

Enjoykids JA
**RAPPORTO
ANNUALE**

A.S. 2024/2025

Dream coach

Dott. Claudio Oddi

Docente coordinatore:

Prof.ssa Sandra Cappelli

Istituto

ITCG FERMI Classe 4ARI

Regione Toscana

LA NOSTRA IMPRESA

LA NOSTRA MISSION

Siamo "Enjoy Kids JA", un'azienda che desidera portare il divertimento nell'educazione con lo scopo di insegnare ai bambini il giusto comportamento da tenere in situazioni di vita quotidiana.

"Educa oggi, Ispira il domani"

IL NOSTRO PRODOTTO

Il nostro prodotto è "Impara con Bibi", un album di figurine collezionabili per bambini che tratta tematiche come la parità di genere e i rischi collegati all'uso di internet.

I RISULTATI RAGGIUNTI

In primo luogo, abbiamo lavorato sull'analisi del modello di business, utilizzando strumenti come il Business Model Canvas per comprendere a fondo la nostra proposta di valore, i segmenti di clientela, i canali, le fonti di ricavo e i partner chiave. Questo ci ha permesso di strutturare un progetto solido e coerente, pronto ad affrontare le sfide del mercato.

Successivamente, abbiamo realizzato un primo prototipo del nostro prodotto. Questo ci ha aiutato a trasformare l'idea in qualcosa di concreto, testabile e migliorabile.

Abbiamo inoltre aperto i nostri canali social, Instagram e TikTok, fondamentali per la promozione e il contatto diretto con il pubblico. Attraverso questi strumenti stiamo aumentando la visibilità del nostro progetto, imparando a comunicare in modo efficace e strategico.

Infine, abbiamo cercato di avviare contatti con la casa editrice Panini, un potenziale partner che avrebbe potuto darci suggerimenti e proposte per ottimizzare la nostra iniziativa.

INDICE

- Lettera dell'Amministratore Delegato
- Il prodotto
- Analisi del contesto
- Analisi della clientela
- Realizzazione dell'idea di business
- Conto Economico
- Composizione del team

LETTERA DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO



Gentili Soci, Partner e Collaboratori,
nel tempo trascorso nella realizzazione di questo progetto, abbiamo affrontato sfide importanti, ma anche raccolto risultati significativi grazie all'impegno condiviso, alla visione strategica e alla passione che ogni giorno ci guida nel nostro lavoro.

Il nostro scopo è quello di trasmettere ai bambini tematiche sociali per noi rilevanti attraverso un album di figurine collezionabili.

In questi pochi mesi siamo riusciti a realizzare un Business Model Canvas che ci ha permesso di analizzare la struttura del nostro modello di business.

Abbiamo cercato di individuare il nostro target di mercato e di capire i principali interessi e abitudini di acquisto dei nostri clienti. Sulla base di questi elementi abbiamo analizzato i canali di comunicazione e di vendita più adatti per raggiungerli.

Per questo abbiamo aperto alcuni canali social come Tik Tok e Instagram che ci permettono di interagire direttamente con i nostri clienti, capire i loro interessi e portare eventuali modifiche che potrebbero migliorare la qualità delle nostre idee. Inoltre abbiamo individuato le risorse chiave necessarie per portare avanti il nostro progetto. Abbiamo infine realizzato un prototipo dell'album di figurine.

Il nostro percorso ha riscontrato anche momenti di delusione quando abbiamo cercato di contattare alcune case editrici di grandi dimensioni come la Panini per avere un riscontro sul nostro operato e capire meglio le dinamiche del mercato, senza però avere alcuna risposta.

Desidero ringraziare personalmente tutti i componenti del team che hanno contribuito alla realizzazione dell'idea imprenditoriale, in particolare il nostro Dream Coach Claudio Oddi per il suo prezioso supporto.

Con rinnovato entusiasmo, continuiamo a investire nelle nostre persone, nei processi e nei progetti, per costruire un domani ancora più solido, sostenibile e condiviso.

Cordialmente,

Amato Giulio

Amministratore Delegato Enjoykids JA

DESCRIZIONE DEL PRODOTTO

Il nostro album di figurine per bambini “Impara con Bibi” affronta **temi importanti** come il corretto uso di internet e la parità di genere, utilizzando un approccio educativo e interattivo. Ogni figurina aiuta i bambini a imparare **in modo visivo e pratico**, sviluppando consapevolezza e capacità cognitive.

L'album ha uscita semestrale, è composto da circa 30 pagine e sono necessarie 120 figurine per completarlo. Inoltre all'acquisto dell'album vengono date in omaggio tra pacchetti di figurine.

Ogni pacchetto include 4 figurine da attaccare. Alla fine dell'album c'è un **codice QR** collegato ad un video riassuntivo della storia trattata nell'album.



Quello che rende il nostro **prodotto unico e innovativo** è:

- l'utilizzo di un album di figurine per trattare e educare i bambini su temi di attualità in modo divertente grazie all'uso di giochi e colori che catturano la loro attenzione
- la presenza di un codice QR che offre un metodo interattivo di apprendimento grazie alla visione di video riassuntivi

Con il nostro album cerchiamo di introdurre concetti importanti ai bambini in modo semplice e accessibile, aiutandoli a comprendere temi complessi sin dalla giovane età e insegnare ai bambini a valutare le informazioni che ricevono riconoscendo quelle pericolose.

ANALISI DEL CONTESTO

	IMPARA CON BIBI	ALBUM DI PEPPA PIG	AMICI CUCCILOTTI	ARTONAUTI	METEOHEROES
Valore educativo	Educa i bambini sui temi della parità di genere e dell'uso corretto di internet	Temi educativi leggeri, come la famiglia, l'amicizia, le emozioni. Attività interattive, come giochi, indovinelli e disegni da completare, che stimolano la creatività dei bambini.	Sensibilizza su temi ecologici e sulla tutela degli animali, con il supporto di enti come ENPA.	Insegna la storia dell'arte attraverso figurine di dipinti e sculture, con giochi e approfondimenti digitali.	Insegna ai bambini concetti meteorologici ed ecologici con protagonisti ispirati ai fenomeni atmosferici.
Prezzo	album 4,50€ figurine 0,50€	album 3,00€ cadenza annuale	album+3 pacchetti 5,99€ cadenza annuale	album + 3 pacchetti di figurine 4,50€ cadenza mensile/bimestrale	album di figurine 3,00€ cadenza mensile
Dimensioni	Formato A4 (21 x 30cm) Circa 24-30 pagine.	Formato A4 (21 x 30cm) o A5 (15 x 21 cm) Circa 32-48 pagine.	Formato A4 (21 x 30cm) Circa 48-64 pagine.	Formato A4 (21 x 30cm) Circa 48-64 pagine.	Formato A4 (21 x 30cm) Circa 48-64 pagine.
QR code	Alla fine di ogni capitolo si trova un QR code che porta a un video riassuntivo della storia			Questi codici offrono ai bambini l'accesso a ulteriori approfondimenti e laboratori online, arricchendo l'esperienza educativa.	Gli album di figurine di Meteoheroes includono QR code che permettono di accedere a contenuti extra, come episodi del podcast Meteoheroes.
Distribuzione	Edicole, supermercati, cartolerie, Amazon	Edicole, supermercati, negozi di fumetti e online	Edicole e punti vendita di grande distribuzione.	Vendita online e librerie, oltre a canali scolastici ed eventi culturali.	Edicole, supermercati e online

La nostra mini impresa opera nel settore dell'editoria educativa per l'infanzia, un segmento che ha visto un incremento significativo negli ultimi anni.

Caratteristiche del mercato:

- Educazione ludica: C'è una crescente domanda di strumenti che uniscono gioco e apprendimento, facilitando l'assimilazione di concetti importanti in modo coinvolgente.
- Consapevolezza sociale: Genitori ed educatori cercano risorse che promuovano valori come la sicurezza online e l'uguaglianza di genere.
- Integrazione tecnologica: L'inclusione di elementi digitali, come i codici QR, risponde all'interesse dei bambini per la tecnologia, offrendo un'esperienza interattiva.

Concorrenti principali:

- Artonauti: Album di figurine che introducono i bambini all'arte attraverso storie e giochi, promuovendo l'apprendimento artistico in modo ludico.
- Album di figurine Panini a tema didattico: Collezioni che combinano elementi ludici e educativi, trattando vari argomenti in modo coinvolgente.
- Amici Cucciolotti: Album di figurine focalizzati sull'educazione ambientale e la scoperta del mondo animale, offrendo informazioni su diverse specie attraverso figurine, carte e adesivi.

Differenziazione rispetto ai concorrenti:

- Tematiche innovative: Il nostro prodotto affronta specificamente la sicurezza online e la parità di genere, rispondendo a esigenze educative contemporanee.
- Integrazione digitale: L'uso dei codici QR per accedere a contenuti video esclusivi offre un'esperienza multimediale che arricchisce l'apprendimento, distinguendosi dalle offerte attuali.

Risposta al problema e all'opportunità:

Il nostro album risponde all'esigenza di strumenti educativi che affrontino tematiche rilevanti per la formazione dei bambini, utilizzando un formato tradizionale arricchito da elementi digitali. Questo approccio facilita l'apprendimento, stimola la curiosità e prepara i bambini ad affrontare le sfide del mondo moderno con consapevolezza e responsabilità. L'integrazione di tecnologie emergenti nei giocattoli sta trasformando le esperienze di gioco e apprendimento dei bambini, offrendo opportunità uniche per l'educazione ludica.

ANALISI DELLA CLIENTELA

1. Genitori di bambini di età compresa tra 5 e 8 anni

Genitori con età compresa tra 25 e 50 anni che vogliono dare un insegnamento concreto ai propri figli.

I genitori devono essere sensibili a temi come parità di genere, cyberbullismo, privacy, truffe online e dipendenza da schermo, così da poterli divulgare ai propri figli.

Coloro che acquistano questo prodotto, intendono proteggere i figli dai pericoli del web senza privarli della tecnologia, preferiscono un approccio ludico rispetto a metodi didattici tradizionali, per questo l'album di figurine rappresenta un modo concreto per creare momenti di condivisione tra genitori e figli.

2. Amici di neogenitori che vogliono fare un regalo educativo

Amici o parenti di giovani genitori (età 25-50 anni), alla ricerca di regali per compleanni, festività o eventi speciali, stando attenti alla qualità dei regali per i bambini, preferendo giochi educativi rispetto a quelli puramente di intrattenimento.

Essi sono utilizzatori attivi dei social media, spesso ispirati da consigli, influencer e recensioni online per gli acquisti, preferiscono infatti prodotti con un valore educativo rispetto a giocattoli tradizionali.

3. Area geografica: Italia

Il prodotto viene venduto nel mercato nazionale con distribuzione online e in edicola/librerie, si ha una maggiore concentrazione in aree urbane e semi-urbane dove sono presenti scuole e associazioni che potrebbero adottarlo come strumento didattico.

4. Acquisto: online

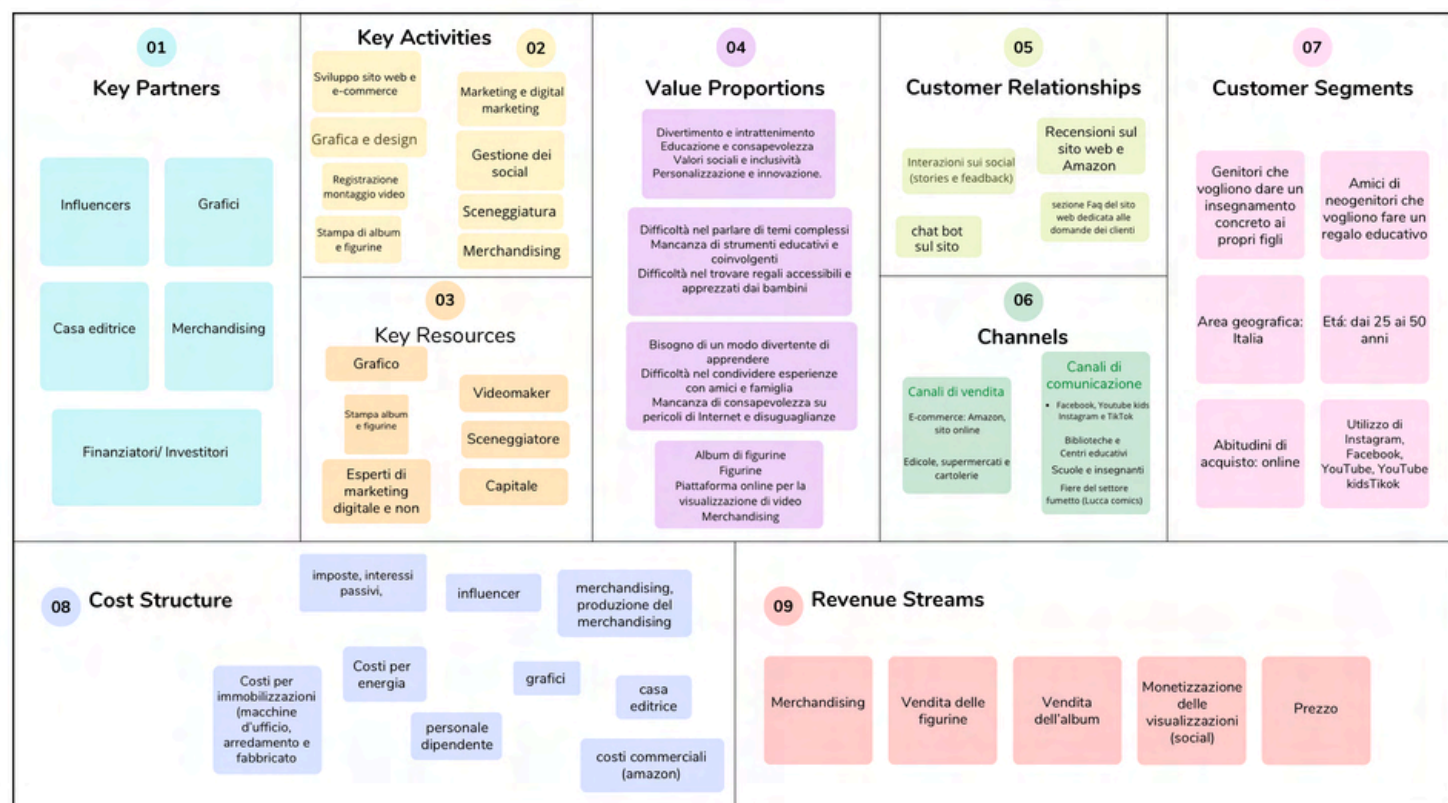
Il 75% degli italiani tra 25 e 50 anni acquista online almeno una volta al mese, su siti come Amazon, store educativi, marketplace di figurine e e-commerce dedicati ai genitori.

5. Utilizzo di Instagram, Facebook, YouTube, YouTube Kids, TikTok

Instagram, Facebook e Tik Tok sono le applicazioni utilizzate maggiormente dai genitori per informarsi su educazione e sicurezza online.

Mentre YouTube e YouTube Kids sono i canali preferiti dai bambini per l'intrattenimento e dai genitori per contenuti educativi.

REALIZZAZIONE DELL'IDEA DI BUSINESS



Abbiamo creato un **Business Model Canvas** ben strutturato, che ci ha permesso di definire in modo chiaro tutti gli aspetti fondamentali della nostra attività.

Il progetto si basa su un modello di business innovativo, pensato per offrire un'esperienza educativa e di intrattenimento rivolta principalmente a famiglie e bambini. L'obiettivo è unire divertimento e apprendimento, trasmettendo valori fondamentali come l'inclusività, la consapevolezza sociale e il rispetto.

La proposta di valore si concretizza in strumenti coinvolgenti e accessibili, come album di figurine, merchandising tematico e una piattaforma video digitale. Questi supporti aiutano i genitori a trattare con i figli anche argomenti complessi, in modo semplice, efficace e stimolante. Ci rivolgiamo ai genitori o a chiunque cerchi un regalo educativo per un bambino.

La **relazione con i clienti** viene curata attraverso un'interazione costante sui social media, tramite contenuti, stories e feedback diretti. Le recensioni sulle piattaforme di vendita online, come Amazon, e la presenza di una sezione FAQ aggiornata sul sito web contribuiscono a creare fiducia, rispondere ai dubbi e migliorare l'esperienza utente.

I **canali di distribuzione e comunicazione** sono molteplici e mirati. Le vendite avvengono tramite e-commerce (Amazon e sito ufficiale), edicole, supermercati e cartolerie. La comunicazione, invece, si sviluppa attraverso social network come Facebook, Instagram, YouTube Kids e TikTok, ma anche tramite biblioteche, scuole e fiere del settore (come Lucca Comics), creando così una presenza capillare online e offline.

Le **attività chiave** del progetto comprendono lo sviluppo della piattaforma digitale e dell'e-commerce, il marketing digitale, la gestione dei contenuti social, la produzione video, la scrittura delle sceneggiature, la grafica e la stampa di album e figurine. Per realizzarle, il progetto si avvale di risorse fondamentali come grafici, videomaker, sceneggiatori, esperti di marketing e capitale finanziario.

I **partner strategici** includono influencer, grafici esterni, case editrici e fornitori per il merchandising, oltre a investitori e finanziatori che sostengono lo sviluppo dell'iniziativa.

Infine, abbiamo lavorato alla creazione di un **Conto Economico** per monitorare la sostenibilità economica e finanziaria del nostro progetto. Questo ci ha permesso di avere una visione chiara delle entrate e delle spese, assicurandoci di mantenere un equilibrio tra investimenti, costi operativi e profitti futuri.

Per finanziare il nostro progetto iniziale, abbiamo raccolto capitale attraverso investitori e finanziatori, valutando anche l'opzione del crowdfunding e di contributi pubblici destinati alle startup innovative.

Nel primo anno programmiamo di realizzare un'unica edizione e di produrre 20.000 album; dal secondo anno prevediamo due uscite semestrali e un aumento delle copie vendute.

Alla produzione dell'album affiancheremo anche la produzione del merchandising.

La struttura dei costi comprende le spese per le immobilizzazioni (come gli ammortamenti di attrezzature, arredamento e spazi), il costo dell'energia, il personale, i compensi per collaboratori esterni (casa editrice, grafici e influencer), la produzione del merchandising, la distribuzione attraverso Amazon, oltre a imposte e interessi passivi.

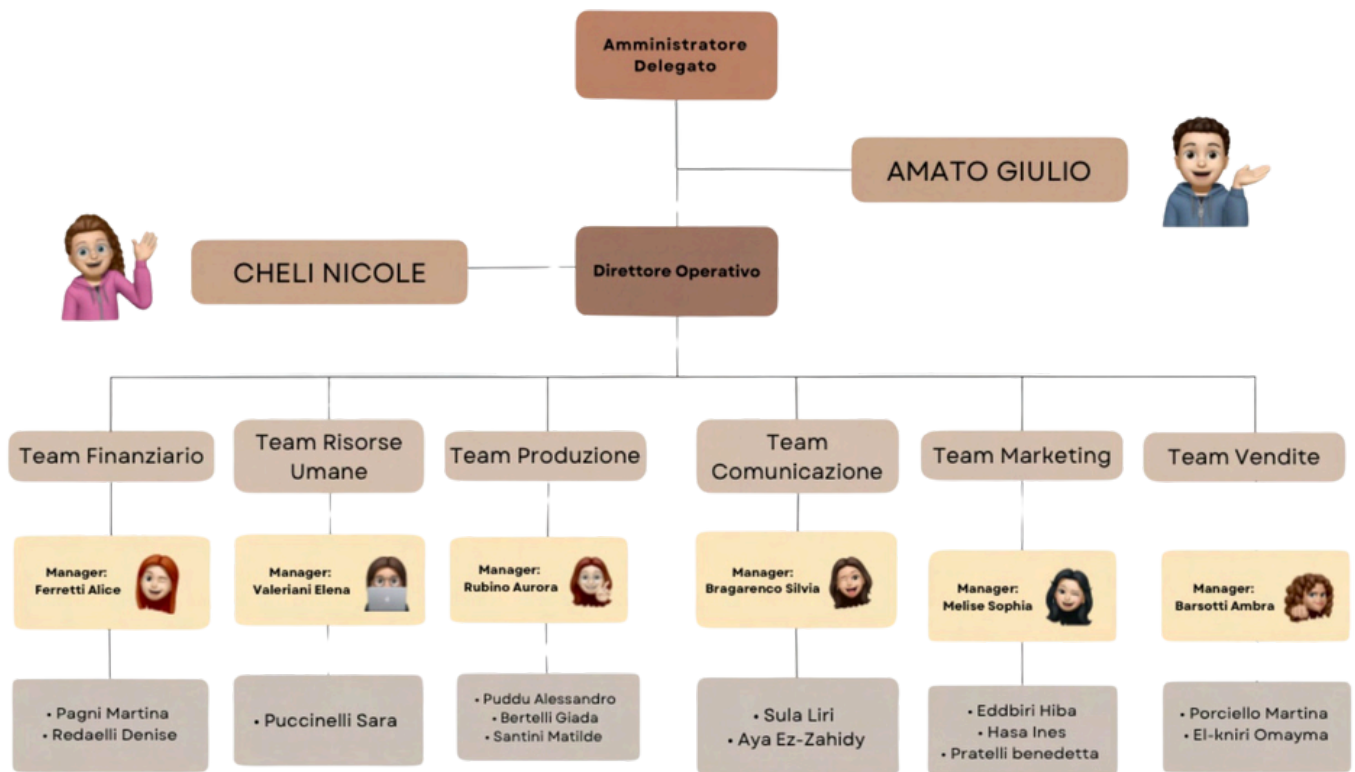
I ricavi derivano principalmente dalla vendita di figurine, a cui si aggiunge quella di album, merchandising e la monetizzazione dei contenuti video attraverso le visualizzazioni sui social. Inoltre i ricavi derivano anche dalla vendita dei prodotti, modulati in base al valore offerto.

CONTO ECONOMICO

CONTO ECONOMICO	anno n					
RICAVI DI VENDITA				IPOTESI ANNO N		
vendita album	76.500,00			20.000 album prodotti a 1 euro		
vendita figurine	1.274.240,00			2.000.000 pacchetti figurine prodotti a 0,35 euro		
TOTALE RICAVI DI VENDITA		1.350.740,00		3.000 album omaggio		
				9.000 pacchetti figurine omaggio		
COSTI DI PRODUZIONE				17.000 album venduti a 4,50euro		
COSTI PER SERVIZI				1.991.000 pacchetti da vendere, si stima di venderne l'80% a 0,80 euro		
costo stampa album	20.000,00			no rimanenze		
costo stampa figurine	700.000,00					
grafica	1.000,00			BENI STRUMENTALI		amm.to
costi di trasporto	360.000,00			6 COMPUTER	7200	1800 25%
abbonamenti software*	3.000,00			ARREDAMENTO	15000	1500 10%
costi influencer	8.400,00			3 TABLET	2250	562,5 25%
costi commerciali**	468					3862,5
utenze	4.800,00			COSTI IMP.	4000	800 20%
TOTALE COSTI PER SERVIZI		1.097.668,00		totale ammortamenti	28450	4662,5
TERZI		15.600,00				
COSTI DEL PERSONALE***		192.000,00		*ABBONAMENTI SOFTWARE per dominio e hosting, e commerce, gestione dei social		
MATERIALI		4.662,50		**COSTI COMMERCIALI amazon abbonamento 39 euro mese		
TOTALE COSTI DELLA PRODUZIONE		1.309.930,50		***COSTI PERSONALE 6 persone costo unitario 32.000 euro annui		
PRODUZIONE		40.809,50				
ONERI FINANZIARI****		12.000,00		****prestito 200.000 euro al tasso 6% annuo		
RISULTATO ECONOMICO LORDO		28.809,50				
IMPOSTE DELL'ESERCIZIO		8.066,66		FINANZIAMENTI INIZIALI		
RISULTATO ECONOMICO		20.742,84		Capitale apportato dai soci fondatori	60.000,00	
				Crowdfunding	70.000,00	
				Prestito	200.000,00	
				totale	330.000,00	

LA COMPOSIZIONE DEL TEAM

ORGANIGRAMMA AZIENDALE



Il nostro team, formato dai **21 studenti** della classe 4ARI dell'indirizzo "**Relazioni Internazionali per il Marketing**", ha avviato un progetto imprenditoriale incentrato sulla creazione di un album di figurine per bambini, volto a sensibilizzare su temi come l'uso consapevole di internet e la parità di genere.

I ruoli all'interno dell'azienda sono stati assegnati in base alle **capacità e attitudini personali**, e l'organizzazione è suddivisa in sei aree operative (finanza, risorse umane, produzione, comunicazione, marketing e vendite), ognuna guidata da un **manager** responsabile del coordinamento del proprio team.

Il ruolo di **Amministratore Delegato** è stato affidato a **Giulio Amato**, scelto per la sua capacità di leadership, il suo spirito imprenditoriale e la sua attitudine a coinvolgere il team nella realizzazione del progetto. La **Direzione Operativa** è guidata da **Nicole Cheli**, responsabile del coordinamento generale dell'impresa e del supporto alle diverse aree funzionali.

LE FUNZIONI AZIENDALI SONO COSÌ SUDDIVISE:

- **Team Finanziario:** sotto la guida della manager **Alice Ferretti**, che si distingue per le sue capacità organizzative e gestionali. Il team è composto da Martina Pagni e Denise Redaelli, che collaborano nella gestione delle risorse economiche e finanziarie dell'azienda.
- **Team Risorse Umane:** gestito da **Valeriani Elena**, responsabile della selezione e del coordinamento interno dei membri del team, con il supporto di Sara Puccinelli.
- **Team Produzione:** affidato alla manager **Aurora Rubino**, che supervisiona la realizzazione dell'album e delle figurine, garantendo qualità e innovazione. Il team comprende Alessandro Puddu, Giada Bertelli e Matilde Santini.
- **Team Comunicazione:** guidato da **Silvia Bragarenco**, con il supporto di Liri Sula e Aya Ez-Zahidy. Si occupano della gestione dell'immagine aziendale e della promozione attraverso i canali digitali e i social media.
- **Team Marketing:** diretto da **Melise Sophia**, responsabile delle strategie di promozione e posizionamento del prodotto sul mercato. Collabora con Eddbiri Hiba, Ines Hasa e Benedetta Pratelli.
- **Team Vendite:** coordinato da **Ambra Barsotti**, che ha il compito di gestire la distribuzione dell'album e delle figurine, monitorando il mercato e le vendite. Il team è composto anche da Martina Porciello e Omayma El-Kniri.

