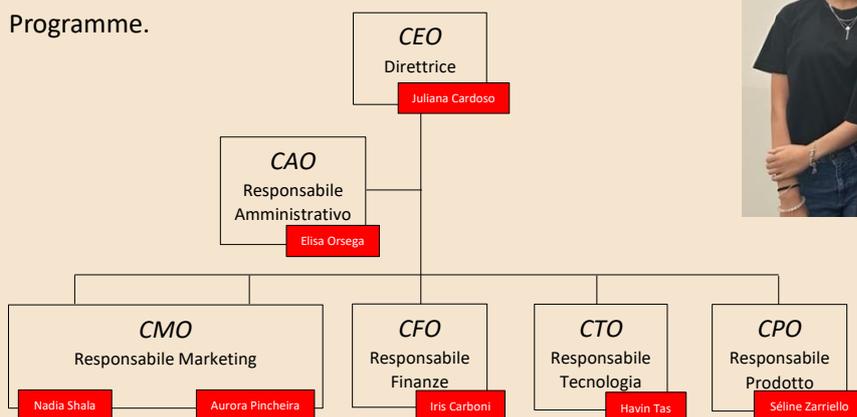


# Management Summary KeyHug



## Chi siamo

Siamo una start-up formata da sette studentesse che frequentano la Scuola Cantonale di Commercio (SCC) di Bellinzona. La nostra scuola partecipa al progetto del Company Programme.



Il nostro team.  
Da sinistra in alto:  
Aurora Pincheira, Séline Zariello, Nadia Shala e Elisa Orsega.  
Da sinistra in basso:  
Havin Tas, Iris Carboni e Juliana Cardoso.



## I nostri valori e missione

Il nostro prodotto, un portachiavi, viene interamente realizzato dal laboratorio Laser di Lugano che è uno dei tanti della Fondazione Diamante, un'impresa sociale ticinese che dà lavoro a persone disabili adulte. Tramite la collaborazione con questa fondazione sosteniamo il messaggio di **inclusione sociale** che pure essa cerca di trasmettere. Il nostro portachiavi è caratterizzato da una figura che abbraccia le chiavi: ricorda quindi l'**affetto** e l'**amore** di una casa. Inoltre, è realizzato in pelle vegana facendo attenzione alla **salvaguardia degli animali**. L'azienda cerca quindi attraverso il prodotto effettivo (utilizzato nella vita tutti i giorni) di **sensibilizzare** e far riflettere tutti su queste tematiche.



## Azienda e logo



Il logo dell'azienda caratterizzato da una casa con all'interno un cuore e dalla ragione sociale.

La ragione sociale della mini-impresa è KeyHug e combina i termini inglesi "Key" ovvero "chiave" con "Hug" cioè "abbraccio". Il nome sintetizza in sole due parole la funzione del portachiavi e il suo tratto distintivo. La casa rossa, accessibile con le chiavi, è un luogo sicuro dove nessuno si sente giudicato o inferiore rispetto agli altri e il colore rosso rimanda al campo semantico dell'affetto. Al contrario lo sfondo del logo è nero per rappresentare il fatto che nel mondo odierno, fuori dalla propria abitazione, sono presenti tantissime disuguaglianze sul piano sociale che fanno soffrire alcuni individui.



## Prodotto

In nostro portachiavi viene venduto in due forme: figura femminile e figura maschile. Vengono realizzati presso la Fondazione Diamante utilizzando pelle vegana che è impermeabile e resistente nel tempo. Una particolarità del prodotto è permettere alle chiavi di rimanere salde, in modo da non graffiare altri oggetti in borsa o in tasca grazie alle sue piccole dimensioni e alla funzione dell'abbraccio.



Il portachiavi in figura maschile



Il portachiavi in figura femminile



## Marketing

Ci rivolgiamo a due fasce d'età differenti: la prima che va dai 12 ai 16 anni e l'altra dai 25 ai 35 anni. Nel primo gruppo rientrano le ragazze ed i ragazzi che iniziano le scuole medie e di conseguenza ricevono le loro prime chiavi, diventando più indipendenti. Il secondo gruppo è composto da coppie che cominciano a vivere in autonomia, prendendo ad esempio il primo appartamento. Grazie al design innovativo il nostro prodotto può adattarsi allo stile di tutti i giorni e alle varie fasce d'età che l'utilizzano. In Svizzera il mercato dei portachiavi si concentra principalmente sulla funzionalità, come modelli in metallo e moschettoni. KeyHug si differenzia anche per la sua identità simbolica attraverso un articolo che va oltre al lato pratico.



## Finanza

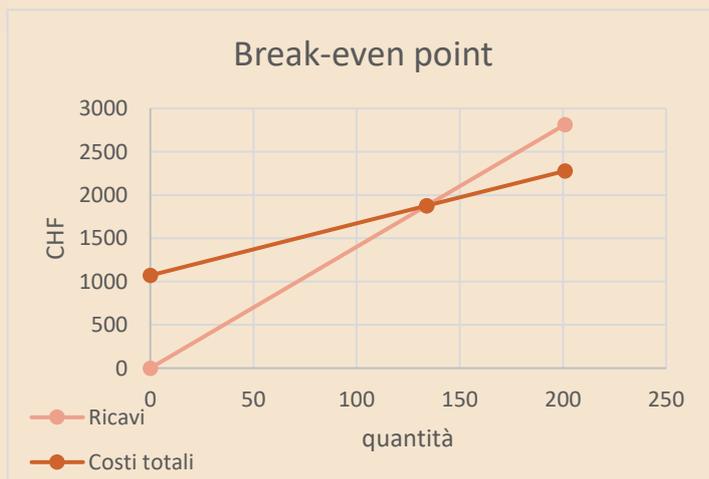


Grafico del "break-even point".

Secondo una stima i costi fissi ammonteranno a circa 1'072 CHF e quelli variabili per prodotto saranno di 6 CHF. Il prezzo di vendita sarà di 14 CHF. Secondo il calcolo del break-even point dovremo vendere 134 portachiavi per riuscire a coprire i costi totali. Per i costi fissi si è considerato: costi per fiera e finale nazionale, workshop, magliette aziendali, mercatini natalizi, pubblicità e stipendi dei collaboratori.



## Indirizzi di contatto



key\_hug



keyhug.ch



Key Hug



C/o SCC

Viale Stefano Franscini 32,

6500 Bellinzona

Dicembre 2024