





Membrii Echipei

- Ciomag Andrei
- Durbăcea Adriana
- Făinărea Alexandru
 - Filofteii Izabela
- Gheorghită Cristian
 - Tudor Ștefan

Piață- Tintă

Piața vizată pentru "Essence of Organic" include:


- Turiști : Cipru atrage turiști din întreaga lume, în special cei interesați de produse naturale și sustenabile. Aceștia ar putea fi o piață importantă pentru vânzarea de produse organice, atât online, cât și fizic în locații turistice.
- Consumatori locali: Ciprioții care sunt interesați de un stil de viață sănătos și de produse ecologice. Această piață ar putea include familii, persoane conștiente de sănătate și consumatori din sectorul restaurantelor și hotelurilor care promovează produsele organice.
- Piața internațională: Țările Uniunii Europene (cum ar fi România, Grecia și Italia) și alte regiuni cu un interes crescut pentru produsele organice, sustenabile și de calitate vor fi atractive pentru extindere.



Misiune

Misiunea noastră este de a aduce clienților noștri cele mai pure și mai sustenabile produse organice, cultivate cu grijă și respect pentru natură. Ne angajăm să promovăm un stil de viață sănătos și responsabil, oferind produse de înaltă calitate care reflectă esența naturii din Cipru și se aliniază principiilor ecologice. Prin inovare, transparență și respect pentru mediu, dorim să contribuim la o lume mai curată și mai sănătoasă.

Obiective:

- > Să vindem 1200 de sticle în primul an.
 - > Să dublăm volumul vânzărilor.
 - > Să extindem vânzările în alte 3 țări străine.
- 



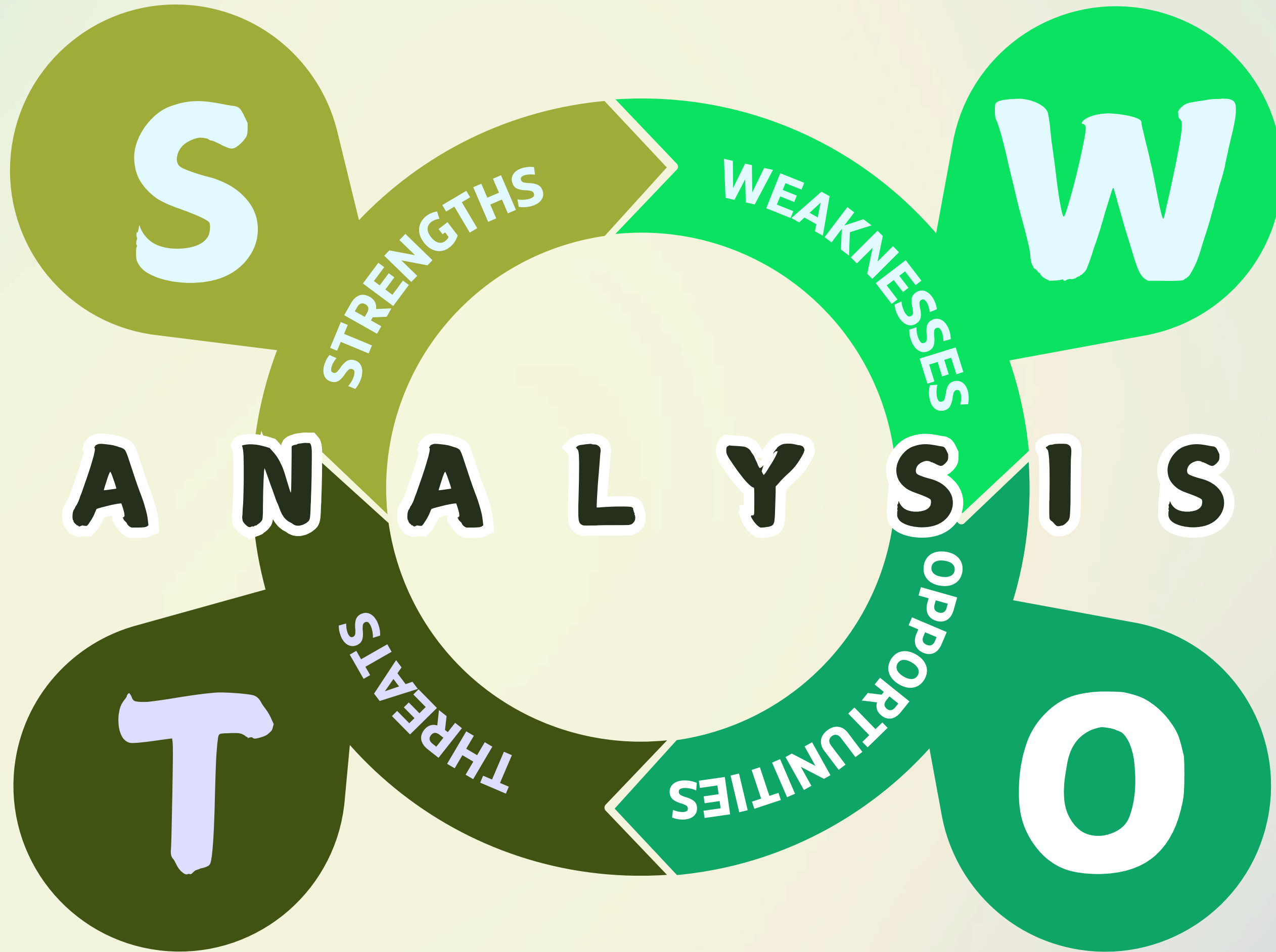
- Țara de proveniență
- Țări-țintă pentru extindere



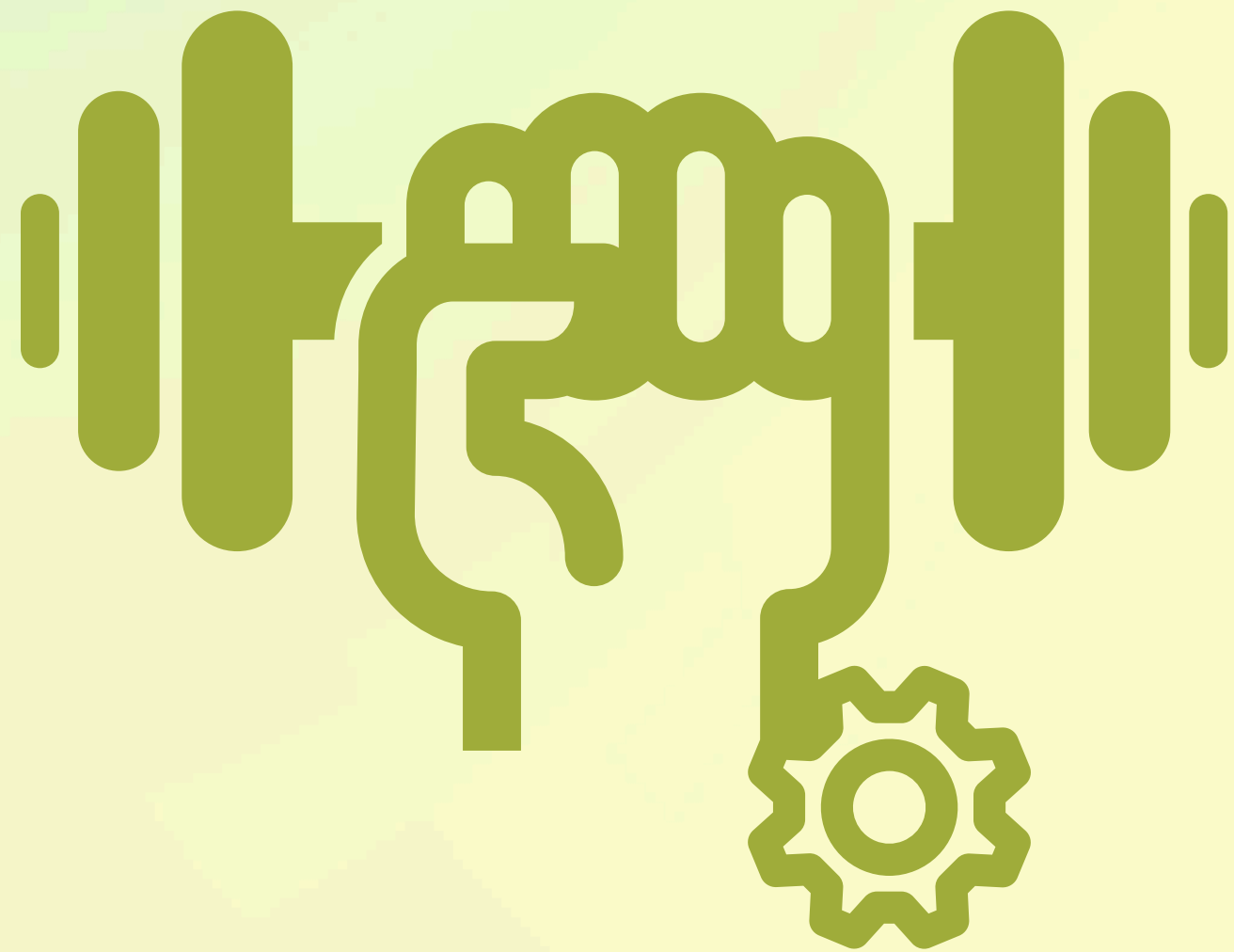
Viziune:

Viziunea noastră este de a deveni lideri în industria produselor organice din Cipru, inspirând o schimbare globală către un stil de viață mai sănătos și mai durabil. Dorim să fim recunoscuți pentru angajamentul nostru față de calitate, inovație și responsabilitate ecologică, contribuind astfel la crearea unei lumi în care consumul responsabil și respectul pentru natură sunt valori fundamentale.





STRENGTHS



- **Locația: Poziționare geografică benefică ca urmare a amplasării competitive în centrul orașului turistic Paphos.**
- **Marketingul eficient: Cu ajutorul planului complet de promovare, putem răspândi eficient informații.**
- **Calitatea superioară a produselor: Datorită dorinței noastre de a produce absolut organic, calitatea produselor noastre este remarcabilă.**

WEAKNESSES



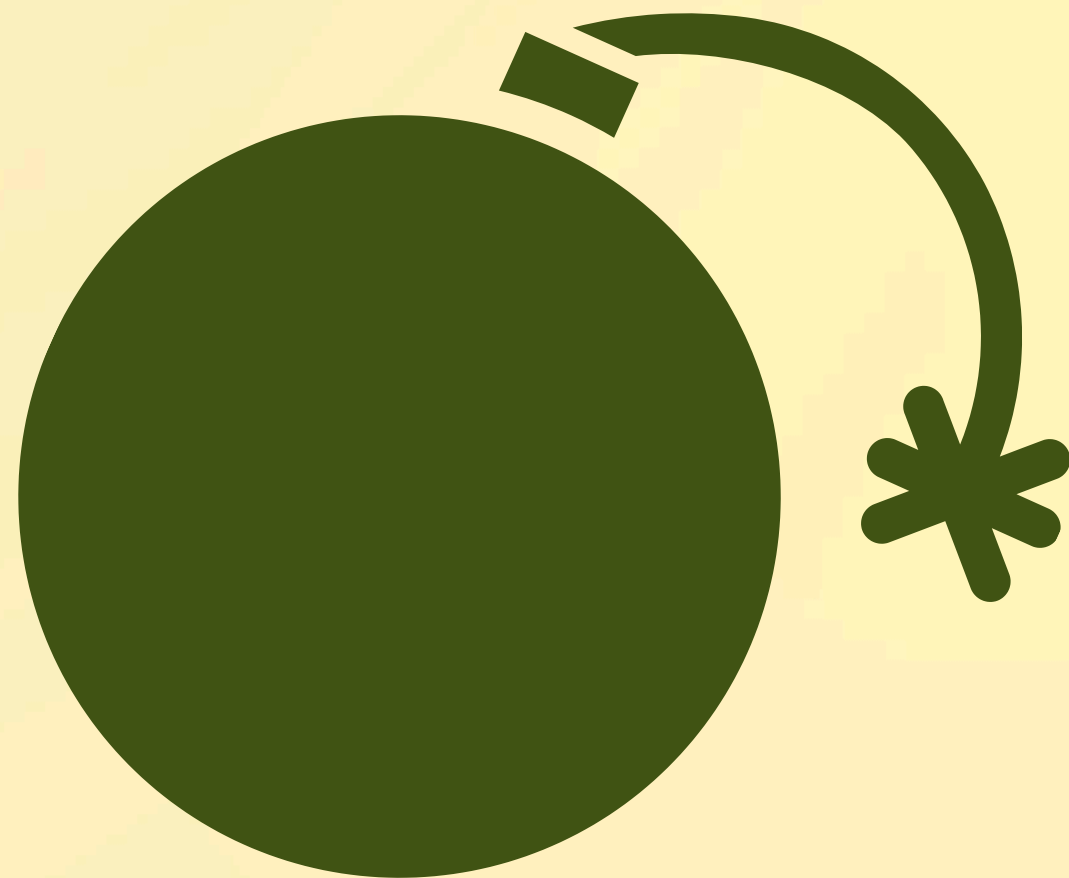
- **Tehnologie inadecvată:**Majoritatea uneltelor pe care le folosim in procesul de fabricație sunt manuale, acestea necesita forță de muncă.
- **Resurse financiare limitate:**Din cauza forței de muncă necesară pentru activitățile de producție bugetul este restrâns.
- **Lipsa de notorietate:** Un nume nou în industria vinului sau a uleiului poate fi greu de remarcat, mai ales în fața brandurilor consacrate.

OPPORTUNITIES



- **Colaborări și parteneriate:** Obținerea unui contract cu un lanț de supermarketuri comune, iar stabilirea de parteneriate cu restaurante și hoteluri locale pentru a oferi produsele în meniuri poate crește vizibilitatea și vânzările.
- **Creșterea cererii pentru produse organice:** Consumatorii devin din ce în ce mai conștienți de beneficiile produselor organice, ceea ce oferă o oportunitate pentru vinuri și uleiuri de măsline certificate ecologic.
- **Marketing digital:** Utilizarea rețelelor sociale și a platformelor online pentru a promova produsele și a interacționa cu clienții poate spori notorietatea brandului și poate atrage noi clienți.

THREATS



- **Concurența internațională:** Există o competiție acerbă pe piața globală, cu producători din alte țări care oferă produse similare, adesea la prețuri mai mici sau cu o promovare mai eficientă.
- **Schimbările climatice:** Condițiile meteorologice extreme și schimbările climatice pot afecta recoltele de struguri și mășline, influențând astfel producția și calitatea produselor.
- **Probleme de distribuție:** Dificultățile în lanțul de aprovizionare, cum ar fi întârzierile în livrare sau creșterea costurilor de transport, pot afecta disponibilitatea produselor pe piață.

Canale de Promovare

Pentru a ajunge la publicul nostru țintă, vom folosi o combinație de canale de promovare online și offline:

- Online:

- Rețele sociale (Instagram, Facebook, TikTok) pentru a crea o comunitate.
- Propriul site web cu platformă de comerț electronic pentru vânzări directe.
- Piețe internaționale (Amazon, Etsy) pentru acces global.
- Marketing prin e-mail pentru fidelizarea clienților.

- Offline:

- Participarea la târguri locale și evenimente de agricultură organică.
- Distribuție în magazine eco-friendly, cafenele și restaurante locale.
- Organizarea de ateliere și tururi ale fermei pentru turiști și localnici.



Competitori

Principalele tipuri de competitori pentru "Essence of Organic" includ:

- Fermieri organici locali: Există deja numeroși producători de produse organice pe insulă, cum ar fi uleiul de măsline și mierea. Companiile care se concentrează pe produsele locale vor fi în competiție directă cu afacerea dumneavoastră, cum ar fi Ktima Gerolemo Winery & Olive Oil, Vouni Panayia Winery
- Magazine organice și naturale: În Cipru există magazine organice locale, cum ar fi Organic Shop Cyprus și The Green Corner, care oferă o competiție directă pentru afacerea dumneavoastră pe piața locală.
- Startup-uri și întreprinderi mici: Multe startup-uri sunt active pe piața organică, iar brandurile care se concentrează pe sustenabilitate și producția locală vor fi o provocare pe termen mediu și lung.

PRODUCT
Vin si Ulei de măsline

PRICE
1. Vinuri:
->20€ Spourkito
->13€ Rosé
->10€ Alb/Roşu
2. Uleiuri de măsline:
->13€ extravirgin/litru
->10€ normal/litru

P

P

P

P

PLACE

- Kosta Georgiou 3, Paphos 8010, Cipru este adresa sediului.
- Produsul va ajunge la clienți cu ajutorul parteneriatelor cu diverse magazine si prin magazinul propriu, totodata prin servicii de curierat

PROMOTION

- Actitățile de promovare sunt incluse într-un plan de promovare complex, printre acestea se regăsesc:
- Folosirea rețelelor de socializare
 - colaborarea cu persoane cu influență in mediul online
 - participarea la târguri organice locale



Plan de Promovare

Pentru gestionarea social media:

- Canva și Photoshop pentru design grafic atractiv
 - Pentru analiză și performanță: Google Analytics pentru a urmări comportamentul site-ului web.
 - Meta Business Suite pentru a analiza campaniile Facebook și Instagram.
 - Pentru colaborări și recenzii: Platforme de marketing de influență pentru identificarea influencerilor locali și internaționali, cum ar fi @andriapaphiti, @sophietsiokos @maria.michael_1
 - Construirea brandului: Accent pe povestea produselor și conexiunea lor cu natura cipriotă.
 - Propriul magazin:
- 

Situație Financiară

Producție:

- 5 persoane pentru producția de vin
 - 5 persoane producție ulei de măsline
- Sunt plătiți pe zi, finanțarea pentru plățile lor vine de la FEAGA(Fondul European de garantare agricolă)
- Fiecare 40 de euro pe zi,
 - 400 în total pe zi pentru toți 10
 - 12.400 de euro pentru august
 - 12.000 pentru septembrie
 - 12.400 pentru octombrie

Total 36.800

Fonduri:

- FEAGA(Fondul European de garantare agricolă)

-120.000 Euro solicitați

-120.000 Euro primiti

-220.000-36.800=183,200 euro rămași

Cantitate

-50 măslini= 350 litri ulei

-Cost mentenanță pomi 9,000 euro

-2 tone struguri pentru o producție sezonieră de 1200 sticle

-pentru o recoltă de 2 tone de struguri trebuie sa avem jumătate de hectar de viță

-7000 euro mentenanță viță vie

-183,200 -9000=174,200

-174,200-7,000=167,200 euro rămași

Situație Financiară

ECHIPAMENTE DE PRODUCȚIE:

- Zdrobitoare de struguri 20kg/h x3 - $3 \times 300\text{€} = 900\text{€}$
- Găleți alimentare din plastic 50l x20 - $20 \times 30\text{€} = 600\text{€}$
- Pâlnie de fermentare x20 - $20 \times 5\text{€} = 100\text{€}$
- Presă de vin 10l x3 - $3 \times 300\text{€} = 900\text{€}$
- Recipiente din inox 50l x20 - $20 \times 70\text{€} = 1400\text{€}$
- Perii de curățare x6 - $6 \times 15\text{€} = 90\text{€}$

ECHIPAMENTE DE TESTARE:

- Hidrometre x2 - $2 \times 20\text{€} = 40\text{€}$
- Refractometre x1 - 50€
- pH metru x1 - 50€
- Truse de testare a sulfiților x1 - 50€
- Auto-sifon cu tub x10 - $10 \times 25\text{€} = 250\text{€}$
- Sticle (noi) x1200 - $1200 \times 2\text{€} = 2400\text{€}$
- Dopuri (pachet 100) x12/luna - $12 \times 30\text{€} = 360\text{€}$
- Dopuitor x5 - $5 \times 50\text{€} = 250\text{€}$
- Etichete x1200 - $1200 \times 0,30\text{€} = 360\text{€}$

TOTAL 7800€

167.200€ - 7800€ = 159.400€ După plată
echipamente

Angajăm 2 specialiști 1500€/angajat x 12 luni =
18.000€/an

159.400€ - 18.000€ = 141.400€

Situație Financiară

Salarii Staff:

- Salariu Director General 2000€x12 luni= 24.000€
- Salariu Director Adjunct 1700€x12 luni= 20.400€
- Salariu Director HR 1300€x12 luni= 15.600€
- Salariu Contabil Șef 1300€x12 luni= 15.600€
- Salariu Director Comercial 1300€x12 luni= 15.600€
- Salariu Specialist IT 1000€x12 luni= 12.000€

TOTAL COSTURI SALARII: 103.200€

141.400-103.200=38.200€ rămași într-un cont pentru **calamități**.

A vibrant, stylized illustration of a spring landscape. The scene features rolling green hills in the foreground, a bright red sun partially obscured by a light blue mountain range in the background, and a clear yellow sky. In the upper left and lower right corners, dark branches with clusters of small white flowers and green leaves frame the scene. The overall style is clean and modern, with a warm, inviting color palette.

Multumim!