilizzo di materiali di scarto ma di ottima qualità, con un'estetica innovativa e con etica sostenibile.

Segmenti di clientela

Definisci i gruppi di clienti o organizzazioni a cui ti rivolgi. Puoi segmentarli in base alle loro esigenze di sostenibilità, alla propensione al riuso o al servizio, o alla disponibilità a pagare per soluzioni più circolari.

- Amanti del lusso e della nicchia

Clienti che cercano abbigliamento esclusivo, di alta qualità e disposti a pagare un prezzo premium per capi unici e alla moda

- Viaggiatori frequenti e amanti del lifestyle tropicale

Persone che trascorrono molto tempo in vacanza o che vivono in destinazioni con climi caldi, come le isole tropicali, località balneari o zone Mediterranee

- Millennial e Gen Z attenti allo stile

Giovani adulti alla ricerca di capi trendy e instagrammabile, con focus su capi freschi, moderni, edgy, adatti alla condivisione sui social media

- Clienti eco-consapevoli e amanti della sostenibilità

Consumatori attenti all'impatto ambientale, che prediligono materiali naturali, produzione etica/tracciabile e packaging sostenibile

- Professionisti di alto profilo

Manager, imprenditori o liberi professionisti che spesso frequentano località esclusive per vacanze

- Clienti occasionali

Persone che acquistano capi resort wear solo in occasione di viaggi o eventi o vacanze speciali, come luna di miele, crociere o vacanze in resort esclusivi.

Canali

Spiega come raggiungi e comunichi con i clienti, distribuendo la tua proposta di valore in modo efficiente e sostenibile. Può includere canali digitali, reti locali o sistemi di distribuzione a basso impatto ambientale.

I canali di vendita al momento sono canali online e fisici e canali di basso impatto ambientale

Relazione col cliente

Descrivi come costruisci e mantieni il rapporto con i tuoi clienti, mettendo in evidenza gli aspetti legati alla fiducia, alla qualità e alla sostenibilità. Puoi indicare come comunichi il valore ambientale e sociale dei tuoi prodotti, come gestisci l'assistenza post-vendita o il riutilizzo (ad esempio, ricariche, riparazioni, resi, packaging riutilizzabile) e come coinvolgi i clienti in pratiche più responsabili.

Il valore che costruisco con i clienti è un valore che mantengo attraverso il rapporto con gli stessi comunicando con loro attraverso canali social, eventi e informazione privata di ogni sviluppo e novità sul prodotto e del brand. Inoltre offro un servizio di modifica o miglioramento richiesti da loro sul prodotto da vendere o venduto.

Flussi di ricavi

Indica come la tua impresa genera oggi ricavi e come potrebbe crearne di nuovi grazie a strategie circolari. Può trattarsi di prodotti realizzati con materiali riciclati o locali, servizi di manutenzione o riparazione, sistemi di riacquisto o ritiro dei prodotti a fine vita, o valorizzazione economica di scarti e sottoprodotti.

I flussi al momento sono generati da Temporary shop estivi, pop up shop e servizi di made to measure e vendita online/negozi multimarca fisici.

Risorse fondamentali

Indica le risorse necessarie per realizzare la tua proposta di valore:

- a. Fisiche (impianti, tecnologie, materiali riciclati o rigenerati);
- b. Umane (competenze su design sostenibile, gestione ambientale, innovazione);
- c. Intellettuali (marchi, brevetti, know-how tecnico);
- d. Finanziarie (fondi, investimenti dedicati alla transizione circolare).

Fisiche: macchine da cucire e materiali di scarto interni e materiali di aziende esterne, fondi dove poter vendere capi, laboratorio dove creare nuovi capi.

Umane: know how tecnico per lo sviluppo dei capi, ottima predisposizione alla vendita.

Intellettuale: know how tecnico.

Finanziarie: fondi per la durata del progetto

Attività fondamentali

Descrivi le attività principali necessarie per offrire la tua proposta di valore e renderla più circolare. Può trattarsi di produzione, progettazione, manutenzione, recupero o servizi post-vendita che prolungano la vita dei prodotti.

Vendita di capi di campionario e rimanenze da collezioni passate

Produzione di nuovi capi di abbigliamento generati dagli scarti di produzione delle stagioni passate

Identificazione di spazi strategici da affittare e condividere con altri brand

Attività di promozione

Partner strategici

Indica i partner e i fornitori chiave con cui collabori o vorresti collaborare per creare valore e ridurre impatti ambientali. Specifica quali risorse o competenze ottieni da

loro e quali attività condivise supportano la circolarità (es. recupero materiali, logistica condivisa, simbiosi industriale).

I partner strategici con cui collaboro sono sarte che aiutano nel recupero degli scarti attraverso la realizzazione di pezzi veloci da produrre e da immettere sul mercato.

Aziende partner che forniscono accessori e minuterie per la produzione di capi

Corrieri che collaborano nella eventuale spedizione degli ordini

Struttura dei costi

Elenca i principali costi legati al modello di business, includendo quelli della transizione circolare (investimenti in eco-design, formazione, rigenerazione). Se riesci, distingui tra costi fissi, variabili e quelli ridotti grazie all'efficienza delle risorse o al riuso.

Costi fissi:

Affitto spazio dedicato alla vendita e esposizione del prodotto (500/2000€ mensili, deposito cauzionale una tantum.

Utenze e servizi (50-150€ al mese)

Allestimento condiviso (150/500% se condiviso e riutilizzabile)

Costi variabili:

Personale e presidio dello spazio eventuale (60/100€ al giorno, anche se la soluzione migliore sarebbe azzerare i costi organizzando i turni di vendita con gli altri designer)

Marketing eventi e attivazioni (50/500€). Consumi legati all'affluenza, logistica e movimentazione prodotti (30/200€ a designer)

Costi ridotti:

Se lo spazio è condiviso, i costi sono più ammortizzabili