



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014- 2020



Broșură

“Start Antreprenoriat în Regiunea Sud Vest Oltenia”

PROIECT POCU/82/3/7/103896 “**START ANTREPRENORIAL !**”

cofinanțat din Fondul Social European prin

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

2020



Broșura a fost elaborată cu participarea echipei de experți

- ERSILIA OPRESCU
Expert monitorizare GT
- RALUCA GAVRILĂ
Expert comunicare

Sub coordonarea

- COSTEL OLTEANU
Manager de proiect
- VERONICA DOBRE
Coordonator APSG
- ADINA CEREPANCIUC
Coordonator CRIMM

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatorie poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

CUPRINS

1. Introducere.....	4
2. Capitolul 1 Bune practici de transpunere în practica a conceptelor de dezvoltare durabilă, inovare socială, economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon etc ca factori ai creșterii economice (Rolul strategiilor de specializare inteligentă în stimularea competitivității regionale) reflectate în Modele de Planuri de afaceri de succes.....	6
2.1. S.C. RGB MEDIA ADVERTISING SRL.....	6
2.2. S.C. FABULOS MARCOMAT SRL.....	12
2.3. S.C.FRESH FABRIQUE SRL.....	18
2.4. S.C.RĂZVAN INTERNAȚIONAL CLEAN SRL.....	24
2.5. S.C. IACOB LIFE FIT SRL.....	30
3. Anexă. Tabel nominal cu planurile de afaceri beneficiare de ajutor de minimis implementate în cadrul proiectului.....	35

INTRODUCERE

Broșura “Start Antreprenoriat în Regiunea Sud Vest Oltenia” a fost elaborată în cadrul proiectului POCU/82/3/7/103896 “*START ANTREPRENORIAS !*” cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020.

Obiectivul general al proiectului a vizat

Dezvoltarea antreprenoriatului și creșterea ocupării în județele Dolj, Olt, Gorj, Vâlcea și Mehedinți, prin aplicarea unui pachet de măsuri - educație antreprenorială, asistență personalizată și mentorat asupra Grupului Țintă din proiect care va putea materializa propriile idei de afaceri în acțiuni concrete, crea locuri de muncă durabile și de calitate și susține pe termen lung inițiativele de afaceri nonagricole în mediul urban din regiunea Sud Vest Oltenia.

Proiectul s-a adresat unui **grup țintă de 326 persoane** (indicator 4S11) din regiunea Sud Vest Oltenia, **din care 170 șomeri și persoane inactive și 156 persoane care au un loc de muncă și înființează o afacere în scopul creării de noi locuri de muncă.**

Efectul pozitiv pe termen lung asupra Grupului Țintă s-a reflectat în dezvoltarea competențelor antreprenoriale prin formare profesională și consultanță în managementul afacerii; îmbunătățirea unor aptitudini practice prin stagii de practică; stimularea de tip brainstorming/dezvoltarea de idei de afaceri inovative în cadrul concursului de planuri de afaceri; crearea și funcționarea a 36 întreprinderi nonagricole în mediul urban (indicator 4S10, Pl.8.iii și OS 3.7), din care min 2 întreprinderi/județ din regiunea Sud Vest Oltenia; creșterea gradului de ocupare a forței de muncă prin crearea a min 72 locuri de muncă (indicator 4S9 - min 2locuri/IMM menținute min 6 luni după terminarea proiectului). Proiectul contribuie la realizarea obiectivului Axei Prioritare 3, sprijină dezvoltarea de activități independente, antreprenoriat și înființarea de întreprinderi inovatoare în zona urbană, promovează locuri de muncă durabile și de calitate (Obiectiv Tematic 8).

Proiectul contribuie la Obiectivul General POCU, dezvoltarea capitalului uman prin formare profesională, consiliere și mentorat printr-o schemă de antreprenoriat care asigură oportunități în vederea creării de noi locuri de muncă.

Obiectivele specifice ale proiectului:

OS1 - Dezvoltarea competențelor antreprenoriale a 326 de persoane (170 șomeri și persoane inactive și 156 persoane care au un loc de muncă și înființează o afacere în scopul creării de noi locuri de muncă) din județele Olt, Dolj, Vâlcea, Gorj, Mehedinți prin participarea acestora la un program de formare profesională/perfecționare “Competențe antreprenoriale”, ca parte a unei scheme de antreprenoriat aplicată grupului țintă în scopul finanțării unor idei de afaceri inovative, sprijinirii mediului de afaceri din regiunea SV Oltenia și creării de noi locuri de muncă.

OS2 - Stimularea antreprenoriatului, a inovației și dezvoltării durabile prin înființarea a 36 de microintreprinderi cu profil nonagricol în mediul urban și generarea a minim 72 de locuri de muncă în cele cinci județe ale regiunii Sud-Vest Oltenia (minim 2 microintreprinderi/județ).

OS3 - Susținerea funcționării și dezvoltării celor 36 întreprinderi înființate prin activități integrate de asistență, consultanță personalizată și monitorizare. Acest obiectiv asigură creșterea competitivității întreprinderilor create în raport cu piața de referință și dinamica economiei locale, premisa a sustenabilității ideilor de afaceri ce stă la baza creșterii ocupării și generării unor locuri de muncă durabile și de calitate în regiunea SV Oltenia.

Broșura își propune să prezinte cinci întreprinderi nou înființate în cadrul proiectului, cu cifra de afaceri în creștere, exemple de bune practici ca urmare a accesării ajutorului de minimis.

Broșura privind exemplele de bune practici de transpunere în practică a conceptelor de dezvoltare durabilă, inovare socială, economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon în cadrul modelelor de planuri de afaceri, va deveni punct de plecare în realizarea altor planuri de afaceri și finanțare de noi start-up-uri.

Prin proiect, partenerii Fundația Orizont, Asociația Psihologilor Gorjeni și Centrul Român pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii au contribuit cu succes la dezvoltarea antreprenoriatului în Regiunea Sud Vest Oltenia.

Autorii



UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale
2014-2020**PLAN DE AFACERI**Implementat în cadrul proiectului POCU/82/3/7/103896
"START ANTREPRENORIAL !"

cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

DATE DE IDENTIFICARE START-UP	
1. Denumire	SC RGB MEDIA ADVERTISING SRL
2. Număr de ordine în registrul comerțului	J28/362/2019
3. CUI	40741682
4. Sediul social (localitate, județ, strada, nr., bl., sc., ap.)	Str. Nicolae Bălcescu, nr 141, Bloc F1, Sc. 2, Ap16, Oraș Balș, Județul Olt
5. Telefon și/sau fax	0735517786
6. Adresa de e-mail	ralucamirea2013@gmail.com
7. Webb	
8. Obiect principal de activitate/cod CAEN, descriere	7420-Activități fotografice
9. Obiect secundar de activitate/cod CAEN, descriere	
10. Număr de angajați	2
DATE DE IDENTIFICARE REPREZENTANT LEGAL	
1. Nume și prenume	Barbărasă Raluca Georgiana
2. Telefon	0735517786
3. Adresa de e-mail	ralucamirea2013@gmail.com

INFORMAȚII REFERITOARE LA ACTIVITATEA FIRMEI

Viziune: firma urmărește să atingă excelența și să devină una dintre societățile de referință care activează în piața de fotografie.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Misiune: satisfacerea exigențelor clienților prin furnizarea de servicii profesionale înalte și de soluții personalizate.

Strategie:

-**Scopul:** societatea va oferi servicii la o calitate superioară pe piața de fotografie;

-**Alocarea resurselor:** societatea va folosi echipamente de ultima generație, care asigură un consum redus de resurse poluante și de energie, protejând astfel mediul, participând la implementarea principiilor dezvoltării durabile și inovării sociale;

-**Competențe distinctive:** societatea se va distinge față de competitori prin serviciile oferite clienților, prin resursele folosite și prin echipa de profesioniști care va asigura bunul mers al afacerii;

-**Sinerzia:** societatea se va ghida și va respecta lucrul în echipă, egalitatea de șanse, protecția mediului, calitatea serviciilor, integritatea și respectul față de clienți, astfel încât va funcționa ca un tot unitar.

Obiectivele/ activitatea firmei:

-**Obiectivul general:** stimularea înființării și dezvoltării unei întreprinderi mici și mijlocii (obiect de activitate arta fotografică) și îmbunătățirea performanțelor economice ale acesteia, prin crearea și asigurarea finanțării pentru 2 noi locuri de muncă și creșterea investițiilor în tehnologii noi inovative (unele dintre acestea înglobează tehnologie în domeniul TIC), care să participe la dezvoltarea durabilă a Regiunii Sud Vest Oltenia, prin promovarea principiilor tranziția către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficiența din punct de vedere al utilizării resurselor și inovării sociale;

- **Obiective specifice:** creșterea a 2 noi locuri de muncă care vor fi ocupate cu persoane care au domiciliul și/sau reședința în Regiunea Sud Vest Oltenia; creșterea investițiilor în tehnologii noi prin achiziționarea echipamentelor propuse, a căror tehnologie nu este mai veche de 3 ani de zile, aspect care va caracteriza parțial echipamentele; crearea și asigurarea funcționării unui website care va asigura prezentarea serviciilor noastre, posibilitatea efectuării de comenzi, cât și facilitarea promovării afacerii către piața țintă utilizând Google Ads și Facebook; atingerea targetului de vânzări în primele 12 luni de proiect, de minim 40127 lei vânzări care să asigure accesarea celei de-a doua tranșe din subvenție; menținerea personalului angajat prin asigurarea fluxului operational care să genereze suficient numerar pentru plata salariilor și acoperirea celorlalte cheltuieli operaționale.

Resurse umane:

-administrator (manager) care va asigura implementarea activității și se va implica dacă va fi cazul și în activitatea de exploatare;

-fotograful care va fi implicat în mod direct în activitatea de exploatare.

Resurse materiale: cameră foto Sony A9 (2 buc.); accesorii camera foto; obiective foto; blițuri și accesorii; echipament editare foto; casă de marcat; set material promovare;

Parteneriate/ Proiecte principale/Clienții (beneficiari direcți, beneficiari indirecti):

-**Beneficiari direcți:** primul beneficiar al proiectului este persoana care accesează ajutorul de minimis, întrucât are posibilitatea înființării unei afaceri mici care să intre pe piață și care ulterior să se dezvolte; prin înființarea firmei 2 persoane cu domiciliu și/sau reședința în Regiunea Sud Vest Oltenia vor avea șansa să se integreze pe piața muncii; urmare a înființării și începerii activității persoanele fizice/juridice din Regiunea Sud Vest Oltenia, și nu numai, vor fi beneficiarii serviciilor oferite;

-**Beneficiari indirecti:** prin înființare și funcționare, firma asigură dezvoltarea durabilă a Regiunii Sud Vest Oltenia în mod indirect contribuind la bunăstarea populației din această regiune; de asemenea, prin activitățile de inovare sociale propuse se asigură accesul copiilor și altor persoane vulnerabile din zonele marginalizate la serviciile firmei și activități care asigură o dezvoltare corespunzătoare a acestora adaptată la cerințele vieții actuale.

Marketing:

-**Analiza pieței:** fotografia va fi din ce în ce mai utilizată; în urma îmbunătățirilor tehnice a crescut calitatea, filmele și hârtia fotografică s-au îmbunătățit, aparatele foto au devenit mai sofisticate și mai ușor de manevrat iar reproducerea fotografiilor în presa scrisă a devenit mult mai ușoară;

-**Profilul consumatorului:** principala țintă sunt persoanele fizice;

-**Modul în care produsul/serviciul satisface nevoile consumatorului:** pentru clienții persoane fizice prin intermediul serviciilor oferite firma asigură immortalizarea unor imagini de la evenimente, păstrarea unor amintiri cu persoane dragi de la evenimente pe o perioadă lungă de timp; pentru clienții persoane juridice aceste pachete de produse se utilizează în special pentru activitatea de promovare de companii care au bugete alocate pentru această activitate, dar satisfac și nevoi legate de evenimente de tip corporate organizate;

-**Analiza concurenței:** Sorin Daniel Stoicănescu; AB Media Studio;

-**Strategia de marketing:** politica de produs (portret; fotografie artistică; fotografie de produs; fotografie de evenimente; prelucrare imagini; suporturi pentru fotografii); politica de preț; politica de distribuție; politica de comunicare;

-**Analiza SWOT: puncte forte** (servicii de calitate; echipamente noi, performante și fiabile și software de ultimă generație; gamă largă de servicii; prețuri pentru toate clasele sociale; servicii diversificate; experiența și calificarea personalului; deschiderea firmei către inovație de servicii și proces); **puncte slabe** (lipsa de notorietate; lipsa contractelor pe termen lung la momentul demarării activității; resurse umane limitate; buget de marketing limitat); **oportunități** (achiziționarea de echipamente de ultimă generație prin accesarea ajutorului de minimis; creșterea nevoii de fotografie de produs; existența la nivel regional a unor Camere de comerț/Asociații patronale/asociații profesionale care pot pune la dispoziție know-how-ul, creează premisele intrării pe piață); **amenințări** (scăderea puterii de cumpărare a românilor,

care face ca aceștia să limiteze bugetul alocat evenimentelor; instabilitatea legislativă și fiscală care face greu predictibile proiecțiile pe termen de 1-3 ani; apariția de noi competitori cu putere financiară și logistică ridicată care pot influența scăderea prețurilor).

Transpunere în practica a conceptelor de dezvoltare durabilă, inovare socială, economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon etc ca factori ai creșterii economice (Rolul strategiilor de specializare inteligentă în stimularea competitivității regionale)

Recomandări strategice:

- Management:** căutarea de noi clienți cărora să le ofere serviciile specializate în domeniu;
- Activitatea firmei:** în perioada pandemiei se recomandă o atenție deosebită cu privire la măsurile de igienă și prevenție pentru a stopa răspândirea virusului;
- Marketing:** creșterea vizibilității firmei prin contractarea unui număr cât mai mare de clienți interesați de serviciile oferite de firmă;
- Resurse umane:** o atenție deosebită trebuie acordată măsurilor de igienă și prevenție a răspândirii CoVid 19; personalul trebuie informat/ instruit cuprivire la măsurile de igienă necesară în această perioadă.









UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale
2014-2020**PLAN DE AFACERI**Implementat în cadrul proiectului POCU/82/3/7/103896
"START ANTREPRENORIAL !"

cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

DATE DE IDENTIFICARE START-UP	
1. Denumire	SC FABULOS MARCOMAT SRL
2. Număr de ordine în registrul comerțului	J25/239/2019
3. CUI	40707656
4. Sediul social (localitate, județ, strada, nr., bl., sc., ap.)	Municipiul Drobeta-Turnu Severin, județul Mehedinți, strada Walter Măcăineanu, nr. 92E
5. Telefon și/sau fax	0771346973
6. Adresa de e-mail	lucia_nvc@yahoo.com
7. Webb	https://fotoprintuv.ro/
8. Obiect principal de activitate/cod CAEN, descriere	1812 - Alte activități de tipărire n.c.a.
9. Obiect secundar de activitate/cod CAEN, descriere	8211 - Activități combinate de secretariat
10. Număr de angajați	2
DATE DE IDENTIFICARE REPREZENTANT LEGAL	
1. Nume și prenume	Șerban Lucia-Iuliana
2. Telefon	0771346973
3. Adresa de e-mail	lucia_nvc@yahoo.com

INFORMAȚII REFERITOARE LA ACTIVITATEA FIRMEI**Viziune**

Valorile care se reflectă în întreaga activitate a firmei sunt:

- focalizare pe client



- produse de calitate, îmbunătățirea și revizuirea continuă a produselor
- respectarea angajamentelor și onorarea comenzilor
- prețuri avantajoase

Ca urmare, plecând de la valorile stabilite și seriozitatea conducerii, societatea a reușit să se afirme pe piața locală prin promovarea produselor de cea mai bună calitate, produse ce se disting prin unicitate, stil și design.

În plus, societatea a avut o foarte bună colaborare cu toți clienții, colaborare bazată pe încredere și respect, oferindu-le acestora cel mai bun raport preț/calitate.

Obiectivul firmei este să ofere produse de cea mai bună calitate, realizate de o echipă profesionistă cu tehnologii de ultimă generație.

Misiune

Misiunea societății este satisfacerea completă a nevoilor clienților săi și dorința de a deveni una din cele mai cunoscute societăți pe piața locală, în industria tipografică de produse personalizate.

În acest sens, ne propunem să satisfacem cele mai exigente cerințe ale clienților, venind în sprijinul lor cu produse personalizate obținute prin imprimare sau gravare. Produsele se vor realiza cu materiale de cea mai bună calitate și cu tehnologii de ultimă generație.

Strategie

Elaborarea strategiei implică definirea unei viziuni, stabilirea misiunii și fundamentarea politicii. Strategia este regula după care se determină obiectivele și se repartizează resursele necesare pe activități.

În vederea realizării viziunii și misiunii sale și pentru a avea o strategie eficace, societatea urmărește:

- promovarea tehnologiilor de ultimă generație
- aplicarea de soluții optime și personalizate pentru fiecare client, adaptate în permanență la cerințele pieței
- prețuri avantajoase și oferirea celui mai bun raport preț/calitate
- personal bine pregătit care să creeze toate condițiile pentru ca clienții să fie multumiți și societatea să obțină rezultatele dorite.

Obiectivele/ activitatea firmei

Activitatea firmei constă în realizarea de produse tipografice personalizate, realizate prin imprimare sau gravare.

Produsele oferite de societatea noastră sunt:

- Materiale de marketing: cărți de vizită, agende, calendare, mape prezentare, broșuri, cataloage;
- Materiale retail: meniuri, etichete;
- Comunicare B2B: felicitări, plicuri, tipizate;
- Organizare Evenimente: tâguri de masă, placuțe nume, invitații;

- Obiecte personalizate pe materiale de sticlă, lemn, pvc, plastic, cum ar fi: pahare, sticle, cristale, jucării, ceasuri, bijuterii, carcase telefoane, laptopuri, pixuri, creioane, brichete, plăcuțe gravate.

Obiectivele firmei pe termen mediu și lung sunt:

- dezvoltarea resursei umane și menținerea pe termen mediu și lung
- menținerea unei cote de piață stabile
- dezvoltarea permanentă a afacerii prin reinvestirea profitului și oferirea de produse de cea mai bună calitate

Resurse umane: 2 persoane angajate cu contract de muncă pe perioadă nedeterminată

Resurse materiale: Imprimantă flatbed UV Spotline SL-1325UV; Masină de găurit multiplu MAGGI PRESTIGE 2; Gravator laser SPOTMASTER SLG9060

Parteneriate/ Proiecte principale/Clienții (beneficiari direcți, beneficiari indirecti)

Societatea are parteneriate și colaborări atât cu persoane fizice, cât și cu persoane juridice, constând în oferirea de produse tipografice personalizate: agende, calendare, mape prezentare, broșuri, cataloage, afișe publicitare, invitații, etc.

Marketing

Elementele mixului de marketing utilizate de către societate pentru atingerea rezultatelor așteptate, constă în combinația unitară a variabilelor de marketing și anume adoptarea celor "4P" : produs, preț, distribuție (plasament) și promovare.

Cei "4P" constituie variabilele cheie prin care societatea va acționa în vederea obținerii impactului maxim asupra pieții și consumatorilor și vor reflecta modul în care sunt antrenate resursele de care dispune societatea pentru obținerea efectelor scontate.

În abordarea acestui mix, societatea va ține seama că cei "4P" reflectă concepția sa referitoare la instrumentele de marketing utilizate în vederea influențării clienților. Tocmai de aceea societatea va căuta ca serviciile oferite să corespundă cerințelor clienților, astfel ca privind prin ochii clienților, am conceput și cei "4C" ai clientului.

Cei "4P"	Cei "4C"
Produs	Satisfacerea nevoilor și dorințelor clienților Produse de cea mai bună calitate Îmbunătățirea și revizuirea continuă a produselor

Preț	Prețuri avantajoase Campanii promoționale
Distributie (Plasament)	Onorarea comenzilor în cel mai scurt timp Siguranță și confort în trafic
Promovare	Informarea permanentă a clientului asupra produselor și tarifelor prin pagina web, distribuirea de pliante sau flyere

Prin implementarea acestui mix de marketing și aplicând corect corelația directă între cei “4P” și cei “4C”, societatea va reuși să se impună pe piață și să își atingă rezultatele preconizate.

Produsul (politica de produs)

Politica de produs este cea mai importantă componentă a mix-ului de marketing, pivotul întregii activități de marketing. Ea se constituie ca un ansamblu de strategii și tactici vizând consolidarea poziției pe piață a societății, un proces economic complex de raportare a firmei la cerințele pieței.

În acest sens firma pune accentul pe calitatea foarte bună a produselor, calitate ce va rezulta din utilizarea de echipamente moderne și prin profesionalismul practicat de personalul societății.

Prețul (politica de pret)

Prețul reprezintă cea mai mobilă componentă a mixului de marketing. El poate fi modificat rapid, spre deosebire de celelalte componente ale mixului, iar schimbările de preț atrag de regulă un răspuns imediat din partea pieței.

Stabilirea unei politici de preț implică pe de o parte căutarea unor coerențe interne, adică determinarea prețului ținând cont de restricțiile de cost și de rentabilitate și pe de altă parte ajungerea la o coerență externă, adică determinarea prețului serviciilor ținând cont de capacitatea de cumpărare a pieței și de concurență.

Astfel, societatea practică preturi mai scăzute față de cele ale concurenților, dar permanent adaptate funcție de potențialul și opțiunile cumpărătorilor, de calitatea și materialele utilizate în producția tipografică, oferind astfel posibilitatea oricărui tip de client să poată beneficia de produsele noastre.

Distribuția (politica de distribuție)

Distribuția se referă la totalitatea activităților economice care au loc pe „traseul” parcurs de produse între prestatori și clientul final.

Prin politica de distribuție se asigură punerea la dispoziția clienților a produselor oferite. În economia modernă nu se poate concepe producția și consumul fără distribuție. Legătura dintre distribuție și consum se realizează atât pe plan spațial, cât și temporal.

Alegerea canalelor de distribuție, selectarea intermediarilor, stabilirea formelor de distribuție adecvate fiecărei categorii de produse constituie decizii de marketing de maximă importanță, care au efecte pe termen lung asupra întregii activități a firmei.

Modalitățile de distribuție, practicate de societate:

- Vânzare directă - vânzare prin marketingul direct, societatea având un contact permanent cu clienții.
- Vânzare indirectă, prin intermediari - societatea va urmări îndeaproape întreaga activitate cotidiană. În acest sens avem în vedere încheierea de contracte cu unități de turism, societăți private și instituții pentru evenimentele organizate, pentru lansarea unor produse sau cataloage. În plus vom încerca să ținem aproape și să încheiem colaborări cu furnizorii de servicii adiacente evenimentelor care ne pot asigura un aflux foarte important de clienți, fiind vorba aici de: DJ, formații de muzică ușoară și populară, furnizorii de aranjamente florale, restaurantele, furnizorii de catering.

Promovarea (politica de promovare)

Promovarea reprezintă acea parte a procesului de comunicație al firmei prin care aceasta, folosind un ansamblu de metode și tehnici specifice (concretizate în activități promotionale), încearcă să influențeze comportamentul clienților săi actuali și potențiali în vederea obținerii unor rezultate cât mai bune (profituri) pe o perioadă mai lungă de timp.

Principala formă de promovare a firmei va fi cea prin propria pagină web.

Alte metode de promovare constă în distribuirea de pliante, flyere sau anumite materiale publicitare personalizate, gen: pixuri, creioane, etc.

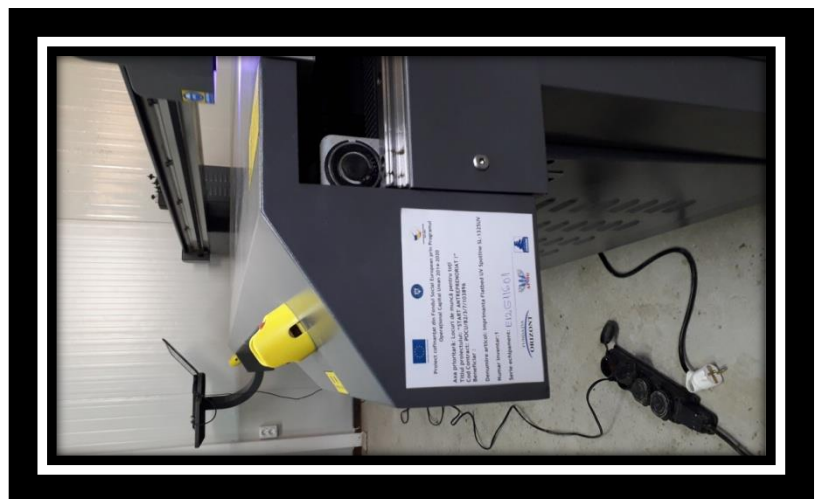
Performanțe economico-financiare

Societatea a realizat în primul an de activitate o cifră de afaceri de 90057 RON și un profit net de 69584 RON. Însă, ca urmare a crizei globale provocate de pandemia de SARS-COV 2, prima parte a anului 2020 a fost una foarte dificilă, generând pentru societate o cifră de afaceri foarte modestă, de doar 16017 RON și o pierdere netă de 22819 RON, în primele 6 luni.

Sperăm însă, ca începând din trimestrul III, o dată cu măsurile adoptate de legislativ pentru relansarea economiei, activitatea firmei să revină pe un trend ascendent, astfel încât să reușim până la finele anului 2020 recuperarea pierderilor înregistrate în primele 6 luni și obținerea de profit.

Recomandări strategice

Planul de afaceri asigură dezvoltarea durabilă și promovează principiul economiei cu emisii scăzute de dioxid de carbon, urmare achiziției de echipamente cu software-uri și tehnologii de ultimă generație, mult mai eficiente din punct de vedere energetic.





UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale
2014-2020**PLAN DE AFACERI**Implementat în cadrul proiectului POCU/82/3/7/103896
"START ANTREPRENORIAT !"

cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

DATE DE IDENTIFICARE START-UP	
1. Denumire	S.C. Fresh Fabrique SRL
2. Număr de ordine în registrul comerțului	J38/246/2019
3. CUI	40588512
4. Sediul social (localitate, județ, strada, nr., bl., sc., ap.)	Strada Calea lui Traian Nr. 147, Bloc D2, Scara B, Ap. 12, Municipiul Râmnicu Vâlcea, Județul Valcea
5. Telefon și/sau fax	0770784957
6. Adresa de e-mail	ovehera@yahoo.co.uk
7. Webb	https://freshfabrique.ro/ (inactiv)
8. Obiect principal de activitate/cod CAEN, descriere	1032 Fabricarea sucurilor de fructe și legume
9. Obiect secundar de activitate/cod CAEN, descriere	1089, 4724, 4781, 4791, 5610, 5630
10. Număr de angajați	3
DATE DE IDENTIFICARE REPREZENTANT LEGAL	
1. Nume și prenume	Hera Ovidiu Adrian
2. Telefon	0770784957
3. Adresa de e-mail	ovehera@yahoo.co.uk

INFORMAȚII REFERITOARE LA ACTIVITATEA FIRMEI

Viziunea:

Principiul ce caracterizează activitatea companiei este grija față de client și față de mediul înconjurător. Urmărește performanțe financiare de top prin integrarea sustenabilității în strategia de business, dorindu-ne să devenim prima alegere a clienților pe piața locală a băuturilor naturale, prin implicarea totală în satisfacerea nevoilor cumpărătorilor.

Misiunea:

Furnizarea produselor de calitate, care să contribuie la bunăstarea mentală și fizică, oferind soluții diversificate de energizare și hidratare inteligentă.

Strategia:

Dezvoltarea unor colaborări pe termen lung cu producătorii și comercianții de materie primă proaspătă, reducerea costurilor fabricării produsului, prin folosirea tehnologiei inovative, pentru a avea un preț scăzut față de concurență și pentru a susține creșterea pe piață.

Obiectivele/ activitateafirmei

Dezvoltarea și consolidarea activității societății **Fresh Fabrique** prin producerea de sucuri naturale proaspete din fructe, verdețuri și/sau legume presate la rece, pe piața din Râmnicu Vâlcea, folosind echipamente moderne și eficiente, cu un timp scăzut în prepararea lor și cu un impact negativ minim sau deloc asupra mediului înconjurător, care să conducă la îmbunătățirea calității serviciilor oferite, atât prin calificarea personalului angajat în cadrul societății, dar și prin eficientizarea fluxului tehnologic, ce va permite o funcționare sănătoasă a firmei.

Resurse umane: 3 persoane angajate cu contract de muncă încheiat pe perioadă nedeterminată

Resurse materiale: Blender Vitamix A2500I; Storcator Hurom HW Comercial; Raft frigorific pt sucuri natural; Vitrina frigorifica pentru fructe si legume; Rulotă Mobila tractabilă; Laptop HP 68N81EA

Marketing

Fresh Fabrique își propune să implementeze strategii de marketing pozitive și eficiente atât pentru firmă cât și pentru consumatorii țintă.

Strategii de piață:

Parteneriate/ Proiecteprincipale/Clienții (beneficiari direcți, beneficiari indirecti)

Beneficiariindirecți: - firma, care dezvolta noi oportunități de creștere și dezvoltare;
- angajații (prin crearea de locuri de muncă stabile);

Beneficiari indirecti:- statul roman și Primăria (prin colectarea de taxe și impozite); consumatorii produselor societății (persoanefizice, juridice), care vor beneficia de produse de calitate, proaspeteșinaturale; agricultorii și comercianții de produse (prin contractarea lor pe termen lung).

- Va identifica o zonă cu trafic ridicat, pentru a-și desfășura activitatea cât mai eficient pe piața locală;
- Raport optim calitate-preț, astfel încât consumatorii săr evină pe viitor;
- Are un program de funcționare potrivit pentru a acoperi o gamă cât mai largă de consumatori.

Strategii de poziționare a produsului:

- Având o concurență scăzută, aflată în zone îndepărtate, **Fresh Fabrique** prin produsele inovative pe piața din Râmnicu Vâlcea, pe care le va produce și comercializa, va crește și se va dezvolta sănătos;
- **Fresh Fabrique** are o gamă diversificată de produse pentru a satisface nevoile și necesitățile tuturor clienților din piață;
- Are prețuri accesibile pe unele produse și asemănătoare concurenței (puțin mai mici la anumite produse), pentru a nu perturba piața și potențialii clienți;
- Este atentă în permanență la noile produse ce pot apărea în mediul intern și extern pentru a-și valorifica potențialul de dezvoltare la maxim;
- Produsele naturale ale societății vor fi valorificate în recipiente cu logo-ul **FreshFabrique**, pentru a fi ușor de asimilat de către noii clienți dar și de cei veniți de la concurență;

Strategii de promovare:

- Fresh Fabrique beneficiaza de apariție în revista 24 Plus;
- Are promovare în forță pe Facebook și Instagram, se împart pliante în zona unde își va desfășura activitatea (cutiile poștale, piețe comerciale, parcuri)

Politica de preț:

Prețul produsului se bazează pe calitățile și trăsăturile acestuia. Produsul, deși este unul de calitate, are un preț accesibil și pentru consumatorii cu venituri mici și medii, prin politici de promovare a unui produs sau discount (50% reducere după ora 19), în vederea atragerii cât mai multor clienți. Prețul produselor "Fresh Fabrique" constituie un factor important în atragerea segmentului vizat de consumatori. Având în vedere caracteristicile diferite ale consumatorilor, acestea trebuie să reflecte calitatea ridicată a produsului oferit de societate. **Fresh Fabrique** a intrat pe piață cu prețuri asemănătoare sau mai mici față de societățile concurente.

- fresh-uri 10 lei-450 ml (pahar sau flacon)
- limonade 8 lei-450 ml (pahar sau flacon)
- smoothie-uri 10 lei-450 ml (pahar sau flacon)

Politica de distribuție:

Distribuția se realizează prin utilizarea intermediarilor către clienți, la birou sau acasă, cu firme specializate în livrări (Papadream, Foodify) și prin vânzare directă. Intermediarii vor fi puțini, vor fi stabiliți pe criterii precise și vor avea o reputație bună, care să contribuie în mod semnificativ la creșterea imaginii societății.

Astfel, prin alegerea acestei strategii, societatea urmărește să obțină o imagine de prestigiu, un control ridicat asupra canalului, o stabilitate a prețului și profituri mari. O astfel de opțiune strategică în ceea ce privește distribuția va putea fi adoptată datorită, în principal, calității produsului, dar și a segmentului țintă vizat, segment compus din consumatori dispuși să încerce produse noi de calitate superioară.

Politica de comunicare:

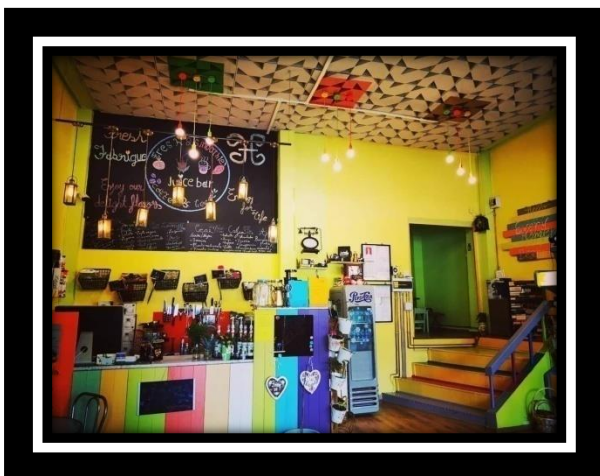
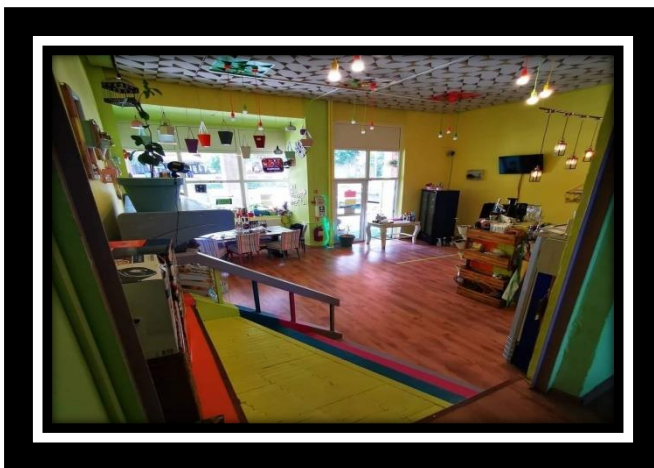
Fresh Fabrique crede în comunicare, dialog și transparență. Prin intermediul comunicării directe, prin mijloacele electronice (pagina web, pagina de facebook, instagram) și prin atelierelor organizate în mod gratuit în cadrul locației, societatea urmărește să informeze și să crească nivelul de conștientizare a consumatorului în referință la rolul esențial al fructelor, legumelor și verdețurilor în dieta zilnică a fiecărei persoane, iar varianta propusă de noi, cea a sucurilor naturale, permite organismului să asimileze toți nutrienții vitali organismului într-un timp foarte scurt.

Performanțe economico-financiare

Societatea a realizat în primul an de activitate o cifra de afaceri de **57096,00 lei**.

În urma crizei globale provocate de pandemia SARS-COV 2, **Fresh Fabrique** a obținut până la data curentă venituri de **23847 lei**.







PLAN DE AFACERI
Implementat în cadrul proiectului POCU/82/3/7/103896
“START ANTREPRENORIAL !”
cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

DATE DE IDENTIFICARE START-UP	
1. Denumire	SC RĂZVAN INTERNAȚIONAL CLEAN SRL
2. Număr de ordine înregistrul comerțului	J16/290/2019
3. CUI	40477581
4. Sediul social (localitate, județ, strada, nr., bl., sc., ap.)	Bd. Decebal, nr.85, Clădirea Magazie Mobilier Pliant P+3, parter, Craiova, Judetul Dolj
5. Telefon și/sau fax	0771373825
6. Adresa de e-mail	razvy_8417@yahoo.com
7. Webb	
8. Obiect principal de activitate/cod CAEN, descriere	9601 Spălarea și curățarea (uscarea) articolelor textile și a produselor din blana
9. Obiect secundar de activitate/cod CAEN, descriere	
10. Număr de angajați	2
DATE DE IDENTIFICARE REPREZENTANT LEGAL	
1. Nume și prenume	Ionut-Răzvan Coliță
2. Telefon	0771373825
3. Adresa de e-mail	razvy_8417@yahoo.com



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

INFORMAȚII REFERITOARE LA ACTIVITATEA FIRMEI

Viziune: firma urmărește să atingă excelența și să devină una dintre societățile de referință care activează pe piața din Craiova în domeniul prestării de servicii, respectiv curățătorie-spalare și mochete;

Misiune: este să devină lider pe piața locală din Municipiul Craiova și din zonele limitrofe prin prestarea de servicii de calitate;

Strategie:

-Scopul: obiectivul societății îl constituie crearea unei afaceri solide și profitabile pe termen lung;

-Alocarea resurselor: societatea folosește echipamente automatizate de ultima generație, care asigură un consum redus de resurse poluante și de energie, protejând astfel mediul;

-Competențe distinctive: societatea se distinge față de competitori prin serviciile de foarte bună calitate oferite clienților, promptitudine și respectarea termenelor asumate;

-Sinergia: societatea se va ghida și va respecta lucrul în echipă, respectarea egalității de șanse, protecția mediului și calitatea serviciilor.

Obiectivele/ activitatea firmei:

Obiectivul general: îl constituie crearea unei afaceri solide și profitabile pe termen lung în domeniul prestării de servicii, prin materializarea propriei idei de afaceri în acțiuni concrete, crearea de locuri de muncă durabile și de calitate. În acest sens se vor achiziționa echipamente care să realizeze servicii automatizate. În vederea ridicării/ returnării produselor (covoare/ mochete) de la clienți se va achiziționa o autoutilitară.

Principiile care vor sta la baza atingerii obiectivului sunt seriozitatea, calitatea; promptitudinea și personalul calificat. Strategia afacerii are drept obiectiv obținerea unui echilibru cât mai bun între: riscurile proiectului/ firmei, condițiile de mediu, resursele disponibile, concurența, perspectivele pe termen lung;

Obiective specifice: crearea a 2 noi locuri de muncă care vor fi ocupate cu persoane care au domiciliul și/sau reședința în Regiunea Sud Vest Oltenia; dezvoltarea competențelor antreprenoriale prin desfășurarea unei activități neagricole; dezvoltarea unui sistem de management eficient și strângerea unui număr cât mai mare de clienți; promovarea intensă a serviciilor; concentrarea pe relații de lungă durată cu partenerii care susțin poziția firmei pe piață; creșterea satisfacției clienților prin calitatea serviciilor oferite; menținerea unui mediu care ajută la creșterea performanțelor angajaților, dar și susținerea și dezvoltarea unui sistem eficient de stimulare și recompensare; extinderea afacerii pe viitor prin extinderea gamei de servicii oferite și achiziția de noi echipamente.

Resurse umane:

- administrator (manager) care va asigura implementarea activității și se va implica dacă va fi cazul și în activitatea de exploatare;
- operator universal
- șofer.

Resurse materiale: mașină automată de spălat covoare, centrifugă, uscător profesional, laptop și multifuncțională. Din resurse proprii se vor face și alte achiziții necesare cum ar fi: autoutilitara, software, servicii de consultanță etc.

Parteneriate/ Proiecte principale/Clienții (beneficiari direcți, beneficiari indirecti):

-Beneficiari direcți: beneficiarii direcți sunt persoanele fizice și juridice care apelează la serviciile firmei; cei doi angajați ai firmei cu domiciliu și/sau reședința în Regiunea Sud Vest Oltenia vor avea șansa să se integreze pe piața muncii.

-Beneficiari indirecti: prin înființare și funcționare, firma asigură dezvoltarea durabilă a Regiunii Sud Vest Oltenia în mod indirect contribuind la bunăstarea populației din această regiune; prin achiziționarea de echipamente noi cât și prin substanțele folosite vom contribui la reducerea consumului de energie cât și poluarea din regiune.

Marketing:

-Analiza pieței: piața este formată din persoanele fizice care au venituri medii și mari și care apelează la servicii specializate de curățare a covoarelor/ mochetelor pentru a scurta timpul alocat pentru curățenie și igienizare;

-Profilul consumatorului: principala țintă sunt persoanele fizice;

-Modul în care produsul/serviciul satisface nevoile consumatorului: pentru clienții persoane fizice prin intermediul serviciilor oferite firma asigură ridicarea covoarelor/ mochetelor de la domiciliu, spălarea/ igienizarea acestora și returnarea la termenul stabilit. Stabilirea unor termene pentru efectuarea serviciului cât și calitatea serviciului prestat sunt importante în creșterea numărului de clienți;

-Analiza concurenței: SC ROWER IMPES SRL; Discount Cleaning Craiova; spălătorii auto care prestează serviciul manual;

-Strategia de marketing: politica de produs (serviciilor oferite sunt de înaltă calitate, substanțele folosite sunt eficiente și eficiente pe termen lung; oferim și serviciul de ridicare/ livrare coavoare pentru/ de la curățătorie); politica de preț; politica de distribuție; politica de comunicare;

-Analiza SWOT: puncte forte (cunoștințe tehnologice; cunoștințe de piață; capacitate de muncă; transport inclus de la domiciliul clientului și înapoi; folosirea de detergenți profesionali; prețuri competitive; echipamente moderne și eficiente); **puncte slabe** (resurse umane limitate și necesitatea creării unei echipe; lipsa unei baze cu clienți); **oportunități** (achiziționarea de echipamente de ultimă generație prin accesarea ajutorului de minimis; un număr tot mai mare de persoane apelează la acest gen de servicii de cel puțin două ori pe an; lipsa spațiilor pentru uscarea covoarelor sunt un motiv pentru a apela un serviciu profesional); **amenințări** (scaderea numărului de clienți datorită stilului de viață fără covoare; lipsa de personal calificat; schimbarea legislației în domeniu).

Performanțe economico-financiare

Încasările ultimelor trei luni sunt de aproximativ 12000 RON/ luna.

Recomandări strategice:

-Management: Asigurarea de încasari constant pentru menținerea activității. Căutarea de noi clienți atât persoane fizice cât și juridice;

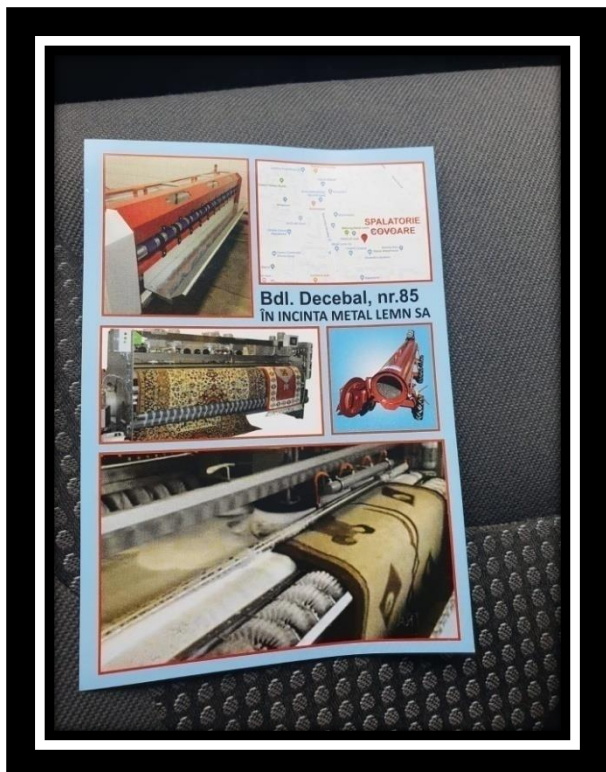
-Activitatea firmei: In perioadă pandemiei se recomandă o atenție deosebită cuprivire la măsurile de igienă și prevenție pentru a stopa răspândirea virusului, cu respectarea legislației în vigoare. Angajarea unei persoane noi, poate chiar cu norma parțială de lucru, pentru a putea dezvolta afacerea.

-Marketing: Intensificarea promovării și a promoțiilor pentru a ajunge la persoane noi;

-Resurse umane: O atenție deosebită trebuie acordată măsurilor de igienă și prevenție a răspândirii CoVid 19. Personalul trebuie informat/ instruit cu privire la măsurile de igienă necesare în această perioadă.







RĂZVAN INTERNAȚIONAL CLEAN
SPĂLĂTORIE COVOARE AUTOMATĂ, CRAIOVA

 **0771.373.825**

VĂ
OFERIM SERVICII DE SPĂLARE ÎN PROFUNZIME A COVOARELOR
UTILIZÂND ECHIPAMENTE MODERNE:

- DESPRĂFUITOR
- MAȘINĂ AUTOMATĂ PROFESIONALĂ DE SPĂLAT COVOARE
- CENTRIFUGĂ
- CAMERĂ DE USCARE
- DETERGENT LICHID SPECIAL
- SOLUȚII PENTRU CURĂȚAREA PETELOR

PROGRAM:
LUNI - VINERI
08:30 - 17:30

NE GĂSIȚI PE STRADA DECEBAL, NR.85, ÎN INCINTA METAL LEMN SA

PREȚ: 9 LEI/MP COVER SINTETIC
PREȚ: 18 LEI/MP COVER NATURAL
TRANSPORT GRATUIT IN CRAIOVA (comandă minimă 10 mp)



UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale
2014-2020**PLAN DE AFACERI**

Implementat în cadrul proiectului POCU/82/3/7/103896

“START ANTREPRENORIAL !”

cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

DATE DE IDENTIFICARE START-UP	
1. Denumire	S.C. IACOB LIFE FIT SRL
2. Număr de ordine în registrul comerțului	40611569
3. CUI	40611569
4. Sediul social (localitate, județ, strada, nr., bl., sc., ap.)	Craiova, Dolj, str. Preajba, nr. 1B
5. Telefonși/sau fax	07626297328
6. Adresa de e-mail	iacob.lifefit@gmail.com
7. Webb	www.nouagym.ro
8. Obiect principal de activitate/cod CAEN, descriere	9313 Activități ale centrelor de fitness
9. Obiect secundar de activitate/cod CAEN, descriere	4799 Comerț cu amănuntul efectuat în afara magazinelor, standurilor, chioșcurilor și piețelor 9319 Alte activități sportive 9604 Activități de întreținere corporală
10. Număr de angajați	
DATE DE IDENTIFICARE REPREZENTANT LEGAL	
1. Numeșiprenume	Iacob Ionut Cristian
2. Telefon	0762297328
4. Adresa de e-mail	cristian84ccc@yahoo.com

INFORMAȚII REFERITOARE LA ACTIVITATEA FIRMEI

Viziune

Viziunea noastră este să fim un centru de fitness autentic și dedicat clienților. În felul acesta devenim alegerea naturală a clienților pasionați, pentru care relația contează.

Misiune

Misiunea noastră este să oferim Calitate, Echipa, Disponibilitate și Pasiunea de care clienții au nevoie zi de zi pentru a duce un stil de viață sănătos și echilibrat.

Strategie

Dorim în viitor să implementăm atât tehnici de marketing (publicitate) cât și de management (administrare) care să ducă la o creștere semnificativă a capacității sălii de fitness atât în ceea ce privește resursa umană, clienți cât și resursa materială (suprafața sălii și numărul de aparate).

Obiectivele/ activitatea firmei: De la înființare firma desfășoară activitate de fitness, culturism, iar pe viitor se dorește ca firma să presteze masaj și aerobic. Pe lângă activitatea principală în incinta sălii se comercializează conform legii diverse marfuri cum ar fi: băuturi răcoritoare în special apă și proteine pentru cei ce doresc să consume astfel de produse.

Resurse umane: Personalul firmei este format din 3 persoane: un administrator, un instructor de fitness, o persoană la recepție, care în limita timpului disponibil prestează și ca instructor de fitness.

Resurse materiale: Firma dispune de aparate de fitness diversificate achiziționate prin proiect și aparate achiziționate din aport propriu. Cu dotările existente societatea poate să își desfășoare activitatea în condiții optime. Pe viitor se intenționează achiziționarea unor aparate care sunt solicitate de client.

Parteneriate/ Proiecte principale/Clienții (beneficiari direcți, beneficiari indirecti)

În prezent am încheiat numeroase parteneriate cu IPA, Ford și mai multe societăți comerciale, parteneriate care oferă reduceri la abonamente clienților care fac parte din aceste companii, respectiv angajați ai Ministerului de Interne.

Marketing Strategia noastră de marketing constă în postări privind activitatea pe care o desfășurăm atât pe rețelele de socializare cât și pe site-ul propriu.

Performanțe economic - financiare

În anul 2020 firma a realizat în perioada ianuarie 2020 - septembrie 2020 o cifră de afaceri de 182405 lei, din care 155044 din activitatea de fitness, iar diferența din comercializarea unor produse cum ar fi: băuturi răcoritoare și proteine.

Activitatea firmei a fost afectată direct de pandemia Covid 19, în sensul că activitatea a fost suspendată conform Ordonanței militare nr. 1, în perioada 23.03.2020-15.06.2020.

Firma transpune în practică a conceptele de dezvoltare durabilă, inovare socială, economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon etc ca factori ai creșterii economice.

Fotografii







Anexă**Tabel nominal cu planurile de afaceri beneficiare de ajutor de minimis
implementate în cadrul proiectului**

Nr. Crt.	Denumire IMM	Zona implementare Plan de afaceri (Judet)	Localitatea	Nr. telefon
1	SC ANDUGREEN SRL	Olt	Slatina	0760602143
2	SC CHOUPETTE NOIR SRL	Olt	Corabia	0768992852
3	SC Vulcaniada Start Srl	Olt	Slatina	0722545889
4	SC RGB MEDIA ADVERTISING SRL	Olt	Bals	0735517786
5	SC A.S. Creative Events SRL	Dolj	Craiova	0758782411
6	SC Acva Med Center SRL	Dolj	Craiova	0787865857
7	SC Everbestcons SRL	Dolj	Dabuleni	0742914155
8	SC Razvan International Clean SRL	Dolj	Craiova	0771373825
9	SC IMPACT ANIM COMPANY SRL	Dolj	Craiova	0773848774
10	SC LONGLASTING CONCRETE SRL	Dolj	Craiova	0762263622
11	SC RIAUDROCONS SRL	Gorj	Tg-Jiu	0762834520
12	SC SPORT AB23 COURT SRL	Gorj	Dragoieni	0769221000
13	SC FABULOS MARCOMAT SRL	Mehedinti	Dr. Tr.Severin	0771346973
14	SC START ALTENTER SOFT SRL	Gorj	Tg-Jiu	0797597552
15	SC FRESH FABRIQUE SRL	Vâlcea	Rm. Valcea	0770784957
16	SC MINDOIU FOTO VIDEO SRL	Gorj	Tg-Jiu	0764641406
17	SC BODY BUILD SRL	Vâlcea	Balcesti	0769707376
18	Sc DISCOVERY KIDS SRL	Gorj	Tg-Jiu	0770674243
19	SC ILUSION CONCEPT SRL	Gorj	Tg-Jiu	0765166477
20	SC BOBO RAM FOOD SRL	Dolj	Craiova	0767107219
21	SC ARHITECT TOPOGRAF SRL	Dolj	Craiova	0765297872
22	SC RENT CRUISER MOTO SRL	Dolj	Craiova	0753101023
23	SC AMBACUT SRL	Dolj	Craiova	0740008530
24	SC PRO SUD-VEST ZIAR ONLINE SRL	Dolj	Craiova	0721271888

25	SC IACOB LIFE FIT SRL	Dolj	Craiova	0762657164
26	SC C&L FOREVER MOBS SRL	Dolj	Craiova	0766854411
27	SC PLAYMOON SRL	Dolj	Craiova	07449333673
28	SC MATEMATICA IN JOC SRL	Dolj	Craiova	0351428375
29	SC DENTLUX MARIA MORÎNTALE SRL	Dolj	Craiova	0740091536
30	SC WHEN WHY WHERE SRL	Dolj	Craiova	0731710310
31	SC T-FITZ TRICOURI PERSONALIZATE SRL	Dolj	Calafat	0769602487
32	SC IOV PRODFRIG SRL	Dolj	Craiova	0760825074
33	SC TRIP HUB SRL	Dolj	Craiova	0768536619
34	SC CRISTIAN VOICU COMANDA SRL	Dolj	Craiova	0723946891
35	SC CABINET STOMATOLOGIC DR. VULPAN CLAUDIU SRL	Dolj	Craiova	0742155551