



Bellacoopia University
Terza edizione
A.A. 2015/2016
Challenge Sicrea Group

Bulgarelli Caterina
Ceccatelli Stefano
Ferraresi Marco
Ferri Denise
Groppi Stefania
Pinelli Maria
Romani Noemi
Valle Zegarra Jorge Manuel

Indice

1. Executive summary.....	3
2. La società.....	4
2.1. Obiettivi della società.....	4
2.2. Fattori di successo.....	4
2.3. Punti di debolezza.....	5
3. Prodotto/servizio offerto.....	6
3.1. Analisi della concorrenza.....	7
3.2. Punti di forza e di debolezza.....	7
3.3. Costi e ricavi.....	8
3.4. Portafoglio clienti.....	8
3.5. Componenti del servizio.....	9
4. Analisi di mercato.....	10
5. Strategia di marketing.....	13
5.1. Marketing.....	13
5.2. Denominazione e logo.....	14
5.3. Collaborazioni.....	15
6. Organizzazione.....	16
7. Piano economico finanziario.....	18

1. EXECUTIVE SUMMARY

NexThink è una cooperativa di supporto in grado di fare emergere e anticipare i bisogni di una data comunità di persone, relativamente alle strutture e infrastrutture presenti e future del territorio.

Lo scopo è quello di individuare le necessità della comunità e proporre soluzioni in termini di costruzioni edili già presenti che devono essere rivisitate, oppure costruzioni assenti che devono essere inserite per soddisfare i bisogni della collettività.

Tutto ciò sarà reso possibile da analisi specifiche di settore. NexThink è infatti un team di specialisti nella raccolta e analisi di dati e di ingegneri, in grado di elaborare soluzioni adatte alle analisi effettuate.

L'idea di NexThink nasce dalla necessità per le imprese di costruzione di essere coinvolte e rese partecipi e proattive, dal momento in cui sorge il bisogno a quello di effettiva realizzazione.

I prodotti di NexThink sono principalmente tre, si sviluppano da un grado di complessità minimo ad uno massimo e completo in tutte le sue parti.

Il servizio minimo offerto consiste infatti in una raccolta di dati: gli interessati acquisteranno dati puri e si occuperanno di persona delle analisi necessarie.

Al secondo livello, la vendita di dati nudi sarà accompagnata dall'analisi di questi, in cui saranno quindi indicate alcune soluzioni più concrete ai bisogni della comunità.

L'ultima tipologia di prodotto aggiunge ai dati e alle analisi l'idea progettuale di come soddisfare i bisogni emersi. Il team di ingegneri di NexThink progetterà completamente la struttura necessaria a soddisfare quanto risultato partendo dalle analisi dei dati raccolti.

NexThink scende in piazza, va nelle scuole, nei ritrovi dei paesi, ascolta le persone ed individua i bisogni e i desideri riguardo come vorrebbero riqualificare una qualche zona in degrado o rivitalizzare un vecchio edificio, come valutano i servizi infrastrutturali presenti e come vorrebbero migliorarli.

La partnership con comuni e province, e la partecipazione ad eventi di paese gli permetterà di farsi conoscere e sviluppare la fiducia della comunità e degli stessi enti con cui collabora.

In una società sempre più globalizzata e sempre più online si cercherà di sfruttare le nuove tecnologie nel migliore dei modi, cercando di riportare le persone alla vita off line, in paese, dove tutti i giorni devono vivere fisicamente e realmente: è necessario trovarsi bene nella comunità in cui si vive. Spesso le persone non si rendono conto di quanto sia importante vivere in un paese che soddisfi i propri bisogni, magari perché tutto il giorno viene passato sul luogo del lavoro, ma quando dopo una giornata si rientra in casa, il nostro organismo ne risente: sarà sicuramente molto più appagante passare in un paese con edifici in ordine e vitali piuttosto che per strade con negozi abbandonati o strutture a rischio di crollo.

NexThink si propone quindi come una necessità per migliorare la soddisfazione della comunità in cui opera, guardando al futuro.

2. LA SOCIETA'

L'idea di cooperativa che vogliamo sviluppare è una cooperativa di supporto che offre servizi sul mercato delle imprese/cooperative di costruzione/edili.

Il lavoro della nostra cooperativa si fonda sull'interazione con partner operanti nel settore edilizio all'interno della regione che intendono ampliare la loro azione sul mercato.

Storicamente questi tipi di impresa si basavano solamente sulla domanda dei clienti e dei finanziatori; il nostro intento è invece quello di rendere le suddette imprese proattive nel mercato. Questa nostra idea nasce dal colloquio con i responsabili della cooperativa SiCrea Group che ci hanno comunicato la loro necessità di essere coinvolte nell'iter del progetto, dal bisogno alla realizzazione.

2.1 Obiettivi della società

Gli obiettivi che l'impresa si pone sono essenzialmente quelli di cominciare la propria esperienza con la collaborazione di SiCrea Group, per poi espandere la partnership con altre cooperative/impresе di quel settore.

Il nostro obiettivo principale è quello di rendere più partecipe la cooperativa/impresa rendendo disponibile un servizio efficace e competente di analisi di mercato settoriale, soprattutto grazie alla presenza di figure professionali.

I clienti della nostra cooperativa di supporto sono le cooperative/impresе edili e di costruzioni ai quali rendiamo disponibile un database di informazioni raccolte tramite il nostro prodotto principale.

2.2 Fattori di successo

Il principale punto di forza del servizio offerto dalla cooperativa NexThink è il fatto che rende disponibile un'accurata e studiata ricerca di mercato alle imprese che la richiedono.

Le imprese di costruzioni nutrono il bisogno di essere più attive sul mercato e di proporre nuovi progetti di edifici, strutture o altri tipi di aree e grazie al nostro servizio potranno essere al corrente dell'opinione delle persone su cosa è necessario costruire o riqualificare.

La nostra cooperativa non si limita, come è già stato fatto, a rendere evidenti zone atte a riqualifica o a demolizione, ma si propone come uno strumento per studiare gli interessi e i bisogni delle persone.

A differenza di ciò che il mercato propone NexThink è indirizzata solamente alle imprese di costruzione con l'obiettivo di facilitare la loro partecipazione nella proposta di nuove strutture o di riqualifica di aree.

Inoltre crediamo che il prodotto da noi offerto possa essere fruibile da qualsiasi tipo di impresa/cooperativa di costruzioni/edile a causa del suo prezzo variabile, grazie al fatto che è venduto in diversi livelli di completezza.

Grazie all'equipe di esperti che lavora all'interno di NexThink il nostro prodotto sarà di qualità assicurata, e ciò sarà evidente soprattutto nella fase di consulenza successiva alla mera consegna dei dati raccolti.

NexThink si propone come base solida su cui le imprese di costruzioni possono progettare e lavorare attivamente anziché passivamente.

2.3 Punti di debolezza

I rischi di NexThink non sono a livello di cooperativa ma di fruibilità del prodotto offerto ai terzi. Intendiamo evitare i rischi tramite strategie di marketing mirate e studiate da collaboratori esperti del mestiere avvalendosi anche di utenze esterne.

3. PRODOTTO/SERVIZIO OFFERTO

NexThink intende inserire nel mercato un servizio settoriale di analisi del territorio fruibile a tutte le cooperative di costruzioni/impresedi edili sotto contratto.

Avendo rilevato una grande differenziazione strutturale dei possibili clienti di NexThink, abbiamo ritenuto di vitale importanza frazionare in 3 pacchetti il prodotto/servizio offerto. È infatti importante per noi soddisfare a pieno qualsiasi tipologia di impresa edile che sia di grandi o piccole dimensioni, che abbia o meno al suo interno uno studio di analisi.

PACCHETTO PRIME:

Il pacchetto prime è il servizio composto da un dossier di dati e informazione dedotti dalla nostra piattaforma internet. Suddetti dati vengono venduti nel pacchetto prime senza nessun tipo di rielaborazione da parte dei nostri professionisti.

Questo pacchetto si rivolge principalmente a quelle imprese già strutturate, aventi uno studio di ricerca del mercato al loro interno. Tali imprese potranno utilizzare i dati da noi acquistati per la loro crescita attiva sul mercato.

PACCHETTO PLUS:

Il pacchetto plus è un pacchetto già completo di rielaborazione dei dati da parte dei nostri consulenti. Acquistando questo secondo tipo di pacchetto le imprese riceveranno non solo dati puri, ma anche una primaria consulenza di base fondamentale per il corretto utilizzo delle informazioni presenti del dossier.

Questo pacchetto si rivolge alle imprese che non sono dotate di uno settore di analisi di mercato al loro interno e che allo stesso modo intendono inserirsi attivamente nel mercato. Il prezzo non esponenziale del pacchetto plus è stato studiato dai nostri addetti per rivolgersi in modo particolare alle piccole e medie imprese. Plus risulta quindi essere fondamentale per coloro i quali hanno intenzione di ampliare la loro impresa in maniera effettiva.

PACCHETTO PRO:

Il pacchetto pro è la naturale conseguenza dell'ampliamento del servizio plus. Quello che NexThink intende offrire con il pacchetto pro è una consulenza completa. Oltre ai dati inseriti in un dossier completamente rielaborato dai nostri professionisti, NexThink mette a disposizione un'assistenza fisica anche per la realizzazione vera e propria di un progetto da parte dell'impresa cliente. I nostri professionisti infatti seguiranno l'impresa partner dalla consegna dei dati acquistati alla firma su un ipotetico progetto.

Il costo di questo servizio risulterà essere maggiore del pacchetto plus per la quantità oraria sfruttata dei nostri addetti professionisti.

Pro si rivolge essenzialmente a quelle aziende con maggiore disponibilità economica sicuramente o comunque a quelle imprese che intendono investire nell'analisi di mercato per ottenere maggiori ricavi futuri.

L'insieme di dati che saremo in grado di fornire ai nostri partner verrà raccolto grazie all'inserimento di una piattaforma internet accessibile a tutta la popolazione regionale. Grazie a questa piattaforma gli utenti potranno selezionare aree dismesse o anche più in dettaglio

fabbricati o simili che necessitano di una riqualifica immediata. I nostri esperti poi si occuperanno di selezionare le aree maggiormente indicate dalla popolazione e classificarne l'urgenza/fattibilità economica. All'interno della piattaforma internet sarà anche possibile per gli utenti selezionare aree non del tutto sfruttate e quindi adeguate ad un nuovo eventuale investimento.

I dati raccolti verranno completamente rielaborati dai nostri professionisti e venduti a pacchetto o tramite collaborazione prolungata alle imprese di costruzioni.

Oltre ai dati raccolti tramite la piattaforma internet NexThink si occuperà dell'implementazione di suddette informazioni tramite l'uso di banche dati acquistate dai comuni interessati e/o da agenzie di marketing. Da queste banche dati saremo in grado di ricavare una conoscenza più specifica sia della popolazione a cui intendiamo rivolgerci che del territorio di nostra competenza.

A causa della necessità di raccogliere un cospicuo numero di informazioni non siamo in grado di rendere disponibile il servizio alla data attuale ma abbiamo calcolato un time to market di 3 mesi. Durante questi primi mesi NexThink si occuperà essenzialmente di stilare un primo pacchetto base di informazione di settore. Grazie ai primi ricavi e alle informazioni che si aggiungeranno sulla piattaforma saremo in grado di implementare il nostro servizio col passare del tempo.

3.1 Analisi della concorrenza

NexThink offre un prodotto innovativo, un servizio accurato e studiato alle imprese a cui ci si rivolge.

L'obiettivo che la cooperativa si pone è quello di fornire ai suoi clienti un solido studio di mercato che permetta loro di essere più attivi sul mercato e di proporre loro stessi nuovi progetti di costruzione.

Essendo infatti la piattaforma web accessibile a tutti, tramite il lavoro di esperti la cooperativa NexThink arriverà a fornire alle imprese a lei associate ciò che è loro necessario per proporre nuovi progetti.

A differenza di altre piattaforme presenti sul mercato la nostra non si limita a mappare sul web luoghi dismessi o da riqualificare, ma si preoccupa di fornire una vera e propria ricerca di mercato grazie al lavoro di esperti. Sulla piattaforma gli utenti potranno selezionare aree dismesse nel luogo desiderato o aree non del tutto sfruttate proponendo nuove iniziative edili e di costruzione.

Lo studio di mercato risultato verrà poi reso disponibile alle imprese a cui offriamo il servizio in maniera diversa a seconda del pacchetto che esse sceglieranno di acquistare: verranno resi disponibili solamente i dati raccolti per chi sceglierà di acquistare il pacchetto prime, un team di esperti selezionerà le proposte con maggiore richiesta e le studierà per chi sceglierà di acquistare il pacchetto plus, e infine verrà resa disponibile una vera e propria consulenza per chi sceglierà il pacchetto pro.

3.2 Punti di forza e debolezza

Il punto di forza del servizio che la cooperativa NexThink offre è il rendere disponibile alle imprese che lo utilizzano una reale ricerca di mercato, che spesso viene da esse tralasciata. Infatti l'idea è nata dal fatto che tali imprese hanno bisogno di essere più proattive e di non limitarsi più a studiare progetti su richiesta, ma a proporli loro stesse sul mercato avendo un ruolo più decisivo e non più solo passivo.

Il fatto inoltre che il servizio da noi proposto sia vendibile in diversi livelli di completezza rende l'offerta appetibile a quasi ogni tipo di disponibilità economica.

Il rischio proveniente dall'innovativo servizio proposto è però che imprese datate e costituite da mentalità arretrate non si interessino a tale proposta poiché non abituate a uno studio di mercato di questo tipo o perché non ne sentono il bisogno.

Inoltre si può correre il rischio che la piattaforma non venga visitata da un grande numero di utenti; proprio per questo motivo occorre adottare meccanismi di marketing che permettano alla cooperativa di ottenere conoscibilità.

3.3 Costi e ricavi

I clienti di NexThink sono società edili e di costruzione. I ricavi proverranno dunque da tali imprese che decidono di usufruire il servizio proposto.

Le imprese che intendono utilizzare il nostro prodotto pagheranno una quota annuale fissa in base al pacchetto da loro scelto. I ricavi perciò proverranno dal pagamento di uno dei tre pacchetti resi disponibili in base al loro prezzo.

I costi della cooperativa NexThink saranno prevalentemente:

- stipendi del personale;
- manutenzione del posto di lavoro (illuminazione, riscaldamento, eventuale affitto);
- costi relativi l'acquisto di banche dati;
- costi di sviluppo, aggiornamento e diritti del sito web.

3.4 Portafoglio clienti

NexThink vive e si sviluppa grazie alla cooperazione continua con i propri clienti che sono essenzialmente tutte le imprese (di qualsiasi dimensione e struttura dirigenziale) che si occupano di costruzioni (per etica imprenditoriale sovvenzioneremo la collaborazione con le cooperative di costruzione).

Questa selezione di clientela deriva dalla spiccata necessità che questo tipo di imprese hanno di essere maggiormente attive nel mercato.

Il nostro servizio è fondamentale per quel tipo di imprese edili/cooperative di costruzione che intendono sviluppare la loro area di competenza e soddisfare le esigenze della comunità. Inoltre va sottolineato che grazie ai dati che NexThink servirà alle suddette imprese sarà molto più facile per loro la ricerca di finanziatori. L'insieme informativo che NexThink fornisce infatti potrà essere usato dalle imprese come sollecitatore di finanziamenti.

L'affidabilità dei dati da noi forniti è assicurata dalla competenza specifica dei nostri collaboratori e dall'imparzialità dei dati ricavabili dalla piattaforma internet.

Abbiamo inoltre intenzione di sviluppare un concreto scambio di informazioni gratuite con i comuni delle province da noi selezionate.

In cambio di una certa disponibilità da parte dei comuni di fornirci dati sulla comunità e di inserirci in eventi comunali noi forniremo loro le richieste ricavate dalla nostra piattaforma. Questa collaborazione in realtà sarà importante anche per le varie imprese di costruzione del territorio perché permetterà loro di ottenere conoscibilità in regione e anche perché su richiesta della comunità gli enti comunali con grande probabilità aumenteranno i bandi.

3.5 Componenti del servizio

Come precedentemente sottolineato le componenti del servizio sono essenzialmente due:

- dati, mappe e rilevazioni sul territorio;
- rielaborazione complete stilate dai nostri professionisti.

Le due tipologie di componenti sono vendibili indipendentemente l'una dall'altra ai nostri clienti costruttori a seconda della loro necessità.

I fornitori degli elementi relativi al primo tipo di servizio sono gli utenti che accederanno al nostro portale web per evidenziare zone della regione che ritengono migliorabili.

Gli utenti della nostra piattaforma potranno essere sia singoli privati ma anche imprese stesse e utenti del pubblico (esempio del comune).

Sarà previsto un Log-in per ricavare anche dagli accessi ulteriori informazioni relative agli utenti, informazioni anche esse vendibile tramite pacchetti.

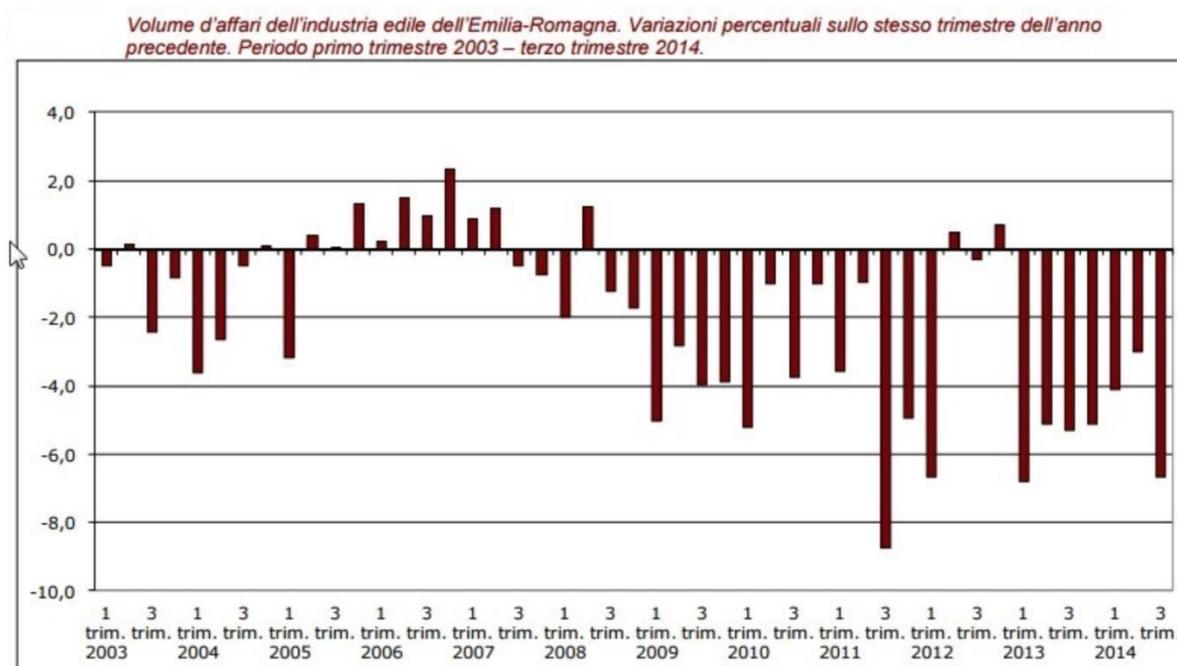
Oltre ai dati ricavati dalla piattaforma internet ci occuperemo di intersecare le banche dati da noi acquistate con i risultati del web.

Per quanto riguarda invece la seconda componente del nostro servizio è necessario sottolineare come questo aspetto sia particolarmente importante. La sola vendita infatti dei dati potrebbe risultare alle imprese clienti poco fruibile. Per questo NexThink ha deciso di mettere a disposizione un gruppo di persone dalle formazioni diverse adatte alla lettura e interpretazione dei dati ricavati dal web.

4. ANALISI DI MERCATO

Situazione del mercato target di riferimento in Emilia Romagna

L'ultimo scenario economico redatto da Unioncamere Emilia-Romagna e Prometeia ha previsto una diminuzione reale del valore aggiunto delle costruzioni dell'Emilia-Romagna pari al 2,0 per cento (-2,7 per cento in Italia), che ha consolidato la fase negativa in atto dal 2008. Il 2014 accusa una flessione reale del 30,9 per cento (-28,7 per cento in Italia). La crisi le cui avvisaglie hanno cominciato a manifestarsi nella seconda metà del 2007 ha segnato profondamente il settore. Si è assistito a segnali negativi per le nuove costruzioni (-9,2 per cento) e per le costruzioni non residenziali sia pubbliche (-3,7 per cento) che private (-4,2 per cento). L'unico segno positivo dovrebbe riguardare il segmento delle manutenzioni straordinarie e recupero (+3,0 per cento), che con tutta probabilità si è valso delle agevolazioni fiscali previste per le ristrutturazioni edilizie.



In Emilia-Romagna nei primi nove mesi del 2014 il volume di affari è mediamente diminuito del 4,6 per cento rispetto all'analogo periodo del 2013 (-6,3 per cento in Italia), consolidando la tendenza negativa in atto dall'estate del 2008. A questo ulteriore deludente risultato hanno contribuito tutti i trimestri, in particolare il terzo, che si è chiuso con un calo tendenziale del 6,7 per cento.

La percentuale di imprese edili che ha indicato un peggioramento del settore rispetto al 2013 si è mediamente attestata, nei primi nove mesi del 2014, al 42 per cento, prevalendo nettamente su chi, al contrario, ha indicato un miglioramento (4 per cento). Ne è disceso un saldo negativo di 38 punti percentuali, relativamente più contenuto rispetto alla situazione dei primi nove mesi del 2013 (-51).

Quanto al clima delle imprese, i dati nazionali destagionalizzati hanno evidenziato nel bimestre ottobre-novembre un timido miglioramento rispetto al clima dello stesso periodo dell'anno

precedente. Al di là di questi segnali positivi, restano tuttavia livelli di ottimismo che nel corso del 2013 sono apparsi più bassi in rapporto al passato.

Potenziale concorrente

Un potenziale concorrente di NexThink, al momento unico nel suo genere presente sul territorio nazionale è [im]possible living, progetto crowdsourcing, nato a gennaio 2011 dopo un periodo di incubazione di soli due mesi.

L'idea alla base di questo servizio è che il recupero sistematico del degrado sia la vera strada per costruire un mondo sostenibile. Per questo hanno deciso di guardare gli edifici abbandonati con occhi diversi e di suggerire un'alternativa globale all'abbandono. In tempi in cui si costruiscono forsennatamente nuove palazzine, villette a schiera "a due passi dalla città", che rimangono vuote per anni e consumano il territorio, il sito vuole diventare un punto di riferimento mondiale per il recupero degli edifici abbandonati e un catalizzatore di energie per mettere in pratica il vero rinnovo.

Sfruttando la rete, [im]possible living affronta un'enorme opera di catalogazione collettiva, per cui è richiesto il contributo di tutti. Il team ha messo a disposizione una piattaforma dotata di un sistema di mapping che raccoglie le segnalazioni degli utenti. Mediante il meccanismo del wiki, le informazioni si sovrappongono, correggendosi e integrandosi a vicenda, per comporre a più mani uno schedario completo. Oltre al sito gli utenti possono usare un'applicazione per iPhone che consente di mappare gli edifici semplicemente inviando una foto già corredata di informazioni geografiche.

All'interno di ogni scheda (wiki-page), relativa a un edificio, ciascuno può suggerire le proprie proposte creative di recupero. In questo modo si formano dei veri e propri gruppi di progetto o di lavoro che avviano localmente il processo di riabilitazione. E' chiaro che la fattibilità dipenderà da caso a caso ma gli ideatori contano nella creazione di un network di professionisti in grado di elaborare i documenti necessari alla richiesta di permessi e finanziamenti e di offrire supporto per la ricerca di capitali da destinare ai singoli progetti.

E' attivo anche un blog sul sito <http://blog.impossibleliving.com/> dove vengono raccolte le segnalazioni dei cittadini volontari che censiscono i ruderi zona per zona anche se è fermo a Giugno 2013.

NexThink si distingue da [im]possible living: non solo è possibile indicare un'area da riqualificare, ma si raccolgono dati sui bisogni reali delle persone che vengono elaborati e poi venduti alle aziende interessate ad investire sul territorio. Non è quindi un servizio fine a sé stesso che il più delle volte rimane senza un seguito e quindi incompiuto poiché, attraverso uno studio delle informazioni raccolte, potremo identificare con buona certezza non solo come le persone vorrebbero realizzate riqualificazioni di edifici ma puntiamo a far sì che le aziende nostre future clienti possano, con il nostro servizio, soddisfare effettivamente le necessità della popolazione.

SWOT ANALISI

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none">• Nuovo servizio innovativo• Capacità di utilizzo di nuove tecnologie• Capacità di utilizzo di una ampia piattaforma• Know-how tecnologico elevato• Servizio differenziato• Stile proattivo• Processi e procedure di qualità• Professionisti	<ul style="list-style-type: none">• Nuovo Brand• Mancanza di riconoscimento nel mercato• Creazione nuovo Business• Mancanza di follower• Mancanza di finanziatori• Unica fonte di reddito• Capacità di fidelizzazione del cliente
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none">• Incremento del mercato• Competitor quasi assenti• Modalità di pagamento varie• Possibili accordi di partnership• Posizione geografica favorevole	<ul style="list-style-type: none">• Nascita di nuovi competitor con nove offerte• Nuove tecnologie sostitutive• Mercato in concentrazione

5. STRATEGIA DI MARKETING

NexThink si propone di facilitare l'incontro tra domanda e offerta, in particolar modo di anticipare i bisogni dei cittadini, realizzando una stretta collaborazione tra le imprese di costruzione ed enti territoriali, NexThink e gli utenti. NexThink è costituito da un team specializzato nello studio dei bisogni emergenti, è in grado quindi di posizionarsi sul mercato.

L'attività sarà svolta in un locale ad alta sostenibilità (acquistato in proprietà oppure preso in leasing per ridurre i costi), arredato con arredi eco sostenibili e di recupero, sfruttando tutte le avanguardie dal punto di vista delle utenze di cui si avrà necessità di avere fruizione.

Per il primo anno sicuramente si faranno sacrifici e si guarderà alla crescita e alla stabilizzazione della cooperativa, questo accantonando parte degli stipendi ad un fondo interno.

5.1 Marketing

Si sfrutteranno tutte le leve comunicative aziendali, nei primi tempi quando le poche risorse disponibili saranno utilizzate in prevalenza nelle attività di base (ricerca clienti, analisi dei bisogni), si punterà a sviluppare l'immagine coordinata dell'impresa, spesso sottovalutata da tutte le aziende ma di fondamentale importanza per conquistare un proprio spazio e farsi conoscere nel territorio.

In modo più approfondito, per quando riguarda il modello delle 4P ci comporteremo come indicato di seguito:

Price: i ricavi derivano dalla quota che le cooperative associate devono corrispondere annualmente per avere accesso ai nostri servizi (accesso alla nostra banca dati e a determinati servizi dei nostri collaboratori), inoltre, ogni progetto che verrà realizzato sarà soggetto ad un costo. Ci distinguiamo per le nostre competenze, per la qualità dei prodotti che offriamo, di conseguenza puntiamo a differenziarci da tutte le altre imprese che offrono studi di mercato. Questo perché noi ci focalizziamo sul settore delle costruzioni, offriamo un servizio specializzato, e di conseguenza la quota annua rispecchierà un ottimo rapporto qualità prezzo. Il costo per i singoli progetti sarà calcolato in relazione al tipo di collaborazione con il partner in questione.

Product: il servizio offerto consiste in ricerche e analisi sui bisogni dei cittadini in termini di strutture ed infrastrutture presenti sul territorio, per far emergere e anticipare i loro bisogni. I dati elaborati verranno venduti a imprese di costruzioni, enti e altre istituzioni in tre modalità: dato grezzo, dato elaborato e dato con intervento da realizzare. La raccolta dei dati avverrà tramite l'organizzazione di particolari attività, a partire dalla scuola con i bambini che rivelano più di tutti i loro bisogni e di chi gli sta accanto, scendendo in piazza e intervistando i passanti sulle loro necessità, le strutture che non li soddisfano in città, cosa vorrebbero cambiare, come pensano di recuperare una certa costruzione in disuso. Inoltre, incontri più seri, come veri e propri dibattiti, saranno occasione per raggruppare ricercatori ed esperti di varie tematiche per elaborare soluzioni e verificare successivamente se possono essere di interesse dei cittadini.

Place: il luogo in cui NexThink svolgerà le sue attività sarà uno studio, in cui sarà allestita una sala "riunioni" per gli incontri con i nostri partner, clienti e potenziali clienti e in cui ci si rende disponibili ad incontrare i cittadini ed ascoltare i loro bisogni e necessità, anche se prevalentemente sarà il nostro team ad andare dai cittadini.

Promotion: utilizzeremo strumenti tradizionali (riviste e giornali) ma soprattutto i new media (sito web, app mobili, social network). Ci procureremo visibilità partecipando agli eventi organizzati dagli enti del territorio su cui operiamo e dai nostri partner, in modo da essere esposti ed intercettare tutte le opportunità di crescita che si presentano sul mercato.

5.2 Denominazione e logo della società

La scelta del nome di una società ha molta importanza. Con la scelta del nostro nome vogliamo attirare i soggetti con cui ci si andrà a relazionare, dobbiamo trasmettere competenza a affidabilità.

Alternative possibili:

Meet fot the future

Futuriamo

Propose

Upgrade

Pensare oltre

Next step

Next think

La scelta è ricaduta su **NexThink**, in quanto si ritiene che esemplifichi al meglio il nostro obiettivo di anticipare i bisogni della comunità in cui operiamo. Next sta ad indicare infatti l'orientamento al futuro, Think invece indica quel bisogno latente che ancora non si è esplicitato ma di cui i cittadini sentono la mancanza.

Abbiamo scelto l'inglese anche se per ora puntiamo ad iniziare il nostro percorso a livello locale, per essere un domani più internazionali non precludendoci nessuna possibilità di collaborazione.



NexThink

5.3 Possibili collaborazioni

NexThink nasce dalla collaborazione diretta con Sicrea group, dalla necessità di entrare a far parte del processo di definizione dei bisogni della società in cui vive, per poter dare vita a manufatti in linea con le aspettative della comunità.

Oltre a questa principale collaborazione, si punterà a realizzare anche partnership con le seguenti tipologie di organizzazioni:

- Cooperative di costruzioni e di abitanti, alle quali forniremo servizi e raccoglieremo informazioni utili alle nostre indagini;
- Enti territoriali (comuni, regione), per sfruttare gli strumenti a loro disposizione e creare iniziative interessanti, al fine di raccogliere dati di nostro interesse e farci conoscere sul territorio, stimolare i cittadini a collaborare e fornirci informazioni utili (partecipazione ad eventi organizzati);
- Scuole, università, istituti di formazione: costituiranno le fonti dalle quali andremo a raccogliere dati per poi ricavare i bisogni della comunità. Saranno quindi stipulati particolari e dedicati progetti di collaborazione;
- Ennea società cooperativa per la tenuta delle scritture contabili, delle buste paga e per la gestione delle pratiche fiscali e in generale burocratiche;
- Cooperative informatiche per la predisposizione, manutenzione e supporto negli strumenti necessari allo svolgimento dell'attività (sito web, database, ecc.);
- Cooperative sociali, per avere un appoggio e un sostegno nell'approccio e nell'interazione con la comunità che sarà oggetto dei nostri studi.

6. ORGANIZZAZIONE

La cooperativa si avvale di un'equipe di lavoro multidimensionale, con varie figure professionali, attraverso le quali pianificare e valutare i bisogni nella organizzazione comunitaria e pianificare l'organizzazione dei fondi e delle risorse per sostenere le attività. La pianificazione del processo richiede, una diagnosi critica dei punti di forza e punti di debolezza sui quali intervenire e le indicazioni della nuova realtà che si vuole costruire. Le figure professionali interne che apporteranno il loro contributo sono:

- Un esperto in marketing: elabora i piani di marketing per lo sviluppo e la promozione dei servizi dell'azienda. Opera nell'area aziendale dedicata al marketing e si confronta con la direzione commerciale per impostare le strategie di vendita, inoltre contribuisce a definire le linee per la promozione, dell'immagine aziendale ed imposta le azioni di comunicazione dei prodotti su canali ad hoc (cataloghi, fiere, pubblicità). Successivamente in base alle necessità richieste, è prevista l'assunzione di un'ulteriore figura;
- Un responsabile vendite: è una figura professionale interna all'azienda, con il compito di implementare il mercato aziendale attraverso la cura la ricerca di partnership e lo sviluppo di risorse professionali legate alla vendita;
- Un ingegnere civile: specializzato nel campo della progettazione, realizzazione, manutenzione e gestione delle strutture civili e delle infrastrutture a servizio della città e del territorio. È in grado di proporre soluzioni a problematiche ingegneristiche, di elevata complessità, contemperando esigenze anche contrastanti di natura tecnica e operativa. Utilizza metodologie di modellazione e calcolo sia rispetto ai materiali sia della gestione e l'ottimizzazione di sistemi complessi di carattere infrastrutturale (reti tecnologiche, reti di trasporto, infrastrutture idrauliche) a servizio del territorio;
- Un ingegnere edile: capace di progettare sistemi edilizi complessi, per gli aspetti architettonici, tecnologici, strutturali, di qualità ambientale, con particolare attenzione alle condizioni di benessere, l'utilità del servizio e alle problematiche energetiche e di impatto ambientale, recupero, riqualificazione, manutenzione.

Altre figure esterne che possono essere contattate, per fornire una maggiore analisi e comprensione sono:

- Ingegneri gestionali: è specializzato nella progettazione, organizzazione e gestione di imprese. Analizza i costi e prestazioni di singoli dipendenti, squadre di lavoro o reparti, controlla la qualità e la sicurezza dei processi aziendali, progettare e segue la ristrutturazione di settori o reparti dell'impresa. Inoltre analizza la convenienza delle diverse possibilità di investimento o di finanziamento dell'impresa;
- Ingegnere informatico: deve conoscere il funzionamento dei sistemi complessi che caratterizzano la società dell'informazione e i principi e i paradigmi di funzionamento e

di progettazione dei sistemi per l'elaborazione dell'informazione. Deve essere in grado di contribuire alla progettazione di soluzioni innovative utilizzando tecniche e strumenti dedicati e saper valutare l'impatto delle soluzioni proposte nel contesto economico-sociale. Deve essere in grado di formare il personale che si occuperà della piattaforma;

- L'architetto: è in grado di mediare con creatività tra il cliente e le sue esigenze, tra il contesto e le sue regole. Garantisce la realizzazione delle aspettative della committenza con precisione e nel rispetto di tempi e costi, assolve il compito di redigere le eventuali pratiche amministrative che la burocrazia impone. Aiuta nella selezione delle professionalità complementari, delle ditte, degli artigiani o dei tecnici specializzati che si rendono necessari per la realizzazione del progetto;
- Dirigente di comunità: gestisce i rapporti con il personale, in particolare, elabora gli organici e definisce le necessità del personale, introducendo strumenti di lavoro (statistiche, piano di servizio) e definisce i criteri per la gestione del personale. Risolve eventuali conflitti e problemi tra il personale ed è responsabile nella ricerca e selezione delle risorse umane;
- Psicologo nei servizi: in grado di analizzare i bisogni della comunità e elaborarli in modo da costruire un progetto;
- Hostess: figura professionale con specifiche competenze nell'organizzazione del lavoro e nel servizio di accoglienza, informazione, prenotazione e assistenza al cliente in congressi, fiere, eventi. Si occuperà di partecipare a eventi organizzati per la promozione del progetto.

Inoltre si è valutato di affidare la gestione della contabilità a uno studio esterno di commercialisti che conoscono le direttive comunitarie sul bilancio e le norme tributarie, fiscali e giuridiche la revisione dei conti ed altre attività specifiche di sua competenza.

7. PIANO ECONOMICO FINANZIARIO

Nelle pagine successive sono presentati i preventivi economici e finanziari, della produzione e delle vendite ed una simulazione del risultato economico relativi ai primi tre anni di attività di NexThink.

COSTI

Abbiamo stimato un consumo complessivo di energia elettrica, gas e acqua pari a 3500,00€ nei primi tre anni considerando le spese necessarie ad alimentare le spese base dell'ufficio (luce, alimentazione computer, riscaldamento, ecc.)

Le spese di pubblicità e promozioni ammontano a 20650,00€/anno così suddivise:

- Spese per allestire uno stand nelle piazze delle principali città emiliane 2 volte al mese per un totale di 2650,00€/anno.

Gazebo: 249,00€ Cartellone a goccia: 22,00€

Tavolino: 99,00€ Noleggio furgoncino: 65,00€/giorno (per un totale di 1560€/anno)

Hostess allo stand: 5,00€/ora (per un totale di 720,00€/anno)

- costi SEO per un totale di 6000,00€/anno
- costi di pubblicità su internet: 5000,00€
- pubblicità in luoghi aperti al pubblico: 4,39€/giorno (per 6 mesi nelle varie città di ognuna delle 9 province, quindi per un totale di 7000,00€/anno)

Per quanto riguarda la voce "Consulenza e collaborazioni" si suddividono in spese per la prestazione di lavoro del commercialista, i costi sostenuti per l'apertura e la manutenzione del sito e le spese di dominio pari a 9000€ per il primo anno.

Nei due anni successivi si sostengono solo costi riferiti alla gestione fiscale della contabilità e delle buste paga.

- 130 euro + iva al mese per la gestione contabile comprendente tutti gli adempimenti principali per gestione di SRL (consulenza, contabilità, modelli di pagamento, modelli dichiarativi, dichiarazione dei redditi per 2 soci);
- 150 euro + iva (esclusi diritti) per deposito bilancio, operazione da effettuarsi almeno una volta l'anno e una tantum;
- 25 euro + iva buste paga al mese per dipendente (o amministratore), comprendente tutti gli adempimenti dall'assunzione al CUD (per almeno 3 dipendenti/amministratori).

$25€ \times 12 \text{ mesi} = 300\text{euro} \quad + \quad 300€ \times n^{\circ}4 \text{ dipendenti} = 1200\text{euro}$

$130€ \times 12 \text{ mesi} = 1560 \quad + \quad 150€ \quad + \quad 1200\text{euro} = 2910\text{euro}$

Il secondo e il terzo anno le spese di manutenzione ammontano rispettivamente a 2000,00€ e 3000,00€ per la gestione del sito da parte della società informatica a cui è affidato.

Il primo anno le spese di manutenzione sono già comprese all'interno della voce "consulenza e collaborazioni".

L'affitto del locale adibito ad ufficio ammonta a 1000,00€/mese.

Abbiamo considerato di acquistare in leasing 4 pc fissi al costo di 1832€ il primo anno, 1632€ al secondo e 816 € al terzo(a cui va aggiunto il 10% del valore iniziale per la riscossione). Sempre in leasing è stata acquistata una stampante fotocopiatrice multifunzione al costo di 2000€ annui.

Rientrano nei costi amministrativi quelli sostenuti per la registrazione del marchio, in particolare:

- 16,00€ per la marca da bollo per la presentazione della domanda
- 101,00€ tasso di registrazione del marchio complessivo di una classe merceologica
- 40,00€ diritti di segreteria (versamento alla CCIAA)

Si aggiungono i costi relativi all'apertura della società:

- 1500,00€ di spese notarili
- 100,00€ di registrazione onlus all'agenzia delle entrate
- 300,00€ per adempimenti burocratici dell'associazione (tassa di concessione governativa per vidimazione dei libri sociali).

Infine nella voce "altri costi" abbiamo inserito i costi relativi all'arredamento e cancelleria necessari per lo svolgimento del lavoro.

COSTO DEL LAVORO

Abbiamo ipotizzato il pagamento di uno stipendio lordo di 23868€ (ottenuti calcolando lo stipendio di 1300€ mensili per il moltiplicatore pari a 1,53 e infine ricalcolati sulle 12 mensilità). Da qui ricaviamo i contributi previdenziali del 31% e pari a 7160.4€ e l'accantonamento TFR (dell'8%) di 3102.8€..

RICAVI

Abbiamo deciso di suddividere la nostra offerta in tre pacchetti differenziati in base alla complessità del servizio erogato.

Nello specifico abbiamo fissato il prezzo del pacchetto Prime a 2000,00€/anno per l'offerta di un servizio comprendente solo i dati ricavati dalla rilevazione delle informazioni sulla localizzazione delle strutture da riqualificare o sulle zone adatte a nuove costruzioni.

Il prezzo del pacchetto Plus ammonta a 4.500,00€/anno poiché oltre alle funzioni dell'offerta precedente include la rielaborazione dei dati stessi.

Il pacchetto Pro invece offre una consulenza completa: dalla rielaborazione dei dati alla realizzazione di un progetto vero e proprio. Il suo prezzo è di 9.000,00€/anno.

Negli anni successivi prevediamo un consolidamento del settore e della nostra posizione all'interno del mercato, e quindi un maggior numero di pacchetti venduti. I prezzi rimangono invariati.

INVESTIMENTI

Abbiamo deciso di investire nella ricerca e sviluppo fin dal primo anno per ottimizzare il servizio rendendolo esclusivo per ogni specifica area, così da poter cogliere e soddisfare al meglio i bisogni e i valori che contraddistinguono ogni realtà. Quindi puntiamo ad investire in una ricerca di marketing mirata.

Fondamentale per questo scopo è l'acquisizione e l'aggiornamento di software all'avanguardia che permettono di stare al passo con le tecnologie emergenti e al mercato in continua evoluzione. È anche indispensabile la consulenza di personale altamente specializzato. Ipotizziamo inoltre un aumento degli investimenti in ricerca e sviluppo proporzionale all'espansione del servizio, che mira a raggiungere in modo capillare tutto il territorio nazionale.

MODELLO DI BUSINESS PLAN				
Anno iniziale	2016			
	2016	2017	2018	
Aliquota IRAP	3,90%	3,90%	3,90%	
Aliquota IRES	11,00%	11,00%	11,00%	
	2016	2017	2018	
Tassi interesse attivi c/c	0,00%	0,00%	0,00%	
Tassi interesse passivi c/c	3,50%	3,50%	3,50%	
	2016	2017	2018	
Accantonamenti a fondi rischi e oneri	0	0	0	
Svalutazione crediti (%)	0,5%	0,5%	0,5%	
Distribuzione utile esercizio	2016	2017	2018	
a riserva legale	30%	30%	30%	
ai fondi mutualistici	3%	3%	3%	
a dividendi	0%	0%	0%	
a riserva indivisibile e a nuovo	67%	67%	67%	

	2016	2017	2018
DESCRIZIONE PRIME			
Prezzo unitario	2000	2000	2000
Quantità vendute	10	13	16
RICAVI	20000	26000	32000
Giorni di dilazione media	60	60	60
Giorni di rotazione magazzino	0	0	0
Aliquota IVA (%)	22,00%	22,00%	22,00%
DESCRIZIONE PLUS			
Prezzo unitario	4500	4500	4500
Quantità vendute	8	15	19
RICAVI	36000	67500	85500
Giorni di dilazione media	60	60	60
Giorni di rotazione magazzino	0	0	0
Aliquota IVA (%)	22,00%	22,00%	22,00%
DESCRIZIONE PRO			
Prezzo unitario	9000	9000	9000
Quantità vendute	7	10	14
RICAVI	63000	90000	126000
Giorni di dilazione media	60	60	60
Giorni di rotazione magazzino	0	0	0
Aliquota IVA (%)	22,00%	22,00%	22,00%

	2016	2017	2018
ALTRI RICAVI			
- CONTRIBUTI IN CONTO ESERCIZIO	0	0	0
- DONAZIONI	0	0	0
- ALTRI	0	0	0
TOTALE ALTRI RICAVI	0	0	0

Costi gestionali					
	2016	2017	2018	Giorni di dilazione	Aliquota IVA
Acquisti e consumi di materie prime	0	0	0	0	0%
Energia elettrica, gas, acqua	3.500	3.500	3.500	30	22%
Spese di pubblicità e promozioni	20.650	15.000	10.000	60	22%
Trasporti	0	0	0	0	0%
Lavorazioni di terzi	0	0	0	0	0%
Consulenze e collaborazioni	11.910	2.910	2.910	60	22%
Manutenzioni	0	2.000	3.000	60	22%
Provvigioni	0	0	0	0	0%
Premi assicurativi	0	0	0	0	0%
Affitti e locazioni passive	12.000	12.000	12.000	30	22%
Canoni di leasing	3.832	3.632	3.216	60	22%
Spese postali	0	0	0	0	0%
Altri costi amministrativi	2.157	0	0	90	0%
Altri costi	1.380	0	0	30	0%
TOTALE COSTI	55.429	39.042	34.626		

TOTALE IVA				DEBITI VERSO FORNITORI				
	2016	2017	2018			2016	2017	2018
Acquisti e consumi di materie prime	0	0	0	Acquisti e consumi di materie prime		0,0	0,0	0,0
Energia elettrica, gas, acqua	770	770	770	Energia elettrica, gas, acqua		355,8	355,8	355,8
Spese di pubblicità e promozioni	4543	3300	2200	Spese di pubblicità e promozioni		419,8	305,0	203,3
Trasporti	0	0	0	Trasporti		0,0	0,0	0,0
Lavorazioni di terzi	0	0	0	Lavorazioni di terzi		0,0	0,0	0,0
Consulenze e collaborazioni	2620,2	640,2	640,2	Consulenze e collaborazioni		242,17	591,7	591,7
Manutenzioni	0	440	660	Manutenzioni		0,0	406,7	610,0
Provvigioni	0	0	0	Provvigioni		0,0	0,0	0,0
Premi assicurativi	0	0	0	Premi assicurativi		0,0	0,0	0,0
Affitti e locazioni passive	2640	2640	2640	Affitti e locazioni passive		122,0	122,0	122,0
Canoni di leasing	843,04	799,04	707,52	Canoni di leasing		779,2	738,5	653,9
Spese postali	0	0	0	Spese postali		0,0	0,0	0,0
Altri costi amministrativi	0	0	0	Altri costi amministrativi		539,3	0,0	0,0
Altri costi	0	0	0	Altri costi		115,0	0,0	0,0
totale iva a credito	11416,24	8589,24	7617,72	fornitori a sp		9629,8	6362,7	5464,8

Costo del lavoro	2016	2017	2018
Retribuzione Lorda media per addetto	23.868,0	23.868,0	23.868,0
Contributi previdenziali	7.160,4	7.160,4	7.160,4
Accantonamento TFR	3.102,8	3.102,8	3.102,8
Numero dipendenti	4,0	4,0	5,0
TOTALE COSTO DEL LAVORO	136.525,0	136.525,0	170.656,2

Mezzi propri			
	2016	2017	2018
Capitale sociale	60.000,0	60.000,0	60.000,0
	2016	2017	2018
Prestiti da soci	0,0	0,0	0,0
tasso di interesse su prestito	0,0%	0,0%	0,0%

Anno	2016		
	Importo (Iva esclusa)	Aliquota IVA	Aliquota am- mortamento
Nuovi investimenti materiali	0		
Terreni	0	0%	0%
Fabbricati	0	0%	3%
Impianti e macchinari	0	0%	10%
Attrezzature industriali e commerciali	0	0%	15%
Altri beni	0	22%	20%
Nuovi investimenti immateriali	22000		
Costi d'impianto e ampliamento	0	0%	20%
Costi di ricerca e sviluppo	20000	0%	20%
Software, brevetti	2000	22%	20%
Altre immobilizzazioni immateriali	0	0%	20%
Nuovi investimenti finanziari	0		
Immobilizzazioni Finanziarie	0		
Depositi cauzionali	0		
Anno	2017		
	Importo (Iva esclusa)	Aliquota IVA	Aliquota am- mortamento
Nuovi investimenti materiali	0		
Terreni	0	0%	0%
Fabbricati	0	0%	3%
Impianti e macchinari	0	0%	10%
Attrezzature industriali e commerciali	0	0%	15%
Altri beni	0	22%	20%
Nuovi investimenti immateriali	30000		
Costi d'impianto e ampliamento	0	0%	20%
Costi di ricerca e sviluppo	30000	0%	20%
Software, brevetti	0	0%	20%
Altre immobilizzazioni immateriali	0	0%	20%
Nuovi investimenti finanziari	0		
Immobilizzazioni Finanziarie	0		
Depositi cauzionali	0		

		2016	2017	2018
iva a debito		26.180	40.370	53.570
iva a credito		11.416	8.589	7.618
saldo iva		-14.764	-31.781	-45.952
Erario iva		-14.764	-31.781	-45.952
Utilizzo Iva a credito		0	0	0
Liquidazione Iva		-14.764	-31.781	-45.952
Ripporto Iva a Credito		0	0	0
Pagamento Iva		-13.533	-30.363	-44.771
Iva a Credito SP		0	0	0
Iva a Debito SP		1.230	2.648	3.829
Pagamento Iva -uscite		13.533	30.363	44.771
INCASSI ANNUI		180.983,3	210.755,0	284.870,0
di cui incassi di mutui		0,0	0,0	0,0
di cui incassi da soci		60.000,0		
USCITE ANNUE COSTI		57.215,5	50.898,3	43.141,6
USCITE ANNUE PERSONALE		133.422,1	133.422,1	167.553,4
uscite per imposte				
uscite per investimenti		22.440,0	30.000,0	36.600,0
uscite per rimborsi soci			0,0	0,0
uscite per rimborso rate		0,0	0,0	0,0
totale uscite		213.077,6	214.320,4	247.295,0
saldo gestione corrente		-32.094,2	-3.565,4	37.575,0
interessi su c/c		-1.123,3	-124,8	0,0
LIQUIDITA' NETTA FINALE		45.937,8	77.371,1	173.868,9
ONERI TEORICI		0,0	0,0	0,0

CONTO ECONOMICO PREVISIONALE

	2016		2017		2018	
Ricavi di vendita	119.000,0	100,0%	183.500,0	100,0%	243.500,0	100,0%
Variazione magazzino	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Altri ricavi	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%
VALORE DELLA PRODUZIONE	119.000,0	100,0%	183.500,0	100,0%	243.500,0	100,0%
Materie prime e consumi	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Costi per servizi	36.060,0	30,3%	23.410,0	12,8%	19.410,0	8,0%
Godimento beni di terzi	15.832,0	13,3%	15.632,0	8,5%	15.216,0	6,2%
Costi amministrativi	3.537,0	3,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%
VALORE AGGIUNTO	63.571,0	53,4%	144.458,0	78,7%	208.874,0	85,8%
Costo del lavoro	136.525,0	114,7%	136.525,0	74,4%	170.656,2	70,1%
MARGINE OPERATIVO LORDO	-72.954,0	-61,3%	7.933,0	4,3%	38.217,8	15,7%
Ammortamenti	4.400,0	3,7%	16.400,0	8,9%	16.400,0	6,7%
Accantonamenti	121,0	0,1%	186,6	0,1%	247,6	0,1%
REDDITO OPERATIVO	-77.474,9	-65,1%	-8.653,5	-4,7%	21.570,2	8,9%
Oneri finanziari	-2.091,0	-1,8%	-1.907,1	-1,0%	-800,9	-0,3%
<i>a medio lungo</i>	-2.091,0	-1,8%	-1.289,9	-0,7%	-460,4	-0,2%
<i>a breve</i>	0,0	0,0%	-617,2	-0,3%	-340,5	-0,1%
RISULTATO ANTE IMPOSTE	-79.565,9	-66,9%	-10.560,6	-5,8%	20.769,4	8,5%
Imposte	2.303,0	1,9%	4.987,0	2,7%	8.956,8	3,7%
RISULTATO DI ESERCIZIO	-81.868,9	-68,8%	-15.547,6	-8,5%	11.812,6	4,9%

STATO PATRIMONIALE PREVISIONALE

ATTIVO	2016		2017		2018	
Immobilizzazioni materiali	0,0		0,0		0,0	
Immobilizzazioni immateriali	17.600,0		61.200,0		44.800,0	
Immobilizzazioni finanziarie	0,0		0,0		0,0	
TOTALE ATTIVO FISSO	17.600,0	16,1%	61.200,0	62,1%	44.800,0	47,5%
Magazzino	0,0		0,0		0,0	
Crediti verso clienti	24.196,7		37.311,7		49.511,7	
Altri crediti	0,0		0,0		0,0	
Disponibilità liquide	67.204,1		0,0		0,0	
TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE	91.400,8	83,9%	37.311,7	37,9%	49.511,7	52,5%
TOTALE ATTIVITA'	109.000,8	100,0%	98.511,7	100,0%	94.311,7	100,0%
PASSIVO						
Capitale sociale	120.000,0		120.000,0		120.000,0	
Riserve e risultato a nuovo			-81.868,9		-97.416,5	
Risultato di esercizio	-81.868,9		-15.547,6		11.812,6	
PATRIMONIO NETTO	38.131,1	35,0%	22.583,5	22,9%	34.396,1	36,5%
FONDO TFR	12.411,4	11,4%	24.822,7	25,2%	40.336,9	42,8%
ALTRI FONDI PER RISCHI E ONERI	121,0	0,1%	307,5	0,3%	555,1	0,6%
Finanziamenti a medio lungo termine	47.477,2		24.153,4		0,0	
PASSIVITA' CONSOLIDATE	60.009,6	55,1%	49.283,7	50,0%	40.892,0	43,4%
Prestiti da soci	0,0		0,0		0,0	
Debiti verso fornitori	9.629,8		6.362,7		5.464,8	
Altri debiti	1.230,3		2.648,4		3.829,4	
Debiti bancari a breve	0,0		17.633,4		9.729,4	
TOTALE PASSIVITA' CORRENTI	10.860,1	10,0%	26.644,5	27,0%	19.023,6	20,2%
TOTALE PASSIVITA'	109.000,8	100,0%	98.511,7	100,0%	94.311,7	100,0%

RENDICONTO FINANZIARIO PREVISIONALE

	2016	2017	2018
Reddito operativo	-77.474,9	-8.653,5	21.570,2
Ammortamenti	4.400,0	16.400,0	16.400,0
Accantonamenti	121,0	186,6	247,6
TFR	12.411,4	12.411,4	15.514,2
FLUSSO REDDITUALE GESTIONE CARATTERISTICA	-60.542,6	20.344,4	53.732,0
Variazione crediti commerciali	-24.196,7	-13.115,0	-12.200,0
Variazione credito IVA	0,0	0,0	0,0
Variazione rimanenze	0,0	0,0	0,0
Variazione fornitori	9.629,8	-3.267,1	-897,9
Variazione debito IVA	1.230,3	1.418,1	1.181,0
FLUSSO MONETARIO GESTIONE TIPICA	-73.879,2	5.380,4	41.815,0
Investimenti netti Immobilizzazioni materiali	0,0	0,0	0,0
Investimenti Immobilizzazioni immateriali	-22.000,0	-60.000,0	0,0
Immobilizzazioni finanziarie	0,0	0,0	0,0
Variazione debiti finanziari a medio lungo termine	47.477,2	-23.323,8	-24.153,4
Oneri finanziari su finanziamenti a medio lungo termine	-2.091,0	-1.289,9	-460,4
Aumenti capitale sociale	120.000,0	0,0	0,0
Distribuzione utile		0,0	0,0
Finanziamenti dei soci	0,0	0,0	0,0
Imposte	-2.303,0	-4.987,0	-8.956,8
Proventi finanziari a breve	0,0	0,0	0,0
Oneri finanziari a breve	0,0	-617,2	-340,5
FLUSSO DI LIQUIDITA' TOTALE	67.204,1	-84.837,5	7.904,0
LIQUIDITA' NETTA INIZIALE	0,0	67.204,1	-17.633,4

INDICATORI SINTETICI	2016	2017	2018
TASSO CRESCITA DEI RICAVI		54,20%	32,70%
MOL/VENDITE	-61,31%	4,32%	15,70%
REDDITO OPERATIVO/ONERI FINANZIARI	RO < 0	RO < 0	26,9
PFN/MOL	PFN > 0	5,3	0,3
FLUSSI DI CASSA/RATE DEI MUTUI	FLUSSI NEGATIVI	0,2	1,7
MARGINE SECONDARIO DI STRUTTURA	93.073	35.797	71.380
ROI	-71,1%	-8,8%	22,9%
ROS	-65,1%	-65,1%	-4,7%

