



Società cooperativa The Big Bang Teathre –TBBT SOC. COOP.- IMPRESA SOCIALE Guastalla (RE)

# *Business Plan*

# INDICE

1 - STORIA

2 - ANALISI DEL SETTORE

3 - L'ANALISI DELLA DOMANDA

4 - ANALISI DELLA CONCORRENZA

5 - POLITICHE DI COMMERCIALIZZAZIONE

6 - STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

7 - VALUTAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA

## 1) STORIA

### LA NOSTRA NASCITA

La nostra cooperativa teatrale "The Big Bang Theatre" nasce ufficialmente il 26 Gennaio 2017.

L'idea è stata lanciata alcuni mesi prima, per iniziativa di un piccolo gruppo di giovani brillanti, diplomati all'accademia, con tanta voglia di lavorare e favorire la divulgazione di questa straordinaria arte. Ben presto, il messaggio è stato recepito con entusiasmo da altri ragazzi, che hanno offerto il proprio contributo e la propria disponibilità a mettersi in gioco per la realizzazione di un progetto comune.

### I NOSTRI OBIETTIVI

Lo scopo principale di questa cooperativa è quello di intrattenere bambini e ragazzi, attraverso l'organizzazione di spettacoli e attività in grado di affrontare problematiche attuali e di veicolare messaggi sociali.

Per il corrente anno, l'obiettivo che ci siamo posti è la realizzazione di 2 spettacoli:

Il primo (quello principale) ci porterà a mettere in scena "L'uomo che piantava gli alberi", tratto dall'omonimo racconto di Jean Giono.

Il secondo, ancora da definire nei dettagli, sarà uno spettacolo sperimentale in cui coinvolgeremo i ragazzi delle locali scuole medie.

A questo proposito, stiamo prendendo contatti con le istituzioni scolastiche dislocate sul territorio, per condividere e strutturare attività e progetti di avviamento al teatro.

### LA NOSTRA SEDE

La nostra sede al momento è a Guastalla presso IPS Carrara e al centro sociale 1°Maggio, dove lavoriamo e cerchiamo di realizzare le idee, trasformandole in rappresentazioni per giovani e adulti.

### ORGANIZZAZIONE

Tutti coloro che fanno parte della cooperativa con ruoli differenti, assegnati a seconda delle loro capacità, sono anche soci di pari livello.

### I SOCI

Aino Ludovica	Regista/Attrice/Promozioni
Aktar Ifrah	Attrice
Argese Marco	Tecnico/Attore
Bertazzoni Alex	Attore/Ballerino
Brugnano Jenny	Contabile/Attrice
Conte Angelica	Attrice
Copelli Valeria	Ufficio stampa/Attrice
Daniele Ilaria	Regista/Attrice/Ballerina
El Moussaid Ayoub	Tecnico/Attore

Ferrari Alexa	Attrice
Gatto Pietro	Attività didattica/Attore
Guerra Simone	Contabile/Attore
Kaur Kamaldeep	Sceneggiatrice/Attrice
Kaur Parminder	Attività didattica/Attrice
Kenny Nora	Sceneggiatrice/Attrice
Lonetti Davide	Scenografo/Attore
Nocerino Antonietta	Attrice
Pelizzoni Valentina	Attrice
Perna Mirko	Attore
Rehman Abdul	Tecnico/Attore
Stirparo Giuseppe	Tecnico/Attore

## 2) ANALISI DEL SETTORE

La nostra cooperativa "The Big Bang Teathre" ha la sua sede operativa nella Bassa reggiana, in cui sono presenti altri teatri come:

- **Teatro sociale di Gualtieri:** è incentrato nella realizzazione di progetti dedicati ai giovani under 30. Si struttura come concorso per la messa in scena e la premiazione di spettacoli di compagnie provenienti da tutta Italia, attraverso un processo di selezione e critica interamente condotto da giurie under 30. Sono i giovani che premiano i giovani, in una sorta di meccanismo di "mutuo soccorso".
- **Teatro della rocca "Franco Tagliavini":** è situato nel piazzale Guglielmo Marconi, a Novellara, nella splendida cornice della Rocca. Questo teatro presenta richiami a rappresentazioni di vario genere tendenzialmente legate alla vita di corte.
- **Noveteatro:** è un centro teatrale itinerante fondato nel 2007 da un gruppo di professionisti dello spettacolo. Noveteatro coinvolge anche artisti e personalità importanti del panorama artistico italiano. Dal primo febbraio 2016, Noveteatro si è aggiudicato la gestione per un triennio del teatro Pedrazzoli di Fabbrico. La sala del Noveteatro è nata negli anni '50 come teatro del popolo grazie al lavoro e al contributo economico di centinaia di cittadini volontari.
- **Teatro comunale Gino Cervi di Brescello:** il teatro Gino Cervi offre spettacoli scolastici e domenicali ai bambini. Si trova in via F.lli Rosselli (dietro le scuole medie). Questo teatro viene utilizzato anche per promuovere spettacoli, saggi scolastici, concerti, iniziative culturali e sociali che possono ricevere il patrocinio comunale.
- **Teatro "Ruggero Ruggeri" di Guastalla:** situato in via G. Verdi, 7, questo teatro ogni anno propone al pubblico un importante cartellone teatrale in cui si avvicendano i più conosciuti attori italiani.
- **Teatro del fiume di Boretto:** ristrutturato nel 1990 e ultimato nel 1997, offre ogni anno importanti stagioni teatrali in cui si alternano titoli di prosa, commedie dialettali e spettacoli musicali.

La nostra cooperativa si pone in un'ottica di moderata discontinuità, nei confronti del variegato panorama teatrale locale. Il nostro obiettivo principale è quello di avviare i ragazzi delle scuole medie verso un'attività teatrale di carattere sociale, allo scopo di condividere e strutturare iniziative e progetti. I ragazzi della fascia under 14 rappresentano, quindi, il nostro target prioritario di riferimento, nella loro doppia veste di spettatori/attori attraverso i quali veicolare il nostro credo artistico.

### **3) ANALISI DELLA DOMANDA**

A quale utenza indirizzare in modo particolare le nostre iniziative? Dalle ricerche condotte sul territorio, emerge che in esso vi siano circa 50.000 abitanti che, dunque, costituiscono il nostro bacino di riferimento. Analizzando le caratteristiche demografiche del territorio, si può notare che:

- l'età media è pari a 48 anni;
- le donne rappresentano il 60% della popolazione totale;
- molte sono le coppie di giovani e i nuclei familiari, in media costituiti da 3 persone; - gli anziani (dai 65 anni in poi) rappresentano il 20% della popolazione totale.

Considerate tali caratteristiche, le nostre attività, pur rivolgendosi all'intera popolazione, si concentreranno prioritariamente sulle scuole e le realtà sociali del territorio (Centri Diurni e Case Protette, Centri Sociali, Circoli...) e su un pubblico giovane, costituito da famiglie con figli, questi ultimi considerati nella veste di fruitori/spettatori e potenziali attori.

### **4) ANALISI DELLA CONCORRENZA**

La nostra cooperativa The Big Bang Theatre ha cercato immediatamente di porsi in un'ottica di moderata distanza rispetto al panorama offerto dalla concorrenza. Tenendo conto del nostro principale target di riferimento, infatti, offriamo molti servizi dedicati alle famiglie, tra cui la possibilità di iscriversi a laboratori tramite la scuola o corsi estivi teatrali indirizzati sia a bambini che a ragazzi. The Big Bang Theatre si contraddistingue dalle altre cooperative (e dalle altre compagnie teatrali) dato il peso rilevante attribuito allo sviluppo di temi differenti e multiculturali che aiutano bambini (e, nello specifico, soprattutto bambini con disabilità) ad apprezzare la differenza come valore imprescindibile. A differenza di altre cooperative, quindi, i corsi e i laboratori sono aperti anche a bambini/ragazzi con disabilità, la cui partecipazione è incentivata. Pochi sono i concorrenti a livello locale/regionale. La maggior parte delle compagnie teatrali che operano sul nostro stesso territorio non si configurano come cooperative ed hanno un orizzonte più limitato.

A livello di vere e proprie cooperative teatrali, invece, il nostro competitore più temibile è rappresentato da una compagnia di Bologna, la quale tuttavia pur trovando spazio negli organi di informazione e avendo un sito molto aggiornato, si rivolge a un pubblico di nicchia. Inoltre, non prende minimamente in considerazione tutto il settore scolastico, che invece fornisce il nostro principale bacino di riferimento.

## 5) POLITICHE DI COMMERCIALIZZAZIONE

La commercializzazione della nostra attività e la vendita delle attività laboratoriali e delle nostre produzioni (l'uomo che piantava gli alberi) è centrale all'interno della strategia di mercato della "The Big Bang Theatre". Gli obiettivi principali che andiamo a proporci, chiaramente correlati tra loro, sono la massima diffusione delle iniziative teatrali proposte e il raggiungimento del maggior bacino d'utenza possibile, nell'ambito del nostro target di riferimento.

Per facilitare l'ingresso al pubblico, la vendita dei biglietti potrà essere attivata attraverso internet, tramite consueti canali di biglietteria on line o attraverso specifica funzione nei social network. Ovviamente, non sono esclusi i canali tradizionali di prenotazione dei biglietti, tramite mail o via telefono.

Per gli studenti delle Scuole dell'Infanzia e Primarie della zona, a cui vanno le nostre prioritarie attenzioni in un'ottica di avviamento all'attività teatrale, la partecipazione è prevista gratuita, confidando nel sostegno delle Amministrazioni locali (con cui si stanno instaurando rapporti). I ragazzi delle Scuole Secondarie di I e II grado, invece, specialmente se inseriti in iniziative in collaborazione con i loro istituti, potranno usufruire di forti sconti.

Per le attività laboratoriali si prevede la contribuzione delle Amministrazioni Comunali e altri enti locali e degli istituti Comprensivi. Ci stiamo attivando nella ricerca di sponsorizzazioni da aziende del territorio.

## 6) STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

Abbiamo definito la produzione di una brochure con l'obiettivo di presentare la nostra attività teatrale, il programma degli eventi che intendiamo proporre al pubblico, i partner coinvolti e gli aspetti organizzativi e tecnici dell'evento. Questa brochure diventa inoltre uno strumento dinamico per la promozione delle nostre attività, sia quelle di produzione teatrale sia quelle di proposta di un percorso integrativo ed educativo, rivolto alle scuole, attraverso l'arte del teatro.

(Social media)

Un aiuto fondamentale per promuovere l'evento/attività può avvenire oggi dall'utilizzo dei social media che offrono la possibilità di amplificare all'infinito un messaggio. Utilizzeremo così il nostro account Facebook per creare un evento al fine di generare aspettativa, incuriosire e, di conseguenza, catalizzare il maggior numero di persone al nostro spettacolo. Creeremo così una pagina dedicata all'evento che scorrerà nella news feed ogni qualvolta si creerà un evento. Utilizzeremo anche Twitter, che si rivela estremamente utile per far "rimbalzare" la notizia; per questo creeremo uno specifico hashtag (#TBBT) per l'evento. Tale evento non terminerà con la chiusura dello spettacolo, in quanto i social ci aiuteranno a tener vivo l'interesse intorno all'attività della nostra cooperativa. Continueremo, infatti, a dialogare, ringraziandoli, con coloro hanno partecipato, pubblicando aggiornamenti (affluenza, foto ecc.), lasciando ampio spazio ai commenti e iniziando a promuovere gli eventi e le attività successive.

(E-mail marketing)

Per promuovere l'evento creeremo liste di scuole e teatri al quali invieremo e-mail per presentare sia il nostro spettacolo teatrale sia le nostre attività didattiche rivolte alle scuole.

(Biglietto da visita)

Al fine di farci conoscere e ricordare, creeremo dei biglietti da visita nei quali specificheremo i nostri contatti.



## 7) VALUTAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA

Nella fase iniziale noi soci ci siamo mossi collocando i nostri prodotti nel territorio della Bassa Reggiana, sfruttando anche le conoscenze personali per ottenere fiducia e accoglienza.

Nel medio termine l'obiettivo è di allargare il mercato di riferimento all'intera provincia e a quelle limitrofe.

Dalle analisi svolte e dalle testimonianze sentite siamo consapevoli che la redditività sarà modesta non solo nella fase di start up (non prevediamo di raggiungere il punto di equilibrio nel 2017), ma per tutto il medio periodo. E' previsto un aumento significativo delle vendite dei nostri prodotti dal secondo anno, ma sarà necessario, per ogni socio, mantenere altre forme di reddito fino a quando non si riuscirà a garantire uno stipendio che permetta un accettabile livello di sussistenza.

Abbiamo anche imparato che nel settore dello spettacolo è necessario attivare convenzioni e ottenere patrocinii dalle Amministrazioni Locali, ma questo non basta, occorre anche poter accedere a forme di finanziamento pubblico (Regionale, Statale) fortunatamente ancora previste.

Possiamo concludere che il prodotto artistico ha un valore che non corrisponde al suo prezzo "di vendita".

Questo ci ha fatto capire la differenza tra prodotti materiali e immateriali. I primi sono misurabili oggettivamente e possono ottenere una valutazione capita e condivisa. La misurabilità degli altri è complessa: tante sono le ore per allestire uno spettacolo e tante sono le incognite che si possono incontrare nel percorso.

Certamente la forza motrice che ci permetterà di continuare nel nostro progetto può essere solo la PASSIONE.....la ricchezza, che speriamo arrivi prima o poi, dovrà essere un obiettivo secondario.

## **LEGENDA INSERIMENTO DATI**

**Inserire i dati nelle celle di colore verde**

**inserire i valori in unità di €**

**nel foglio ipotesi di base inserire l'anno iniziale nella cella in blu**

**nel foglio ricavi inserire una breve descrizione dei prodotti/servizi offerti e non occorre indicare la rotazione del magazzino in caso di prestazioni di servizi**

**nel foglio capitale sociale inserire l'importo del capitale e del prestito da soci previsto per ciascun anno**

MODELLO DI BUSINESS PLAN
--------------------------

Anno iniziale	<b>2016</b>		
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Aliquota IRAP			
Aliquota IRES			
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Tassi interesse attivi c/c			
Tassi interesse passivi c/c			
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Accantonamenti a fondi rischi e oneri			
Svalutazione crediti (%)			
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Distribuzione utile esercizio	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
a riserva legale	30%	30%	30%
ai fondi mutualistici	3%	3%	3%
a dividendi			
a riserva indivisibile e a nuovo	67%	67%	67%

<b>Laboratorio Scuole dell'Infanzia</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Prezzo unitario		400	400
Quantità vendute		4	10
RICAVI	0	1600	4000
Giorni di dilazione media			
Giorni di rotazione magazzino			
Aliquota IVA (%)			


<b>Laboratorio Scuole Primarie</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Prezzo unitario		500	500
Quantità vendute		3	10
RICAVI	0	1500	5000
Giorni di dilazione media			
Giorni di rotazione magazzino			
Aliquota IVA (%)			

<b>Laboratori Scuole secondarie I grado</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Prezzo unitario		500	500
Quantità vendute		2	8
RICAVI	0	1000	4000
Giorni di dilazione media			
Giorni di rotazione magazzino			
Aliquota IVA (%)			

<b>Spettacolo L'UOMO CHE PIANTAVA GLI ALBERI</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Prezzo unitario	200	200	200
Quantità vendute		10	25
RICAVI	0	2000	5000
Giorni di dilazione media			
Giorni di rotazione magazzino			
Aliquota IVA (%)			

<b>Spettacolo IL BARONE RAMPANTE di Italo Calvino</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Prezzo unitario			200
Quantità vendute			20
RICAVI	0	0	4000
Giorni di dilazione media			
Giorni di rotazione magazzino			
Aliquota IVA (%)			

	2016	2017	2018
ALTRI RICAVI			
- CONTRIBUTI IN CONTO ESERCIZIO			
- DONAZIONI			
- ALTRI			
<b>TOTALE ALTRI RICAVI</b>	0	0	0



## Costi gestionali

	2016	2017	2018	Giorni di dilazione	Aliquota IVA
Acquisti e consumi di materie prime		500	1.000		
Energia elettrica, gas, acqua		150	300		
Spese di pubblicità e promozioni		1.000	500		
Trasporti					
Lavorazioni di terzi					
Consulenze e collaborazioni					
Manutenzioni					
Provvigioni					
Premi assicurativi		800	800		
Affitti e locazioni passive					
Canoni di leasing					
Spese postali		50	50		
Altri costi amministrativi		200	300		
Altri costi					
<b>TOTALE COSTI</b>	<b>0</b>	<b>2.700</b>	<b>2.950</b>		

### **Costo del lavoro**

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Retribuzione Lorda media per addetto		<b>100,0</b>	<b>525,0</b>
Contributi previdenziali	0,0	30,0	157,5
Accantonamento TFR	0,0	13,0	68,3
Numero dipendenti		<b>21,0</b>	<b>21,0</b>
<b>TOTALE COSTO DEL LAVORO</b>	<b>0,0</b>	<b>3.003,0</b>	<b>15.765,8</b>

Anno	2016		
	Importo (Iva esclusa)	Aliquota IVA	Aliquota ammortamento
<b>Nuovi investimenti materiali</b>	0		
Terreni			0%
Fabbricati			3%
Impianti e macchinari			10%
Attrezzature industriali e commerciali			15%
Altri beni			20%
<b>Nuovi investimenti immateriali</b>	0		
Costi d'impianto e ampliamento			20%
Costi di ricerca e sviluppo			20%
Software, brevetti			20%
Altre immobilizzazioni immateriali			20%
<b>Nuovi investimenti finanziari</b>	0		
Immobilizzazioni Finanziarie			
Depositi cauzionali			

Anno	2017		
	Importo (Iva esclusa)	Aliquota IVA	Aliquota ammortamento
<b>Nuovi investimenti materiali</b>	1000		
Terreni			0%
Fabbricati			3%
Impianti e macchinari			10%
Attrezzature industriali e commerciali			15%
Altri beni	1000		20%
<b>Nuovi investimenti immateriali</b>	1500		
Costi d'impianto e ampliamento	1500		20%
Costi di ricerca e sviluppo			20%
Software, brevetti			20%
Altre immobilizzazioni immateriali			20%
<b>Nuovi investimenti finanziari</b>	0		
Immobilizzazioni Finanziarie			
Depositi cauzionali			

Anno	2018		
	Importo (Iva esclusa)	Aliquota IVA	Aliquota ammortamento
<b>Nuovi investimenti materiali</b>	2500		
Terreni			0%
Fabbricati			3%
Impianti e macchinari			10%
Attrezzature industriali e commerciali			15%
Altri beni	2500		20%
<b>Nuovi investimenti immateriali</b>	1500		
Costi d'impianto e ampliamento	1500		20%
Costi di ricerca e sviluppo			20%
Software, brevetti			20%
Altre immobilizzazioni immateriali			20%
<b>Nuovi investimenti finanziari</b>	0		
Immobilizzazioni Finanziarie			
Depositi cauzionali			



**Mezzi propri**

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Capitale sociale		525,0	525,0
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Prestiti da soci			10.000,0
<i>tasso di interesse su prestito</i>			1,5%

## Fonti di finanziamento

**2016**

Importo mutuo	
Tasso annuale	
Durata prestito (anni)	

rata annua	#NUM!
------------	-------

**2017**

Importo mutuo	10.000
Tasso annuale	5,50%
Durata prestito (anni)	4

rata annua	2.791
------------	-------

**2018**

Importo mutuo	
Tasso annuale	
Durata prestito (anni)	

rata annua	#NUM!
------------	-------

## CONTO ECONOMICO PREVISIONALE

	2016		2017		2018	
Ricavi di vendita	0,0	#DIV/0!	6.100,0	100,0%	22.000,0	100,0%
Variazione magazzino	0,0	#DIV/0!	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Altri ricavi	0,0	#DIV/0!	0,0	0,0%	0,0	0,0%
<b>VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>0,0</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>6.100,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>22.000,0</b>	<b>100,0%</b>
Materie prime e consumi	0,0	#DIV/0!	500,0	8,2%	1.000,0	4,5%
Costi per servizi	0,0	#DIV/0!	1.950,0	32,0%	1.600,0	7,3%
Godimento beni di terzi	0,0	#DIV/0!	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Costi amministrativi	0,0	#DIV/0!	250,0	4,1%	350,0	1,6%
<b>VALORE AGGIUNTO</b>	<b>0,0</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>3.400,0</b>	<b>55,7%</b>	<b>19.050,0</b>	<b>86,6%</b>
Costo del lavoro	0,0	#DIV/0!	3.003,0	49,2%	15.765,8	71,7%
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>	<b>0,0</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>397,0</b>	<b>6,5%</b>	<b>3.284,3</b>	<b>14,9%</b>
Ammortamenti	0,0	#DIV/0!	500,0	8,2%	1.300,0	5,9%
Accantonamenti	0,0	#DIV/0!	0,0	0,0%	0,0	0,0%
<b>REDDITO OPERATIVO</b>	<b>0,0</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>-103,0</b>	<b>-1,7%</b>	<b>1.984,3</b>	<b>9,0%</b>
Oneri finanziari	0,0	#DIV/0!	-492,6	-8,1%	-513,0	-2,3%
<b>RISULTATO ANTE IMPOSTE</b>	<b>0,0</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>-595,6</b>	<b>-9,8%</b>	<b>1.471,2</b>	<b>6,7%</b>
Imposte	0,0	#DIV/0!	0,0	0,0%	0,0	0,0%
<b>RISULTATO DI ESERCIZIO</b>	<b>0,0</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>-595,6</b>	<b>-9,8%</b>	<b>1.471,2</b>	<b>6,7%</b>

## STATO PATRIMONIALE PREVISIONALE

<b>ATTIVO</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Immobilizzazioni materiali	0,0	800,0	2.600,0
Immobilizzazioni immateriali	0,0	1.200,0	2.400,0
Immobilizzazioni finanziarie	0,0	0,0	0,0
<b>TOTALE ATTIVO FISSO</b>	<b>0,0 #DIV/0!</b>	<b>2.000,0 26,2%</b>	<b>5.000,0 29,3%</b>
Magazzino	0,0	0,0	0,0
Crediti verso clienti	0,0	0,0	0,0
Altri crediti	0,0	0,0	0,0
Disponibilità liquide	0,0	5.644,2	12.055,9
<b>TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE</b>	<b>0,0 #DIV/0!</b>	<b>5.644,2 73,8%</b>	<b>12.055,9 70,7%</b>
<b>TOTALE ATTIVITA'</b>	<b>0,0 #DIV/0!</b>	<b>7.644,2 100,0%</b>	<b>17.055,9 100,0%</b>
<b>PASSIVO</b>			
Capitale sociale	0,0	525,0	525,0
Riserve e risultato a nuovo		0,0	-595,6
Risultato di esercizio	0,0	-595,6	1.471,2
<b>PATRIMONIO NETTO</b>	<b>0,0 #DIV/0!</b>	<b>-70,6 -0,9%</b>	<b>1.400,6 8,4%</b>
<b>FONDO TFR</b>	<b>0,0 #DIV/0!</b>	<b>13,0 0,2%</b>	<b>81,3 0,5%</b>
<b>ALTRI FONDI PER RISCHI E ONERI</b>	<b>0,0 #DIV/0!</b>	<b>0,0 0,0%</b>	<b>0,0 0,0%</b>
Finanziamenti a medio lungo termine	0,0	7.701,9	5.274,1
<b>PASSIVITA' CONSOLIDATE</b>	<b>0,0 #DIV/0!</b>	<b>7.714,9 100,9%</b>	<b>5.355,3 32,0%</b>
Prestiti da soci	0,0	0,0	10.000,0
Debiti verso fornitori	0,0	0,0	0,0
Altri debiti	0,0	0,0	0,0
Debiti bancari a breve	0,0	0,0	0,0
<b>TOTALE PASSIVITA' CORRENTI</b>	<b>0,0 #DIV/0!</b>	<b>0,0 0,0%</b>	<b>10.000,0 59,7%</b>
<b>TOTALE PASSIVITA'</b>	<b>0,0 #DIV/0!</b>	<b>7.644,2 100,0%</b>	<b>16.755,9 100,0%</b>

## RENDICONTO FINANZIARIO PREVISIONALE

	2016	2017	2018
Reddito operativo	0,0	-103,0	1.984,3
Ammortamenti	0,0	500,0	1.300,0
Accantonamenti	0,0	0,0	0,0
TFR	0,0	13,0	68,3
<b>FLUSSO REDDITUALE GESTIONE CARATTERISTICA</b>	<b>0,0</b>	<b>410,0</b>	<b>3.352,5</b>
Variazione crediti commerciali	0,0	0,0	0,0
Variazione credito IVA	0,0	0,0	0,0
Variazione rimanenze	0,0	0,0	0,0
Variazione fornitori	0,0	0,0	0,0
Variazione debito IVA	0,0	0,0	0,0
<b>FLUSSO MONETARIO GESTIONE TIPICA</b>	<b>0,0</b>	<b>410,0</b>	<b>3.352,5</b>
Investimenti netti Immobilizzazioni materiali	0,0	-1.000,0	-2.500,0
Investimenti Immobilizzazioni immateriali	0,0	-1.500,0	-1.500,0
Immobilizzazioni finanziarie	0,0	0,0	0,0
Variazione debiti finanziari a medio lungo termine	0,0	7.701,9	-2.427,8
Oneri finanziari su finanziamenti a medio lungo termine	0,0	-492,6	-513,0
Aumenti capitale sociale	0,0	525,0	0,0
Distribuzione utile		0,0	0,0
Finanziamenti dei soci	0,0	0,0	10.000,0
Imposte	0,0	0,0	0,0
Proventi finanziari a breve	0,0	0,0	0,0
Oneri finanziari a breve	0,0	0,0	0,0
<b>FLUSSO DI LIQUIDITA' TOTALE</b>	<b>0,0</b>	<b>5.644,2</b>	<b>6.411,7</b>
<b>LIQUIDITA' NETTA INIZIALE</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>5.644,2</b>
<b>LIQUIDITA' NETTA FINALE</b>	<b>0,0</b>	<b>5.644,2</b>	<b>12.055,9</b>

<b>INDICATORI SINTETICI</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
TASSO CRESCITA DEI RICAVI		#DIV/0!	260,66%
MOL/VENDITE	#DIV/0!	6,51%	14,93%
REDDITO OPERATIVO/ONERI FINANZIARI	RO < 0	RO<0	3,9
PFN/MOL	#DIV/0!	5,2	1,0
FLUSSI DI CASSA/RATE DEI MUTUI	FLUSSI NEGATIVI	0,1	1,2
MARGINE SECONDARIO DI STRUTTURA	0	5.657	1.837
ROI	#DIV/0!	-1,3%	11,6%
ROS	#DIV/0!	#DIV/0!	-1,7%

## Andamento Conto economico

