

06/05/2021

# Inside Out Business model responsabile

Explorendi Società Cooperativa



Utente Windows  
CONSULENTE LUCA SECHI

## Sommario

<b>Visione Missione Ambizione e Ruolo .....</b>	<b>2</b>
<i>Scopo: Per chi e per cosa (ambizione e visione).....</i>	<i>2</i>
<i>Identità: Chi (Ruolo e missione).....</i>	<i>3</i>
<i>Valori e convinzioni Perché' (approvazioni ed ispirazioni).....</i>	<i>3</i>
<i>Capacità come ( Cognitive ed emotive).....</i>	<i>3</i>
<i>Comportamento cosa (Reazione e proazione).....</i>	<i>3</i>
<i>Ambiente dove quando (vincoli pericoli opportunità opzioni).....</i>	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
<b>Why What and How il tuo prodotto-servizio.....</b>	<b>4</b>
<i>Why .....</i>	<i>4</i>
<i>What.....</i>	<i>5</i>
<i>How .....</i>	<i>5</i>
<b>Il Modello di business i 9 punti del Canva .....</b>	<b>6</b>
<i>1 Valore offerto .....</i>	<i>6</i>
<i>2 Segmenti di Clientela.....</i>	<i>6</i>
<i>3 Relazioni con i Clienti.....</i>	<i>6</i>
<i>4 Canali.....</i>	<i>7</i>
<i>5 Attività.....</i>	<i>7</i>
<i>6 Risorse Chiave.....</i>	<i>7</i>
<i>7 Partner Chiave .....</i>	<i>7</i>
<i>8 Costi.....</i>	<i>7</i>
<i>9 Ricavi .....</i>	<i>8</i>

# Impresa: Explorendi Società Cooperativa

## Soci: Valentina Lugas, Michela Angius, Antonio Mirigliani

### Visione Missione Ambizione e Ruolo

Scopo: Per chi e per cosa (ambizione e visione)

*cosa ti/vi appassiona,*

*cosa ti appassiona del tuo lavoro, perché lo hai scelto*

Explorendi Società Cooperativa nasce dall'amore per nostra terra in quanto territorio che "abitiamo" e che ci accoglie. Abbiamo scelto questo lavoro perché crediamo che sia possibile sensibilizzare gli altri attraverso l'esempio concreto di amore per la terra, dell'attaccamento ai valori legati alla protezione dell'ambiente

*cosa vorresti portare di questa passione nell'impresa*

*cosa vorresti che gli altri percepissero di questa passione*

Vorremmo aiutare gli altri a comprendere che la natura, ogni qualvolta la si rispetti, ti premia con dei regali incredibili.

*cosa c'è di unico in te/voi e perché qualcuno vi dovrebbe scegliere*

La nostra unicità si fonda su un modello che guarda al mondo in chiave **green**, o perlomeno ci prova fino alla fine: chi ci continua a scegliere lo fa perché abbiamo profondamente a cuore la natura e, invece, chi deve ancora sceglierci lo dovrebbe fare perché non può perdersi una delle perle del Mediterraneo.

*chi può essere interessato alla tua offerta e ne trae beneficio*

Raccogliamo clientela da diversissimi bacini, a partire dalla famiglia fino ad arrivare ai singoli, sia locali, sia stranieri; tutti coloro che visitano il Parco Naturale Regionale Molentargius Saline attraverso uno dei nostri servizi, sia esso di visita guidata, sia di noleggio delle biciclette, rimangono affascinati non solo dalla natura, ma anche dalla comodità e la qualità dei servizi offerti.

## Identità: Chi (Ruolo e missione)

*quale è il contributo nel realizzare il tuo scopo- quale il tuo ruolo*

### *nel settore – territorio come pensi di portare un tuo contributo*

Sul territorio, noi cerchiamo di apportare un contributo legato alla relazione che esiste tra uomo, storia e natura, facendo scoprire le meraviglie del territorio che abitiamo; in questo senso, ci sentiamo chiamati a promuovere al meglio le nostre risorse, non solo naturali, ma anche quelle storiche, artistiche e culturali.

*caratteristiche e motivazioni delle persone che possono lavorare/interagire con la tua impresa*

Come cooperativa, siamo sempre pronti a collaborare con enti/associazioni/attori esterni e la caratteristica che colpisce coloro con cui abbiamo avuto l'onore di collaborare è sicuramente quella che siamo un gruppo molto coeso, sempre pronto ad agire nel miglior modo possibile.

## Valori e convinzioni Perché' (approvazioni ed ispirazioni)

*quali sono le vostre aspirazioni: cosa vorresti che diventasse la tua impresa*

Ci piacerebbe studiare e sviluppare un modello di format per creare molti più "centri informativi/centri visite" in tantissimi altri posti della Sardegna che necessiterebbero una rilettura in chiave ecosostenibile e in difesa dell'ambiente e degli animali che vivono al suo interno.

*cosa vi gratifica di questa visione*

## Capacità come ( Cognitive ed emotive)

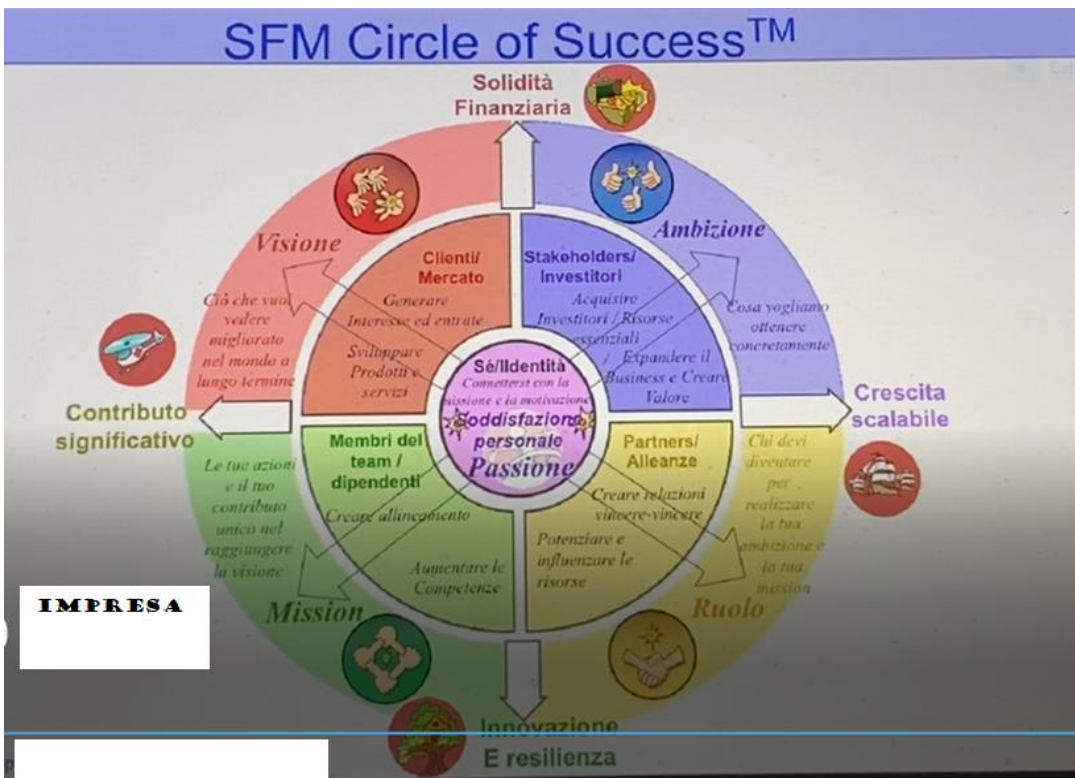
*Le forze: unità di intenti dei soci; conoscenza del territorio e capacità di valutazione delle opportunità presenti; capacità di lettura e valutazione del medio periodo sia in ambito ricettivo che promozionale; mercato in forte e consolidata espansione.*

*Le debolezze: mancanza linee guida aziendali; giovane età dell'impresa; mancanza della liquidità per cogliere le opportunità* *date* *dal* *mercato.*

## Comportamento cosa (Reazione e proazione)

capacità di rispondere in modo adeguato all'ambiente : evidenti e presenti capacità personali dei singoli soci e alla loro capacità di adattamento all'ambiente circostante; prontezza nelle proposte tecniche e turistiche, attenzione alle necessità e richieste dei visitatori.

capacità di essere proattivo: anticipare e prevedere ( peraltro in periodo come questi correnti) le richieste e volontà del cliente/tirurista/visitatore: UNA VISIONE più centrata sul "consumatore" del servizio che sul consumo fine a se stesso.



## Why What and How il tuo prodotto-servizio- (esperienza)

Why

UNICO PRODOTTO/servizio: una gita in piccola barca sui canali del parco.

## What

cosa è il prodotto-servizio

descrivi cos'è la tua esperienza

## How

come è fatto il tuo prodotto-servizio- come è l'esperienza

### **pensiamo ad 1 o 2 prodotti/servizi che vogliamo inserire nei pacchetti**

cosa ha di unico il tuo prodotto-servizio /descrivi il why di un'esperienza in particolare:

CICLO esperienziale legato alle bellezze e unicità della natura incontaminata del parco. Vivere il parco in silenzio e senza fretta. Rendere unica una gita in barca su dei canali navigabili del parco. Avvicinarsi ai fenicotteri dall' "acqua". Godere delle bellezze del parco da "vicino" e dall'"interno".

Il perché di una proposta di questo livello sta nella ricerca spasmodica della proposta turistica della cooperativa, dettata non solo da meraviglie naturali ma soprattutto da esperienze uniche.

Si sono trovate 5 barche ( di proprietà diretta di un piccolo imprenditore che se ne deve liberare) che potrebbero essere usate per le gite all'interno dei canali del parco.

Attendiamo dalla direzione dell'ente le evidenze che ci permettano di ottenere le autorizzazioni dirette per poter avviare il servizio.

Dopo una breve descrizione delle modalità d'uso delle barche i singoli gruppi, potranno utilizzare le imbarcazioni secondo dei programmi standard come di seguito indicato.

Questo programma di navigazione permetterà di dedicare l'intera giornata alla visita del parco pur senza rinunciare alla navigazione nel suggestivo ambiente naturale che lo circonda.

Dopo la partenza, si naviga sulla parte Inferiore dei canali in vista dello scenario dei fenicotteri, delle saline e della città di Cagliari come sfondo.

La navigazione procede poi nella parte centrale dei canali, fra le caratteristiche presenze di flora e di fauna che vivono in questa zona umida portetta, dove fioriscono specie autoctone di unica evidenza.

La crociera di un'ora e mezza consente di confrontare tre tipi di ambienti: quello dei canali, quello palustre e quello squisitamente fluviale.



Il Modello di business i 9 punti del Canvas ( vedi allegato)

### 1 Valore offerto

Vedi schema/tabella allegata

### 2 Segmenti di Clientela

Vedi schema/tabella allegata

### 3 Relazioni con i Clienti

In “relazioni con i clienti” – Customers Relationships – descriveremo invece i tipi di relazioni che volete stabilire con uno specifico segmento di clientela. La relazione può spaziare da una relazione personale (ad es. mediante un addetto vendite) fino a una relazione automatizzata (pensate, ad esempio, al self-service)A

cosa serve creare/mantenere le relazioni con i vostri clienti? Ecco alcune motivazioni valide: acquisizione di clienti; fidelizzazione; incremento delle vendite (upselling)

#### 4 Canali

si distinguono in canali di comunicazione, distribuzione e vendita e costituiscono l'interfaccia dell'azienda nei confronti dei vostri clienti: è fondamentale individuare il giusto mix fra i canali in modo da raggiungere i clienti con la modalità che preferiscono. Potrai scegliere clienti vostri o canali partner, o con un mix di entrambi.

#### 5 Attività

Processo di promozione e marketing

processo Produzione-vendita

processo Approvvigionamento

#### 6 Risorse Chiave

Personale-collaborazioni

Risorse materiali rilevanti

#### 7 Partner Chiave

Identificazione-2) Individuazione dei ruoli e delle aspettative suddividiamoli fra economici e non economici- 3) Diamo loro una priorità a seconda del loro potere (decisionale, di influenza) e interesse nel prodotto/servizio/processo.

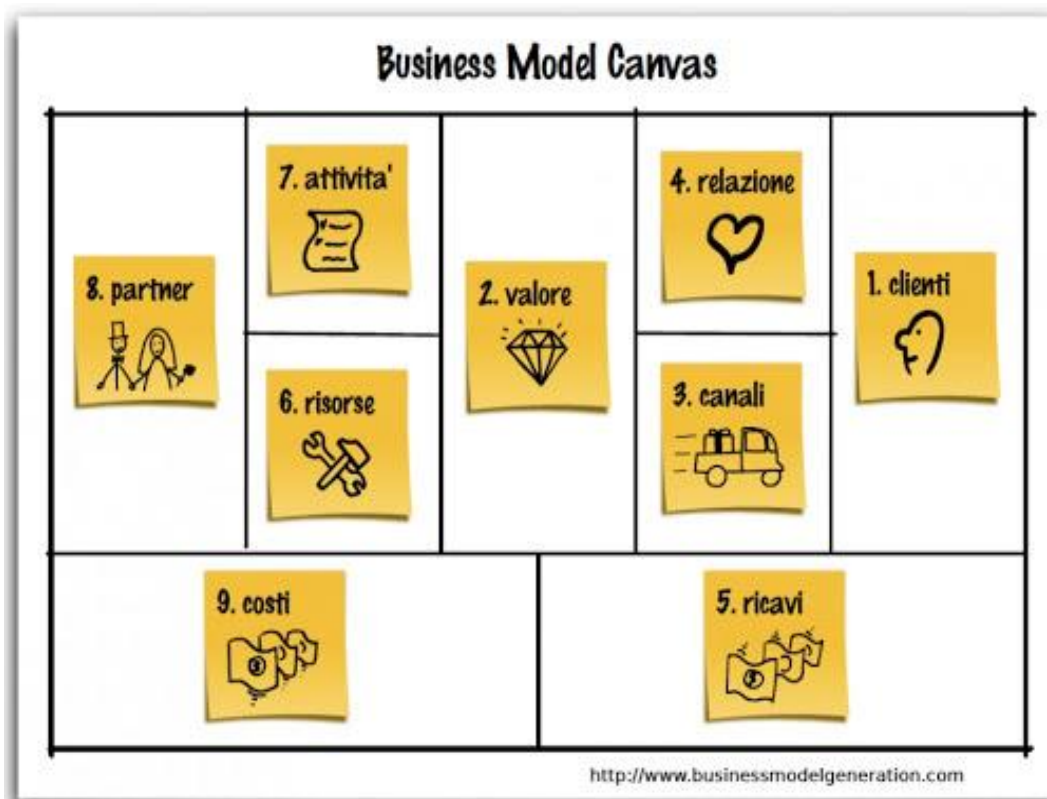
#### 8 Costi

si veda tabella del file modello pianificazione economica



## 9 Ricavi

si veda tabella del file modello pianificazione economica



19/05/2021

# Inside Out Business model responsabile

In Our Garden



Utente Windows  
CONSULENTE

## Sommario

<b>Visione Missione Ambizione e Ruolo .....</b>	<b>2</b>
<i>Capacità come ( Cognitive ed emotive).....</i>	<i>3</i>
<i>Comportamento cosa (Reazione e proazione).....</i>	<i>4</i>
<b>Why What and How il tuo prodotto-servizio- (esperienza) .....</b>	<b>5</b>
<i>Why .....</i>	<i>5</i>
<b>Il Modello di business i 9 punti del Canvas.....</b>	<b>9</b>
1 <i>Valore offerto .....</i>	<i>9</i>
<i>Creazione di una base fissa nei dintorni di Cagliari con la possibilità di offrire ospitalità e con almeno una sala grande per fare attività tutto l'anno sia con turisti che con residenti locali sui temi dello sviluppo personale, della facilitazione, delle discipline olistiche, dell'intrattenimento culturale co-creato, dei concerti da salotto, del teatroxcasa, delle attività del benessere, della giocoleria, dell'ortoterapia etc... 2) Creazione del Club di finanza ad impatto sociale con la vendita di quote annuali diversificate a gruppi di investitori e donors di tutto il mondo che possono così diventare membri e scegliere tra le diverse possibilità in catalogo e on demand. Il catalogo comprenderà: corsi esperienziali, enogastronomia dedicata, attività di artigianato artistico, coproduzione di partite personalizzate di prodotti enogastronomici di alta qualità con le realtà supportate dal Club etc... 3) Organizzazione di una piattaforma collaborativa on line e reale in cui le associazioni, le cooperative e le imprese sociali coinvolte all'inizio come fornitori di servizi in partnership vengono stimolate e aiutate consulenzialmente a sviluppare i propri prodotti e servizi in maniera che possano poi essere messi sul mercato anche in maniera indipendente ma sempre nell'ottica di rete per creare più clusters di possibilità in territori specifici per pubblici differenziati. ....</i>	<i>9</i>
3 <i>Relazioni con i Clienti.....</i>	<i>9</i>
4 <i>Canali.....</i>	<i>10</i>
5 <i>Attività.....</i>	<i>10</i>
6 <i>Risorse Chiave.....</i>	<i>10</i>
7 <i>Partner Chiave .....</i>	<i>10</i>
8 <i>Costi.....</i>	<i>10</i>
9 <i>Ricavi .....</i>	<i>10</i>

# Impresa: ragione sociale

## Soci: Nome

### Visione Missione Ambizione e Ruolo

#### In Our Garden

- è un'impresa sociale in forma di azienda agricola multifunzionale con la missione di ri-generare ecosistemi fiorenti di relazioni per il pieno sviluppo di persone, territori e comunità.

- E' un parco di 55 ettari di colline vista mare a mezz'ora dal Centro di Cagliari e a due km dalla Costa Sud Est della Sardegna. In Our Garden è possibile godere di rigeneranti vacanze, raccogliere e acquistare direttamente prodotti naturali, partecipare alla vita della comunità locale, seguire seminari di sviluppo personale e laboratori di creatività e autoproduzione con i frutti della terra, anche adottando particelle di piante perenni per realizzare i propri prodotti bio e poterne fruire in tutte le stagioni.

Attraverso il progetto In Our Garden desidera creare le condizioni per facilitare la nascita di altre piccole imprese per creare una costellazione collaborativa dove aspiranti imprenditori agricoli e sociali possano fare esperienze e testare la propria vocazione, dove si sviluppino tecnologie appropriate per produrre energie da fonti rinnovabili e sistemi intelligenti di coltivazione, dove si organizzino eventi culturali e seminari formativi per la crescita umana e territoriale e dove, in definitiva, si rafforzino sistemi immunitari e relazioni sinergiche. In Our Garden sta iniziando a Valori e convinzioni Perché' (approvazioni ed ispirazioni).

Il modello di Business che intende sviluppare, con il supporto di un consulente tecnico che ha molti anni di esperienza in agricoltura e gestione risorse umane, punta a diversificare molto le attività, diventando da un lato un Parco della Rigenerazione in grado di offrire a persone attente all'ecologia esperienze produttive a contatto con la natura per soddisfare il bisogno di riconnessione con la Madre Terra e dall'altro fare attività di sviluppo personale e di formazione per maestranze e appassionati di bioedilizia, erbe officinali, cucina, tecniche artigianali e creative e attività olistiche, che si proporrà di agire come un ecosistema rigenerativo delle relazioni tra le persone e il territorio offrendo prodotti naturali trasformati e turismo esperienziale con ospitalità e ristorazione.

L'idea di impresa prevede quindi la creazione di un Parco Rigenerativo progettato in Permacultura, la metodologia di design ecologico che applica tre etiche: Cura della Persona, Cura della Terra e Equa

distribuzione del Surplus. Offrirà la possibilità ai propri ospiti di diventare cocreatori e abitanti culturali temporanei funzionando come un hub di offerta di esperienze formative attraverso una piattaforma collaborativa creata con altri produttori di beni e erogatori di servizi in campo artistico, artigianale, culturale, del benessere olistico, dello sviluppo personale e di comunità. Produrrà e venderà nel ristorante in sede e nel territorio circostante conserve di frutta e verdura, prodotti naturali con proprietà nutraceutiche, cosmetica naturale, tisane, oli essenziali con erbe officinali spontanee, vino, olio, agrumi ed energia da fonti rinnovabili con la filosofia di trasformare gli scarti in compost creando valore aggiunto in ottica Blue Economy,

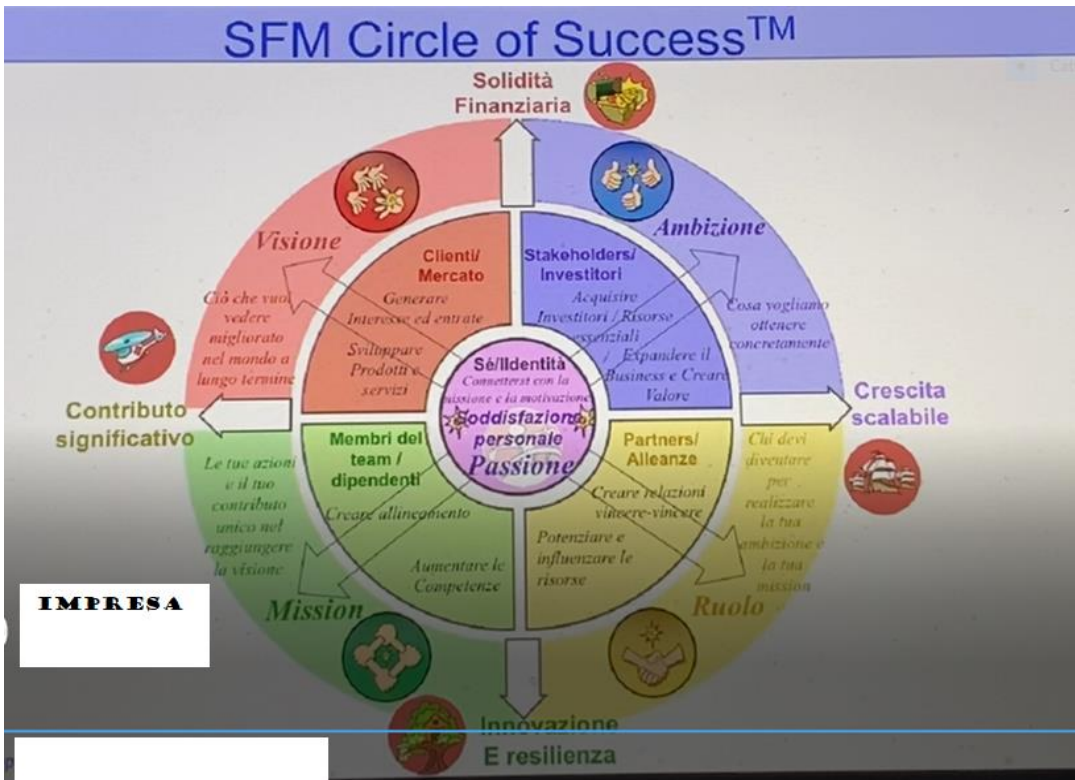
### Capacità come ( Cognitive ed emotive)

- “In our garden” crea un sistema di relazioni che genera esperienze uniche per far sentire i clienti che vengono da lontano come abitanti culturali temporanei di un territorio ancestralmente ricco di valori ecologici. Allo stesso tempo, sviluppa seminari e attività dedicati alle persone residenti in Sardegna che possono frequentare l’ecosistema In Our Garden durante tutto l’anno e entrare in contatto con persone e proposte esperienziali sempre nuove.
- Il nostro target principale di riferimento (persone di livello socio economico e intellettuale medio-alto di paesi del Nord Europa, Americhe e Estremo Oriente) può soddisfare con noi il bisogno di investire in esperienze di accrescimento personale attraverso il coinvolgimento diretto in attività produttive, anche supportando lo sviluppo locale come se si fosse parte della comunità.
- Puntiamo quindi a soddisfare bisogni sofisticati di autostima e autorealizzazione creando le condizioni perché sia facile fare amicizia, condividere stili di vita sostenibili, stare in contatto con la terra, apprendere ad autoprodurre cose buone e uniche, sviluppare la propria spiritualità e socialità potendo così massimizzare il valore dell’esperienza riportandolo nella propria vita quotidiana.
- In our garden vuole creare un Club di membri privilegiati che possono coprodurre le loro forniture di prodotti trasformati mentre vivono esperienze uniche e supportano microprogetti tesi a raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibili di Agenda 2030
- Il modello di business etico di In Our Garden è basato sulla creazione di una piattaforma collaborativa che soddisfa gli interessi di persone che in veste di coproduttori creano esperienze e prodotti unici, con il coinvolgimento della scena artistica e olistica del territorio per creare valore materiale e immateriale, senso di appartenenza, relazioni nutrienti e azioni benefiche per la madre terra.

- E' quindi basato sul comune desiderio dell'umanità di attivare nuove modalità più sostenibili di interazione tra diversi contesti, dando senso e visione al proprio quotidiano. Quindi, offriamo una serie di soluzioni che ottimizzano il rapporto tra tempo e denaro, accompagnando sempre più persone a cambiare le proprie abitudini di spesa in turismo considerandole invece come investimenti su sé stessi

## Comportamento cosa (Reazione e proazione)

Essere proattivi significa essere innovativi e quindi l'Innovazione di processo: attraverso la permacultura: si creano relazioni sinergiche tra piante, piccoli animali e produzione di energia, utilizzando solo fertilizzanti e trattamenti fitosanitari autoprodotti in maniera naturale, rigenerando il suolo con il riutilizzo dei materiali di scarto, trasformando in sede i prodotti freschi in conserve con packaging in materiali naturali o riciclabili, e facendo di ciò un prodotto esperienziale, creando nel tempo una foresta di cibo e rendendo la visita in azienda un viaggio nella bellezza dell'incontro tra natura e cultura con opere d'arte, installazioni artistiche, percorsi tematici e partecipazione ai processi produttivi e trasformativi. Innovazione di prodotto: si trasformeranno piante officinali spontanee della tradizione mediterranea e altre piante dal mondo ma adattabili alla coltivazione in pieno campo con il sole e le energie ancestrali della Sardegna per farle diventare prodotti utili per il benessere, riproducendole e trasformandole in prodotti salutistici e nutraceutici e cosmetica naturale. Innovazione sociale: si creerà una impresa ecosistemica facilitando la collaborazione con altri produttori specialisti che possono utilizzare i terreni e il laboratorio certificato HACCP di In our Garden per fare le loro trasformazioni e produrre e distribuire con un brand unico a forte impatto valoriale mantenendo la propria autodeterminazione. Allo stesso tempo si supererà il confine tra produttori e consumatori creando occasioni di incontro e di partecipazione diretta sia alla produzione che alla organizzazione e fruizione di eventi culturali. Si intende anche collaborare con il sistema sanitario offrendo attività preventive e riabilitative per persone con disagi relazionali e creando con lo spazio ristorante una esperienza di partecipazione condivisa per conoscere persone e creare amicizia e nuove relazioni che concorrono a contrastare il disagio esistenziale Ambiente dove quando (vincoli pericoli opportunità opzioni)



## Why What and How il tuo prodotto-servizio- (esperienza)

### Why

In quanto azienda agricola multifunzionale, In Our Garden svilupperà diversi servizi nelle aree: 1. Produzione e vendita di prodotti agricoli quali olio, vino e frutta; 2. Eventi culturali, presentazioni libri, teatro e rassegne documentaristiche all'aperto, piccole fiere di artigiani e produttori; 3. Laboratori esperienziali di una o due giornate per residenti e turisti; 4. Seminari di sviluppo personale e di tecniche olistiche per gruppi fino a 25 persone; 5. Attività ludico didattiche per scuole o gruppi di appassionati di ecologia e permacultura on demand; 6. Accoglienza in piccole strutture ecologiche in bioedilizia (formula Glamping e formula Coliving rurale per chi vuole restare per più di due settimane sentendosi parte attiva della comunità); 7. Ristorazione in occasione degli eventi e delle visite in azienda e organizzazione feste private con offerta di servizi; 8. Membership per il Club In Our Garden con una tariffa premium che i clienti possono scegliere di pagare annualmente per aver accesso a esperienze, vacanze attive di ecoturismo o prodotti, anche adottando parcelle di coltivazioni dirette

In Our Garden faciliterà la creazione di un ecosistema e proporrà a diversi contadini, professionisti di servizi olistici per il benessere e artigiani di collaborare organizzando insieme attività di trasformazione e ripartendo i ricavi in maniera equa, come previsto dalle etiche della permacultura: people care, earth care, fair shareHow.

tempi di avvio delle diverse aree variano in relazione allo stato di avanzamento dei lavori da realizzare per l'adeguamento degli immobili e per il conseguimento dei titoli abilitativi e delle licenze. Nel corso del primo anno di attività si potenzierà la produzione e la vendita di prodotti agri-coli, si realizzeranno i lavori edili di completamento della struttura e si richiederanno i per-messi per lo svolgimento dell'attività agrituristica che, a regime, prevederà la possibilità di avere 6 camere a disposizione degli ospiti. Nella tabella 01 nella pagina seguente approfondiamo un possibile piano di sviluppo dei servizi dal punto di vista del surplus generabile e in seguito proponiamo una pianificazione temporale di sviluppo delle attività.

In Our garden si sviluppa su una superficie di circa 55 ettari di cui 7 coltivati a vite, 2,5 a olivi e 2,5 ad agrumi. Attualmente dalla produzione si ricavano circa € 40.000,00 ma, adeguando le cure colturali, l'irrigazione e la concimazione, la PLV si assesterà intorno a € 80.000,00.

Per gli eventi culturali e le visite in azienda con raccolta diretta prevediamo l'ingresso libero chiedendo una donazione a piacere e invitando le persone a lasciare i loro recapiti e a valutare la possibilità di acquistare direttamente i nostri prodotti freschi e trasformati nell'Area Mercato dentro l'edificio principale di In Our Garden. Gli eventi culturali avranno costi ridotti alle spese per elettricità, acqua, uso dei bagni, costi che consideriamo come se fossero investimenti in direct marketing per acquisire nuovi clienti cocreatori e fidelizzarli. Le piccole fiere mercato avranno un ricavo derivante dalla richiesta di contributo agli espositori per aver il loro stand sotto la grande veranda dell'edificio principale, stimato in 30 euro per 20 espositori. Si sono previsti inizialmente due eventi al mese da marzo a dicembre fino ad arrivare a regime a quattro volte al mese. Questa attività serve a facilitare la costruzione di relazioni vincenti per la piattaforma e quindi il vantaggio più che economico è misurabile nell'aumento della resilienza di tutto l'ecosistema. Pensiamo di rendere disponibile la vendita on line dei prodotti di tutti nel nostro sito con una provvigione a copertura dei costi. Puntiamo a una formula per cui creare partnership stabili in maniera da creare filiera ottimizzando il terreno in maniera da far produrre da noi alcune cose per le quali non abbiamo competenze (miele, cosmetici, liquori) con la proposta di compensare con una parte della produzione con la formula white label, che possiamo commercializzare con il brand In Our Garden.

I laboratori

Tecniche creative manuali (cesteria, pirografia, costruzione oggetti con materiali naturali, costruzione strumenti musicali, preparazione carta artistica con fibre naturali, creazione gioielli, lavorazione della pelle).



Tecniche artistiche (ceramica, scultura, lavorazione del legno e altri materiali per produzione di oggetti di design, pittura in natura, acquerello, découpage, fotografia naturalistica, film making, lavorazione del ferro). Tecniche costruttive in bioedilizia (intonaci e mattoni in terra cruda, costruzione con canne palustri e bambù, cupole geodetiche, tetti reciproci autoportanti, tetti verdi, balle di paglia, forni e barbecue in terra cruda, pirolisi, biochar). Tecniche di coltivazione naturale (agroforesteria, orto sinergico, orto naturale, elettrocultura, aridocultura, gestione dell'acqua, compostaggio, lombricoltura, design in permacultura, coltivazione in bancali, coltivazione funghi commestibili e medicinali, innesto e potatura). Tecniche di autoproduzione (saponi, cosmetici, detersivi, shampoo, prodotti per la cura della pelle, oleoliti, idroliti, oli essenziali, microrganismi effettivi, fertilizzanti e antiparassitari naturali, essiccazione solare, condimenti e salse, conserve). Tecnologie appropriate (raccolta acqua piovana, fitodepurazione, energia da sole, vento e acqua, realizzazione impianti di irrigazione naturali, biogas). Allevamento (insetti utili, api, galline, quaglie, conigli, farfalle, bombi).

Per i seminari valgono in linea di massima le stesse regole dei laboratori, solo che il margine è più alto perché normalmente non ci sono costi per materiali di consumo. Prevediamo di realizzarne due al mese di una o due giornate al costo medio di 45 euro a persona a giornata, con un minimo di 5 partecipanti per quelli tenuti dallo staff In Our Garden e di 10 per quelli tenuti da un professionista esterno. Per la stima dei ricavi si è immaginato un numero di partecipanti progressivamente crescente e, a partire dal quarto anno, un prezzo di vendita pari a euro 50,00.

## Ospitalità

Nei primi due anni si punta comunque a fare piccola ospitalità a pagamento con la formula del Glamping, creando strutture amovibili ed ecologiche come tende yurta e tende a campana con bagni ecologici in comune. Questa attività che potrà continuare anche dopo che saranno ultimati i lavori per il restauro di un edificio esistente in cui sono realizzabili tre stanze con bagno e dopo che saranno disponibili i permessi e le risorse per costruire almeno altri 10 cottages. • Stanza singola con bagno (30 /45 euro a notte) • Stanza doppia con bagno (30/ 50 euro a notte) • Posto letto in dormitorio con bagno in comune (20/30 a notte) • Miniappartamento con cucinino, bagno e veranda (30/50 a notte a persona) • Stanza con bagno per periodi lunghi in un edificio in Co-Living con servizi accessori in comune (cucina, bagno con vasca, accesso a internet, pulizie e cambio biancheria settimanale): 500/700 al mese.

Il ristorante -vivaio In Our Garden è organizzato come una esperienza in sé. Non è aperto tutti i giorni per Business Plan 15 singoli avventori a pranzo a cena. E' aperto con la modalità per cui le persone sono invitate per una giornata intera o mezza giornata a seguire i percorsi disegnati nella tenuta, collaborare a raccogliere e preparare il cibo cogliendo i prodotti direttamente nell'orto sinergico, visitando il vivaio con le piante innovative e potendole acquistare direttamente. Il ristorante offre cucina con ingredienti a passo zero o

comunque a km equo, ov-vero provenienti da realtà vicine che rispettino gli stessi valori ecologici di In Our Garden. Si utilizzano stoviglie in materiali naturali o compostabili, si mangia in tavolate facendo così amicizia con gli altri avventori e si crea animazione con musica o performance realizzate collettivamente.

Il ristorante ha una versione al chiuso e una all'aperto, sotto la lolla tradizionale e pergolati di uva e altri rampicanti. Gli ampi spazi a disposizione rendono possibile, in caso di necessità, anche forme di distanziamento sociale.



## Il Modello di business i 9 punti del Canvas

### 1 Valore offerto

Creazione di una base fissa nei dintorni di Cagliari con la possibilità di offrire ospitalità e con almeno una sala grande per fare attività tutto l'anno sia con turisti che con residenti locali sui temi dello sviluppo personale, della facilitazione, delle discipline olistiche, dell'intrattenimento culturale co-creato, dei concerti da salotto, del teatroxcasa, delle attività del benessere, della giocoleria, dell'ortoterapia etc... 2) Creazione del Club di finanza ad impatto sociale con la vendita di quote annuali diversificate a gruppi di investitori e donors di tutto il mondo che possono così diventare membri e scegliere tra le diverse possibilità in catalogo e on demand. Il catalogo comprenderà: corsi esperienziali, enogastronomia dedicata, attività di artigianato artistico, coproduzione di partite personalizzate di prodotti enogastronomici di alta qualità con le realtà supportate dal Club etc... 3) Organizzazione di una piattaforma collaborativa on line e reale in cui le associazioni, le cooperative e le imprese sociali coinvolte all'inizio come fornitori di servizi in partnership vengono stimolate e aiutate consensualmente a sviluppare i propri prodotti e servizi in maniera che possano poi essere messi sul mercato anche in maniera indipendente ma sempre nell'ottica di rete per creare più clusters di possibilità in territori specifici per pubblici differenziati.

### 3 Relazioni con i Clienti

In Sardegna intendiamo fare partnership con diverse realtà che sentiamo affini e che supportiamo avendo già contatti in corso:

- Mesa Noa di Food Coop Cagliari, emporio collaborativo in cui i soci lavorano per poter acquistare prodotti di alta qualità a prezzi rispettosi del lavoro dei produttori e dell'onestà intellettuale. Con Mesa Noa, essendo tra i soci fondatori, noi di In Our Garden intendiamo connettere i produttori con un pubblico di più ampio respiro promuovendo la possibilità di realizzare esperienze nelle loro aziende
- Rumundu Summer School di innovazione Sociale (Alghero)
- Con la scuola Rumundu, intendiamo continuare a collaborare per offrire esperienze anche ai fruitori dell'Accademia di Innovazione in maniera da rendere l'esperienza in Sardegna più completa
- Rete Eco Sardi: rete che connette le realtà in transizione e che si prepara a poter offrire esperienze e accoglienza
- Sardaigne en liberté', prima agenzia di turismo eco-sostenibile della Sardegna dedicata al turismo attivo, opera come o tour operator eco sostenibile dedicato agli amanti delle vacanze attive, rispettosi dell'ambiente che grazie all'intuizione di Jean Luc Madinier ha deciso di provare un altro tipo di turismo partendo dall'Ogliastra ed in Sardegna : eco sostenibile e responsabile verso le comunità locali.
- Tasting Sardinia tour operator specializzato nell'enogastronomia che organizza gruppi tematici in luoghi unici

## 4 Canali

Diretti: promozione territoriale

Indiretti: digital e social

## 5 Attività

Promozione su fiere e convegni

Promozione sui social

Tam tam digital e eventi

## 6 Risorse Chiave

il team In Our Garden è composto da quattro ruoli fondamentali: • Coordinamento generale • Direttore tecnico della produzione • Responsabile Piattaforma Collaborativa • Responsabile Marketing e Comunicazione • Descrizione dei ruoli

## 7 Partner Chiave

RAS

COLLABORATORI DIRETTI

BANCHE

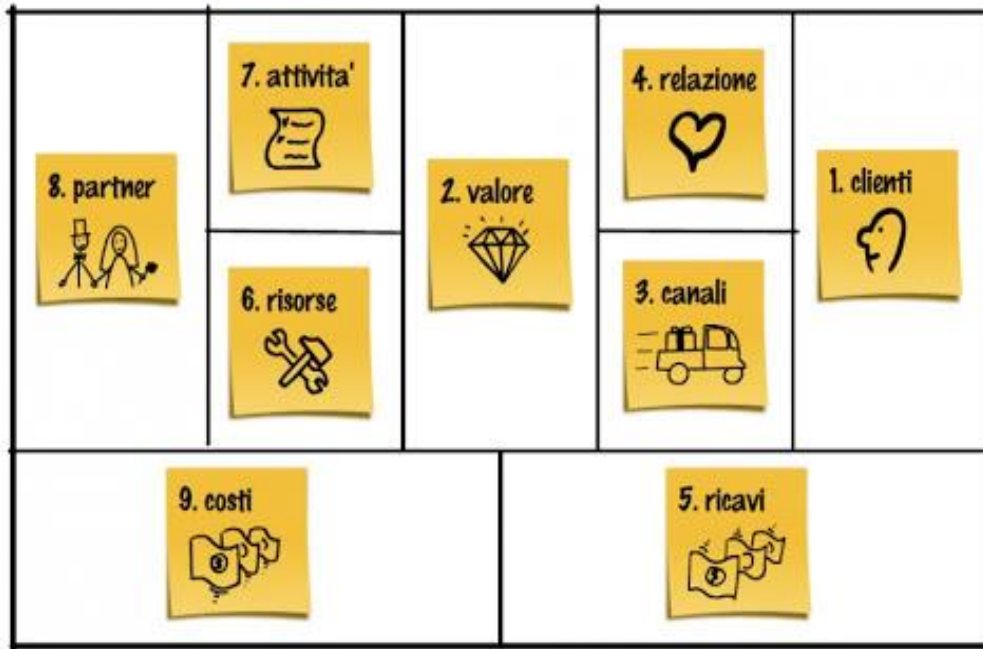
## 8 Costi

Vedi tabella allegata

## 9 Ricavi

Vedi tabella allegata

## Business Model Canvas



<http://www.businessmodelgeneration.com>