

Results and projects

Executive summaries of the business models developed during B.E.S.T.

Rezultate și proiecte

Rezumatele modelelor de afaceri dezvoltate în cadrul B.E.S.T.





2012





International Summer University
8-15 July, 2012, Tîrgu-Mureş, Romania



Parteneri:














Sponsori:




















BESTentrepreneur.ro



"Roman Camp"



Maryline Bintz

Pauline Bleuzé

Ann Severinne

Dmitrii Ceban

Mihai Nistor

Compania noastră are ca scop redescoperirea, atât din partea localnicilor cât și a altor naționalități, a României rurale. Conceptul nostru are o căldură care permite revizuirea Transilvaniei, a bogăției și a patrimoniului său natural.

De aceea am creat firma „Romancamp”, care se află la aproximativ 20 km spre sud de Sighișoara. Imaginați-vă ... Un complex de 5.046 m² cu 50 loturi, planificat pentru corturi și rulote, în vecinătatea giganticului lac Brădeni, ce propune diverse activități recreative pentru copii și adulți (animații, sport, pescuit).

În plus, stațiile de apă termală sunt situate în apropiere de Romancamp, în special în Baile Olănești.

Complexul nostru este aproape de unele locuri minunate de vizitat și nu are concurenți în apropiere. Propune circuite personalizabile pentru vizitatori pentru a descoperi lucruri pe care trebuie să le vezi în România, mai ales monumente, mine și peisaje frumoase.

Our company aims to rediscover, from the local people and the other nationalities, the rural Romania. Our concept has in heat allowinng the revisitation of the Transylvania, its wealth and its natural heritage.

That is why we created Romancamp, which is located about 20 km to south from Sighisoara.

Imagine... A complex of 5.046 m² with 50 lots, planned for tents, caravans and campers, in the neighbourhood of the gigantic Bradeni Lake, proposes various recreational activities for children and adults (animations, sport, fishing).

In addition, thermal water stations are located near to Romancamp, specially in Baile Olanesti.

Our complex is near to some wonderful places to visit and it has no competitors before 20 km. It proposes customizable circuits for visitors to discover things that you must see in Romania, especially monuments, mines and beautiful landscapes.



Clienții noștri sunt persoane cu venituri medii, deci este o ofertă accesibilă, deoarece propunem servicii de camping cu costuri reduse. Oamenii, în special turiștii, ar putea descoperi conceptul nostru pe site-ul web pentru a se informa despre oferte, circuite și divertismentul nostru.

Structura noastră angajează 7 salariați (Administrator, contabil șef, șef de securitate, departament HR, 3 ofițeri de securitate). În camping, apa de ploaie se va colecta, deci ne conformăm unui comportament ecologic. Procesul nostru este compus din primirea clienților, oferirea locurilor și de a îi informa despre activitățile și orarele noastre. Apoi au posibilitatea de a alege un circuit de personalizabil.

În cele din urmă, previziunile noastre financiare arată că nu suntem profitabili în primul an de exploatare, dar vom avea profit din cel de-al doilea an de activitate.

Our customers are people which have medium wages, so this is an accessible offer, because we propose low-costs camping services. People, especially tourists could discover our concept on our website in order to inform them about our offer, circuits and entertainment too.

Our structure hires 7 employees (Administrator, Chief accountant, Head of security, HR Department, 3 security officers). In the camping, rain water is keeping and retreat thanks to an ecological behaviour. Our process is composed by welcoming customers, allowed them to the places and inform them of our activities and schedules. Then they have the possibility to chose a customizable trip circuit.

Finally our financial forecasts shows that we wont be profitable in the first year of exploitation but we will have profit from the second year of activity.

„ECOSYLVANIA”



VILALTA Corélia

NOE Mylène

FRASCHINI Laetitia

BOTA Andrada

SIMON Mircea

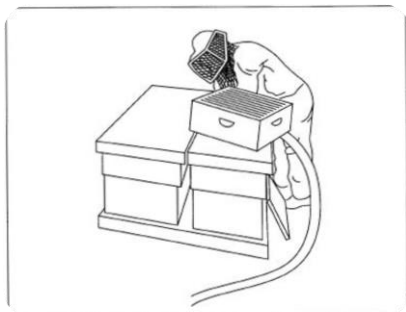


Ecosylvania este un concept nou în Transilvania. Noi propunem serviciul nostru și cunoștințele despre produse și procese echitabile. Clienții noștri sunt: clasa mijlocie, cu salarii medii, dar deschise oricui. Oamenii pot veni în parcul nostru să învețe lucruri noi despre mediu, pentru a se relaxa sau doar pentru a se distra. Scopul este de a sensibiliza oamenii față de problemele de mediu, prin informarea și organizarea jocurilor care îi vor duce în universul ecologic. Am ales să ne stabilim în Pădurea Făget pentru că vrem să beneficiem de turismul organizat de agențiile de turism locale. Acest domeniu specific va fi cheia succesului.

Grupul țintă sunt familiile cu copii sau cupluri pensionate. Turistii sunt o țintă pentru perioada caldă a anului (august și septembrie).

Ecosylvania is a brand new concept in Transylvania. We propose our service and knowledge about equitable products and process. Our customers are: middle class, with average wages, open to everybody. People can come to our park to learn new things about the environment, to get relaxed or just to have fun. The aim is to sensibilise people to the environment issues, by giving information and organising games they will jump into the ecological universe. We chose to settle in the Făget Forest because we want to benefit of the tourist tours organized by local tourism agencies. This specific area will give us the key of success.

The target is mostly families with kids or retired couples. The tourists are a big target in summer (August and September).



În parcul nostru există numeroase atracții care vor satisface pe toți; poți să te urci în copaci, să faci o vânătoare de comori, să mergi la cinema pentru a vedea câteva filme despre ecologie, să te relaxezi lângă lac ...

Parteneriatul stă la baza companiei noastre, promovăm produsul local iar patrimoniul și tradiția culturii Transilvaniei sunt centrul parcului nostru.

Accionarii sunt producători locali, case de oaspeți locale și agenții de turism.

Ne așteptăm ca, în 3 ani, parcul să aibă o bună reputație și să atragă mai mulți clienți (aprox. 50 000 în fiecare an). De asemenea, dorim să încercăm să avem mai mulți parteneri și să avem parcul cel mai atractiv pentru clienți.



In our park there are a lot of attractions which will satisfy everybody; you can climb in trees, make some treasure hunt, go to the movie to see some movies about ecology, get relax near to the lake...

Partnerships is the base of our company, we promote the local products, the heritage and Transylvania's traditional culture are the center of our park.

The shareholders are the following one, local producers, local guest houses and tourism agencies.

We expect that in 3 years the park will have a good reputation and attract more customers (more than 50 000 every year) we also want to try to have more partners and have the most attractive park for customers by having attractions.

„BURNOLOGIC”



Ne prezentăm ca o companie care dorește să facă o schimbare în viața medievală a oamenilor de la țară. Am luat în considerare fiecare aspect care se referă la stilul de viață pe care îl au, încercând să o facem mai bună - numărul de locuințe care nu dispun de posibilitățile financiare pentru menținerea căldurii în timpul iernii - oferindu-le un pic de ajutor printr-o metodă foarte puțin tradițională, un amestec format din gunoi de grajd și porumb.

Temperatura de ardere a produsului final este foarte mare, chiar mai mare decât cea a lemnului, iar din compoziția dată avem următoarele avantaje:

- Ecologic - compoziția este reprezentată de gunoi de grajd provenit de la animale (vacă) și șobolani de porumb
- Satisfacția pentru clienții noștri - ei vor putea crea o casă mai caldă și mai ecologică, deoarece nu vor arde nici un lemn, cărbune sau gaz, la un cost mai mic.

We present ourselves as a company that wants to make a change in the average peasants life at the country side. We took into consideration every part that concerns the lifestyle they have, trying to make it better – the amount of homes that don't have the financial possibilities of maintaining the warmth during winter – giving them a bit of help by offering a not very traditional mix made out of animal manure and corn cobs.

The burning temperature of the final product is very high, even higher then wood and from it`s composition we consider the following advantages :

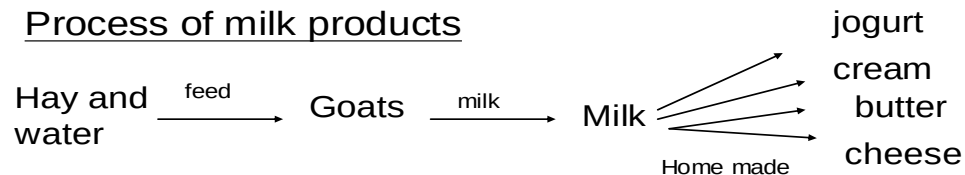
- Ecologic – it`s composition stands from animal (cow) manure and corn cobs
- Satisfaction for our customers – they will be able to create a warmer and ecological home because they will not burn any wood, coal or gas, at a lower cost.

- In primul rand am ales gunoiul de vaci deoarece poate ajunge pana la 60 ° Celcius doar prin fermentare, mentinand aceasta temperatura timp de aproape 2 saptamani si apoi atinge temperatura de 45 ° Celcius pentru urmatoarele 4-5 saptamani. Pentru a crește valoarea calorică, vom adăuga știuleți de porumb sau paie. În al doilea rând, am ales gunoiul de grajd deoarece este cel mai dăunător îngrășământ (lângă gunoiul de la porci) pentru apele subterane care conțin amoniac, fosfor, azot, fier și altele.
- Personalul nostru va fi unul foarte pregătit, gata să preia oportunitățile și provocările care vin pe parcurs. Echipa de conducere și supraveghere va fi formată de cei cinci asociați existenți, iar pe lângă aceasta vom angaja un inginer și cinci lucrători locali. Echipa noastră este una internațională, fiind foarte motivată să promoveze dezvoltarea locală și, de asemenea, să protejeze mediul prin salvarea copacilor. Furnizorii noștri vor fi țărani din satele din județului Ilfov, România. Vom lua materiile prime direct de la fermele de animale și de la crescătorii de porumb, făcând un contract cu un anumit procent de reducere atunci când le vom vinde produsul. Punctele de recoltare, plasate în sate, ne vor ajuta să colectăm materiile prime și să le transportăm în punctul nostru de producție. Oferim un produs substitut pentru busteni de lemn, un înlocuitor care în primul rand este ecologic si al doilea este mai ieftin decat sursele de energie disponibile pe piata.
- Firstly we chose the cow manure because it can reach up to 60° Celcius only by fermentation, maintaining this temperature for almost 2 weeks and after that it reaches the temperature of 45° Celcius for the next 4 to 5 weeks. To increase the caloric value we will add corn cobs or straws. Secondly we chose the cow manure because it's the most harmful fertilizer (next to the manure from pigs) for the groundwater, containing ammonia, phosphorus, nitrogen, iron and others.
- Our staff will be one very well prepared, ready to take over the opportunities and challenges that come along the way. The management and supervising team will be formed by the five existing associates and beside that we will hire one engineer and five local workers. Our team is an international one, being highly motivated to promote local development and also to protect the environment by saving trees from being cut. Our suppliers will be peasants from the villages in Ilfov county, Romania. We will take the raw materials directly from the animal farms and from the corn growers, making a deal of a certain discount percentage when we will sell them the product. The harvest points, placed in the villages, will help us collect the raw materials and transport it to our production point.

„GOATPRODUCTS”

- Suntem cinci acționari care dorim să ne investim banii într-o afacere. Doar unul din asociați lucrează la fermă. Conceptul este de a crește capre pentru a produce lapte, brânzăși alte produse (unt, iaurt, smântână ...). De asemenea, oferim turistilor posibilitatea de a dormi în pensiuni frumoase, în cabane tradiționale, situate în ferma (4 camere cu mic dejun și cina incluse).
- Se poate participa de asemenea la viața fermei, la mulsul caprelor și la sesiuni de pregătire a cursurilor culinare (alimente tradiționale, cu produse de capră). Oferim posibilitatea de a vedea cum să crească albinele, deoarece suntem în posesia a doi stupi. Vizitatorii pot gusta, de asemenea, mierea. Toate produsele noastre sunt realizate manual și bio, respectă mediul înconjurător și sunt fabricate fără substanțe chimice sau aditivi.

Process



We are five shareholders who want to invest our money. Only one of the associate is working at the farm. The concept is to take care of goats to produce milk, cheese and other products from goats (butter, yogurt, cream...). We also offer to the tourist the opportunity to sleep in beautiful guesthouses, in traditional cottages, located on the farm (4 rooms with breakfast and dinner included). The costumers may participate at the life of the farm in milking goats and have training session of culinary courses (traditional food, using goat products). We also offer the possibility to see how to grow bees, because we are in possession of two hives. The visitors can also taste the honey. All our products are handmade and bio, they respects our environment and are made without chemicals or additives.

„TransMarvelia”

TransMarvelia prezintă un concept excepțional de petrecere a concediilor în România. Compania noastră este pe punctul de a transforma o parte a unui sat existent într-o stațiune rurală exclusivistă. Intenția noastră este să oferim toate atracțiile Transilvaniei într-un singur loc. Vom oferi turistului nostru nu numai servicii de înaltă calitate dar și mâncare tradițională și cazare cu pensiuni rurale. Clientii nostri vor avea, de asemenea, șansa de a explora toate secretele meșteșugurilor tradiționale, de a se îngriji de animale, de a-și face propriile suveniruri, de a-și produce mâncarea proprie și de a deveni adevărați transilvăneni prin participarea la toate activitățile tradiționale. Compania noastră va fi situată în Câmpul Cetății, una dintre cele mai mari comori din Transilvania.

Cu pasiune și dragoste, oferim tuturor turiștilor ocazia de a scăpa de orașe zgomotoase și aglomerate pentru a petrece timpul liber într-un mod excepțional și de neuitat. În același timp, intenționăm să ajutăm comunitatea locală să-și îmbunătățească bunăstarea generală, oferindu-i oportunități de angajare și creșterea veniturilor.

We present an exceptional concept of spending holidays in Romania. Our company is about to transform a part of an existing village into an exclusive rural resort. Our intension is to offer all attractions of Transylvania in one place. We will provide our tourist not only with high quality services, traditional food and accommodation with rural guesthouses. Our clients will also have the chance to explore all secrets of traditional crafts, caring about animals, making their own souvenirs, producing their own food and to become real Transylvanians by participating on all traditional activities. Our company will be located in Câmpul Cetății, one of the biggest treasures in Transylvania.

With passion and love, we offer to all tourists the opportunity to escape from noisy and crowded cities to spend their free time in exceptional and unforgettable way. At the same time we intend to help the local community to improve its overall welfare by offering them job opportunities and raising their incomes.

„TransMarvelia”



Maria-Catalina Pestritu

Benjamin Liesener

Mihail Matei

Liehn Melanie

Victoria Ferry



Conceptul nostru este numit "Medievalia". În esență, oferă un centru de divertisment medieval pe tot parcursul anului în zona rurală Nocrich, din județul Sibiu. Toate acestea sunt combinate cu cazare în cadrul familiilor locale. Prin aceasta oferim o oportunitate pentru turiști de a combina stilul de viață sănătos tradițional, cu cultura, istoria și aventurile medievale. Pachetul turistic cuprinde o serie de ateliere medievale (lupte cu sabia, dans medieval, gătit tradițional, tir cu arcul și ceramică). De asemenea, oferă acces la spectacole exclusive medievale, spectacole private de teatru, un restaurant medieval și un magazin de suveniruri cu articole originale. Cazarea este oferită de sătenii locali care invită turiștii să locuiască în casele lor, să mănânce mese tradiționale de casă făcute numai din ingrediente naturale și să învețe obiceiuri și tradiții zilnice prin implicarea în familie. Prețurile pentru aceste servicii variază de la 30 RON la 70 RON pentru ateliere și 50 RON pentru intrarea la toate emisiunile pentru o săptămână. Prețurile de cazare sunt stabilite de localnici. Magazinul de suveniruri oferă obiecte realizate manual și cărți poștale personalizate. Medievalia este singura unitate care oferă divertisment medieval, combinată cu un stil de viață tradițional și peisaje naturale.

Our concept is named "Medievalia". In essence, it offers an all year-round medieval entertainment center in the rural area of Nocrich, in Sibiu county. All of this is combined with accommodation within local families. Through this, we offer an opportunity for tourists to combine the healthy traditional lifestyle, with culture, history and medieval adventures. The touristic package includes a range of medieval workshops (sword-fighting, medieval dancing, traditional cooking, archery and pottery). Also, it offers access to exclusive medieval shows, private displays of theatre plays, a medieval restaurant and a souvenir shop with original items. Accommodation is provided by the local villagers who invite tourists to live in their houses, eat traditional home-made meals made only from natural ingredients and learn daily customs and traditions by being involved in the family. The prices for these services are ranging from 30 RON to 70 RON for workshops and 50 RON for the entrance to all shows for one week. Accommodation prices are set by the locals. The souvenir shop offers local handmade items and personalized postcards. Medievalia is the only facility offering medieval entertainment combined with a traditional lifestyle and natural scenery.

"RURALIA"



Marie BERINGER,

Maud BONZI,

Clémentine MARTIN,

Alexandra MOLDOVAN,

Luiza NISTOR,

Serban OPREA



Suntem un grup de 6 parteneri care vin din România și Franța, dispuși să dezvolte o mică afacere în zona eco-turistică. Credem că acest domeniu este destul de interesant pentru dezvoltare și că am găsit o adevărată oportunitate în dezvoltarea unei astfel de afaceri.

Ideea noastră de afaceri este crearea unui site care să ne permită să promovăm zona satelor săsești din Mureș, Sibiu și județul Brașov. Scopul proiectului este atragerea turiștilor, în principal din România, Germania, Franța, dar și din alte țări ale UE, pentru a descoperi modul tradițional de viață al acestor sate și pentru a putea fi experimentat îndeaproape.

Motivația noastră pentru dezvoltarea acestei afaceri se referă la faptul că aceste zone sunt extrem de frumoase și merită să fie promovate și vizitate. De asemenea, această afacere nu necesită investiții mari, prin urmare nu implică un risc foarte mare.

We are a group of 6 partners coming from Romania and France, willing to develop a small business in the eco-touristic area. We think that this area is quite interesting to develop and we found a real opportunity in developing such a business.

Our business idea is about creating a website that will allow us to promote the area of saxon villages located in Mures, Sibiu and Brasov county. The aim of the project is to attract tourist mainly from Romania, Germany, France but also other EU countries, to discover the traditional way of life of this villages and to be able to experience it.

Our motivation for developing this business is referring to the fact that these areas are extremely beautiful and deserve to be promoted and visited. Also, this business does not require big investments, therefore does not imply a very big risk.

2013



Boost your
BEST Entrepreneurship
skills in
Transylvania

International Summer Academy
7 - 14 July, 2013, Tîrgu-Mureş, Romania



Gastronomy in Europe,
culture & business, traditions & trends

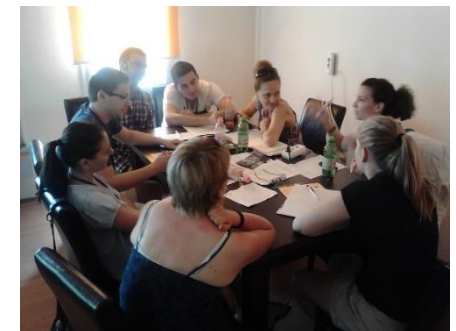
Partners & Friends



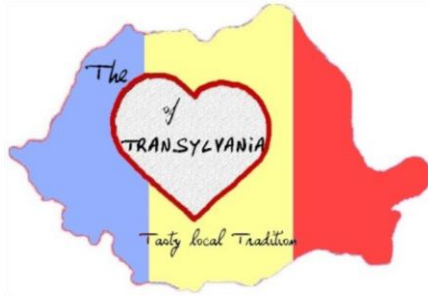
Supporters & Friends



BESTentrepreneur.ro



The Heart of Transylvania



Hunor BALLO
Sophie CARASCO
Andreea GALDEA
Ioana GHIRA
Charlotte KIEFFER
Amandine LIENHART
Florina RUTA

Dorim să atragem cât mai mulți turiști posibil, ceea ce va ajuta aceste comunități să supraviețuiascăși chiar mai mult pentru a putea dezvolta economia regiunilor. Ne concentrăm să oferim un alt lucru pentru clienții noștri, un alt mod de petrecere a timpului liber și a unui alt tip de divertisment, departe de stilul de viață aglomerat.

Prin intermediul site-ului nostru vom oferi 3 pachete de noapte ce includ cazare mâncare plus circuite în împrejurimi. Majoritatea localnicilor din sate vor fi implicați în crearea valorii pentru clienți, asigurându-se că vor avea o imagine mai clară despre modul în care au trăit strămoșii lor.

Vom oferi clienților noștri o experiență unică, o experiență rurală care ne va permite să avem un avantaj competitiv pe piață. Pe lângă cazarea în case de oaspeți administrate de localnici, vă oferim și piste de munte, plimbări în sat și în apropiere de pădure și vizite la locurile istorice.

We wish to attract as many tourist as possible that will help this communities survive and even more to be able to develop the economy of the regions. We are focusing on offering something different for our clients, another way of spending their free time and a different type of entertainment, away from the busy life style.

Through our website we will offer 3 night-packages of accommodation and food and circuits in the near surroundings. Most locals of the villages will be involved in the creation of the value for the customers, making sure that they will have a clearer image of how their ancestors have lived

We will offer to our customers a unique experience, a rural experience that will enable us to have a competitive advantage on the market. Besides accommodation in guest houses administrated by locals, we will also offer mountain tracks, walks in the village and near forest and visits to historical places.

S.C. "Inima Transilvaniei" S.R.L. este o companie a cărei activitate principală este promovarea și valorificarea produselor locale și a know-how-ului gastronomic. În acest scop, produsele vor fi gătitе și propuse în autoservire în restaurantul sau magazinul nostru.

Produsele pe care le vom promova vor fi cumparate de la producatorii traditionali din toate colturile orasului Sighisoara. Restaurantul și magazinul se vor afla în aceeași clădire și vor fi situate în inima orașului Sighisoara, în cetate. Această locație strategică a fost aleasă deoarece segmentul de piață pe care îl vizăm este în principal compus din turiști, iar numărul de turiști din Sighisoara crește în fiecare an.

S.C. "The heart of Transylvania" S.R.L. is a company whose main activity is to promote and valorize local products and gastronomic know-how. To this purpose the products will be cooked and proposed in self-service in our restaurant and sold in our shop too.

The products that we will promote will be bought from traditional producers from all around Sighisoara. The restaurant and the shop will be in the same building and they will be located in the heart of Sighisoara in the citadel. This strategic location has been chosen because the market segment that we are targeting is mainly composed of tourists and the number of tourists in Sighisoara is increasing each year.

„Well Being Keys”

W.B.K

Dobrin Cristina

Lutz Deborah

Mare Iulia

Mozimann Anne-Laure

Mozimann Nathan

Ruggeri Giorgio

Yildirim Neslihan

Ideea noastră este simplă: să ajutăm și să educăm oamenii care doresc să își schimbe obiceiurile alimentare și sunt conștienți de consecințele acestora asupra sănătății lor. De asemenea, am decis să creăm un centru de educație nutrițională. Scopul centrului este de a informa populația despre obezitate, diabet, ... Ideea WBK se naște din nevoia de a oferi o alternativă sănătoasă la stilurile de viață actuale, cu accent pe obiceiurile alimentare, tehnicile de preparare culinară, atitudinile față de alimente și combinarea lor cu mișcarea. WBK este un centru de educație care oferă informații teoretice și de practică care doresc schimbarea stilului de viață, inclusiv o alimentație sănătoasă, rețete sănătoase și tehnici de preparare, cu activități sportive. Este posibil să distingem două părți diferite ale afacerii noastre după cum urmează:

1. un restaurant cu autoservire, unde oamenii se servesc de mâncăruri locale, preparate în bucătăria noastră cu produse proaspete cumpărate de la ferme locale. Ei plătesc un preț fix de 8 € la intrare pentru a savura mesele pe care le aleg; 2. un magazin unde oamenii pot cumpăra produsele pe care le-au mâncat în restaurant. Estimăm că aproape 30% dintre clienții restaurantului vor cheltui în medie 5 euro în magazin. Vom înlocui pungile de plastic cu pungi de hârtie care pot fi reciclate

Our idea is simple: help and educate people who want to change their food habits and are conscientious of the consequences of these on their health. Also we decided to create a center of nutritional education. The goal of the center is to inform population about obesity, diabetes,... WBK idea is born from the needs to provide a healthy alternative to current lifestyles, with an emphasis on eating habits, culinary preparation techniques, attitudes toward food and their combination with movement. WBK is a center of education which offer theory and practice informations who want change of lifestyle, including healthy nutrition, healthy recipes and preparation techniques, with activity sports. It is possible to distinguish two different parts of our business as following:

1. A self-service restaurant where people serve themselves of local dishes, prepared in our kitchen with fresh products bought from local farms and exploitations. They pay a fix price of 8 € at the entrance to enjoy the meals they choose. 2. A store where people can buy the products that they ate in the restaurant. We estimate that almost 30% of the restaurant's customers will spend in average 5 euro in the store. We will replace the plastic bags with paper bags which can be recycled.

W.B.K

Centrul nostru oferă un program pentru 7 zile, inclusiv:

- Locuri de cazare
- 3 mese pe zi,
- Istoric (consultare medicală și nutrițională)
- Educație nutrițională și personalizată
- Clase de gătit (ateliere)
- se învață adaptarea meniurilor în funcție de nevoi și preferințe
- program de exerciții (sesiuni de gimnastică, fitness, mersul pe jos, ciclism, înot)
- Consiliere pentru stilul de viață

Our Center offers a program for 7 days including:

- Accommodation
- 3 meals per day,
- History (medical and nutritional consultation)
- Nutritional and customized education
- Cooking classes (workshops)
- Learning to adapt menus according to needs and preferences
- Exercise program (gymnastics sessions, fitness, walking, biking, swimming)
- Lifestyle counseling



Adriana

Andrei

Annaïk

Jean-Charles

Monica

Monica N.

Roberto



Conceptul este de a crea o alimentație sănătoasă pentru clienții cu diferite probleme de sănătate (diabet, boli cardiovasculare, boli renale, obezitate ...) care trebuie să acorde o atenție deosebită dietei lor. Activitatea noastră se va desfășura în apropierea pieței orașului, la Târgu Mureș, care vizează clienții de nivel mediu și de vârf cu cerințe speciale. Este un concept inovator deoarece nu există o alimentație sănătoasă în România, dar există potențiali clienți care au bani, dar nu au timp să gătească mese sănătoase sau pur și simplu nu știu ce să aleagă. Ideea afacerii a fost creată atunci când necesitatea s-a întâlnit cu oportunitatea. Cei 7 membri ai echipei noastre, cu diplome din diferite domenii, printre care: nutriție și dietetică, bio-medicală, biologie, management și drept, au găsit o bună oportunitate de afaceri, realizând că numărul bolnavilor crește și puțini știu cum să gătească bine și de unde să cumpere alimente sănătoase

The concept is to create healthy catering for the customers with different health problems (diabetes, cardiovascular disease, renal disease, obesity...) who have to pay a special attention to their diet.

Our activity will take place near town square, in Targu-Mures targeting the middle- and high-class customers with special requirements.

It is an innovative concept because there is no healthy catering developed in Romania, but there are potential customers who have money but don't have time to cook healthy meals, or they just simply don't know what to choose.

The idea of the business was created when, let's say, need met opportunity. The 7 members of our team, with degrees from different areas including: nutrition and dietetics, bio-medical, biology, management and law, found a good business opportunity, realizing that the number of sick people is rising and few of them know how to cook right and where to purchase healthy nutritious foods.

Activitatea noastră principală va fi să pregătim meniuri personalizate cu produse locale sănătoase.

- Furnizarea bucătăriei noastre cu cele mai bune produse ecologice, bio și fără chimicale.
- Comenzile vor trebui plasate cu 48 de ore înainte de livrare pentru maximum 10 meniuri și 72 de ore pentru mai mult de 10 meniuri
- Planul de meniuri sanatoase creat special pentru a satisface nevoile clientilor; mesele sunt dezvoltate în funcție de: sezon, vârstă, sex, preferințe și, mai important, problemele lor de sănătate
- Distribuția este făcută de angajații noștri cu cele două mașini care oferă o livrare rapidă și sigură pe o rază de 10 km. Asigurăm calitatea meselor cu cutii izotermice.

Our main activity will be to prepare personalized menus with healthy local products.

- Supplying our kitchen with the best, ecological, bio and chemical-free farmer products.
- Orders will need to be placed 48 hours before delivery for a maximum of 10 menus and 72 hours for more than 10 menus
- Healthy eating menu plan specifically created to meet the needs of our clients; the meals are developed according to: season, age, sex, preferences and more importantly their health problems
- B to C distribution directly to the client. Distribution is made by our employees with our 2 cars that provide a fast and safe delivery on a radius of 10 km. We assure the quality of the meals with isotherm boxes.

Bio Dietetique

Bio Dietetique

Carole BROBECKER

Sarah BURGUN

Sergiu GRINDEAN

Laura HEYER

Madalin MIRON

Monica PALCU

Dora SANTA

În România, ca și în întreaga lume, există probleme de sănătate din cauza cunoștințelor slabe despre gastronomia tradițională și mesele sănătoase. Asociația noastră dorește să recupereze obiceiurile sănătoase de mâncare, de aceea propunem servicii diferite. Invazia fast-food-ului pe piață, creșterea incidenței obezității, chiar și în copilărie, a bolilor cardiovasculare, cancerului, osteoporozei, diabetului, bolilor genetice, malnutriției și dezvoltării unor tratamente alternative, care nu se bazează pe dovezi științifice și nu sunt susținute de asigurările de sănătate, fac ca cheltuielile pentru asistență medicală să devină insuportabile. Așadar, suntem puternic motivați să învățăm dietetică pentru persoanele interesate să economisească bani din consultările medicale pentru a obține o mai bună calitate a vieții, un timp mai sănătos de viață.

In Romania as all over the world, there are problems of health because of poor knowledge of traditional gastronomy and healthy meals. Our association wants to recover healthy habits of eating, that's why we propose different services. The invasion of fast-food on the market, the growing incidence of obesity, even in childhood, of cardiovascular diseases, cancers, osteoporosis, diabetes, genetic diseases, malnutrition and the development of alternative treatments, which are not based on science evidence and not supported by the health insurance, make that expenses for healthcare become unbearable. So we are strongly motivated to teach dietetics for people interested to save money from medical consultation in order to get better quality of life, more healthy time of life.



Asociația noastră oferă prestații diferite. Cea mai importantă este oferirea de conferințe în școli, spitale) și sate pentru a învăța oameni cum să mănânce sănătos. Următoarea este de a face întâlniri la domiciliu. Vom invita oamenii în scopul de a crea o rețea de clienți: femei, gravide, mame, bunici, soți, chiar și copii (adolescenți).

De asemenea, vom organiza întâlniri la familiile de afaceri și întreprinderi care produc alimente ca brânză, lapte, produse de brutărie. Vom distribui fluturași și broșuri ulterioare. De asemenea, vom crea un site pe care îl vom folosi nu numai pentru spiritul antreprenorial, ci și pentru a face publicitate centrelor de wellness și producătorilor de produse sănătoase. Planificăm prezentări de alimente sănătoase în supermarketuri (de către ucenici).

Our association offers different prestations. The main one is giving conferences in schools, hospitals (for patients at risk, with different illnesses) and villages to learn people how to eat healthy. The next one is to do home meetings. We will invite people in the goal to creat a customer network: women, pregnant women, mothers, grandmothers, husbands, even children (adolescents).

Also we will organise meetings at business famylies and enterprizes which produce foods as cheese, milk, baker's ware. We will distribute flyers and later booklets. Also we will create a website that we will use not only for our entrepreneurship but also to advertise wellness centers and producers of healthy products.

We are planning presentations of healthy foods in supermarkets (by apprentices).

FROISSANT

Scopul companiei noastre este de a oferi produse franceze fabricate din materii prime românești și de a satisface nevoia de produse de înaltă calitate ale persoanelor care sunt rezervate în hoteluri. Vom începe planul nostru de afaceri prin prezentarea ideii de a face croassante în România folosind know-how-ul francez. Din ce în ce mai mulți oameni caută vacanțe inclusive, astfel că este important să oferim produse de calitate și cu materii prime 100% sănătoase.

Am ales Sibiu pentru că este o veche capitală a culturii europene și pentru că avem o mare diversitate etnică (germani, maghiari, români, sași).

Am început cu o mică afacere la Sibiu, dar în viitor vrem să ne extindem afacerea în cele mai mari orașe din România (București, Cluj, Constanța) și după de ce nu și în Franța? Partenerii noștri cheie sunt niște ferme bio tradiționale în apropierea de Alma Vii. Așadar, prin lapte de la Sanlacta, ouă, miere, gem de trandafiri, unt de la Mosna, cascaval din Ibanesti, pepene galben de la Dalin și jambon adus din Franța.

The purpose of our company is to offer French products made with Romanian raw materials and to satisfy the need of high quality products of people who are booked in hotels. We will start our business plan by presenting the idea of making croissants in Romania using the French know-how. More and more people are looking for all-inclusive holidays so it's important to provide quality and healthy products with 100% raw materials.

We have chosen Sibiu because it's an old tourism European culture capital and also because we have a big cultural diversity (Germans, Hungarians, Romanians, Saxons).

We started with a small business in Sibiu, but in the future we want to expand our business in the biggest towns in Romania (Bucharest, Cluj, Constanta), and after why not in France? Our key partners are some bio traditional farms near buy Alma Vii. So we will buy milk from Sanlacta, eggs, honey, gem of roses, butter from Mosna, cascaval from Ibanesti, melon from Dalin and we bring jambon from France.

Saveur de Transylvanie

Timothee CLAUDEL

Mara DINU

Lola RHEIN

Marietta SZABO

Ideea noastră constă în crea unui magazin care vinde atât produse de bază franceze, cât și produse tradiționale românești.

Drept oportunitate de afacere avem numărul mare de români la Strasbourg (studenți și familii), prezența asociațiilor studențești și a unei biserici românești.

Oferim atât produse de bază franceze, cât și produse tradiționale românești (mai ales ecologice), dar vom evita canibalizarea produselor, ceea ce înseamnă că nu vom oferi același produs românesc și francez.

Este o deosebită oportunitate a clienților, pentru că au ocazia să cumpere produse tradiționale românești, ceea ce le face să se simtă ca acasă. Ei nu vor trebui să meargă în România să încerce niște pălincă sau să mănânce niște brânză afumată, vor trebui doar să vină în magazinul nostru.

Our idea is open a store that sells both basic French products and traditional Romanian products.

- Business opportunity: high number of Romanians in Strasbourg (students & families) □ the presence of student associations and a Romanian church.

Basic French products and traditional Romanian products (mostly eco), but we'll avoid the cannibalization of the products meaning that we won't offer the same Romanian and French product.

A great value in the eyes of the customers because they have the occasion to buy traditional Romanian products which makes them feel at home. They won't have to go to Romania to try some schnapps or eat some smoked cheese; they'll just have to come to our store.

2014



SAVEUR



Hélène FEHR

Mădălina Hintea

Maelle Samirant

Delphine Mathis

Adrian Martin



Ambiția noastră este de a profita de oportunitatea ce am sesizat-o pe piață. Oamenii sunt din ce în ce mai conștienți de necesitatea de a avea grijă de sănătatea lor dar în același timp și de economia locală. Astfel noi suntem cei care oferim un serviciu adaptat nevoilor speciale ale clienților noștri.

Drept poziționare geografică a afacerii noastre este Târgu Mureș și regiunea sa. Este o zonă atractivă, cu o cerere dinamică și un potențial puternic de cumpărare.

Companie cu un capital de 30 000 €, compania are 22 de angajați împărțiți în mai multe departamente. Suntem o companie inovatoare și creativă: abilitățile sunt transversale și avem un management participativ.

Bussines-ul nostru constă în producerea și distribuirea meniurilor locale și sănătoase în structurile colective.

Our ambition is to seize an opportunity offer by the trend that we have detected on the market. People are more and more aware of the necessity to take care of their health and the local economy. We offer a service adapted to the special needs of our customers.

The geographical area of our business is Targu Mures and its region. It's an attractive area with a dynamic demand and a strong buying potential.

Company with a capital of 30 000€, the company has 22 employees divided into several department.

We are an innovative and creative company: the skills are transversals and we have a participating management.

Production and distribution of local and healthy menus to collective structures.



Serviciile oferite de noi sunt:

- pregătirea meniurilor specifice la cerere
- relație pe termen lung și sistem de reducere
- mai multe soluții de livrare
- mai multe soluții de ambalare
- Buletin informativ și site web

Ne-am bazat activitatea pe o afacere B la B

- spitale și clinici private: 60%
- școli private, grădini pentru copii: 24%
- companii: 16%

Our services

- preparation of specific menus on demand
- long term relationship and discount system
- several solutions of delivery
- several solutions of packaging
- Newsletter and web site

We based our activity on a B to B business

- private hospitals and clinics : 60%
- private schools, children garden : 24%
- companies : 16%

Leesantoare



Chloé Wanner

Emmanuelle Marques

Romane Beaupère

David Mantic

Iustin Bilibou

Maria Dolbneac

Mihai Stefanescu



Vrem să deschidem o fermă de lipitori, în scopul de a le crește și de a le vinde. Principalii clienți sunt companiile farmaceutice, companiile de cosmetică și spitalele private (deoarece spitalele publice nu au voie să practice tratamente cu lipitori). Aceste lipitori sunt folosite pentru a vindeca bolile de sange, grăsimea, sistemul nervos. Valoarea noastră adăugată este că nu numai că le vindem, ci și alertăm la această problemă publicul larg (studenții, medicii, chimistii). Vrem să introducem un nou tip de medicament, unul alternativ, care este foarte inspirat în Europa și începe să "crească" și în România. Avem motivații diferite: dorim să îmbunătățim sănătatea oamenilor fără pastile și ace. De asemenea, dorim să-i învățăm pe oameni că animalele dezgustătoare pot ajuta pentru boala lor. Avem mai multe abilități pentru că sunt 7 persoane care lucrează la acest proiect și fiecare vine dintr-un alt domeniu: abilități economice, financiare, biologice, medicină, informatică, motivație. Am ales să amestecăm sensul limbii franceză, engleză și română și l-am găsit pe Leesantoare.

We want to open a leech farm, in order to grow and after to sell them. Our principal customers are pharmaceutical companies, cosmetics companies and private hospitals (because the public's hospitals aren't allowed to practice leech medicine). These leeches are used to heal blood disease, the fat, the nervous system. Our added value is that we don't only sell them, but we also alert the general publics (the students, the doctors, the chemists) to this problem. We want to introduce a new kind of medicine, an alternative one, which is very prompted in Europe and starts to "grow up" in Romania too. We have different motivations: we want to improve people health without pills and needles. We also want to teach people that disgusting animals can help for their illness. There exist a lot of solutions in the nature, and we just need to be aware of them. We have several skills because are 7 people working on this project and everyone comes from another area: economic skills, financial, biologic, medicine, computer science, motivation. We choose to mix French, English and Romanian meaning of leeches and we found Leesantoare.

Avem câteva obiective pentru compania noastră, pe termen scurt și lung. Incepem prin vanzarea lipitoriloarelor noastre in Romania si dupa aceea pentru a deveni cel mai mare furnizor de lipitori din Romania si, mai departe, poate sa exportam in Europa si chiar in intreaga lume. Vom deschide o mică clinică și o fabrică cu propriile noastre produse medicale, de la început nu vom avea produse medicale proprii, dar pe termen lung le putem face singuri. Piața noastră este nouă în această zi, dar începe să crească și va fi pe o continuă dezvoltare; deoarece acest tip de medicament este încă necunoscut, dar datorită calității și puterii lipitorilor, cererea crește în fiecare an. În România mai există doar o altă fermă de lipitori în prezent. Deci, asta e un avantaj pentru noi, pentru că nu avem mulți concurenți și ne putem fixa prețurile și starea noastră. Piața țintă va saluta proiectul nostru, deoarece este nou și inovativ. Piața noastră vizează o mare parte din clienți, deoarece nu există cerințe de vârstă care să fie vindecate de lipitori. Există tot mai mulți oameni care nu vor să ia pilule, deoarece nu vor să aibă efecte secundare o din cauza lor. De aceea medicina noastră alternativă îi va atrage. Proiectul nostru a creat o adevărată oportunitate de afaceri din cauza mediului local sănătos.

We have several goals for our company, on the short and long term. We start by selling our leeches in Romania, and after in order to become the biggest leeches' supplier in Romania and further maybe to export in Europe, and even in the whole world. We will open a little clinic and fabric with our own medical products, at the beginning we won't product our own medical products, but in the long term we can do our own. Our market is new at this day, but it starts to grow up and it will be on a continuous development; because this kind of medicine is still unknown, but thanks to the leeches quality and power, the demand increases each year. In Romania there is only one other leech farm nowadays. So that's strength for us, because we don't have a lot of competitors, and we can fix our prices and our condition. The target market will welcome our project because it's new and innovative. Our market targets a large part of customers because there are no age requirements to be cured by the leeches. There are more and more people who don't want to take pills because they don't want to have the secondary effects o because of them. That's why our alternative medicine will attract them. Our project established a real opportunity of business because of the healthy local environment

Pleur Powder



Denisia Parlea
Claire Odile Mangold
Olivier Ludot
Alina Sarvasan
Levente Nemes
Noemi Albert Toth



Numele nostru este PLEUR POWDER și fabricăm un produs revoluționar: o pulbere din ciuperci Pleurotus. Această pulbere ar putea ajuta persoanele care au probleme de sănătate cum ar fi: hipertensiune arterială, colesterol ridicat, inflamații recurente ...

În afară de aceste aspecte, există o altă caracteristică care este notabilă: acest supliment poate înlocui carnea în dietele vegane. De fapt, ciupercile Pleurotus conțin aceleași aminoacizi și vitamine ca și carnea.

Vom avea un singur concurent, o fabrică germană care produce această pulbere (dar numai cea de bază) și o va vinde în capsule ca produs final. Valoarea noastră adăugată în comparație cu competitorul nostru este că nu numai că producem pulberea de bază, ci amestecăm cu unele condimente. Suntem singurii care producem acest produs, așa că deschidem o nouă piață în nișa foarte specializată a adăsurilor alimentare.

Our name is PLEUR POWDER and we are producing a revolutionary product: a powder made from Pleurotus mushrooms. This powder could help people who has health problems like: high blood pressure, high cholesterol, recurrent inflammations...

Beside these aspects, there is an other characteristic which is notable : this complement can replace meat in vegan diets. In fact, the Pleurotus mushroom contains same amino acids and vitamins as meat.

We'll have only one competitor, a German factory which produces this powder (but only the basic one) and sell it in capsules as its final product. Our added value compared to our competitor is that we are not only producing the basic powder, we are blending it with some spices. We are the only one who's producing this product, so we are opening a new market in the very specialized niche of alimentary complements.

Pleur Powder

Cumparam ciupercile noastre de la producatorii locali din Romania, le transformam in praf si apoi le vindem profesionistilor care produc produse finite; avem de asemenea o strategie „B to B”

Această piață are o perspectivă reală de evoluție și se va dezvolta rapid, așa că vom dezvolta, vom investi, vom începe să ne producem o parte din ciuperci și mai multe soiuri de pulberi.

În primul an, partea noastră de investiții nu va fi imensă și vom fi rapid profitabili. Cifra de afaceri va fi de aproximativ 1 milion de euro, iar beneficiile nete vor fi de 67000 de euro.

We are buying our mushrooms from local producers in Romania, we are transforming them into powder and then selling them to professionals who'll produce final products; we also have a „B to B” strategy.

This market has real perspective of evolution and is going to grow fast, so we'll develop, invest, begin to produce ourselves a part of the mushrooms and more varieties of powders.

The first year, our investment part will not be huge, and we quickly are profitable. Our turn over will be approximately 1 million euros and net benefits will turn around 67000 euros.

KID CAMP

“From Seed to Light”



Scheidecker Jerome

Tomolea Anca

Zsombori Karina

Frey Adeline

Vandenbossche Cloé

Werck Audrey

Proiectul este un campus de copii numit "de la sămânță la lumină". Dar de ce se cheamă așa? Vrem să-i învățăm cercul natural al unei vieți sănătoase pe copiii de la șase la paisprezece ani și să-i facem conștienți de comoara pe care o găsim în natură.

Copiii vor planta, cultiva și găti în principal legume și fructe. Într-devăr, în prezent, din ce în ce mai mulți oameni simt nevoia de a reveni la rădăcinile sensului de a fi uman. Așadar, ceea ce propunem este să luăm în consierare această cerere și să oferim cea mai bună soluție, care este de a învăța copiii cât mai tineri pentru a tipări într-un fel bunele obiceiuri de a avea o viață sănătoasă mai târziu și de a transmite mesajul despre necesitatea unei vieți mai sănătoase.

Cum o să facem asta? Soluția este ușoară: vom organiza sesiuni pentru a permite copiilor să vină pe site-ul nostru pentru a avea o dispoziție absolută de stil de viață sănătos. S-ar putea desfășura diferite sesiuni, de la o săptămână până la o săptămână întreagă, în timpul sărbătorilor și a programului de curs, datorită parteneriatelor cu școlile.

The project is a kids'camp called "from seed to light". But why is it called like that ? We want to teach the natural circle of a healthy life to children from six to fourteen years old and make them aware of the treasure we can found in the nature. Children will mainly plant, cultivate and cook vegetables and fruits.

Indeed nowadays more and more people feel the need to go back to the roots of the meaning of being human. So what we propose is to take this demand in consideration and to offer the best solution which is to teach the children as young as possible to print in some way the good habits to have an healthy life later and to convey the message of a necessary healthier life.

How are we going to do that ? The solution is easy : we are going to organise sessions to allow children to come to our site in order to be completely in the mood of a healthy lifestyle. There would be different length of sessions, from one week end to a whole week, during the holidays and class schedule, thanks to partnerships with schools.

KID CAMP

“From Seed to Light”

Localizarea taberei noastre este remarcabilă: avem o clădire frumoasă într-o zonă foarte calmă și totuși accesibilă. Vom oferi o serie de profesori calificați care să ofere cele mai bune educații copiilor de vârstă mică. Activitățile vor fi de joacă dar și concrete și vor acoperi întregul cerc, prin care înțelegem: din semințele pe care urmează să le planteze, vor crește legumele și fructele, vor avea grijă de plante, vor recolta ceea ce va veni de la de producție și apoi să învețe cum să gătească. Celălalt punct relevant al ofertei noastre este partea de reciclare. Vrem să îi facem pe copii să învețe semnificația reciclării deșeurilor pe care le produc. Proiectul nostru este viabil deoarece intenționăm să reducem costurile prin utilizarea tuturor deșeurilor produse de centru și școlile învecinate cu un sistem de întreținere care produce biogaz. Aceasta va fi folosită pentru a produce energie electrică pentru consumul propriu al centrului sau pentru a-l vinde dacă avem supraproducție. Compostul rezultat din acest proces va fi utilizat pentru a fertiliza câmpurile, ceea ce va reduce și cheltuielile. Plus suntem singurii pe acest segment care ne vor permite să atragem o mulțime de copii. „În tabăra noastră, nimic nu se pierde, totul se transformă”.

The localisation of our camp is outstanding : we have a beautiful building in a very calm and yet accessible area. We will provide a range of qualified teachers to give the best education to the young kids. The activities will be playful and concrete and will cover the whole circle, by which we mean : from the seed that they are going to plant, they will grow up the vegetables and fruits, taking care of the plants, harvest what will come from the production and then learn how to cook it. The other relevant point of our offer is the recycling part. We want to make children learn the significance of recycling the wastes they produce. Our project is viable because we plan to reduce our costs by using all the wastes produced by the centre and the surrounding schools with a system of methanization, which produce biogaz. This will be use to produce electricity for the own consumption of the centre or to sell it if we have overproduction. The compost resulting from this process will be used to fertilize the fields, which will also reduce the expenses.Plus we are the only one on this segment which will allows us to attract lots of children. “In our kid camp, nothing is lost, everything is transformed”.

Tinker Toys



BOBARU Ionelia

DUFOUR Mathieu

KRANKLADER Diane

MARSAL Lisa

RADUT Silvana

SIMPETREAN Andreea



Tinker Toys este o companie de start-up interesantă, care a dezvoltat o linie de jucării de înaltă calitate din lemn în scop educational dar și pentru joaca . Tinker Toys va fi profitabil până la sfârșitul anului unu și va avea o creștere abruptă a vânzărilor pentru primii câțiva ani. Tinker Toys oferă inițial trei tipuri de jucării. Prima este o jucărie distractivă, Micul Atelier un atelier care îi învață pe copii cum să-și înființeze propriul loc de muncă pentru diferite activități. Al doilea produs este o bucătărie pentru micile fete Mic Kitchen care, după cum indică numele, le va da un mediu de încredere. Cel de-al treilea produs este un dulap numit Mic Dressing, o bucată de mobilier mini pentru camerele proprii. În timp ce toate produsele sunt instrumente educaționale care dezvoltă abilități de bază a tinerilor utilizatori, ele sunt distractive pentru a juca, încurajând astfel copiii să le folosească deseori. Noi produse sunt în curs de dezvoltare de către departamentul intern.

TINKER Toys is an exciting start-up company that has developed a line of wooden high quality educational and for playing toys for children that are fun and engaging. TINKER Toys will be profitable by the end of year one and will have a steep increase in sales for the first several years. TINKER Toys is initially offering three types of toys. The first is a fun toy, the *Mic Atelier* a workshop that teaches children how to set up their own working place for different activities. The second product is a kitchen for little girls *Mic Kitchen* which as the name hints, it will give them a make-believe environment. The third product is a doll closet named Mic Dressing, a piece of mini furniture for their own rooms. While all the products are educational tools that develop core skills within the youngster users, they are fun to play with, thereby encouraging children to use them often. New products are currently in development by the in-house department.

Be Wild



Antonio Cebrian Lobato

Petra Přiběnská

Mária Franková

Michel Karcher

Morgan Lerch

Kamil Kubík

Mihai Timuş



Scopul nostru este de a face o academie de competiție și trening de supravețuire în sălbăticie. Având în vedere segmentarea pieței, avem 8 clienți țintă de bază:

Oameni ecologici care doresc să trăiască în conformitate cu noile căi naturale, corporatii care doresc sa faca activitati de "Team Building", cupluri care doresc să facă ceva neobișnuit și nou împreună, vânătorii care doresc să învețe cum să trăiască în pădure pentru perioade scurte de timp pentru vânătoare, în condiții meteorologice nefavorabile sau noi zone geografice, tinerii care doresc noi experiențe, copiii școlari, dorim să le oferim un nou serviciu educațional care să îi învețe pe oameni să înțeleagă și să interacționeze cu resursele naturale, soldați vechi care doresc o acțiune după pensionare, oamenii care doresc să testeze și să se provoace singuri, oameni dependenți de natură.

Caracteristica generală a segmentelor este pasiunea pentru aventură pe care o putem îndeplini prin pregătirea și competiția noastră.

Our goal is to make a competition and training academy to prepare the competitors and people who want to try to live in wild. Considering market segmentation, we have 8 basic target customer:

Eco people who want to live according to new natural ways, corporate clients, corporations who want to make "Team Building" activities, couples who want to do something unusual and new together. hunters who want to learn how to live in the forest for shorts periods of time to hunt, who wants to learn how to survive in new weather conditions or new geographical areas, young people who wants new action experiences, school children, we want to provide a new education service to teach people to understand and interact with the natural resources, old soldiers who wants some action after their retirement, people who want to test and challenge themselves, people addicted to the nature.

General characteristic of the segments is passion for adventure which we can fulfill by our training and competition.

Piața produselor verzi este foarte importantă în România și în creștere constantă. Suntem singurii pe această piață care oferim acele alge marine pe care le producem. Vom distribui băuturile noastre pe internet direct la client și în magazine, cu ajutorul distribuitorilor mari.

Suntem foarte încrezători în vânzări, deoarece băutura noastră este nouă, sănătoasă și vom profita de „hype”-ul pe produsul ecologic și de modalitățile alternative de hrănire. Obiectivul nostru este de a aborda problemele de sănătate ale oamenilor și ale persoanelor cu probleme ecologice.

Partenerii noștri cheie vor fi companiile care vor distribui produsele noastre și vor avea grijă de comunicarea și publicitatea noastră. De asemenea, vom fi foarte dependenți de furnizorii de zahăr și arome naturale pentru gust.

The market of green products is really important in Romania and in constant growth. We are the only one to offer the very seaweed we produce on this market. We will distribute our drinks on the internet straight to the customer and in shops with the help of big distributors.

We are very confident about the sales because our beverage is new, healthy, and we will take advantage of the hype on green product and alternative ways of feeding. We target the ecologically concerned people and persons with health issues.

Our key partners will be the companies which are going to distribute our products and take care of our communication and advertisement. We will also be very dependant of the suppliers of sugar and natural aromas for the taste.

Green Diamond



Walliang Charlie

Lacroix Quentin

Parandij Victor

Lozinschi Victor



Piața produselor verzi este foarte importantă în România și în creștere constantă. Suntem singurii pe această piață care oferim acele alge marine pe care le producem. Vom distribui băuturile noastre pe internet direct la client și în magazine, cu ajutorul distribuitorilor mari.

Suntem foarte încrezători în vânzări, deoarece băutura noastră este nouă, sănătoasă și vom profita de „hype”-ul pe produsul ecologic și de modalitățile alternative de hrănire. Obiectivul nostru este de a aborda problemele de sănătate ale oamenilor și ale persoanelor cu probleme ecologice.

Partenerii noștri cheie vor fi companiile care vor distribui produsele noastre și vor avea grijă de comunicarea și publicitatea noastră. De asemenea, vom fi foarte dependenți de furnizorii de zahăr și arome naturale pentru gust.

The market of green products is really important in Romania and in constant growth. We are the only one to offer the very seaweed we produce on this market. We will distribute our drinks on the internet straight to the customer and in shops with the help of big distributors.

We are very confident about the sales because our beverage is new, healthy, and we will take advantage of the hype on green product and alternative ways of feeding. We target the ecologically concerned people and persons with health issues.

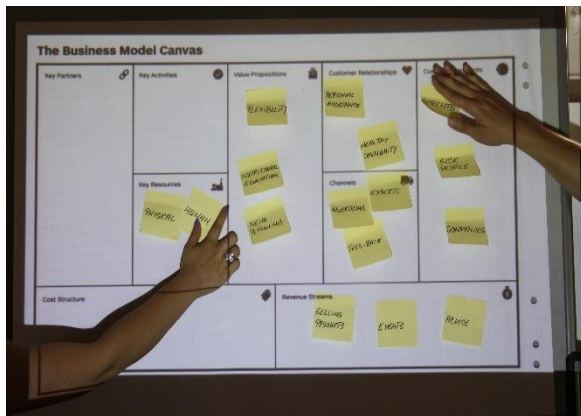
Our key partners will be the companies which are going to distribute our products and take care of our communication and advertisement. We will also be very dependant of the suppliers of sugar and natural aromas for the taste.

Activitatea va începe încet, mai ales vânzările, deoarece produsul nostru este nou și necunoscut. Afacerea va fi profitabilă de îndată ce campania de publicitate va avea un efect complet. Veniturile vor fi achizițiile distribuitorilor și vânzările directe pe internet. Distribuitorii vor avea o întârziere de 30 de zile pentru a plăti, iar clienții internetului vor plăti direct prin Paypal sau prin card. Ei sunt gata să plătească pentru un produs natural și sănătos, care nu va fi mult mai scump decât orice fel de medicament alternativ. Așa cum am spus anterior, avem foarte puțini concurenți pe această piață: singura companie românească care oferă produse de buruieni de mare este plasată în Timișoara și nu oferă produsul în formă de băutură, nici ierburile Chlorella.

Mai târziu, când activitatea noastră va fi stabilită și foarte profitabilă, intenționăm să dezvoltăm gama noastră de produse, oferind noi tipuri de băuturi pe bază de Chlorella și creșterea volumului producției.

The activity will start slowly especially the sales as our product is new and unknown. The activity will be profitable as soon as the advertisement campaign takes its full effect. The incomes will be the acquisitions of the distributors and the direct internet sales. The distributors will have a 30 days delay to pay, and the internet customers will pay straight by Paypal or card payment. They are ready to pay for a natural and healthy product, which won't be much more expensive than every kind of alternative medicine. As we previously said, we have very few competitors on this market: the only Romanian company which offers sea weed products is placed in Timisoara, and they don't offer the product in a shape of a drink, nor the Chlorella weed.

Later, when our activity is going to be set and really profitable, we plan to develop our range of products, offering new types of drinks based on the Chlorella and increase the volume of the production.



2015

Romania
explore the Carpathian journey

UNMF
UNIVERSITATEA PETRU MAIOR
TIRGU MURES

ALUMINI
"Vasile Goldari" University
Tirgu Mures

**Boost your
BEST
Entrepreneurship
skills in
Transylvania**

International Summer Academy

**I4C
IDEAS FOR COMMUNITY**

5th edition 4 - 12 July 2015 Tirgu Mures, Romania

Partners & Friends

Tirgu Mures Municipality **Mures County Council**

Sovata Municipality **Reghin Municipality** **culoare**

Agencia KM Zero • Alegria Media • Asociatia BioAgri • Danubius Hotels • Darius • Giga Companies • Grigoriu D'or
Hoteluri • Office Caffe • Roca • Restaurant Astori • Sando Photo • Sankta • Silvana • Simila Europa

BESTentrepreneur.ro



Ca Acasă



Melanie Savoca
Martin Zoricak
Aymeric Chancel
Quentin Lechevrel
Mariana Cora
Catalin Dogaru



Compania noastră "Ca acasa" este formată din 5 acționari. Comercializăm produsele tradiționale românești și bio. Le vindem prin intermediul site-ului web atât clienților interni cât și celor internaționali.

Ideea din spatele companiei este de a sprijini și încuraja activitatea micilor producători români de a le oferi oportunități de a-și promova și comercializa produsele. Scopul proiectului este crearea unei rețele de întreprinderi mici și mijlocii în România.

Activitățile companiilor menționate generează venituri pentru ca noi să acoperim cheltuielile noastre și să realizăm un profit. Acest lucru ne permite să ne susținem afacerea și să contribuim la dezvoltarea economiei locale.

Our company "Ca acasa". consists of 5 shareholders. We commercialize the Romanian traditional products and bio products. Company sells traditional products through the web site to the both national and international consumers.

Idea behind the company is to support and encourage the work of the small Romanian producers to give them opportunity to promote and commercialize their products. The aim of the company is to create link between small local producers and consumers within Romania and Romanian people in other countries.

Mentioned companies' activities generates revenues for us to cover our expenses and make a profit. This allows us to sustain our business and contributes to the development of the local economies.

Forest jump



Vasak Berenice

Gurzeler Cecile

Bonnarel Claire-Lise

Istrate Andra

Edel Lucas

Birghis Sebastian

Fischer Guillaume

Dorim să creăm, în pădurea situată lângă Tîrgu Mureș, un centru de relaxare numit Forest Jump.

Scopul proiectului este de a dezvolta atât activitățile turistice, cât și cele locale, prin crearea unui mediu sănătos. Clienții se pot relaxa în pădure sau pot practica activități sportive, cum ar fi alergarea, alpinismul sau ciclismul. De asemenea, oferim clienților noștri camere de cazare în cabinele tradiționale din lemn, realizate de o companie locală. În ceea ce privește produsele alimentare oferim specialități locale, de exemplu supe sau Gulas cu bacon care pot fi cumpărate de la o cooperativă românească.

Ținta noastră ar fi turiștii din întreaga lume, dar și românii, care iubesc natura, sportul și doresc să descopere cultura românească.

We would like to create, in the forest situated next to Tîrgu Mures, a relaxing centre called Forest Jump.

The aim of the project is to develop both tourism and local activities by creating a healthy environment. The customers could either relax in the forest or practice sportive activities, such as running, tree climbing or biking. We can also offer accommodation for our clients in our traditional wooden cabins, crafted by a local company. Regarding food we offer local specialties, for instance soups or Gulas with bacon that can be bought from a Romanian cooperative.

Our targets would be tourists from all around the world but also Romanians, who love nature, sport and want to discover the Romanian culture.

Nutrition Center



Jakub DANKO

Roxana HADMAȘ

Pauline LAUER

Sabina OLARIU

Carla PRUNAȘ



Proiectul de afaceri pe care l-am făcut intenționează să aducă ceva nou pe piața românească în ceea ce privește sistemul de sănătate și educația nutrițională. Motivația principală este de a rezolva problemele cu creșterea numărului de populație obeză din România și de a ajuta pe oricine vrea să fie mai sănătos, să arate bine, să trateze și să prevină unele boli, dar nu știe cum să obțină informații despre un stil de viață sănătos

Pentru tratarea și prevenirea acestor probleme oferim cursurilor clienților noștri, în conformitate cu stilul de viață nutrițional, instruirile sportive și consultanța individuală. Pentru companiile din industria alimentară vom oferi sfaturi pentru a face produsele lor mai sănătoase și mai mult decât atât, vom organiza evenimente nutriționale în cadrul unor conferințe sportive sau de sănătate mai mari. Sperăm că ideea noastră va avea succes și vom satisface nevoile clienților noștri.

The business project that we have made intends to bring something new to Romanian market regarding the health system and the nutritional education. The main motivation is to solve the problems with increasing number of obese population in Romania and also help anyone who wants to be healthier, look good, to treat and prevent a sort of diseases but doesn't know how to get information about a healthy lifestyle.

In order to treat and prevent of these problems we offer to our customer's courses in accordance with nutritional lifestyle, sport trainings and individual consulting. For the food companies we will give advice to make their products healthier and more than that we will organize nutritional events in bigger sport or health conferences. We hope that our idea will be successful and we will satisfy our customers' needs.

PP&GCO

Bedard Marine

Eremia Alex

Legros Marine

Mathis Delphine

Schwartz Lucie

Vasilescu Alexandru

Walliang Charlie



PP & G este o companie de gestionare a deșeurilor. "0% deșeuri, 100% reciclate" este motto-ul nostru care reflectă politica noastră. Vom fi responsabili de colectarea tuturor deșeurilor de la toate tipurile de companii. Deșeurile selectate sunt transportate, ambalate și depozitate în compania noastră. În firma noastră avem multe echipamente care sunt capabile să trateze deșeurile din plastic. Folosim linia de reciclare a materialelor plastice Polystarco pe granulele din plastic. Granulele sunt vândute mai scumpe decât alte deșeuri, cum ar fi hârtia și sticla, deoarece sunt considerate materii prime. Lucrurile și alte gunoaie nu vor fi tratate în compania noastră pentru moment, dar transportăm și selecționăm aceste deșeuri către alte companii care vor face specializarea tratării deșeurilor.

Oferim acestor companii un câștig de timp, bani și o imagine de mediu.

PP&G is a waste management company. "0% waste, 100% recycled" is our motto which reflects our politics. We will be in charge of all the waste collection from all kind of companies. The selected waste is transported, packed and stored in our company. In our firm we have many equipments which are able to treat plastic waste.

We use Polystarco plastic recycling equipment line to product plastic granules. The granules are sold more expensive than other wastes like paper and glass because it is considered a raw material. Papers and other garbage won't be treated in our company for the moment but we transport and selected this waste to other companies which will make specialize waste treatment.

We offer to these companies a gain of time, money and a well environmental image.

Romanian Garden



Marina SUSANU

Elena CHIOSA

Pierre MARLIER

Bilal EL KAZOUI

Valentin PAOLI

Michaela DURILLOVA

Diana GROMANOVA



Proiectul se referă la mulți fermieri care creează o asociație pe nume ROMANIAN GARDEN, care colectează fructe, legume și miere de la fermierii și apicultorii regionali. Acestea sunt produse ecologice și locale și provin de la diferiți fermieri pentru a-și mări numărul de clienți. Aceste produse vor fi vândute consiliilor de muncă a unor companii imense care sunt interesante în acordarea unor salarii sau facilități angajaților lor. Acest lucru le va permite să se bucure de prețuri reduse și să aibă totul servit în propria lor companie fără a pierde vreun timp.

Într-adevăr, consiliul de lucru este o asociație care urmărește să investească bani pentru bunăstarea angajaților. Cooperativul va avea posibilitatea de a recupera toți banii investiți. În plus, clienții nu trebuie să meargă într-o supermarket pentru a cumpăra fructe și legume. Imaginați-vă cât de frumos va fi să vă bucurați de astfel de beneficii; suntem destul de siguri că nu veți avea nici o putere care să vă ușureze viața.

The project is about many farmers who create an Association named ROMANIAN GARDEN which collects fruits, vegetables and honey from regional farmers and beekeepers. Those are organic and local products, and come from different farmers in order to broaden their customers. These products will be sold to Work Councils of huge companies which are interesting in giving some remunerations or facilities to their employees. This will allow them to enjoy reduced prices and to have everything served in their own company without wasting any time.

Indeed, the Work Council is an association, which aims to invest money for the welfare of employees. The cooperative will have the opportunity to recover all the invested money. Moreover, the customers don't need to go in a super market to buy fruits and vegetables. Imagine how nice it will be to have such benefits ; we are pretty sure you wouldn't have any power it will make your life easier.

Solar Tech



Florian Mirolo

Tom Oberto

Quentin Florence

Guillaume de la Sayette

Victorien Surgand

Mircea Madalin Marian

Ovidiu Dragoș



Proiectul nostru este crearea unei companii specializate în panouri solare organice. Clienții noștri țintă sunt spitalele, fermele și clădirile de birouri. Ceea ce aduce Solartech este transparența panoului solar și capacitatea lor de a absorbi numai lumina UV și infraroșu și permite luminii din spectrul vizibil să treacă, făcându-le astfel aplicabile pe ferestre. Aceasta înseamnă că nu necesită alt spațiu decât cel pe care îl aveți deja.

Polimerul va fi introdus ca un strat subțire între două straturi de sticlă. Procesul de construcție se va face cu mare precizie, iar produsele noastre vor fi realizate la comandă. Este o investiție bună deoarece aduce o scădere importantă a costurilor energiei electrice și este, de asemenea, prietenoasă. Principalele domenii de activitate vor fi reprezentate de procesul de producție și instalare și de serviciul de monitorizare și întreținere.

Our project is the creation of a company specialized in organic solar pannels. Our target customers are hospitals, farms and office buildings. What Solatech brings as a new is the transparency of the solar pannel and their capacity to absorb only UV and Infra-red light and let the visible spectrum light pass, thus making them applicable onto windows. This means that they don't require other space than the one you already have.

The polymer will be inserted as a thin layer between two layers of glass. The building process will be done with high precision and our products will be custom made. It is a good investment because it brings a big decrease in electricity costs and it is also biofriendly. Our main activity fields will be represented by the production and instalation process and the monitoring and maintenance service.



2016

România
beyond the Carpathian garden

**Boost your
BEST
Entrepreneurship
skills in
Transylvania**

International Summer Academy

**Innovations 4 Valuing
Cultural & Patrimonial Heritage**

**6th Edition, 8 – 15 July 2016
Tirgu Mures, Romania**

Partners & Friends

UNIVERSITATEA PETRU MAIOR TIRGU MURES
UNIVERSITATEA TRANSILVANIA
ALUMNI PETRU MAIOR TIRGU MURES

BisApis Association
Glorie W Association
Glodeni Distilleries
Granpon D'Or
Gungahiu High School
KM Zero Tour Agency
Lapuzna Breweries
Maris Restaurant

Mihai Eminescu Trust
Mindatod
Office Caffee
Reghin Museum
Sanctua
Siletina
Mures County Council
Tirgu Mures Municipality

BESTransylvania
Print by: labimage.ro



Horse Trip Transilvania



Cutcovscaia Ecaterina

Seremet Daniela

Matei Cristina

Wagner Melanie

Bourlon Christophe

Mouille Kevin



În această săptămână, datorită scolii internaționale de vară „Best”, am vizitat diferite comunități rurale și am ajuns la ideea că pentru a valorifica patrimoniul și cultura românească avem nevoie de ceva original. România este o țară plină de locuri minunate, multe dintre ele fiind în zone relativ izolate, departe de stațiunile urbane sau turistice. Am hotărât că crearea unei companii care să promoveze turismul de aventură, în special, călăria, ar fi soluția perfectă. Această afacere poate atrage atât clienți locali, cât și clienți străini, generând astfel venituri pentru Transilvania. Orice activitate turistică poate fi exploatată prin introducerea unor oferte atractive. Compania noastră "Călătoria pe cai în Transilvania" propune activități de aventură, principala activitate fiind calaritul. În România nu există o concurență directă, dar există o abordare indirectă. Am decis să alegem calarie pentru că nu există o astfel de companie pe piață. Pe de altă parte, compania noastră permite rezolvarea problemei șomajului în zonele rurale, menținerea relațiilor cu clienții străini pasionați de aventură și călărie și, în același timp, generarea de venituri.

This week, due to International Summer Academy Best, we visited different rural communities and we got the idea that to harness the Romanian heritage and culture we need something original. Romania is a country full of wonderful places, many of which are in relatively isolated areas, far from urban or tourist resorts. We decided that to create a company that promotes adventure tourism and in particular horse riding would be the perfect solution. This business can attract both local and foreign clients and thus generating revenues for Transylvania. Any touristic activity can be exploited by introducing attractive offers. Our company "Horse Trip in Transylvania" proposes adventure activities, the main activity being horse riding. In Romania there is no direct competition but there's indirect one. We decided to choose horse riding because there is no such a company on the market. On the other hand, our company permits to solve the problem of unemployment in rural areas, to maintain relationships with foreign customers passionate of adventure and horse riding and at the same time to generate revenues.

Horse Trip Transilvania

Segmentele clienților noștri se bazează pe oameni care visează la evadare, aventură, care sunt curioși și în mare parte pasionați de călătorii. Relația pe care dorim să o creăm cu clienții noștri este să îi facem să înțeleagă că suntem la dispoziție pentru ei dacă au nevoie de ajutor pentru orice și să-i îndrumăm în timpul vizitelor zilnice. Vrem să ne luptăm pentru neînțelegerea culturală și părerile neplăcute pe care europenii le-au avut despre România, de aceea oferim activități precum călărie, descoperirea meșteșugurilor locale, vizite ale monumentelor istorice și oferim cazare în case de oaspeți. Clienții pot să uite de cotidianul lor supraîncărcat, să se întoarcă în natură și să descopere o țară care se mișcă doar în față. Pentru a optimiza modelul nostru de afaceri, a câștiga profit și a reduce riscurile pe care le vom colabora cu diferiți parteneri, care sunt case de oaspeți tradiționale și oameni din mediul rural capabili să ofere cazare clienților interesați de tradițiile și cultura românească, primăriile din Transilvania să aibă permisiunea pentru a vizita diferite locuri istorice și o societate contabilă pentru a gestiona întreprinderea noastră. Furnizorii noștri cheie sunt companiile agricole care vor asigura hrană pentru cai.

Our customer segments are based on people who dream of escape, adventure, who are curious and mostly riding enthusiasts. The relationship that we want to create with our customers is to make them understand that we are available for them if they need help for anything and to guide them during the daily visits. We want to fight about cultural misunderstanding and bad opinions that Europeans got about Romania that why we offer activities such as horse riding, discovery of local crafts, visits of historical monuments and we provide accommodation in guest houses. Customers can forget about their overloaded quotidian, return to nature and discover a country that is moving full steam ahead. In order to optimize our business model, gain profit and reduce the risks we will collaborate with different partners, which are traditional guest houses and rural people able to provide accommodation for customers interested in Romanian traditions and culture, city halls of Transylvania to have the permission to visit different historical places and one accounting Company to manage our enterprise. Our key suppliers are agricultural companies which will provide food for horses.

Humanity Holidays

Road Trip



Ana-Maria

Marina

Margaryta

Julia

Lisa

Laurence

Coralie



Dorim să promovăm patrimoniul Transilvaniei făcând o excursie rutieră umană. Oamenii vor descoperi țara cu mașina, vor renova, de asemenea, monumentele și după ce vor avea toată după-amiaza pentru a vizita orașule din apropiere. Ideea noastră este să schimbăm opinia pe care o au oamenii despre România și să facă monumentele utile și utilizabile. Cu ajutorul clienților noștri le oferim posibilitatea de a-și face cunoscute brandul, de a avea o piață nouă și de a plăti mai puține taxe. Prin această excursie rutieră, oamenii vor descoperi o altă cultură, vor mânca produse locale, vor vedea haine locale și, de asemenea, vor face călătoria autentică. Călătorii vor fi tineri (între 20 și 30 de ani) care iubesc aventura, care sunt deschisi și iubesc împărtășirea momentelor fericite. Ei pot călători gratuit și pot ajuta populația română să restaureze unele monumente care se sfărâmă. Acest plan se va întâmpla dimineața aproximativ 4 ore, iar în după-amiaza ei vor descoperi orașul cu mașina. Pentru a vizita orașele le vom da numele faimoaselor monumente sau muzee. Seara vor mânca și vor dormi în case de oaspeți. Ei vor veni în România cu avionul timp de 10 zile. O mașină de închiriat va fi la dispoziția lor pentru călătoria rutieră.

We would like to promote the Transylvanian patrimony by making a Humanity Road Trip. People will discover the country by car, they will also renovate the monuments and after they will have all the afternoon to visit the city nearby. Our idea is to change the opinion that people have about Romania, and make the monuments useful and usable. With help of our customers we will give them the opportunity to make known their brand, have new market and pay less tax. By this roads trip, people will discover another culture, they will eat local products, see local clothes and also they will make the authentic travel ... Travelers will be young people (between 20 and 30 years old) who love the adventure, like help people, who are open-minded and love sharing happy moments. They can voyage for free and help the Romanian population to restore some monuments which are crumbling. This plan will happen the morning for approximatively 4 hours and in the afternoon they will discover the city by car. To visit cities we will give them the names of the famous monuments or museums. During the evenings they will eat and sleep in guest houses. They will come to Romania by plane for 10 days. A rent car will be at their disposal for the road trip

Humanity Holidays

Road Trip

Partenerii noștri cheie sunt producătorii locali, cetățenii (la casele de oaspeți), bineînțele aeroportul, biroul de închirieri auto și agenția de comunicare.

Clienții sunt parteneri care ne vor oferi banii necesari pentru restaurarea monumentelor. Acești parteneri sunt de exemplu: companii mari din Uniunea Europeană sau consilii. Suntem în piața de nișă, deoarece proiectul nostru este o inovație, nu avem o concurență directă. Pentru a face acest plan eficient, trebuie să stabilim o relație durabilă. Resursele noastre cheie sunt persoane care au voință bună, partenerii și clienții noștri.

Vom face proiectul nostru pe un site web, pe rețele sociale, la universități pentru a atrage tinerii, în timpul evenimentelor, a zilei academice și la târgul de turism. Pentru a câștiga bani, vom oferi camere ca go-pro călătorilor. În timpul călătoriei lor, ei se vor filma singuri. Toate filmele filmate vor fi re-lucrate pentru a face un DVD și pentru a-l vinde călătorilor. Și, în final, vom face tricouri, chipiuri și accesorii cu logo-ul călătoriei rutiere.

Our key partners are local producers, citizens (at guest houses), of course the airport, the rent car office and the communication agency.

Customers are partners who will give us the required money to restore monuments. These partners are for example: large companies in the European Union or councils. We are in the niche market because our project is an innovation, we have no direct concurrence. To make this plan efficient we have to make a sustainable relationship in place. Our key resources are people who have good will also the partners and our clients.

We will make our project on the website, at social network, at universities to attract young people, during the events, the academic day and at tourism fair. To earn money we will give cameras like go-pro to the travelers. So during their travel they will film themselves. All filmed movies will be re-worked to make a DVD and sell to travelers. And finally we will make Tshirts, caps and some accessories with the logo of the road trip.

SANATHATE



Laura Cavalluci

Lorena Gorea

Liane Grandet

Paola Hans-Moevi

Sacha Schurz



Conceptul nostru este de a vinde produse tradiționale românești. Ideea proiectului s-a născut în timpul călătoriei noastre în România. În timpul acestei călătorii am descoperit băuturi locale și am vrut să cumpărăm câteva, dar problema era că nu am putut găsi un loc unde au fost vândute băuturi autentice. În scopul de a răspunde nevoii noastre, am decis să deschidem un nou tip de magazin de ceai. Vrem să creăm un "Starbucks românesc" pentru a promova cultura țării. Vom vinde băuturi locale, băuturi speciale, cum ar fi limonada, siropul, ceaiurile și supele. Cu aceste băuturi vom propune, de asemenea, prăjituri tradiționale, intenționăm să vindem aceste băuturi în recipiente specifice cu motive tradiționale. Vrem clienților noștri să descopere și să aprecieze băuturile tradiționale sănătoase într-o atmosferă convivială. Numele mărcii este «SANATA» THÉ ». Este o combinație românească franceză. Din limba română, cuvântul "sănătate", iar în franceză "thé" înseamnă "ceai", așa că numele își reia conceptul și valorile. Este, de asemenea, un nume pertinent și remarcabil. Promovează calitatea produselor noastre și arată că băuturile noastre sunt sănătoase.

Our concept is to sell romanian traditional products. The idea of our project was born during our travel in Romania. During this journey we discovered local drinks and we wanted to buy some, but the problem was that we couldn't find a place where authentic beverages were sold. In the goal of responding to our need we decided to open a new kind of tea shop. We want to create a "Romanian Starbucks" to promote the culture of the country. We will sell local drinks especially drinks like limonade, sirop, teas and soups. With this drinks we will also propose traditional cookies and cakes, we plan to sell these drinks in specific recipients as traditional poteries. We want our customers to discover and appreciate traditional healthy beverages in a convivial atmosphere. The name of the brand is « SANATA' THÉ ». It is a French Romanian combination. In romanian, the word "sanatate" means "health" and "cheers", and in french "thé" means "tea", so the name resumes our concept and values. It is also a pertinent and an outstanding name. It promotes the quality of our products and it shows that our drinks are healthy.



CHEVALLIER Jean-Baptiste

HISEMOVA Magdalena

KAPPS Timothée

MAN Adrian

IMON Antoine

ABNITZ Ludovic



Proiectul nostru a venit din ideea globală de couchsurfing. Lucrează foarte bine în lume și crește foarte mult. Din păcate, în special în România, nu este destul de răspândită. Excursia culturală a studenților este un proiect pe termen lung, cu două obiective principale. Unul dintre acestea este creșterea turismului în regiuni selectate pentru a ajuta producătorii și familiile locale să-și vândă produsele fabricate la domiciliu. Alt scop este conectarea oamenilor de diferite culturi, construirea unui parteneriat prietenos între țări și descompunerea clișeeilor. Elevii, ca un grup de clienți, vor dobândi experiență, cunoștințe și abilități lingvistice. Pentru familiile clienților va fi șansa de a-și vinde produsele de uz casnic și de a cunoaște culturi noi, iar producătorii locali vor avea ocazia să-și promoveze și să vândă produsele și astfel să câștige noi clienți din întreaga lume. Navigarea pe canapea există, dar nu se concentrează în satele mici ceea ce oferim. Am putea împărtăși o rețea globală de producători locali și familii în mediul rural, în care elevii ar putea să se distreze și să se culce. Deci este o experiență unică. De asemenea, prețurile noastre sunt foarte ieftine. Pentru prima călătorie trebuie să plătiți 20 €. Apoi, dacă vă bucurați de ea și o recomandați unui prieten, veți câștiga o excursie gratuită. Pentru a promova brandul nostru vom folosi influența universității.

Cultural students trip is a long-term project with two main objectives. One of them is to increase the tourism in selected regions in order to help the local producers and families to sell their home-made products. Other purpose is to connect people of different cultures, to build friendly partnership between countries and to break down the cliches. Students, as one group of our customers, will gain experience, knowledge and language skills. For the guest families it will be the chance to sell their home-made products and to know new cultures and local producers will have an opportunity to promote and sell their products and so to gain new customers from worldwide. Couch surfing exists but it's not focused in small villages what we offer. We could share a global local producers network and families in countryside in which students could have fun and sleep in. So it's a unique experience. Also our prices are very cheaper. For the 1st trip you have to pay 20€. Then if you enjoy it and recommend it to a friend you will earn a free trip. To promote our brand we will use the university influence.



În afacerea noastră ne bazăm pe utilizarea unor parteneriate puternice. De aceea credem în companii mari pentru a promova produsele noastre. Sperăm să construim o alianță între grupurile de producători locali și familiile din România pentru studenții din alte țări. Principalele noastre activități și investiții se axează în principal pe comunicarea care va reprezenta 80% din activitatea noastră. Scopul este să ne apropiem de țelul nostru de afaceri, care este student, familie și producători locali. Pentru a obține bani, intenționăm să ne conducem afacerea folosind crowdfunding și achiziționarea de companii private de investitori.

Alegem studenții între 18 și 26 de ani pentru clienții noștri principali, deoarece sperăm că vor aduce noi clienți ca și alți studenți, familia. Este una dintre sursele în care putem spera succes pentru România. Vom utiliza e-marketing drept canal principal pentru a comunica brand-ul nostru. Analiza noastră ne-a arătat că avem nevoie de 40000 de euro pentru a asigura lansarea afacerii noastre. Din cauza timpului de a fi recunoscuți pe internet, credem că vom obține o rentabilitate a investițiilor după o promovare de doi ani.

In our business we count on using strong partnerships. That why we believe in big companies to promote our products. We hope to build an alliance between local producers groups and families from Romania to Students from other countries. Our key activities and investments are mainly focused on communication which is going to be 80% of our work. The goal is to get closer to our business target who are students, families and local producers. To get money, we plan to lead our business using crowdfunding and getting private investors companies.

We choose students between 18 and 26 years old for our main customers because we hope they will bring new customers as other students, family. It's one of the sources in which we can hope success for Romania. We will use E-marketing as our main channel to communicate our brand. Our analyse showed us that we need 40000 euros to ensure the launching of our business. Because of time to be reknowned on internet we think getting a return on investment after 2 year promoting.

Stepping back in time

Franck Baur
Cécile Shen
Renata Hreskova
Cristina Nicolaescu
Dionisie Silvestru



România, în special Transilvania, are o istorie lungă de vânătoare tradițională și autentică. În prezent, această țară este încă o destinație principală pentru vânători. Putem găsi o mulțime de animale, cum ar fi urși, lupi, urși, căprioare, fazani și vulpi. În plus, concentrația urșilor din Transilvania este cea mai mare din lume, cu excepția Rusiei. Peste 7.000 de urși trăiesc în pădurile din România. În Europa de Vest, ca și Franța, mulți oameni doresc să călătorească pentru vânătoare și să descopere sau să recupereze autenticitatea și modalitatea tradițională de a vâna. Obiectivul nostru este să le atragem în Transilvania și să le facem o experiență uimitoare. De aceea am creat "Stepping back in time" (SBT). SBT este o societate cu răspundere limitată, cu 8 asociați. Compania funcționează ca o agenție de turism; treaba noastră este să oferim cazare și să organizăm excursii pentru clienți. De asemenea, dorim să oferim un serviciu all-inclusive în câteva zile. Grupul nostru țintă este vânătorii de nivel înalt de viață sau persoane din Europa care doresc o experiență neobișnuită. Putem ajunge la ele prin revista specială de vânătoare, rețele sociale, site-ul web, publicitate și prin parteneriat.

Romania, and especially Transylvania has a long history of traditional and authentic hunting. Nowadays, this country is still a main destination for hunters. We can find a lot of animals like bears, wolves, wild bears, deer, pheasants and foxes. Furthermore, the concentration of bears in Transylvania is the highest in the world, except Russia. Over 7.000 bears live in the woods of Romania. In Western Europe, like France, many people want to travel for hunting and discover or retrieve authenticity and traditional way to hunt. Our goal is to attract them in Transylvania, and make them an amazing experience. That is why we created "Stepping back in time" (SBT). SBT is a limited liability company with 8 associates. The company is working like a travel agency; our job is to provide accommodation and organize trips for the customers. We also want to offer a service all-inclusive during few days. Our target group is high living standard hunters or people from Europe who want unusual experience. We can reach them through special hunting magazine, social networks, website, advertising and through the partnership.

Stepping back in time

Partenerii vor fi, în cea mai mare parte, asociații de vânatoare din România, precum și cluburi, castele, companii de transport, magazine de arme, șantiere de fotografiere. Este foarte important pentru noi să găsim cele mai bune locuri de vânatoare și să oferim o abordare individuală pentru fiecare client. De fapt, activitățile companiei se axează pe vânzarea pachetelor și organizarea vânătorii, cu cele mai înalte calități și cele mai bune prețuri. Pachetele sunt create pentru diferite tipuri de vânători pentru a satisface toți clienții: Trofeul de joc mare, pachetul de jocuri mici și pachetul Battue. Cantitatea de pachete vândute depinde de calendarele de vânatoare. Majoritatea animalelor pot fi vâdate din septembrie până în decembrie, de aceea așteptăm un număr mare de clienți. De la începutul anului până în aprilie, oferim pachetul special "photoshooting" deoarece posibilitățile de vânatoare sunt închise. Originalitatea proiectului nostru este că firma noastră se bazează pe parteneriat și outsourcing. Dacă activitățile noastre încep să fie închiriate, ar putea fi adăugate activități de pescuit și ar putea fi făcute pachete noi de diversificare a produselor de la companie și a beneficiilor acesteia.

The partners will be mostly Romanians associations of hunting and also clubs, castles, transport companies, weapon shops, shooting ranges. It's really important for us to find the best hunting places and to provide individual approach for every customer. In fact, the company's activities are focused on selling packages and organizing the hunt, with highest qualities and best prices. The packages are made for different types of hunters to satisfy all the customers: Big game trophy, Small game package and Battue package. The amount of sold packages is depending of the hunting calendars. Most of the animals can be hunted from September to December therefore we are expecting large number of customers. From the beginning of the year until April, we are providing the special package "photoshooting" because the possibilities of hunting are bonded. The originality of our project is that our company is based on partnership and outsourcing. If our activities begin to be rentable, fishing activities could be added and new packages could be made to diversify the products from the company and its benefits.

Travel Around Transylvania

Estelle

Elena

Céline

Gabriel

Jakub

Cristian

Alexandre



Întreprinderea noastră organizează deplasări în Transilvania pentru pensionari. Activitatea cheie este ghidarea și arătarea produselor locale și a patrimoniului din Transilvania. Le oferim o scufundare totală în stilul de viață românesc. Ei pot alege locația potrivită cel mai bine: pensiune, locuitori sau într-o casă de oaspeți. Odată ce se întorc acasă, pot comanda online produsele de care s-au bucurat în România prin intermediul site-ului nostru web. Clienții noștri țintă sunt pensionari din Europa de Vest, care își pot permite să călătorească. Deoarece sunt pensionari, au mai mult timp să vadă lucruri pe care nu le-au văzut niciodată din viața lor și să descopere alte culturi. Organizăm călătorii pentru grupuri, care pot fi utile persoanelor izolate. Se pot întâlni cu alți oameni care au aceleași interese. Folosim mai multe canale de comunicare. În primul rând, am creat fluturași în locuri vizitate de clienții noștri. De asemenea, creăm un site web, pentru a comunica proiectul nostru și a face posibilă ordonarea produselor noastre.

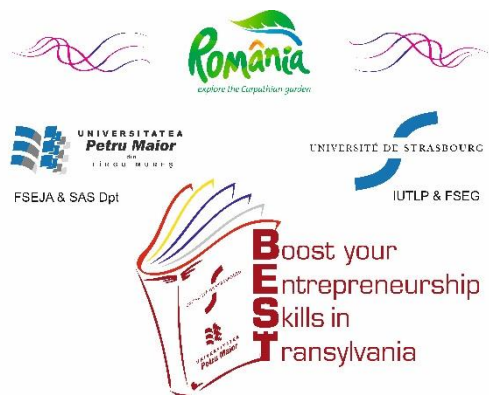
Our enterprise organises travels to Transylvania for retired people. The key activity is guide and show them the local products and heritage of Transylvania. We offer them a total immersion into Romanian lifestyle. They can choose the accommodation that fits them best: hostel, at inhabitants or in a guest house. Once they get back home, they can order online the products they enjoyed in Romania through our website. Our target customers are retired people from Western Europe, who can afford to travel. Since they're retired, they have more time to see things they have never seen of their life, and to discover other cultures. We organize travels for groups, which can be useful for isolated people. They can meet other people who have the same interests. We use several channels of communication. First, we set up flyers in places often visited by our customers. We also create a website, to communicate our project and make it possible to order our products.

Pentru a stabili o relație bună cu clienții noștri, implementăm promoții și reduceri. Acest lucru ne ajută să creăm loialitatea clienților, păstrând în permanență legătura cu aceștia. În România, clienții noștri se pot bucura de produsele locale fabricate de meșteșugari, cum ar fi miere, brânză, produse din lemn și sticlă. Ei pot mânca mese tradiționale și pot savura specialități locale. Participă la realizarea acestor produse și văd procesul de producție. Proiectul nostru răspunde unei nevoi specifice din partea persoanelor în vârstă: prin scoaterea lor din izolare, pot călători și descoperi o țară care nu este bine cunoscută. Acest lucru poate ajuta la diminuarea stereotipurilor despre români și la ajutarea acestora în dezvoltarea afacerilor locale. Principalul avantaj competitiv este acela de a crea o legătură directă între clienți și producători și permitem menținerea acestui link pe site-ul nostru. În România, totul este mai ieftin decât în Germania. Din cauza inegalității, oamenii din Europa de Vest sunt obișnuiți cu prețuri mai mari. Acest lucru ne-ar putea aduce profitabilitate.

In order to establish a good relationship with our customers, we implement promotions and discounts. This helps us create customers loyalty, by constantly keeping in touch with them. In Romania, our customers can enjoy the local products made by craftsmen, such as honey, cheese, wooden and glass products. They can eat traditional meals and drink local specialities. They participate in the making of these products and see the production process. Our project respond to a specific need from the older people: by getting them out of their isolation, they can travel and discover a country that isn't well known. This can help decrease the stereotypes about Romanians, and help them develop their local businesses. The main competitive advantage is that we create a direct link between the customers and the producers, and we allow this link to be maintained by our website. In Romania, everything is cheaper than in Germany. Because of the inequality, people from west Europe are used to higher prices. This could bring us profitability.



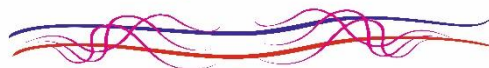
2017



International Summer Academy

7th Edition, 8 - 15 July 2017
Tirgu Mures, Romania

Flavour
is my Business



Partners & Friends

UMF Tirgu Mures, IMI Nova Chisinau, Balti University

Balint Trans, Bioeel, Casa de pe Deal, Chihereana Forest Fruits,
Cristurean Farm Heliur, GAL Saschiz, Granpan D'Or, Km Zero Tourism,
Maris Restaurant, Mihai Eminescu Trust, Nasca Bees Farm, Office Caffe,
Petry, Rabarbura Naturala, Sanlacta, Villa Vinea.

Mures County Council, Tirgu Mures Municipality



f BESTransylvania





Bieber Stéphane
Kraft William
Meyer William
Nasca Cristina
Mardale Elena
Padureanu Andreea
Salcudean Maria



În zilele noastre, problemele de sănătate se dezvoltă într-o rată în creștere, unele dintre ele fără tratament și singura modalitate este îmbunătățirea calității vieții. Motivele sunt multiple cum ar fi consumul de alimente nesănătoase și un stil de viață neorganizat. Ideea de a avea un stil de viață organizat, precum și de a consuma alimente biologice și sănătoase se dezvoltă și oamenii se interesează din ce în ce mai mult de această problemă. Proiectul se axează pe persoanele care suferă de tulburări pulmonare, probleme de piele și multe altele, dar și pe oameni sănătoși care au nevoie de relaxare din lupta zilnică, de stres sau doar de a-și schimba stilul de viață. Centrul nostru de aroma terapie este o oportunitate de a găsi un tratament personalizat și, în același timp, de relaxare.

În ceea ce privește persoanele sănătoase care vin să se relaxeze și să se simtă revitalizezate, am conceput următorul pachet: Wellness - cu un antrenor personal; 3 mese pe zi personalizate de nutriționiști; Băi cu uleiuri esențiale, miere, lapte și ceaiuri diferite; Activități în aer liber.

Nowadays, health problems are developing in an increased rate, some of them not having any cure and the only way is to improve the quality of life. The reasons are multiple such as eating unhealthy food and having an unorganized lifestyle. The idea of having an organized lifestyle, as well of eating biological and healthy food is developing and people are more and more interested in this matter. The project is focused on people who are suffering from pulmonary disorders, skin problems and more, but also on healthy people who need relaxation from the daily struggle, stress or just want to change their lifestyle. We created a way of preventing and combating multiple. Our aroma Therapy relief center is an opportunity to find personalized treatment and at the same time, relaxation.

Concerning healthy people who come to relax and feel revitalised we concepted the following package: Wellness – with a personal trainer; 3 meals per day that are personalized by nutritionists; Baths with essential oils, honey, milk and different teas; Outdoor activities.



Pentru persoanele cu afecțiuni pulmonare, recomandăm terapia cu aer din stupi. Această terapie constă în inhalarea vaporilor din stup prin intermediul unui sistem de înțepături. Acest lucru nu are efecte secundare și poate reduce doza de cortizol de la medicamentele tradiționale.

În afară de terapia cu stupi, oferim și produse apiterapeutice pentru antistres, detoxificare și imunitate.

De exemplu:

- Miere pentru efecte de vindecare
- Propolisul la creșterea nivelului de imunitate
- Vaselina regală este bună pentru imunitate, protecție solară

For people with pulmonary disorders we recommend hive-air therapy. This therapy consists in inhaling the vapours from the hive through a system of stings. This doesn't have side effects and it can reduce the dose of cortizol from traditional medication.

Besides the hive-air therapy we also offer apitherapeutic products for antistress, detoxification and immunity.

For example:

- Honey for healing effects and antiwrinkle
- Propolis to increasing your immunity level
- Royal jelly is good for immunity, solar protection and antiwrinkle

FLAVOURED BIOTY

Healthy beauty
for a glowing soul

Doina

Alina

Corina

Alexandra

Adelina

Jacky

Xavier



Aromatizat Bioty este una dintre cele mai noi generații de produse cosmetice. De fapt, folosește materii prime bio locale pentru a face produsul final. În prezent, clienții își pierd încrederea în produsele cosmetice din cauza reacțiilor alergice, a poluanților și a elementelor nocive. Acest brand este dezvoltat pentru a propune cosmetice mai sănătoase pentru față, corp și păr.

Valorile principale ale produselor aromatizate ale Bioty se bazează pe respectarea mediului înconjurător prin utilizarea produselor Bio, originalitatea prin adăugarea ingredientului neobișnuit și a purității componentei. Produsul este fabricat din ingrediente comestibile și are un ingredient neobișnuit. Pentru inovarea industriei cosmetice este nevoie de parteneri care produc ingrediente ecologice.

Aromatizat Bioty oferă materii prime de calitate superioară și ecologice precum mierea, legumele și fructele. Compania colaborează cu un fotograf însărcinat cu designul de marcă și ambalare.

Flavored Bioty is one of the new generation of cosmetic. In fact, it uses Bio local raw material to make the final product. Nowadays costumers are losing trust on chemicals cosmetics because of the allergic reactions, pollutant and harmful element. This brand is developed to propose healthier cosmetics for face, body and hair.

Flavored Bioty's main values are based on environment respect by using Bio products, originality by adding uncommon ingredient and purity of the component. The product is made by common edible ingredient further it has an unusual ingredient. For the innovation of the cosmetics industry, it is needed to have partners who produce eco ingredients.

Flavored Bioty offers high quality and ecological raw materials like honey, vegetables and fruit. The company collaborates with a photographer in charge of the brand and packaging design.

Compania are, de asemenea, o colaborare cu un studio de frumuseti numit ADELYS STUDIO, unde compania isi promoveaza si utilizeaza produsele.

Livrarea este furnizată de compania de livrare GLS. Flavored Bioty își promovează produsul utilizând rețele sociale precum FACEBOOK. Produsele companiei sunt create pentru femei și bărbați. Se așteaptă ca acest tip de afacere să se extindă în viitor în zona regională, astfel încât potențialul acestei companii de a inova piața produselor cosmetice este în curs de dezvoltare.

Datorită acestui fapt, se așteaptă ca societatea să își poată susține activitățile cu cel puțin un an. În plus, profitul net estimat demonstrează că societatea are auto-durabilitate. Astfel, veniturile sunt suficiente pentru acoperirea costurilor de producție. Conceptul de afacere Bio cosmetics a început în România, deci ascunde o adevărată oportunitate de dezvoltare. Din această cauză, aromatizatul Bioty va fi echipa BEST Flavor.

The company also has a collaboration with a beauty studio called ADELYS STUDIO, where the company promoting and using its products.

Delivery it is provided by GLS delivery company. Flavored Bioty is promoting his product by using social networks like FACEBOOK. The company's products are created for women and men. It is expected that this kind of business to expand in the future into regional area, so the potential of this company to innovate cosmetics market is into development.

Due to this fact, it is expected that the company can sustain its activities at least one year. Furthermore, the net profit estimated demonstrates that the company has self-sustainability. Thus, the revenues are enough to cover production costs. The concept of Bio cosmetics business has just begun in Romania, so it is hiding a real development opportunity. Because of that, Flavored Bioty will be the BEST Flavor Team.

FLAVOUR EDUC



Manon Lesaunier

Arthur Tabellion

Axel Reungoat

Guillaume Hilger

Mihaela Matei

Anca Hotnog

Bianca Popovici

Valentine Thal



Flavour 'Educ este o companie a cărei linie principală de activitate este comerțul. Prima idee pe care am avut-o a fost să facem lumea să trăim într-un loc mai bun și am realizat că pentru a îndeplini acest lucru trebuie să ne educăm viitorul, micuții.

Scopul nostru este de a crea și de a vinde un produs care este, de asemenea, educativ și distractiv, adresat:

- copiilor cu vârsta cuprinsă între 2 și 6 ani
- copiilor cu tulburări comportamentale precum hiperactivitate, deficit de atenție
- copiilor cu afecțiuni mentale, cum ar fi autismul

Produsul pe care îl vindem constă într-un dispozitiv controlat de un program software. Componentele componente ale dispozitivului sunt livrate de furnizorii noștri și le asamblăm.

Flavour' Educ is a company whose main business line is commerce. The first idea that we had was to make the world that we live in a better place and we realized that in order to fulfill this, we need to educate our future, the little ones.

Our purpose is to create and sell a product that is also educative and fun, addressed to:

- kids with ages between 2 and 6 years old
- children with behavioral disorders like hyperactivity, attention deficit
- children with mental conditions like autism

The product that we sell consist in a device controlled by a software program. The component parts of our device are delivered by our providers and we assemble them.

FLAVOUR EDUC



Produsele noastre sunt:

- o pomplă care pulverizează parfumul
- un cartuş care conține 20 de recipiente mici
- recipiente de 1 ml umplute cu uleiuri esențiale
- articole subțiri care conectează totul
- Cablu USB

De asemenea, aplicația va fi creată în compania noastră de către specialistul nostru IT.

Clienții noștri sunt: părinți, statul (școli, grădinițe), centre de reabilitare, spitale.

În ceea ce privește piața, vom dezvolta o strategie de marketing complexă, deoarece compania noastră va fi mai puțin cunoscută la început și de aceea promovarea este foarte importantă. Promovarea se va face pe mai multe canale, cum ar fi internetul, cu site-ul nostru web și cu rețelele sociale, iar noi vom participa și la conferințe.

Our products parts are :

- a pomp that sprays the perfume
- a cartridge that contains 20 small containers
- 1 ml containers filled with essential oils
- thin hives that connects everything
- USB cable

Also, the application will be created in our company by our IT specialist. Our customers are: parents, state for the education (schools, kindergartens), rehabilitation centers, hospitals.

Regarding the market we will develop a complex marketing strategy, because our company will be less known at the beginning and that's why promotion it's very important. The promotion will be done through several channels like the internet with our website and social networks and we also will participate at conferences.

Healthy Rapid Food



Garance
Valentina
Diana
Léana
Andrei
Nicolae
Edward
Alexandru



Principală idee a afacerii noastre este un restaurant numit Healthy Rapid Food (HRF), care răspunde nevoilor oamenilor moderni, timpului și sănătății. Timpul, pentru că angajații de astăzi nu au suficient timp să mănânce, petrecându-l muncind. Obiectivul nostru este, de asemenea, să influențăm în viitor viața oamenilor. Prima țintă va fi omul de afaceri, dar putem atrage și alte tipuri de clienți precum cei curioși, aventuroși și vegetarieni. Clienții vor putea alege ingredientele, care vor fi doar ecologice, proaspete, sănătoase și aromate. Știrile pe care le introducem pe piața noastră sunt, de asemenea, produsele alimentare cu insecte, care reprezintă o modalitate de a proteja mediul, deoarece masa normală provoacă mai multă poluare. Un alt punct cheie ar fi posibilitatea clienților de a alege și utiliza uleiurile esențiale prin propriul gust și preferință. Oferim, de asemenea, meniuri speciale, costume pentru nevoile clienților, pentru a vă ajuta cu unele dureri periodice, cum ar fi anxietatea, mahmureala și indigestia.

The main idea of our business is a restaurant, called Healthy Rapid Food (HRF), and it meet the needs of modern people, the time and health. Time because today employess dont have enough time to eat spending it on working. Our objective is also to influence lifestyles of people in future. The first target will be businessman but we can also attract other type of costumers susch as the curious, adventurous and vegetarians . The costumers will be able to choose the ingredients, that will be only organic, fresh, healthy and flavourous. The news we introduce in our market are also the food with insects, that is a way to protect environment becouse normal meal causes more polution. Another new keypoint would be the possibility of the costumers to choose and use essential oils by their own taste and preference. We also offer special , menues costumized to the needs of the clients in order to help with some periodic pains, like anxiety, headaches, hangover and digestion.

MYsteak

Apolline Helfer

Julien Lomonaco

Soufian Zongo

Corentin Lefebvre

Mihai Bircea



O aplicație va fi creată pentru a fi mai aproape de clienți, deoarece clienții vor putea să pregătească mâncarea și, de asemenea, să selecteze ingredientele, astfel încât mâncarea să fie gata deja când aceștia vin în restaurant. De asemenea, vom oferi un serviciu de livrare direct la birou sau acasă. Valorile noastre precum calitatea, sănătatea, serviciile și gustul ne vor pune în fața concurenților noștri.

Alegem să deschidem restaurantele noastre în orașul Cluj, pentru că este un oraș atractiv de afaceri, plin de viață, întrucât este întotdeauna casa festivalurilor care fac foarte mulți turiști să vină. Partenerii cei mai importanți vor fi fermierii locali care sunt aproape de noi și ne vor oferi cele mai bune produse la un preț rezonabil.

În concluzie, vom spune că afacerea noastră va inova modul de gândire despre alimente, despre aromă, despre gustul unui fel de alimente. Scopul afacerii noastre este de a face un impact în același timp asupra mediului și asupra oamenilor.

An app will be designed to be closer to the costumers, in that application the clients will be able to preorder food and also select the ingredients, so the food will be already done when they come to the restaurant. We also will provide a delivery service direct to the office or home.

Our values like Quality, Freshness, Healthness, service and Taste will put us in front of our competitors. We choose to locate our restaurants the city of Cluj, because it is an attractive bussines city, full of live as its always the home of festivals that make a lot of tourists to come in. The most important partners will be local farmers that are close to us and will provide us with a best products at a resonable price .

In conclusion we would say that our business will innovate the way of thinking about food , about flavour, about the taste of kind of aliment. The goal of our business is to make an impact at the same time on the environment and on human.

MYsteak

În prezent, consumul mondial de carne crește, pe măsură ce țările se dezvoltă și oamenii devin din ce în ce mai bogați (dovadă a unui nivel înalt de viață). Consumul exagerat de carne poate avea efecte negative asupra sănătății, cum ar fi bolile de inimă, cancerul datorat grăsimilor mari și colesterolului. În plus, agricultura induce gaze cu efect de seră și, de asemenea, utilizează o mulțime de resurse, cum ar fi apa, electricitatea ... Apropos, ar trebui găsită o nouă alternativă pentru a mânca proteine ca un gest ecologic. Obiectivul proiectului Utilizarea micoproteinei poate fi considerată o nouă oportunitate de a mânca proteine similare proteinelor animale. Astfel, propunem un produs care conține micoproteine, fibre și alte ingrediente cu aromă de carne, pentru a se apropia cât mai mult posibil de carnea originală. Consumatorii noștri ar putea alege aroma de carne a alimentelor sale. Transformări și caracteristici ale produsului: Se cumpără ingrediente crude (micoproteine, fibre, arome de carne ...) pentru a fi transformate de compania noastră. O pastă compusă din ouă, laptele este amestecat cu micoproteinele și aroma de carne. Prin urmare, aromele propuse sunt șuncă, carne de vită, carne de pui, carne de porc. O mare varietate este oferită de compania noastră. Aceste produse constituie o bună alimentare, deoarece conțin mai puțin grăsimi menținând gustul și inducând dezvoltarea musculară.

Nowadays, the world consumption of meat is increasing as countries are developing and people are getting richer (proof of high standard of living). The overconsumption of meat can have negative effects on health like heart diseases, cancers because of high fat and cholesterol. Moreover, farming induces greenhouse gas and also uses a lot of resources such as water, electricity...By the way, a new alternative should be found to eat proteins with an ecological gesture. The use of mycoprotein can be considered as a new opportunity to eat protein similar to animal proteins. Thus, we propose a product containing mycoprotein, fibers and other ingredients with a meat flavour in order to get closer as possible from original meat. Our consumers could choose the meat flavour of its food. Transformations and characteristics of the product Raw ingredients (mycoprotein, fibers, meat flavours...) are bought in order to be transformed by our company. A paste composed by eggs, milk is mixed with the micoproteins and meat flavour. Therefore, the flavours proposed are bacon, beef, chicken, pork. A large choice is offered by our company. These products constitute a good nutritional supply because they contain less fats keeping the taste and inducing muscle development.



Marina CAZACU

Aline
CHRISTMANN

Maëva COSTA

Ana IAGUBOVA

Caroline MOREAU

Camelia
NIRASTEAN

Victoria RUS

În prezent, mirosul clasic al ojei de unghii este neplăcut din cauza solvenților. Piața are nevoie de un produs cu parfumuri originale și plăcute. În plus, este greu în România a se găsi un lac de unghii de bună calitate care respectă atât mediul cât și unghiile și plămânii clienților. Clienții doresc produse mai hipoalergenice și ecologice. În cele din urmă, lacurile de unghii sunt în prezent un produs serios. Unii consumatori obișnuiți ar dori să aibă mai multe personalizări pentru produsele care le fac să se simtă unice. Vrem să creăm o varietate de lacuri organice cu mirosuri originale compuse din uleiuri esențiale; Dorim să oferim posibilitatea de a personaliza lustruirea unghiilor, alegând amestecul unic de culoare și miros; Vrem să distribuim produsul în zone greu accesibile (rural) și să atingem noi clienți. Vizăm două categorii de clienți: Clienți obișnuiți care sunt tineri în orașele care caută calitate și originalitate și pot plăti mult. Există mulți concurenți pe acest segment, dar piața este în creștere și noi suntem singurii care oferă o varietate de mirosuri, astfel încât să ne facă unici. Vom ajunge la ele prin implantarea produselor noastre în grila de magazine de medicamente și cosmetice ca un prim pas (B la B), apoi cu un serviciu de comandă online pentru a personaliza produsele ca un al doilea pas (B până la C).

Currently, the odour of classical nail polishes is unpleasant because of solvents. The market need a product with original and pleasant fragrances. Moreover, it's hard in Romania to find good quality nail polish that respect as much environment as the nails and lungs of the costumers. Customers want more hypoallergenic and organic product. Finally, nail polish are currently a serial product. Some regular consumers would like to have more personalize products that make them feel unique; We want to create a variety of organic nail polish with originals smells composed with essential oils; We want to offer the possibility to personalized the nail polish by choosing the unique mix of colour and smell; We want to distribute our product in areas hard to reach (countryside) and touch new customers. We are targeting two categories of customers; Regular customers that are young lady in the cities that look for quality and originality and can pay many. There is many competitors on this segment on nail polish but the market is growing and we are the only one that offer a variety of smells, so that make us unique. We will reach them by implanting our products in the grid of drugstores and cosmetics stores as a first step (B to B) then with an online command service for personalize products as a second step (B to C).

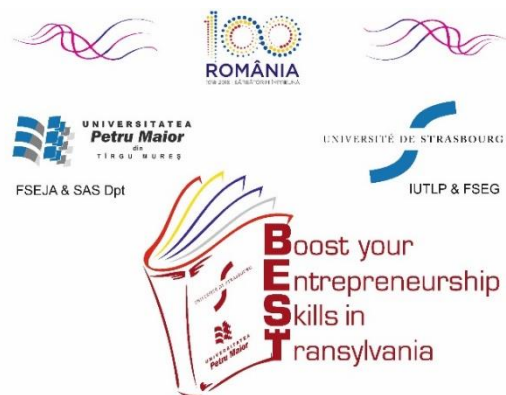


În prezent, non-consumatorii care sunt doamnele din zonele rurale care nu cumpără din cauza lipsei de alegere. Ne vom concentra pe acest obiectiv a doua oară pentru că există foarte puțini concurenți și am putea deveni lider pe această piață. E o oportunitate. Vom ajunge la ele prin crearea unui catalog de hârtie și prin negocierea colțurilor în magazinele producătorilor locali (B la C).

CARE SUNT PUNCTELE NOASTRE SPECIALE SI CARE SUNT AVANTAJELE NOASTRE? - În primul rând, trebuie să stabilim relații puternice cu furnizorii locali pentru a obține cele mai bune produse de încredere; În al doilea rând, trebuie să angajăm un chimist bun și să depunem brevet pentru a asigura exclusivitatea mirosurilor unice; În al treilea rând, trebuie să implantăm primul nostru sortiment gata pentru noi în magazinele de cosmetice; În al patrulea rând, trebuie să dezvoltăm piața națională prin intermediul unor cataloage și colțuri în magazinele locale și să dezvoltăm vânzările prin internet a produselor "à la carte".; Principalul avantaj al nostru este că nu există un concurent pe piața aromelor de lacuri de unghii; Al doilea avantaj este că vom avea mirosuri unice; Al treilea avantaj este că vom fi întotdeauna unicitate pentru clienții noștri deoarece am personalizat mirosul / culoarea amestecului în funcție de dorințele lor.

Currently non-consumer that are ladies living and rural area and don't buy because of the lack of choice. We will focus on this target in a second time because there is very few competitors and we could become the leader on this market. It's an opportunity. We will reach them by creating a paper catalogue and by negotiating corners in local producers stores (B to C).

WHAT ARE OUR SPECIAL POINTS AND WHAT ARE OUR ADVANTAGES? - Firstly, we need to establish strong relationships with local providers to get the best trustable products; Secondly, we need to hire a good chemist and to deposit patent to assure exclusivity on unique smells; Thirdly, we need to implant our first ready-to-us assortment in cosmetic stores; Fourthly, we need to develop country market by catalogues and corners in local stores and develop internet sales of « à la carte » products; Our main advantage is that there is no competitor on the flavoured nail polish market; Our second advantage is that we will have unique smells depositing patent; Our third advantage is that we will always be unique for our client because we personalized the mix smell/colour according to their desires.



International Summer Academy
8th Edition, 8 - 15 July 2017
Tirgu Mures, Romania



Partners & Friends

UMF Tirgu Mures, IMI Nova Chisinau, Balti University

Balint Trans, Bioeel, Casa de pe Deal, Chihereana Forest Fruits,
Cristorean Farm Hetiur, GAL Saschiz, Granpan D'Or, Km Zero Tourism,
Maris Restaurant, Mihai Eminescu Trust, Nasca Bees Farm, Office Caffee,
Petry, Rabarura Naturala, Sanlacta, Villa Vinea.

Mures County Council, Tirgu Mures Municipality



“CONNECTING BUSINESSES”

Petra Nastasicova,
Daniela Pastircakova,
Barbora Fedorcikova,
Jordan Huss,
Clara Curca,
Adrian Dalalau-Rus,
Eugenia Madalina
Cibotaru

În ciuda tuturor tehnologiilor, micii producători de jeleu organic și sirop încă lucrează separat. Ei au o problemă de a găsi furnizori pentru fructe organice, borcane și recipiente de sticlă care ar putea fi aduse în laboratoarele proprii. Este, de asemenea, greu pentru ei să-și promoveze brandul și au nevoie de sfaturi pentru toată administrarea afacerii solicitată de autorități.

Compania CO'B a venit cu ideea unui serviciu online care are caracteristici diferite: conectarea producătorilor de jeleu organic cu siropul cu furnizorii și serviciul de livrare, sprijin suplimentar cu marketingul, administrarea afacerilor pentru companiile aflate la început de drum.

Despite of all the technologies, small producers of organic jelly and syrup are still working separately. They have a problem to find suppliers for organic fruits, jars, and glass bottles that could be brought at their own location. It's also hard for them to promote their brand, and they need advice for all the business administration requested by the officials.

CO'B company came up with the idea of an online service which has different features: connecting producers of organic jelly and syrup with suppliers and delivery service, additional support with marketing, business administration for starting companies.

CONNECTING BUSINESSES



Clienții noștri sunt producători mici de jeleu organic și sirop care doresc să-și conducă afacerile mai eficient și au nevoie de ajutor. Aceștia pot accesa serviciile noastre prin site-ul nostru și prin solicitarea de sprijin pentru afaceri.

Principalul avantaj este inexistența concurenței. Alte puncte speciale între serviciile furnizate de compania CO'B oferă consultanță și asistență profesională necesare pentru a începe o afacere. De asemenea, pot solicita servicii de logistică și de marketing.

La început trebuie să solicităm subvenții de la guvernul român și împrumutul bancar pentru a începe afacerea. Profitul nostru va consta din valoarea fiecărei tranzacții realizată între companii și oferind un contact cu agențiile de marketing de încredere, companiile de livrare și consultantul în administrarea afacerilor.

Our customers are small producers of organic jelly and syrup who want to run their business more efficiently and need help. They can access our services by subscribing to our website and requesting for business support

The main advantage is non-existence of the concurrence. Other special points among provided services by CO'B Company are offering professional advice and support necessary for starting a business. They can also request for a delivery and marketing services.

At the beginning we need to demand for donation from Romanian government and bank loan to start the business. Our profit will consist of 7% share from each transaction realized between companies and providing a contact with trustworthy marketing agencies, delivery companies and business administration consultant.

“COOKIE JAR”

Arnaud Hinschberger

Yannis Benazzouz

Valentina Fortu

Jennifer Vormeier

Mihai Marian

Merve Sengonul

Anne Assi Kacou

Vrem să creăm o companie care va vinde prăjituri. Ne-am gândit că producătorii locali nu reușesc să-și vândă producția clienților din oraș. Apoi, am decis să devenim un fel de punte între ei și alți clienți. În primul rând, am putea să vindem prăjituri făcute manual cu materii prime naturale de la producătorii locali și să le facem mai sănătoși, de exemplu fără zahăr, fără gluten. Una dintre particularitățile noastre se va referi și la ambalaje speciale.

Clienții noștri ar fi cetățeni, cu vârsta cuprinsă între 20 și 50 de ani. Îi pasă de sănătatea lor și de mâncare. Ei ar avea o putere de cumpărare importantă din cauza prețului nostru. În plus, modul lor de viață va fi comparat cu cetățenii ca de exemplu din Paris sau Londra. Clienții noștri ar putea utiliza site-ul nostru pentru a cumpăra produsele tot o dată să beneficieze și de livrare dar ar putea merge și la supermarket. De asemenea, studenții și angajații companiilor partenere puteau cumpăra cu ușurință produsele având discount exclusiv.

We want to create company which will sell cookies to customers. We have been thinking that local producers are not able to sell their production to customers living in town. Then, we have decided to become a kind of bridge between them and other customers. Firstly, we could sell handmade cookies with natural raw materials from those local producers and make them healthier, for example sugar-free, gluten free. One of our particularity will also concern special packaging.

Our clients would be people, with an age between 20 and 50. They care about their health and about the food. Our customers would have an important purchasing power because of our price. Furthermore, their way of life will be compared to Townfolks, for example like in Paris or London. Our customers could use our website in order to buy our products with the delivery. They could go to supermarket too. Also, students in university and some company could buy easily with our partnership exclusive.

“COOKIE JAR”



Suntem o echipă internațională cu naționalitate diferităși diferite culturi (Franța, Moldova, Africa), vorbim multe limbi și produsele noastre vor fi realizate manual și din produse naturale.

Am putea cere UE să obținem un împrumut numit SOCOMA. Este un ajutor financiar european, suma fiind de 30 000 euro. Această sumă poate fi rambursată până la 60 de luni. În caz contrar, fiecare co-fondator va aduce capital propriu. În plus, în România, există programme de finanțare pentru pornirea unei afaceri fără a returna banii înapoi

We are an international team with different nationality and different cultures (France, Moldavia, Africa). We speak many languages. Our products will be handmade and with naturals.

We could ask EU to get a loan called SOCOMA. It is an European financial help, the amount is 30 000 Euros. This amount can be reimbursed until 60 months. Otherwise, each co-founder will bring provision of capital. Furthermore, in Romania, there is an organism that give money to startup without returning the money back

GOOD FOOD DELIVERY

Christina Matei

Marion Clement

Ines Haller

Chloe Charcosset

Ana-Maria Celan

Irina Paşa

Vrem să colectăm produse alimentare de la micii producători și fermieri locali, cu ajutorul platformei noastre, să vindem produsele lor unei clientele mai variate și mai numeroase. Facem acest lucru pentru a ajuta producătorii să-și livreze produsele și astfel să devină mai cunoscuți. Pe de altă parte, acest lucru permite un acces mai ușor al produselor alimentare către clienți.

Oricine poate cumpăra de la noi. Într-adevăr, poate fi o firmă mare de exemplu un supermarket sau un particular. Datorită site-ului nostru, clienții pot vedea toate produsele cu descrierea lor și le pot comanda dacă doresc. Asigurăm livrarea la timp și o aplicație permite clienților să urmărească comanda în timpul lanțului de livrare și vor primi o notificare atunci când își primesc produsele.

We want to collect food products in little farmers and producers and thanks to our platform, sell their products to a more varied and numerous customers. We make this for helping producers to send their products and so to become more known. On the other hand, this allows an easier access of food products to customers.

Everybody can buy it. Indeed, it can be a big firm like supermarket or a particular. Thanks to our website, customers can see all the products with their description and they can order them if they want. We ensure the delivery in time and an application allows customers to track their order during the delivery chain and they will have a notification when they receive their products.

GOOD FOOD DELIVERY



Pentru clienții (supermarket, particulari) propunem produse alimentare biologice certificate și alte produse fără certificare, dar de calitate. Trebuie doar să facă comanda pe site-ul nostru și noi asigurăm toate livrările. Livrările se vor face cât mai mult posibil cu bicicletele pentru a reduce poluarea, dar și cu mașinile pentru comenzi și distanțe mai mari.

Dacă vreodată clienții nu sunt disponibili când livrăm produsele lor, există un punct de depozitare care le permite să-și recupereze produsele ori de câte ori doresc.

Pentru producător, garantăm clienți mai mulți și mai diversificați. Produsele lor sunt exportate în alte țări, ceea ce le asigură o anumită durabilitate.

Produsele sunt certificate biologic de către laboratoare. Clienții au opțiunea de a alege între o gamă de produse biologice certificate cu un preț mare sau cele care se află în intervalul nostru de prețuri, accesibil tuturor.

For the customers (supermarket, particular) we propose certified biological food products and other products without certification but of quality. They just have to make their order on our website and we assure all the deliveries. The deliveries will be done as much as possible with bicycles in order to reduce the pollution but we use cars too for the bigger orders.

If ever the customers aren't available when we have their products, there is a relay point which allows them to recover their products whenever they want.

For the producer, we guarantee regular and more diverse customers. Their products are exported in others countries, which ensures them a certain durability.

Our products are certified biologically by external laboratories. Customers have choice between a range of certified biological products with a price higher than our normal range which is accessible to everybody.

ONLINE SOAPERIE

Louis FriedrichNoe
DerouandVictor Pierre
Abraham
MangeonjeanEmeric
Ulysse Albert
PhilippsIoana
MoldovanTamas
KibediNatalia BorodaŞtefan
MAIOŞ

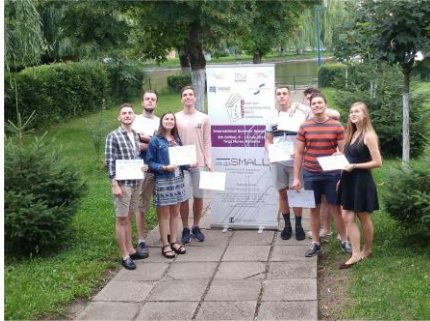
Scopul întreprinderii este de a produce şi vinde săpunuri organice. Propune o opţiune suplimentară: clientul are posibilitatea de a personaliza propriul săpun în ceea ce priveşte forma, mirosul sau tipul de piele folosind un site web interactiv. Potenţialul afacerii se bazează pe faptul că săpunul este în rutina zilnică a fiecăruia şi în creştere cererii de produselor ecologice în zilele noastre.

Clienţii noştri sunt copii, bărbaţi de orice vârstă, si in special femei cu vârsta cuprinsa intre 13 si 70 de ani. De asemenea, putem lua în considerare o abordare B2B prin vânzarea de săpunuri la hoteluri şi colaborarea cu meşteşugari pentru a proiecta pachete, forme de săpun şi decoraţiuni. Prima piaţă pe care o căutăm este regiunea Transilvania.

The enterprise's aim is to manufacture and sell organic soaps. It proposes an additional option: the customer has the possibility to personalize its own soap regarding the shape, scent or skin type using an interactive website. The potential of the business is based on the fact that the soap is in everybody's daily routine, and the increasing demand of organic products nowadays.

We target children, men of any ages, and especially women of age between 13 to 70+. We also can consider a B2B approach by selling soaps to hotels, and collaborating with craftsmen to design packages, soap's shapes and decoration. The first marketplace we're looking for is Transylvanian region.

ONLINE SOAPERIE



Producția B2C va depinde în cea mai mare parte de cererea clientului pe site-ul interactiv, unde poate defini caracteristicile săpunului personalizat, selectând ingredientele pe care produsul final le va conține în funcție de proprietățile pe care le caută. Ingredientele vor fi cumpărate cât mai mult posibil de la producătorii locali, fabricarea va depinde de rețeta clasică de săpun, dar și de nevoile și cererile clienților. Produsele pot fi livrate prin curier sau preluate direct la fabrica unde se poate cumpăra și un săpun ne-personalizat. Pentru a promova produsele noastre, vom folosi mijloacele de informare socială, donații, târguri dedicate și, eventual, le vom distribui prin magazine.

The B2C production will mostly depend on the customer's demand on the interactive website, where they are able to define the features of their personalized soap, by selecting the ingredients that the final product will contain depending on the properties they are looking for. The ingredients will be bought as much as possible from local producers, the manufacturing will depend on classic soap recipe but also the client's needs and requests. The products can be delivered by courier or directly picked up at the manufactory, where some non-customized soap could also be bought. To promote our products, we will use the social media, giveaways, dedicated fairs, and eventually distribute it through shops.

“SAVE ENERGY”

Marc DONEZ

Anthony FATH

Arnaud MACIAZEK

Guillaume BERTIN

Ioana Maria SIMON

Mukadder Dilara AYDINLI

Nur Aybuke AYDIN



Refacerea conceptului de iluminarea stradală prin adăugarea de senzori și automatizări, făcându-l cât mai mai eficient posibil.

Clienții vor fi în principal, orașele și municipalitățile acestora. Ei o vor cumpăra cu ajutorul ONG-urilor, Statelor și subvențiilor colectivităților ecologice. Combinăm două concepte moderne, cum ar fi iluminarea publică inteligentă și lampa stradală autosuficientă. Acest proiect este modern, ecologic și evită deșeurile.

Combinăm două concepte moderne, cum ar fi iluminarea publică inteligentă și lampa stradală autosuficientă. Acest proiect este modern, ecologic și evită deșeurile.

Garantăm răspândirea costurilor în funcție de mărimea proiectului. Toate veniturile vor fi reinvestite în companie pentru dezvoltarea ei.

Recreating the concept of street lights by adding sensors and automation and making it the more self-sufficient possible.

Customers will be mainly the cities and their municipalities. They will buy it with the help of NGOs, States and subventions from ecological collectivities.

We combine two modern concepts that are the smart public lightening and the self-sufficient street lamp. This project is modern, ecological and avoids waste.

We guaranty a spreading of the costs depending on the project size. All the revenues will be reinjected into the company in order to develop the firm.