

Possumus srl

BUSINESS PLAN

Il presente documento è stato redatto a scopo didattico quale elaborato finale del PCTO dagli studenti della IV Liceo Classico dell'ISTITUTO LUIGI SODO sito in Cerreto Sannita nell'anno scolastico 2022/23: Albano Domenico Karol, Bianco Francesca, Campanile Iole, De Biase Sabrina, Di Massa Francesca, Durante Paolo, Durante Vittorio, Goglia Natalia, Guarino Marta, Pacelli Maria Chiara, Santomartino Giuseppe, Vitelli Federica, Vitelli Serena

I dati riportati nel documento non fanno riferimento a fatti e progetti realmente esistenti.

Descrizione dell'Idea Imprenditoriale

1.1 Ragione Sociale

La società “*Possumus srl*”, consiste in una start-up affidabile e performante, che fornirà soluzioni di Comunicazione Digitale a prezzi accessibili ad aziende di medie e piccole dimensioni e Liberi Professionisti che operano nell’ambito della sostenibilità ambientale e che stanno cercando di espandere i propri sforzi di marketing per raggiungere il web.

Abbiamo un sistema consolidato, che ci permette di offrire sviluppo di siti web, marketing, e la manutenzione dello stesso calibro che le grandi aziende possono sfruttare, a un costo molto conveniente.

La società ha sede operativa e legale a Cerreto Sannita (BN), e nasce nell’anno 2024. Il nome “*Possumus*” è l’espressione latina “*Noi possiamo*”, e nasce proprio dall’idea di alcuni giovani neodiplomati che, in un momento di difficile crisi economica, decidono di redigere una vera e propria idea imprenditoriale che mira in pochi anni a consolidarsi con una propria posizione sul mercato delle Web Agency.

Questa rappresenta una forza vincente e piena di energia, che nasce dalla cooperazione tra i vari ruoli e reparti e ne fa un valore aggiunto per l’idea. Una vera e propria squadra.

È stato effettuato un investimento iniziale di cassa da parte dei soci per l’importo di 7.300 euro per l’acquisto di mobili per ufficio, attrezzature informatiche e il software.

Per svolgere la nostra attività per i primi mesi abbiamo bisogno 17 mila euro, requisito principale di questo documento.

Questo capitale finanzierà due buste paga dei dipendenti e delle attrezzature necessarie a cominciare. Esso riguarderà le spese aziendali per alcuni mesi fino a quando il nostro flusso di cassa prenderà il sopravvento.

La sede operativa e l’ufficio commerciale hanno sede a Cerreto Sannita con un contratto di locazione due anni, con un’opzione di rinnovo ogni 60 giorni successivi.

1.2 La Squadra

- **CEO**

Executive Manager: Vitelli Serena

- **Accounting Group**

Account Manager: Vitelli Federica

Client Manager: Santomartino Giuseppe

- **Communication Group**

Marketing Manager: Pacelli Maria Chiara

SEO Specialist: Guarino Marta

- **Creative Group**

Project Manager: Goglia Natalia

IT Specialist: Durante Paolo e Vittorio

Web Developer: Di Massa Francesca e De Biase Sabrina

Creative Designer: Campanile Iole e Bianco Francesca

Copy Writer: Albano Domenico

1.3 Vision Aziendale

La definizione di traguardi e obiettivi da perseguire non è la sola costante di guida da utilizzare con il cliente, perché sarà di maggiore importanza la “comunicazione” con il cliente stesso, orientata a una interpretazione più profonda dei suoi bisogni e delle sue idee, in modo da formulare insieme soluzioni ai suoi problemi in maniera rapida, economica ed efficace.

Inoltre, si stabiliranno partnership strategiche con i fornitori di Internet e con società di consulenza informatica, in modo da accrescere la nostra quota di mercato e accalappiare piccoli progetti web per noi in cambio di profitti elevati.

Il brand non deve soltanto parlare al consumatore, ma lo deve "coinvolgere" attraverso un'esperienza interattiva che investe tutti i campi della comunicazione nella sua quotidianità, solo così l'utente raggiunge una conoscenza profonda del brand, lo comprende, lo apprezza e gli resta fedele nel tempo.

1.4 Mission Aziendale

La nostra missione è fornire servizi abbordabili e accessibili per le piccole imprese che operano nell'ambito della sostenibilità ambientale: aziende agricole legate al territorio, cooperative sociali, imprese innovative ad economia circolare e tutti coloro che hanno bisogno di affermarsi presso una clientela attenta all'ambiente e al territorio.

Abbiamo sviluppato un sistema di offerta per diversi tipi di servizi Web (sviluppo del sito, hosting, marketing, e manutenzione) che sono esclusivamente su misura per soddisfare le esigenze delle imprese che necessitano tali soluzioni.

L'obiettivo di *Possumus* consiste proprio nella possibilità di riuscire ad affermare una nuova impresa puntando quindi sul WEB, che oggi rappresenta uno degli strumenti strategici di maggiore utilizzo per la quasi totalità delle imprese e organizzazioni, anche in un momento delicato come questo, quale la crisi economica e l'impossibilità di grossi investimenti in campagne promozionali ormai troppo costose.

Al giorno d'oggi, infatti, Internet è sempre più al cuore del marketing e per questo è in grado di agevolare aziende profit e no-profit ad attirare nuovi clienti e ad allargare il proprio bacino di clienti, a costi molto bassi e in tempi ridotti.

Descrizione del Prodotto

2.1 Prodotto / Servizio

In una società dominata dall'informazione, dove le possibilità di scelta si moltiplicano di giorno in giorno, il principale obiettivo è realizzare strategie e strumenti di comunicazione ed interazione semplici ed efficaci, studiati "ad hoc" per il cliente. Per garantire la stessa qualità in ogni anello nella catena di produzione del servizio concorrono numerose competenze, quali le esigenze al benchmark¹.

I nostri servizi, di fatto, sono il frutto del nostro obiettivo primario, che è quello di fornire al cliente un interlocutore unico per tutte le problematiche legate ad un progetto di sviluppo o di integrazione. Coinvolgiamo il nostro cliente in ogni fase del progetto, cercando di trovare insieme soluzioni che siano in linea sia con gli obiettivi commerciali e promozionali dell'impresa che con le esigenze del cliente finale.

All'attività di Sviluppo Web e Integrazione si affianca un' ampia offerta di servizi avanzati quali: CMS, E-Commerce, Usability, Web Design,

¹ Benchmarking: Metodologia per misurare e incrementare le performance di un'impresa o di una Pubblica Amministrazione

Brand Identity, Web Marketing e Consulenza SEO, in grado di curare tutti gli aspetti del posizionamento migliore in Internet.

2.1.1 CMS

Tramite un Content Management System il cliente è facilitato nella gestione dei contenuti del proprio sito WEB, in quanto si svincola dalle conoscenze tecniche di Sviluppo e Progettazione.

Le possibilità di gestione che offre un CMS sono innumerevoli e vantaggiose in quanto:

- riducono i costi di manutenzione;
- danno la possibilità di organizzare i permessi/accessi agli utenti
- accorciano i tempi di modifica/inserimento contenuti, e quindi, la loro pubblicazione
- migliorano i tempi di risposta nei confronti del customer.

I CMS di *Possumus* sono stati studiati e personalizzati specificatamente su necessità individuale dei potenziali clienti, sono stati inoltre divisi per settore, al fine di incrementarne l'efficacia rispetto a soluzioni a pacchetto.

2.1.2 E-Commerce

L'E-Commerce è stato studiato per consentire una gestione semplice e completa del catalogo prodotti e relative categorie, degli ordini, delle spedizioni e dell'anagrafica clienti; interfacciando tali pagine con i sistemi di pagamento online più all'avanguardia.

Il risultato è un sistema completo che consenta la migrazione di un'attività commerciale, di qualsiasi genere essa sia, anche in internet.

2.1.3 Usability

Una pagina WEB per possedere alta visibilità e accessibilità deve possedere una struttura di navigabilità molto semplice e deve permettere, attraverso piccoli dettagli, la sua navigazione in modo da essere alla portata di tutti e da permettere all'utente di raggiungere gli obiettivi prestabiliti.

In qualità di esperti del Web possiamo analizzare e testare un sito web basato su una serie di norme che rappresentano il valore estetico del sito web, scalabilità, funzionalità, facilità d'uso. La Usability è quindi alla base di tutto.

Rappresenta uno dei punti di forza e di partenza di ogni nostro progetto: l'esperienza di navigazione per il visitatore è stata resa il più semplice possibile ed è stata studiata sia per migliorare le performance del sito, sia per dare maggiore soddisfazione nel raggiungimento degli obiettivi.

2.1.4 Web Design

Grazie al nostro know how garantiamo un servizio completo: dallo sviluppo strategico della comunicazione, alla realizzazione dell'idea fino alla gestione della promozione on-line, proponendo uno stile grafico all'avanguardia e le migliori soluzioni tecnologiche. Il tutto conforme agli standard di accessibilità e navigabilità.

2.1.5 Brand Identity

Il Brand Identity è il primo biglietto da visita di un'azienda, in quanto descrive al meglio la sua vera identità e la sua motivazione nel raggiungimento degli obiettivi prefissati.

I nostri servizi si rivolgono alle nuove aziende che vogliono affrontare una rivisitazione davvero innovativa. Si parte ovviamente da un'analisi del mercato esterno per concepire un prodotto unico, tramite l'uso di strumenti volti a veicolare in modo chiaro ed efficace l'idea che è racchiusa nel marchio.

L'arte grafica di fatti viene affiancata dai principi creativi del nostro Copywriter, che crea ed ottimizza gli strumenti linguistico-semantiche per entrare completamente nell'immaginario del consumatore.

2.1.6 Web Marketing

Dopo che è stata fatta un'analisi dei contenuti, dei fattori esterni del mercato, dell'individuazione dei potenziali clienti, andremo a presentare al cliente un elenco dettagliato degli strumenti di Internet marketing più efficaci e dei metodi a loro disposizione, all'interno dei vincoli del loro bilancio.

Questo tipo di servizio è pertinente alla nostra azienda, dato che una grande percentuale dei nostri clienti si dispongono di un budget limitato e non può permettersi di approfittare di iniziative di marketing (che si rivolgono direttamente ai loro desiderata demografica.)?

Tra le diverse forme di Web Marketing che offriremo ai clienti vi sono:

- Mailing Campaigns
- Viral Marketing
- Web 2.0 sharing tools
- Banners
- Buzz on-line
- Consulenza SEO.

2.1.7 Consulenza SEO

Oggi la promozione nei motori di ricerca è un elemento fondamentale per le strategie aziendali per l'acquisizione di nuovi clienti e l'ingresso nei nuovi mercati.

Ciò avviene innanzitutto grazie allo sviluppo di un sito che sia search-engine friendly, ovvero un sito che sia strutturalmente semplice e non abbia impedimenti tecnici che ostacolino l'accesso degli spider e dei robot dei Motori di ricerca (google, aryaana, lycos, virgilio ecc.), ma al contrario lo facilitano nell'indicizzazione dei contenuti interni.

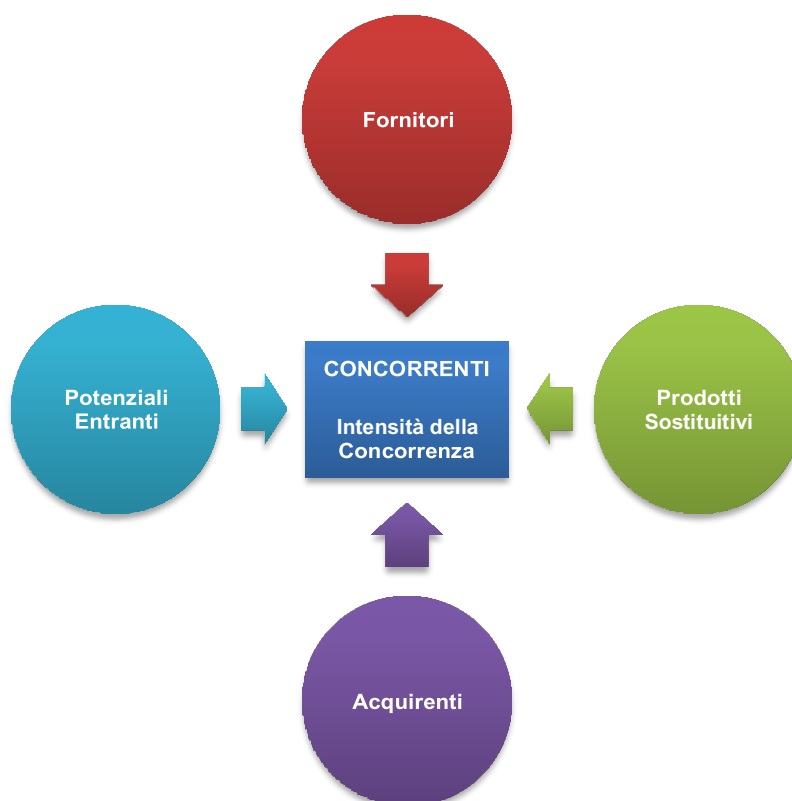
Analisi di Mercato

In questo capitolo saranno studiate le variabili dell'ambiente interno ed esterno alla società, quali esigenze, tendenze, crescita, concorrenza, attori e segmentazione del Mercato.

3.1 Attrattività di Settore - Modello di Porter

L'attrattività del settore è basata sulle "cinque forze" di Porter, che comprendono: concorrenza tra imprese esistenti, presenza di barriere all'ingresso, minaccia proveniente da prodotti sostituti e complementari, potere contrattuale del fornitore e potere contrattuale del cliente.

Il modo appropriato di valutare ciascuna forza è quello di domandarsi: è abbastanza forte da ridurre o eliminare i profitti dell'impresa?



Modello delle cinque forze competitive di Porter

Possumus concentrerà la maggior parte delle vendite e del marketing verso le PMI. Il motivo di questa decisione è semplicemente la scarsa quantità di servizi disponibili, per un mercato con una domanda così elevata. Quindi, rispetto al rapporto Domanda/Offerta, è tecnicamente più semplice e meno costoso attrarre progetti di piccola media taglia rispetto a progetti di maggiore calibro.

3.2 Esigenze di mercato

La necessità di servizi Internet per le piccole imprese è esistita per molti anni. Le piccole imprese e start-up imprese si stanno spostando sul Web ad un ritmo impressionante e stanno rendendo la loro presenza online una priorità maggiore rispetto ad altri investimenti.

Senza dubbio c'è una necessità di immagine, high-end, di servizi dinamici progettati esclusivamente per le piccole imprese, in quanto la maggioranza dei nostri concorrenti offrono servizi su misura per le grandi imprese, mentre ai proprietari di piccole imprese offrono l'esatto contrario, a una dimensione "cookie cutter".

E' ormai chiaro che anche le piccole imprese hanno la necessità di avere una posizione su Internet, molti non sanno da dove cominciare, quanto costerà, o se sarà un beneficio per la loro impresa. La decisione di sfruttare il Web non è una questione di "se usarlo", ma una questione di "quando usarlo".

3.3 Tendenze di mercato

Il marketing aggressivo, si pone con un diritto importante, per le tendenze di mercato, quello di scavalcare chi non possiede un sito Web.

Anche se molte piccole imprese sono ancora in attesa di essere su internet, coloro che hanno già un sito web, stanno iniziando a cercare altre opzioni per migliorare i loro strumenti esistenti.

Un'altra tendenza importante è la totale fusione delle attività di business con Internet e World Wide Web. Proprio come la maggior parte delle grandi aziende hanno già iniziato a utilizzare il Web per gestire le attività tra uffici, riteniamo che anche molte piccole imprese potranno iniziare a sfruttare il grande vantaggio di questa strategia, ottenendo un notevole risparmio di tempo e denaro.

3.4 Principali concorrenti

1. **Nascar:** Situata a Napoli e Milano, offrono lo sviluppo Web e servizi grafici.
2. **Intesys:** Situata a Verona e Milano, offrono servizi di sviluppo Web per le piccole imprese in Veneto.
3. **GigasWeb:** Situata a Roma, offrono una vasta gamma di comunità e servizi Web connessi alle imprese in Lazio, PA e medie imprese nelle zone circostanti.
4. **Mollusco&Balena:** Situata a Roma, offrono lo sviluppo Web e servizi di marketing per le imprese del bacino dell'Emilia Romagna.

	Punti di forza	Punti di debolezza
Nascar	Clientela molto forte. Parlando con molti dei loro clienti, siamo giunti alla conclusione che offre un servizio molto affidabile e di alta qualità.	Impone a tutti i clienti che gestiscono un sito con carrello di pagare una percentuale sul reddito dell'e-commerce.
Intesys	Ha una grande quota di mercato nel suo settore, offrendo una gamma molto ampia di servizi di sviluppo Web, e-commerce, grafica, e accesso a Internet.	NA
GigasWeb	Ha creato un sito web "Portale Tipo" destinato a fornire in Lazio e nelle aree circostanti le informazioni utili per quanto riguarda gli eventi della comunità e gli elenchi delle attività commerciali. Ciò potrebbe costituire un valido strumento per i propri clienti nella commercializzazione di tale area.	Per una società che pretende di essere esperta di marketing sembra che difetti nella capacità di portare i prodotti al di fuori del Lazio, possibilità che invece sfruttano altri leader di settore.
Mollusco&Balena	E' presente nel business dei servizi Web da quasi sei anni e possiede un team molto esperto di sviluppatori e programmatori. Essi offrono anche servizi di marketing eccezionali.	Nonostante sia un concorrente diretto ha cominciato a concentrare gran parte dei suoi servizi nell'attrarre imprese di dimensioni medio-grandi. I loro prezzi sono notevolmente superiore ai nostri.

Piano di Marketing

Possumus inizialmente concentrerà tutti gli sforzi di marketing e le vendite verso l'area meridionale, per poi estendersi su tutto il territorio.

Possumus distribuirà un “Folder” con tutte le informazioni utili sulla nostra azienda e dei servizi. Questa cartella include i punti di forza, la storia, esempi di portafoglio, info e prezzi dei pacchetti. Esso contiene inoltre fatti basati sulla crescita e la popolarità di Internet per le piccole imprese.

Possumus attualmente opera e mantiene un sito web completamente funzionante che fornisce informazioni sulla società, oltre a una serie di risorse utili per i proprietari di piccole imprese che terremo in costante aggiornamento.

Nei prossimi sei mesi abbiamo intenzione di produrre e distribuire bulk mail e volantini per promuovere il nostro sviluppo Web e servizi di Comunicazione Digitale per le piccole imprese per sollecitare nuovi mercati.

4.1 Il vantaggio competitivo

Abbiamo un vantaggio competitivo importante rispetto ai nostri concorrenti locali sulla base del fatto che abbiamo razionalizzato tutti i nostri servizi nel mercato delle piccole imprese. Attraverso la creazione di diverse partnership strategiche con Internet e Società del Web-related, siamo in grado di offrire ai nostri clienti un prezzo accessibile ed efficiente in grado di soddisfare tutte le loro esigenze.

4.2 Marketing Strategico

Il Marketing di successo dei servizi Web dipende da come ci si avvicina e dal follow-up che si ha di ogni potenziale cliente. Dettagli di Internet e del Web sono ancora poco conosciute da molti proprietari di piccole imprese e ciò porta a confondere e intimidire facilmente.

4.3 Programmi di marketing

Quello che segue è una sintesi dei nostri programmi di marketing dalla tabella delle Milestones:

- Abbiamo in programma di fare un grande progetto di:
 - Radio pubblicità.
 - Il posizionamento dell'annuncio in pubblicazioni commerciali locali
 - Cartelloni pubblicitari per promuovere il nome.
 - Pubblicità sui social web

4.4 Pricing Strategy

Anche se abbiamo da offrire il 100% di servizi personalizzati e la nostra valutazione si basa su una tariffa oraria, per rendere più semplice e meno confusa la spesa da effettuare per i clienti.

Possumus ha istituito un sistema di prezzi confezionato.

- Dominio del sito e Base Web Package → 585,00 euro
Per i siti web semplici con le informazioni base. Utilizzato per le aziende che hanno solo bisogno di avere una pagina su Internet.
- Mid-Level Package → 945,00 euro.
Siti web con una grande quantità di contenuti. Popolare per le aziende che hanno un grande elenco prodotti e/o vogliono implementare parte della loro attività sul web.
- Catalogue Web Package → 1,440.00 euro.
Di solito riservato per i siti web orientati al posizionamento del prodotto e che sono già abilitati all'e-commerce. Popolare con le aziende che hanno il desiderio avere quote di mercato su Internet o vendere i propri prodotti/servizi direttamente da Web.
- Manutenzione del sito web → 45,00 euro per ora.

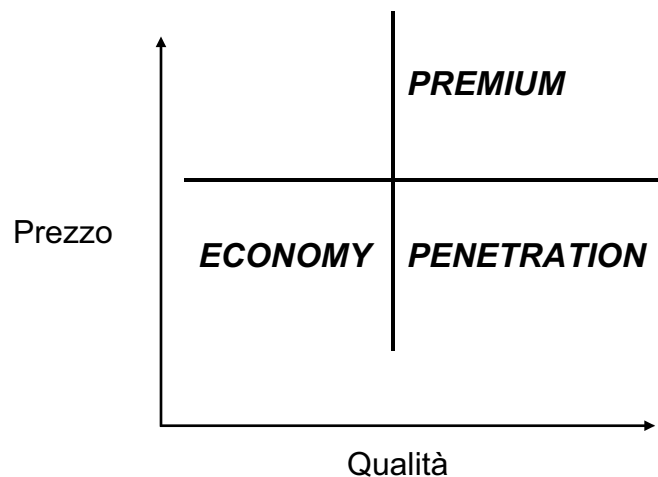
Il costo è una tantum di 45,00 euro all'ora che comincia dopo i primi 10 minuti di manutenzione. Se un cliente sente l'esigenza di dover costantemente modificare la propria pagina web è più conveniente acquistare un Package.

4.5 Sales Strategy

ECONOMY: prezzo basso e qualità bassa

PREMIUM: prezzo alto e qualità alta

PENETRATION: prezzo basso e qualità alta



4.6 Promotion Strategy

Il nostro cliente target fa parte di un preciso ordine demografico, per questo motivo, commercializziamo e promuoviamo i nostri servizi in maniera diretta e mirata.

- Mass Media e Social web annunci:

Inizieremo la pubblicità su più vasta scala, entro i prossimi sei mesi.

Spot radiofonici durante gli spettacoli di area locale e dei programmi di notizie, questa posizione è destinata a raggiungere la più alta percentuale del nostro client di destinazione possibile.

- Educational Seminari:

Possumus è stato invitato a parlare di imprenditori e manager nel campo del Web in vari seminari di formazione relative al WWW, su una varietà di argomenti.

Abbiamo pensato, in futuro, di promuovere i nostri servizi attraverso questi seminari.

- Area Commercio:

Per promuovere i nostri servizi e il nostro nome come esponente nel settore della Comunicazione Digitale, faremo in modo da unirci agli eventi organizzati dalla Camera di Commercio.

4.7 Strategie Di Vendita

I nostri clienti sono proprietari di piccole imprese, la maggior parte sono molto protettivi delle loro società, e quasi tutti sono dei veri commercianti. Vendiamo valore, di servizio e di qualità quando si parli di imprenditori. Abbiamo bisogno di convincerli che essi possono guardare oltre tutto l'hype che circonda Internet e far capire che fare un sito è un investimento utile. Si è dimostrato che è quasi sempre un successo vendere al cliente che ha fissato un incontro alla prima chiamata. Il venditore chiede sempre di parlare con il titolare dell'attività commerciale, chiedendo di lui, e quando gli viene chiesto chi sta chiamando, risponde fornendo semplicemente il suo nome. Una volta al telefono con il proprietario o responsabile marketing, non c'è assolutamente alcun copione, il venditore identifica chiaramente nell'interlocutore sé stesso e chiede se ha mai considerato l'idea di avere un sito web sviluppato per la sua azienda, e non importa quale sarà la risposta, una breve conversazione sarà sempre importante, portando talvolta a un appuntamento e, talvolta, ad un follow-up ad un'altra chiamata.

Questo metodo si è dimostrato efficace a condizione che si riesca a mantenere un follow-up di chiamate costante e regolare, fino a quando non si riceve una risposta positiva o negativa che sia.

4.8 Previsioni Di Vendita

Ci aspettiamo che il primo mese di attività sia da spendere in formazione del nostro Team.

Riteniamo che le prime e più importanti scommesse saranno legate allo sviluppo di siti Web; sarà la più grande porzione delle nostre entrate con i risultati stimati in tabella.

4.9 Alleanze Strategiche

Al momento, non partecipiamo in alcuna co-marketing o azione di co-sviluppo con società esterne. Tuttavia, non abbiamo piani specifici per stabilire diversi programmi di partnership strategico con l'area ISP (Internet Service Providers) o società di consulenza informatica. Queste partnership hanno lo scopo di attrarre un maggior lavoro di subfornitura da parte dei concorrenti potenziali, in cambio di una commissione da pagare per ogni e del conseguente nuovo cliente.

4.10 Punti Di Arrivo

La tabella allegata elenca tappe importanti del programma, con date e dirigenti in carica. Il calendario indica la nostra attenzione sulla pianificazione per l'attuazione dei nostri obiettivi. Ciò che la tabella non mostra è l'effort di ognuno di essi.

Il piano economico-finanziario

In vista di una ampia diffusione della tecnologia in analisi e del conseguente possibile ridimensionamento dei margini inizialmente molto elevati, comunque in equilibrio con il vantaggio che il cliente riceve, la *Possumus*, ritiene di investire i maggiori margini in prodotti e strutture organizzative adeguate a fronteggiare il nuovo mercato.

In questo senso è chiara l'intenzione dell'azienda di procedere gradualmente alla costruzione di una propria struttura non appena la condizione economico-finanziaria lo permetterà.

Non essendo questa la situazione che si vuole analizzare, la nostra simulazione prenderà in considerazione solo gli investimenti strettamente necessari per lo svolgimento della gestione corrente, rimandando tutti i possibili sviluppi futuri attuabili con ulteriori finanziamenti ad altra sede in un secondo tempo.

Per quanto riguarda la fattibilità finanziaria dell'iniziativa, qui di seguito sono riportati tre schemi prospettici riepilogativi relativi a conti economici previsionali, stati patrimoniali previsionali, flussi di cassa previsionali.

5.1 Il piano degli Investimenti

La seguente tabella indica i principali indicatori finanziari per i prossimi tre anni.

La realizzazione della nostra attività prevede due distinte tipologie di investimenti: investimenti in immobilizzazioni materiali e investimenti in immobilizzazioni immateriali da distribuirsi nell'arco di 3 anni.

La seguente tabella riporta i costi necessari all'attivazione dell'iniziativa imprenditoriale:

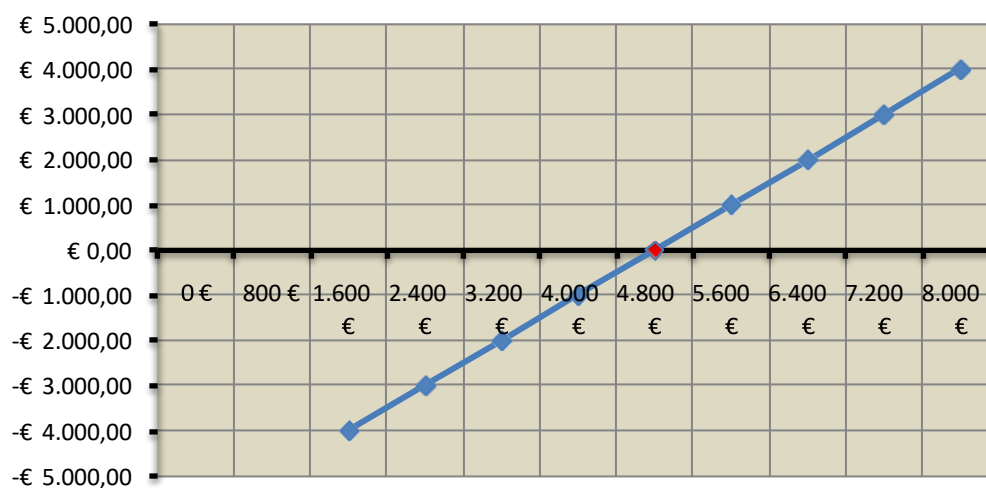
	2024	2025	2026
CREAZIONE E MANUTENZIONE DEL SITO	10.060	5.875	6.250
MARKETING	15.532	59.548	156.953
COMMERCIALISTA	3.000	5.000	5.000
COSTI LEGALI	3.000	5.000	5.000
PERSONALE	19.200	28.080	46.080
COSTI DI GESTIONE	1.200	1.800	1.800
COSTI DI STRUTTURA	0	0	3.000
VARIE ED EVENTUALI	2.000	3.000	3.000
TOT SPESE	53.992	108.303	227.083

6.2 Punto Di Pareggio (Analisi)

La seguente tabella e grafico riassumono la nostra analisi di break-even. Con due sviluppatori e due venditori abbiamo intenzione di sviluppare otto siti nel mese di novembre e una volta che i due nuovi assunti sono pienamente addestrati raddoppiare il numero di 16 siti al mese.

Il costo medio variabile è una misura di aggregazione per tutti i tipi di servizi che verranno offerti.

Break Even - Analisi



6.3 Flussi di cassa

Creazione e manutenzione del sito	10.060
Marketing	15.532
Commercialista	3.000
Costi legali	3.000
Personale	19.200
Costi di gestione	1.200
Costi di struttura	0
Varie ed eventuali	2.000
TOTALE SPESE DI AVVIAMENTO	53.992
Cash obbligatorio	17.000
Altre attività correnti	7.650
Crediti a lungo termine	50.000
TOTALE ATTIVITÀ	74.650

6.4 Proiezione del Conto Economico

Sono di seguito elencati i flussi di cassa dei primi tre anni, da Ottobre 2024 a Settembre 2027.

Per semplificare, si suppone di aver fatto domanda per il prestito a Giugno 2024, e quindi, di disporre del denaro il primo Ottobre.

	PRIMO	SECONDO	TERZO
RICAVI	19.504	117.021	365.361
COSTI	34.166	96.733	159.785
RISULTATO DELLA GESTIONE OPERATIVA	-14.662	20.287	205.576
UTILE NETTO / PERDITE	-40.071	-65.569	37.373

6.5 Rapporti di Business

La tabella seguente mostra i rapporti proiettata imprese. Ci aspettiamo di mantenere rapporti sani per redditività, rischio e rendimento.

Il ROS, che indica se l'iniziativa è economicamente fattibile e fruttifera, ammonta a:

PRIMO ANNO	SECONDO ANNO	TERZO ANNO
-75,20%	17,30%	56,30%

Dal secondo anno in poi la redditività dell'impresa sarà quindi positiva.

