



HELP
FOR
OPTIMISM

TSARA TSIKY 2025-2028



Settore di intervento

Imprenditoria sociale, Crescita economica, Women's empowerment, Water, Sanitation & Hygiene (WASH)



Luogo di realizzazione

Hell-Ville, Nosy Be, Madagascar

Durata

36 mesi



HELP
FOR
OPTIMISM

INDICE

1. BREVE STORIA DELL'ENTE: H4O, HELP FOR OPTIMISM	1
2. CONTESTO SPECIFICO E ANALISI DEI BISOGNI	2
2.1 SALUTE PUBBLICA	2
2.2 WOMEN	3
2.3 TRAINING AND JOB	3
2.4 ECONOMICS	3
3. LA RISPOSTA DI H4O: TSARA TSIKY	4
4. LA STORIA DI TSARA TSIKY	5
5. LA PROPOSTA PROGETTUALE	7
6. DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA' DI PROGETTO	8
6.1 COSTRUZIONE E ALLESTIMENTO DI UNA STRUTTURA DI PROPRIETÀ	8
6.1.1 ALLESTIMENTO LABORATORIO	8
6.1.2 ALLESTIMENTO MAGAZZINO	9
6.1.3 ALLESTIMENTO UFFICIO	9
6.2 FORMAZIONE DI NUOVO PERSONALE	9
6.2.1 FORMAZIONE GESTIONALE	10
6.2.2 FORMAZIONE CHIMICO-FARMACEUTICA	10
6.2.3 FORMAZIONE COMMERCIALE	10
6.3 COMUNICAZIONE, MARKETING E RETE COMMERCIALE	11
7. CRESCITA POST-PROGETTO	12



HELP
FOR
OPTIMISM

PREMESSA

La storia di Tsara Tsiky dimostra che è l'ora di chiudere un ciclo. Dopo anni di crescita e sviluppo di Tsara Tsiky con il supporto di H4O, Help for Optimism il team di donne impiegate è determinato a gestire autonomamente l'impresa sociale. Il progetto "Tsara Tsiky" intende dotare l'impresa e le lavoratrici di tutti gli strumenti e le competenze necessarie per essere in grado di gestire autonomamente l'impresa sociale.

Nel 2024, il team di Tsara Tsiky, coadiuvato dal team expat di H4O, ha svolto delle attività preliminari per studiare la fattibilità e l'investimento necessario per rendere Tsara Tsiky un'impresa indipendente e in grado di creare un forte impatto sociale.

Le attività realizzate sono state:

- **Analisi della Supply Chain:** Il team ha condotto uno studio dettagliato della supply chain locale dei saponi con l'obiettivo di identificare i fornitori a km0 che garantissero un basso rischio di stock out sulle forniture di materie prime
- **Analisi di mercato:** studiare la domanda locale, la segmentazione del mercato e il comportamento dei consumatori rispetto al mercato attuale, per capire come posizionare il sapone TsaraTsiky con un sapone di qualità ma a basso costo e elaborare una strategia di pricing per incentivare i rivenditori e i clienti finali.
- **Piano formativo:** È stato elaborato un programma di formazione rivolto alle lavoratrici, finalizzato a fornire le competenze necessarie per gestire l'impresa sociale in modo autonomo e sostenibile, incrementando l'empowerment e la leadership femminile.
- **Business plan 2025-2027:** È stato redatto un piano strategico che proietta i risultati economici su un orizzonte triennale e identifica l'investimento iniziale e le principali azioni necessarie per garantire la crescita e la sostenibilità a lungo termine dell'impresa.
- **Documentazione e burocrazia:** è stata creata un'impresa di diritto malgascio per trasformare Tsara Tsiky da un progetto in capo all'associazione locale non profit a un progetto imprenditoriale profittevole in linea con la mission e coerente con lo statuto di H4O Help for Optimism. Per mantenere il progetto in linea con gli obiettivi dell'associazione, H4O detiene l'80% delle quote. In questo modo l'80% dei profitti aziendali potrà essere reinvestito nei progetti di sviluppo portati avanti dall'associazione no profit. Il restante 20% sarà delle lavoratrici locali che saranno così incentivate ad assumere un ruolo imprenditoriale e non meramente da dipendenti.

Queste premesse e lo studio di fattibilità realizzato con un intenso confronto tra il team locale ed expat hanno messo in luce il grande potenziale di Tsara Tsiky per diventare una impresa sociale profittevole che possa catalizzare lo sviluppo sostenibile. Per questo, si vorrebbe iniziare un percorso volto a consentire a Tsara Tsiky, nel prossimo triennio, di raggiungere la sostenibilità organizzativa e finanziaria.

Per arrivare a questa fase, H4O ha la necessità di fare investimenti che permetteranno all'impresa di costruire una nuova sede, introdurre tre nuove linee produttive, formare e impiegare nuovo personale femminile, creare una rete commerciale competitiva che le permetterà di essere profittevole a partire dal 2027.



HELP
FOR
OPTIMISM

1. BREVE STORIA DELL'ENTE: H4O, HELP FOR OPTIMISM

H4O è nata nel 2014 da un gruppo di ingegneri che, dopo alcuni viaggi in Madagascar, hanno sentito l'esigenza di mettere a disposizione le proprie conoscenze per migliorare le condizioni di vita degli abitanti. H4O è cresciuta all'interno delle comunità rurali del Nord-Ovest del Madagascar, imparando la cultura, le tradizioni e soprattutto il dialetto locale. Attraverso un approccio bottom-up, basato sul continuo confronto con le comunità, sono stati identificati i problemi, le priorità di intervento e le soluzioni replicabili e innovative per risolverli. H4O è ad oggi una solida realtà sul territorio e ancora in forte espansione.

L'obiettivo dell'organizzazione è lo sviluppo di progetti multidisciplinari. Le attività sono volte alla realizzazione di progetti che rimettano al centro la condizione dell'essere umano e che garantiscano un accesso equo alle necessità primarie, alle risorse, al rispetto dei diritti umani e ad uno sviluppo sostenibile. Nello specifico H4O realizza progetti con un approccio olistico allo sviluppo e opera principalmente nei settori Water, Sanitation & Hygiene (WASH) e dell'imprenditoria sociale.

Dal 2014 i progetti realizzati da H4O si focalizzano principalmente su:

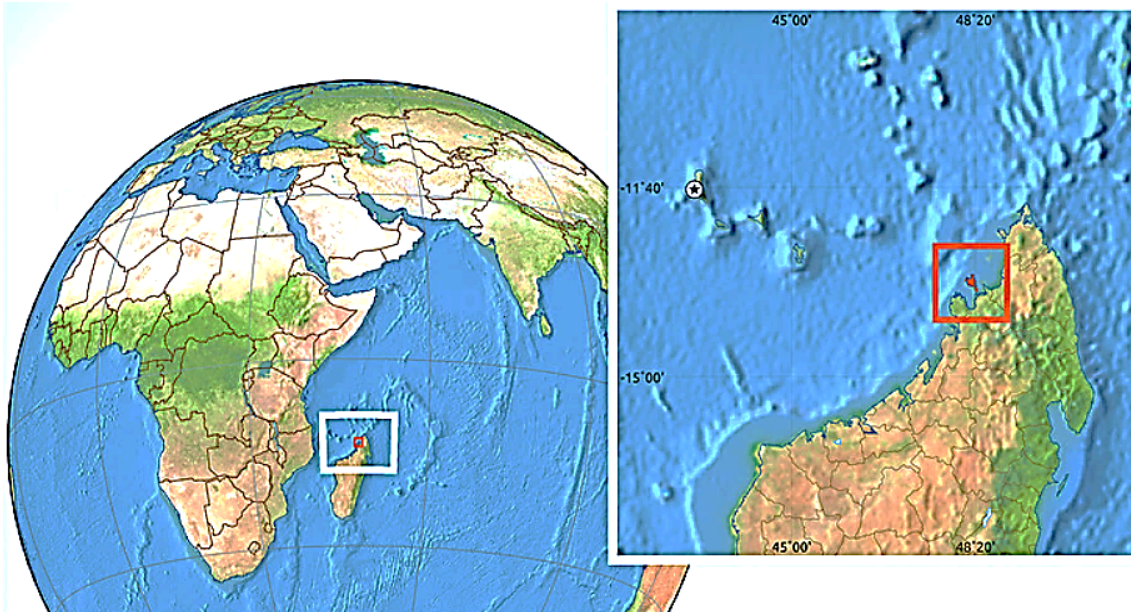
- La realizzazione di **acquedotti** per portare acqua pulita nei villaggi, nelle scuole e negli ospedali;
- La costruzione di **toilet** per le case private, per le scuole e gli ospedali;
- La **promozione dell'igiene** attraverso campagne di sensibilizzazione;
- La creazione di **imprese sociali** gestite da donne che producono dentifricio medicato e saponette naturali.

Gli interventi di H4O si basano su evidenze scientifiche grazie alla collaborazione con enti accademici. Ciascun progetto è disegnato per avere un focus particolare sui 4 valori chiave dell'organizzazione:



2. CONTESTO SPECIFICO E ANALISI DEI BISOGNI

Nosy Be è un'isola situata a 15 km al largo della costa nord-occidentale del Madagascar. L'isola misura 30 km da nord a sud, e 19 km da est a ovest, per una superficie totale di 325 km². Il nome Nosy Be significa "Grande Isola", dato che è l'isola più grande di un vasto arcipelago e costituisce il suo centro da un punto di vista sociale, culturale ed economico. Nel corso degli anni ha subito un importante sviluppo turistico che l'ha resa una meta gettonata per la sua fauna marina e la sua biodiversità. Nonostante la sua fama come destinazione turistica, fuori dalle spiagge private dei resort e dai circuiti battuti dalle escursioni, il contesto locale presenta le sfide e le difficoltà dei Paesi in Via di Sviluppo.



2.1 SALUTE PUBBLICA

In Madagascar, l'età media della popolazione è di 19.5 anni e buona parte delle morti è da associare a cause evitabili, in cui spiccano le malattie diarroiche¹. Dati del Joint Monitoring Programme di UNICEF e WHO² affermano che il 47% dei malgasci non ha accesso a una fonte d'acqua sicura, l'85% popolazione non ha accesso a strutture igienico-sanitarie migliorate e il 77% delle famiglie non hanno accesso a una stazione di lavaggio mani con acqua e sapone.

Nel 2023, nell'ambito di una ricerca svolta con l'Università di Torino, H4O ha condotto un'indagine per esaminare le conoscenze, gli atteggiamenti e le pratiche legate all'acqua e all'igiene della popolazione di Nosy Be. Questa ricerca ha evidenziato un'alta prevalenza di malattie diarroiche e la mancanza di consapevolezza riguardo le buone pratiche igieniche. Il lavaggio delle mani con acqua e sapone viene raramente considerato una pratica fondamentale per prevenire la diffusione di malattie. Inoltre, i partecipanti alla ricerca hanno evidenziato come il principale ostacolo il costo elevato dei prodotti per l'igiene personale e la loro scarsa qualità.

¹ WHO. Global health estimates: Leading causes of death.

www.who.int/data/gho/data/themes/mortality-and-global-health-estimates/ghe-leading-causes-of-death

² Joint Monitoring Programme. WASH data. Household data Madagascar - service level. <https://washdata.org/data>



2.2 WOMEN

In Madagascar, la figura femminile è la guida della vita familiare. Le donne si occupano infatti, senza essere retribuite, di tutte le attività domestiche quotidiane. Di conseguenza, le donne malgasce spesso mancano di indipendenza economica, il che le rende vulnerabili a discriminazione e violenza domestica.³

L'impossibilità di autodeterminarsi per una donna malgascia si riflette sul fenomeno del matrimonio precoce. La scelta di formare una famiglia in giovane età è influenzata dalla mancanza di risorse economiche e dallo stigma sociale nei confronti delle donne non sposate e delle gravidanze al di fuori del matrimonio, spingendo così le adolescenti e le loro famiglie a cercare attivamente un marito.



2.3 TRAINING AND JOB

Un recente report della World Bank⁴ illustra le sfide che le giovani donne malgasce affrontano in ambito lavorativo. A causa della persistenza di barriere economiche, sociali e istituzionali, le donne e le ragazze malgasce non riescono ad accedere alle opportunità lavorative in modo equo rispetto agli uomini e ai ragazzi. Le donne hanno un accesso limitato al mondo del lavoro perché mancano delle competenze e abilità richieste e degli strumenti necessari per tradurre le loro aspirazioni professionali in attività remunerative.



2.4 ECONOMICS

La situazione economica di Nosy Be riflette quella dell'intero Madagascar, un paese dove secondo i dati più recenti della World Bank⁵ l'80.2% della popolazione vive con meno di 2.15 US\$ al giorno. Questo valore, utilizzato a livello mondiale come soglia per la povertà assoluta, afferma che la popolazione malgascia è la più povera al mondo.

In Madagascar è fondamentale attrarre investimenti privati dato che l'economia si basa su pochi settori vulnerabili agli shock internazionali⁶, come l'estrazione mineraria, il turismo e l'agricoltura da esportazione. Un'economia fondata sull'esportazione di materie prime significa assenza di impianti produttivi. Di conseguenza, il paese dipende dalle importazioni per la maggior parte dei beni, con un ulteriore aumento dei costi dovuto al trasporto internazionale oltremare.

³ UNICEF. (2022). Gender Inequalities in Madagascar

⁴ World Bank. (2023). Unlocking the Potential of Women and Adolescent Girls: Challenges and Opportunities for Greater Empowerment of Women and Adolescent Girls in Madagascar.

⁵ World Bank. (2023). Poverty & Equity Brief Africa Eastern & Southern: Madagascar. World Bank Group. Poverty & Equity.

⁶ World Bank. (2022). Madagascar Economic Update: Navigating Through the Storm.



HELP
FOR
OPTIMISM

3. LA RISPOSTA DI H4O: TSARA TSIKY

Tsara Tsiky nasce come risposta concreta ai bisogni individuati nel contesto locale, trasformando le esigenze della comunità in un'opportunità di crescita e sviluppo. In questo processo, l'impresa sociale incarna e mette in pratica i quattro valori chiave di H4O.

L'obiettivo è infatti migliorare le condizioni economiche e di salute pubblica della comunità di Nosy Be, favorendo al contempo l'emancipazione femminile grazie alla formazione e a nuove opportunità lavorative.



SALUTE PUBBLICA

Tsara Tsiky immette sul mercato saponi di alta qualità a un prezzo accessibile, utilizzando ingredienti a km0 per sostenere l'economia del territorio. Inoltre Tsara Tsiky adotta un approccio mirato a rendere i prodotti per l'igiene più accessibili ed economicamente sostenibili, così da abbattere le barriere economiche che spesso ostacolano l'adozione di pratiche igieniche adeguate. Questo approccio contribuisce a migliorare la salute pubblica, offrendo un'opzione sostenibile e conveniente per l'igiene personale.



WOMEN

Il team di Tsara Tsiky è interamente composto da lavoratrici locali, con un forte focus su formazione e pari opportunità. L'impresa sociale garantisce salari equi e promuove l'indipendenza economica. Questo permette alle donne di accedere a ruoli decisionali e di leadership.



TRAINING AND JOB

La formazione professionale di nuove risorse e l'approccio alla formazione continua delle lavoratrici garantisce l'acquisizione di nuove competenze al passo con i tempi e la scalabilità del progetto, rafforzando l'expertise locale e creando nuove opportunità di lavoro.



ECONOMICS

Il modello economico del progetto si basa sulla valorizzazione delle materie prime presenti sul territorio per attivare l'economia locale e fornire un prodotto di largo consumo e accessibile a tutti. I ricavi generati dalla vendita del sapone permettono di coprire i costi aziendali e di assicurare un profitto che verrà reinvestito in altri progetti a impatto sociale. Inoltre verrà anche innescato un meccanismo a catena in cui i beneficiari economici saranno anche tutti i fornitori e i rivenditori inclusi nella supply chain del sapone Tsara Tsiky.



HELP
FOR
OPTIMISM

4. LA STORIA DI TSARA TSIKY

La storia di Tsara Tsiky inizia nel **2015** grazie a uno studio di fattibilità condotto da H4O insieme a una tesi magistrale della Facoltà di Farmacia dell'Università di Torino. Lo studio evidenzia la mancanza di un dentifricio realizzato in Madagascar, ma la presenza di un mercato fatto esclusivamente da prodotti importati per lo più da Indonesia, India e China.

Nel **2016**, nell'ambito dei progetti WASH di H4O, nasce il laboratorio che produce il primo dentifricio interamente *Made in Madagascar*, con l'obiettivo di supportare i corsi di Hygiene Promotion nelle scuole delle piccole isole dell'arcipelago. Il laboratorio Tsara Tsiky prende forma nel contesto rurale dell'isola di Nosy Komba, dove vengono assunte le prime dipendenti del progetto. La produzione è interamente manuale e il bacino di utenti è principalmente composto dagli abitanti dell'isola stessa. Tre ragazze dell'isola vengono formate e impiegate stabilmente in laboratorio e nella vendita porta a porta. In questo modo i dentifrici Tsara Tsiky raggiungono tutti i villaggi di Nosy Komba e vengono distribuiti gratuitamente ai bambini delle scuole che partecipano ai programmi di Hygiene Promotion.

Con l'acquisizione di esperienza, buone pratiche e l'avvento del COVID-19, il team decide di avviare la produzione di saponette per promuovere il lavaggio mani e limitare la trasmissione delle malattie. I saponi Tsara Tsiky sono stati studiati per rispondere direttamente ai bisogni evidenziati dalla popolazione locale. Attraverso la ricerca dei bisogni e in risposta alle lacune del mercato, sono emerse le tre principali criticità dei saponi tradizionali e accessibili a tutti:

a) odore intenso derivante dall'uso di grassi animali; b) sensazione di unto lasciata dopo il loro utilizzo; c) ridotto potere schiumogeno.

Per Tsara Tsiky si presenta così una nuova occasione per creare un prodotto tanto semplice quanto importante, partendo dalle criticità evidenziate dagli utilizzatori finali.

Nel **2022** viene presa una struttura in affitto nel contesto urbano di Nosy Be e viene attrezzato un nuovo piccolo laboratorio Tsara Tsiky con l'allaccio alla rete elettrica municipale. Si dà quindi il via alla produzione di un sapone bio, naturale e km 0.

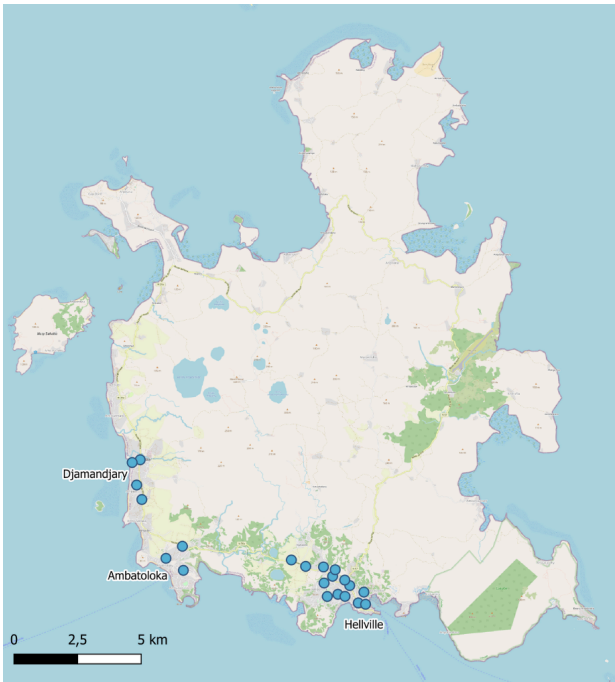
L'obiettivo di Tsara Tsiky si riconferma quello di offrire prodotti di qualità, che siano accessibili a tutti e utilizzando materie prime vegetali locali. Le saponette sono state quindi formulate per ridurre l'impatto sull'ambiente durante tutta la sua supply chain, dall'approvvigionamento delle materie prime fino al packaging plastic-free, garantendo un prodotto che tutela sia la salute del consumatore che quella dell'ambiente. Questa soluzione risponde alle esigenze dei consumatori, migliorando la qualità del prodotto e riducendo significativamente l'impatto ambientale.

Questo importante passo permette a Tsara Tsiky di formare e assumere altre donne dedicate alla produzione di saponi. A partire dal **2023**, il laboratorio raggiunge una produzione di 10.000 unità di dentifricio e 10.000 saponette.

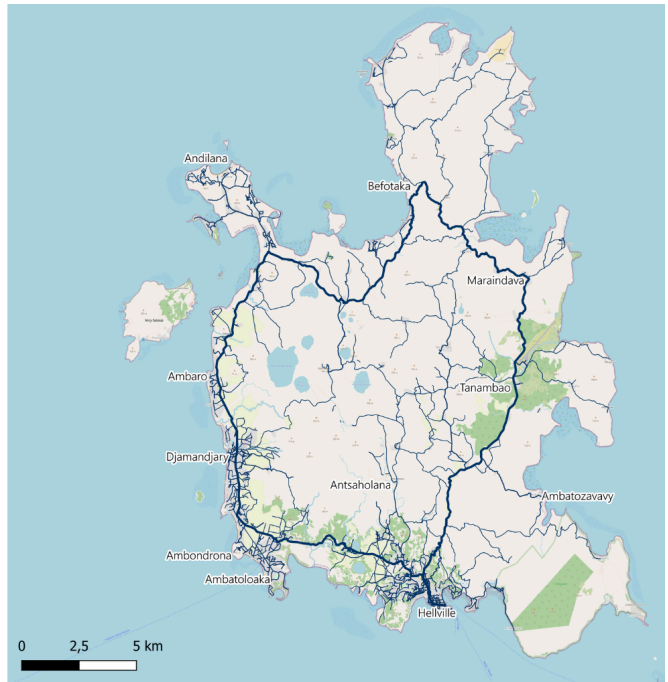
Nel **2024** una ulteriore innovazione vede la dotazione di due tuk-tuk per l'impresa sociale. Tsara Tsiky dispone ora di una flotta composta da un tuk-tuk per le merci e un tuk-tuk per lo spostamento di persone. I tuk-tuk vengono guidati dalle nostre addette alle vendite, che sono diventate le prime donne di Nosy Be alla guida di un mezzo di questo tipo, incarnando perfettamente la missione di empowerment femminile di H4O. Questi veicoli hanno iniziato a percorrere le strade di Nosy Be con due scopi differenti. Il tuk-tuk per le persone agevola gli incontri di lavoro e la conduzione dei workshop di promozione dell'igiene, mentre il tuk-tuk merci funge da punto di distribuzione mobile per i nostri prodotti in grado di raggiungere tutti i villaggi dell'isola. La differenza tra il canale di distribuzione tradizionale e questa nuova modalità itinerante è significativa, come dimostrato nelle due mappe di seguito.



HELP
FOR
OPTIMISM



MAPPA 1 - Isola di Nosy Be. Punti vendita dei prodotti Tsara Tsiky a Dicembre 2023
Fonte: creazione in QGIS su base OpenStreetMap



MAPPA 2 - Rete stradale dell'isola di Nosy Be. Copertura della vendita itinerante in tuk-tuk.





5. LA PROPOSTA PROGETTUALE

Tsara Tsiky 2025-2028 è un progetto di 3 anni che ha come **obiettivo generale**:



Migliorare le condizioni economiche e di salute pubblica della comunità di Nosy Be, favorendo al contempo l'emancipazione femminile grazie alla formazione e a nuove opportunità lavorative.

Gli **obiettivi specifici** di progetto seguono le aree di impatto che riflettono i 4 valori chiave di H4O:



SALUTE PUBBLICA

Favorire l'accesso alle buone pratiche igieniche attraverso un sapone di qualità e accessibile a tutti



WOMEN

Facilitare l'indipendenza economica per le donne impiegate in Tsara Tsiky e affermare la loro leadership e potere decisionale



TRAINING AND JOB

Creare professionalità specializzate e impieghi ad alto impatto



ECONOMICS

Migliorare le condizioni economiche di tutti i lavoratori impiegati nella supply chain dei saponi Tsara Tsiky

I **beneficiari** del progetto sono:



SALUTE PUBBLICA

100.000 potenziali clienti (bacino di utenza nell'arcipelago) a cui verrà dato l'accesso a prodotti per l'igiene personale



WOMEN

7 donne impiegate in Tsara Tsiky con una retribuzione equa e con stabilità e sicurezza sul luogo di lavoro per ambire a ruoli chiave all'interno della comunità



TRAINING AND JOB

6 ragazze tirocinanti svolgono un periodo di formazione professionale in Tsara Tsiky
7 donne impiegate in Tsara Tsiky ricevono una formazione ad hoc per sviluppare le loro competenze professionali



ECONOMICS

80 rivenditori aumentano il proprio reddito grazie ai maggiori margini di guadagno sui prodotti Tsara Tsiky



6. DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA' DI PROGETTO

In questo paragrafo sono descritte le attività di progetto divise in tre fasi:

1. Costruzione e allestimento di una struttura di proprietà
2. Formazione di nuovo personale
3. Comunicazione, marketing e rete commerciale

6.1 COSTRUZIONE E ALLESTIMENTO DI UNA STRUTTURA DI PROPRIETÀ

La costruzione di un nuovo edificio è fondamentale poiché la sede attuale ha delle limitazioni che rallentano la crescita dell'impresa sociale. Infatti, la capacità produttiva al momento non è saturabile per limiti di spazio in laboratorio e in magazzino per produrre e stipare i saponi e a causa di black-out di corrente.

Il primo anno di progetto sarà interamente dedicato alla costruzione della nuova sede dell'impresa sociale e all'allestimento del laboratorio, del magazzino e dell'ufficio amministrativo. Gli spazi più ampi permetteranno di aumentare la produzione e ospiteranno fino a tre linee produttive. Avere una sede di proprietà consentirà a Tsara Tsiky di organizzare gli ambienti in base alle proprie esigenze.

Il nuovo edificio prevede una superficie di circa 150m² suddivisi in:

- 65m² laboratorio
- 30m² magazzino
- 25m² ufficio
- 20m² cucina-sala ristoro
- 5m² toilet

Il nuovo impianto produttivo sarà interamente alimentato da un kit solare e al vicino acquedotto comunale, garantendo un accesso costante all'acqua pubblica e alla corrente. L'area di Nosy Be è spesso interessata da interruzioni improvvise della corrente elettrica che impediscono al laboratorio di produrre continuamente nelle ore lavorative. Per questo motivo, nella nuova sede è prevista l'installazione di un kit solare per promuovere l'utilizzo di energie rinnovabili e per poter pianificare gli orari di produzione.

Il terreno su cui sorgerà l'edificio è stato acquistato da H4O. Questa scelta permetterà di eliminare i costi dell'affitto in costante crescita (+40% dal 2022). L'area individuata si trova in una zona in forte crescita urbanistica nell'area periurbana di Hell-Ville e, visti i trend, il valore del terreno aumenterà creando un asset prezioso per Tsara Tsiky.

6.1.1 ALLESTIMENTO LABORATORIO

Il laboratorio di produzione del sapone sarà progettato per ospitare fino a tre linee produttive. Per ottimizzare il processo e migliorare la qualità del prodotto finito, sarà necessario acquistare nuovo mobilio e attrezzature in acciaio inox conforme agli standard igienici dei laboratori cosmetici e nuovi macchinari.

Per garantire un ambiente di lavoro sicuro, il laboratorio sarà dotato di Dispositivi di Protezione Individuale (DPI) per tutto il personale. Sarà inoltre installata una cappa aspirante, fondamentale per rimuovere gas e vapori irritanti generati dalla soda caustica, ingrediente chiave nella saponificazione.

L'organizzazione degli spazi sarà pensata per rendere il flusso di lavoro efficiente, con aree dedicate alla pesatura, alla miscelazione, alla colata e al taglio del sapone.

6.1.2 ALLESTIMENTO MAGAZZINO

Il nuovo magazzino sarà progettato per creare un ambiente spazioso, ben ventilato e con condizioni controllate grazie all'installazione di deumidificatori. Questo assicurerà livelli di umidità adeguati per garantire le condizioni ottimali per la stagionatura del sapone, una fase essenziale per la qualità del prodotto finito. I saponi, una volta pronti, verranno stoccati su scaffalature rialzate, per proteggerli dall'umidità e facilitarne la movimentazione con una logica FIFO.

6.1.3 ALLESTIMENTO UFFICIO

Il nuovo ufficio sarà un ambiente dinamico pensato per supportare le attività gestionali, amministrative e commerciali. Lo spazio ospiterà quattro postazioni di lavoro, due di queste avranno un computer con accesso a internet. La Coordinatrice Generale avrà il suo spazio di lavoro e di archiviazione e il team commerciale potrà lavorare su due scrivanie adiacenti. La quarta postazione sarà a disposizione dei formatori o per chi ne avesse necessità.

6.2 FORMAZIONE DI NUOVO PERSONALE

Il team attuale di Tsara Tsiky è composto da una Coordinatrice Generale e 3 impiegate addette alla produzione e alla vendita B2C. L'espansione dell'impresa prevede di assumere altre 3 dipendenti, portando il team a un totale di 7 persone. Questa espansione prevede l'ampliamento del team di produzione e la creazione di un team commerciale. Il team commerciale, dedicato all'aumento delle vendite attraverso i canali B2B, si occuperà di mappare il mercato, identificare nuovi partner e sviluppare collaborazioni durature con i rivenditori.

A partire dal 2026 il team di Tsara Tsiky sarà composto da:

- **Coordinatrice Generale**
- **Team commerciale:** 2 impiegate
- **Team di produzione:** 4 impiegate

Per sostenere questa crescita, sarà realizzato un piano formativo finalizzato al potenziamento delle competenze in tutte le aree funzionali: produzione, amministrazione e commercio. Gli addetti alla produzione riceveranno una formazione tecnica sull'uso delle nuove attrezzature e sulle migliori pratiche per garantire la qualità del sapone. Il team commerciale sarà formato sulle strategie di vendita, la gestione dei clienti e le tecniche di negoziazione. Anche la Coordinatrice Generale avrà accesso a percorsi di aggiornamento per rafforzare la gestione operativa dell'impresa.

La formazione sarà affidata a un team misto di esperti locali e professionisti italiani, combinando una solida base teorica con un'attenzione concreta alle esigenze e alle specificità del contesto locale. I percorsi formativi saranno strutturati per integrare al meglio conoscenze accademiche e applicazioni pratiche, massimizzando la loro efficacia.

Il team di Tsara Tsiky, oltre a beneficiare di un programma di formazione, continuerà a trasmettere competenze alle nuove generazioni attraverso dei percorsi di tirocinio curriculare già iniziati nel 2023. Le dipendenti di Tsara Tsiky assumeranno il ruolo di tutor, guidando le studentesse nel percorso di



apprendimento e rafforzando allo stesso tempo le proprie competenze di leadership e di formatrici. Ogni anno saranno formate due tirocinanti, per un totale di sei giovani nell'arco di tre anni di progetto.

6.2.1 FORMAZIONE GESTIONALE

H4O collabora da sempre con istituzioni accademiche e centri di ricerca per avere un approccio basato su evidenze scientifiche nello sviluppo dei suoi progetti. Questo metodo assicura interventi efficaci e misurabili, fondamentali per la crescita sostenibile dell'impresa sociale.

Nel 2025, H4O ha ripreso la partnership con TIRESIA, il centro di ricerca della scuola di management del Politecnico di Milano specializzato in innovazione, imprenditorialità e finanza a impatto sociale che già nel 2022 aveva partecipato all'avvio della produzione di saponi.

Sono state così avviate due tesi magistrali incentrate sul progetto con i seguenti obiettivi:

1. Definizione di un Business Plan triennale, con strategie per la crescita e la sostenibilità dell'impresa.
2. Creazione di una metodologia per misurare l'impatto sociale, utile a monitorare e migliorare le performance dell'impresa.

Ogni anno, due studenti del corso di laurea magistrale in Ingegneria Gestionale svolgeranno la loro tesi in Madagascar, combinando l'approccio accademico al caso studio Tsara Tsiky. Durante il loro soggiorno i tesisti lavoreranno a stretto contatto con il team locale, garantendo una formazione continua al team locale, analizzando eventuali criticità e proponendo soluzioni concrete per lo sviluppo dell'impresa.

6.2.2 FORMAZIONE CHIMICO-FARMACEUTICA

Per garantire la qualità e l'innovazione dei prodotti, il team di produzione riceverà supporto tecnico e formazione specialistica da esperti del settore cosmetico e farmaceutico. Questi professionisti, saranno presenti in Madagascar per un periodo minimo di tre mesi per due anni consecutivi e affiancheranno direttamente le impiegate in laboratorio, fornendo consulenza sulle formulazioni, le tecniche di lavorazione e il controllo qualità. L'intervento permetterà di ottimizzare le composizioni dei saponi, migliorare la stabilità dei prodotti e mantenere procedure efficaci e sicure nei processi produttivi.

6.2.3 FORMAZIONE COMMERCIALE

Per crescere in modo sostenibile, Tsara Tsiky deve strutturare una solida rete di vendita B2B, creando collaborazioni stabili con rivenditori e partner strategici. Per questo motivo, il team commerciale riceverà una formazione specifica sulle dinamiche di mercato, strategie di vendita e gestione clienti, con un focus su B2B e B2C.

La formazione sarà guidata da una esperta locale, che conosce in profondità le peculiarità del mercato malgascio e le migliori strategie per posizionare il brand. Questa figura non solo trasmetterà competenze pratiche in ambito commerciale e negoziale, ma fornirà anche contatti chiave nel settore business di Nosy Be, facilitando l'ingresso di Tsara Tsiky nel mercato locale.

6.3 COMUNICAZIONE, MARKETING E RETE COMMERCIALE

Tsara Tsiky adotterà una strategia di marketing mirata e differenziata, volta ad attrarre nuovi clienti e a consolidare la fedeltà di quelli già acquisiti. La strategia si concentrerà sul comunicare i valori che rendono il sapone Tsara Tsiky unico rispetto ai concorrenti, puntando sull'origine locale e sostenibile del prodotto: un sapone 100% made in Madagascar, realizzato con ingredienti del territorio, tutti a chilometro zero. Questo aspetto sarà centrale nella narrazione del brand e servirà a posizionare Tsara Tsiky come un marchio autentico, profondamente radicato nelle risorse naturali e culturali del Madagascar.

Oltre alla qualità delle materie prime, la comunicazione si concentrerà sul valore sociale dell'impresa, sottolineando il suo ruolo nell'empowerment femminile e nel sostegno economico alle comunità locali. Il messaggio sarà adattato a seconda del target e dei canali di comunicazione, con l'obiettivo di aumentare le vendite e di rafforzare l'identità del *brand* come esempio di impresa sociale sostenibile.

Per sviluppare un piano di marketing efficace, Tsara Tsiky collaborerà con consulenti locali, esperti nelle dinamiche di consumo e nelle strategie promozionali specifiche del contesto malgascio. Questi professionisti analizzeranno il mercato, identificheranno i canali di comunicazione più efficaci e definiranno un approccio personalizzato per raggiungere sia i rivenditori B2B che i clienti finali.

Il design della comunicazione sarà affidato a un servizio di grafica professionale, incaricato di realizzare brochure, locandine, poster e materiali digitali destinati ai social media. L'identità visiva del brand sarà sviluppata tenendo conto delle preferenze estetiche locali, caratterizzate da colori vivaci, motivi tradizionali e uno stile grafico accattivante che risulti immediatamente riconoscibile dal pubblico.

Le azioni di promozione si articoleranno su più fronti:

- **Eventi dal vivo:** Tsara Tsiky organizzerà eventi itineranti nei mercati locali e nelle piazze principali, utilizzando il tuk-tuk brandizzato come punto vendita itinerante. Questi eventi offriranno un'esperienza diretta con il prodotto, rafforzando il rapporto con il pubblico locale.
- **Spot radiofonici:** Per raggiungere una vasta audience, saranno trasmessi spot pubblicitari sulle principali stazioni radio dell'isola, come Radio Unyc e Radio Rotsy FM, molto seguite dalle comunità locali.
- **Campagne sui social media:** Tsara Tsiky sarà presente sulle principali piattaforme social come Facebook e TikTok, con campagne mirate che sfrutteranno contenuti visivi coinvolgenti, testimonianze e racconti direttamente dal laboratorio. Verrà usato uno story telling per creare un legame emotivo con i consumatori, promuovendo al contempo l'autenticità del prodotto e il suo impatto positivo.
- **Affissioni pubblicitarie:** La visibilità del marchio sarà rafforzata attraverso cartelloni pubblicitari posizionati in aree strategiche, lungo le strade principali e all'interno delle botteghe locali.

Per la commercializzazione del prodotto, Tsara Tsiky si affiderà principalmente alla vendita B2B, per circa l'85% del totale delle vendite, lasciando il restante 15% alla vendita al dettaglio B2C itinerante con il tuk-tuk in giro per l'isola. La strategia di pricing per il commercio B2B è stata impostata cercando di incentivare i clienti B2B ad acquistare i saponi Tsara Tsiky garantendo un margine superiore rispetto ai saponi concorrenti. La distribuzione e la consegna dei cartoni per i clienti B2B avverrà grazie ai tuk-tuk di Tsara Tsiky.



HELP
FOR
OPTIMISM

7. CRESCITA POST-PROGETTO

Il completamento del progetto permetterà a Tsara Tsiky di operare a pieno regime, garantendo una crescita sostenibile nel lungo periodo. Il nuovo laboratorio, progettato per ospitare fino a tre linee produttive, offrirà ampie possibilità di espansione, consentendo all'impresa di aumentare progressivamente la capacità produttiva in base alla crescita della domanda.

Nei primi anni successivi alla fine del progetto, sarà possibile attivare la terza linea di produzione, accompagnata da un ulteriore potenziamento del team e della rete commerciale. Si prevede l'assunzione di tre nuove dipendenti: due nel reparto produttivo per gestire l'aumento della produzione e una nel team commerciale per rafforzare la presenza dell'impresa sul mercato. L'ampliamento della rete di distribuzione porterà a più di 80 nuovi rivenditori, aumentando significativamente la visibilità e le vendite di Tsara Tsiky.

Grazie a questa espansione, l'impresa sociale potrà generare un profitto annuo stimato a oltre 12.000€, con prospettive di crescita continua man mano che le operazioni si consolidano e si raggiunge la piena capacità produttiva.