



# Work & Progress S.r.l

Business Plan



# La nostra idea di Garden Design

Work & Progress è un'azienda online di progettazione di spazi e ambienti esterni per enti pubblici, aziende e privati.



# La nostra azienda

L'idea di questo tipo di azienda nasce con l'obiettivo di **valorizzare gli spazi verdi**, rendendoli **funzionali all'utilizzo pubblico o privato**.





# Problem vs. solution

Come interverremo, in accordo con  
le necessità dei nostri *customers*





# Problem

- Oggigiorno l'uomo ha un **atteggiamento disinteressato** nei confronti della natura, servendosene in maniera spropositata, non rendendosi conto del suo valore nelle nostre vite quotidiane.
- Sempre più spesso, inoltre, non sapendo come gestire gli spazi verdi che si hanno a disposizione, **si tende a trascurarli** fino ad eliminarli completamente per sostituirli con nuove costruzioni





# Solution



Il nostro obiettivo è, quindi, quello di offrire progettazioni per interni ed esterni, adattabili sia a spazi ampi come grandi giardini, ville comunali e parchi, sia a spazi ristretti quali terrazzi, giardini privati e cortili condominiali.

# Il nostro team



**Daniele  
Truppo**

- CEO
- Project manager and engineer
- Responsabile amministrazione e finanza



**Carlo  
Cirillo**

- Responsabile legale
- Responsabile amministrazione e finanze



**Bruno del  
Prete**

- Direttore risorse umane



**Lorenzo  
Pisano**

- Responsabile ambiente e sicurezza

# I nostri collaboratori

La massima originalità e qualità dei nostri prodotti è garantita dalla **professionalità dei nostri dipendenti**.



Ci aiuteranno a rendere possibile il nostro obiettivo:

- 3 progettisti
- 3 architetti
- 2 agronomi
- 6 giardinieri





“I colori sono i sorrisi della  
natura”

—*Leight Hunt*



# Il nostro metodo

Per attuare le nostre idee vengono analizzati gli spazi da valorizzare a verde e, utilizzando **materiali, accostamenti cromatici** e le **piante** più adatte alle caratteristiche climatiche del luogo, si creano abbinamenti tra **ambiente sociale** ed **ecosistema vegetale**.

Puntiamo non solo a **migliorare la realtà** che ci circonda, ma a **coinvolgere** anche coloro che prima ne erano disinteressati.



# Come lavoriamo

1

Per creare un **bel giardino** è necessario indirizzare le proprie scelte su piante di vario aspetto, sia **verdi** sia **fiorite**, avendo cura di allestire, a seconda dello spazio disponibile, delle **aree ombrose** o dei **pergolati**, magari con **arredi da esterno** e delle **aiuole colorate** per rendere l'ambiente **fruibile e piacevole**.

2

Elemento centrale del nostro operare è il **progetto** e la scelta dei **materiali idonei** alla sua realizzazione.

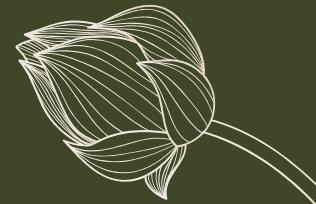
3

Il progetto si estrinseca in un **rilievo architettonico** dello spazio da attrezzare, tramite il quale sarà possibile eseguire, una serie di **Rendering fotorealistici** con i quali dare l'idea esatta di ciò che sarà l'intervento a realizzazione avvenuta.



# I nostri progetti

Ci occuperemo di interventi di varia tipologia su:



**Spazi ampi**, come giardini, ville comunali, spazi urbani e parchi; ma anche **spazi ristretti** quali terrazzi, giardini privati e cortili condominiali.



**Verde orizzontale**, che invece interverrà su coperture e tetti degli edifici per migliorarne la regolazione termica e per creare spazi più vivibili per i condomini

**Verde verticale**, che interverrà su facciate e terrazze degli edifici per migliorare l'estetica degli spazi urbani e anche per ridurre l'inquinamento ambientale





# Chi ci aiuterà

A supporto del nostro sviluppo futuro intendiamo aprirci anche a formule di finanziamento nuove.



**Them**

“*Business angels*”, pronti a supportarci attraverso la formula dell’**Equity Crowdfunding**

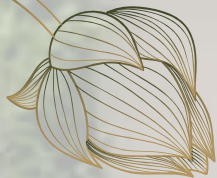


**Us**

Giovani imprenditori, determinati nel proprio obiettivo, che sposano un’etica fatta di **condivisione e sviluppo reciproco**







# I nostri solidi valori



## Trasparenza

Aperti al dialogo con i clienti, ci impegniamo a fornire tutte le informazioni di cui essi hanno bisogno in modo chiaro, completo e tempestivo, attenti alle loro richieste



## Integrità

Ci impegniamo a lavorare in completa legalità, imparzialità e rispetto nei confronti della natura;

## Responsabilità personale

Ci adoperiamo per costruire tra noi, soci e collaboratori, rapporti onesti e sinceri con il fine di creare un ambiente di lavoro sereno, che permetta una migliore produttività



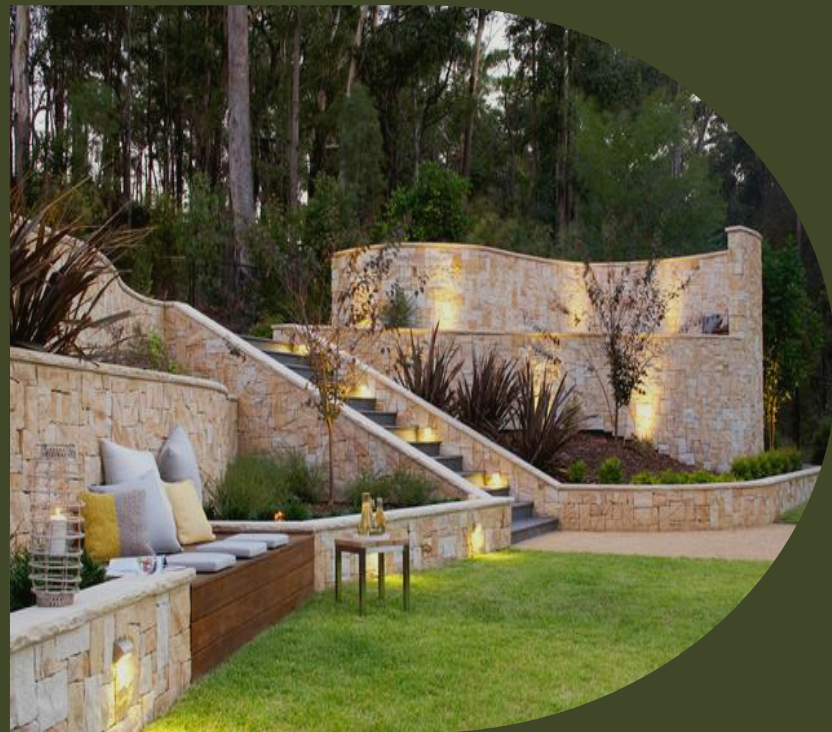
## Coerenza

Ci diamo da fare per lavorare nel pieno rispetto dei nostri principi, attuando quotidianamente gli obiettivi della nostra mission, garantendo all'azienda una perfetta e completa funzionalità



# Less is more

*Ludwig Mies van der Rohe*





# SWOT analysis

**S**

**Strengths**

**O**

**Opportunities**

**W**

**Weaknesses**

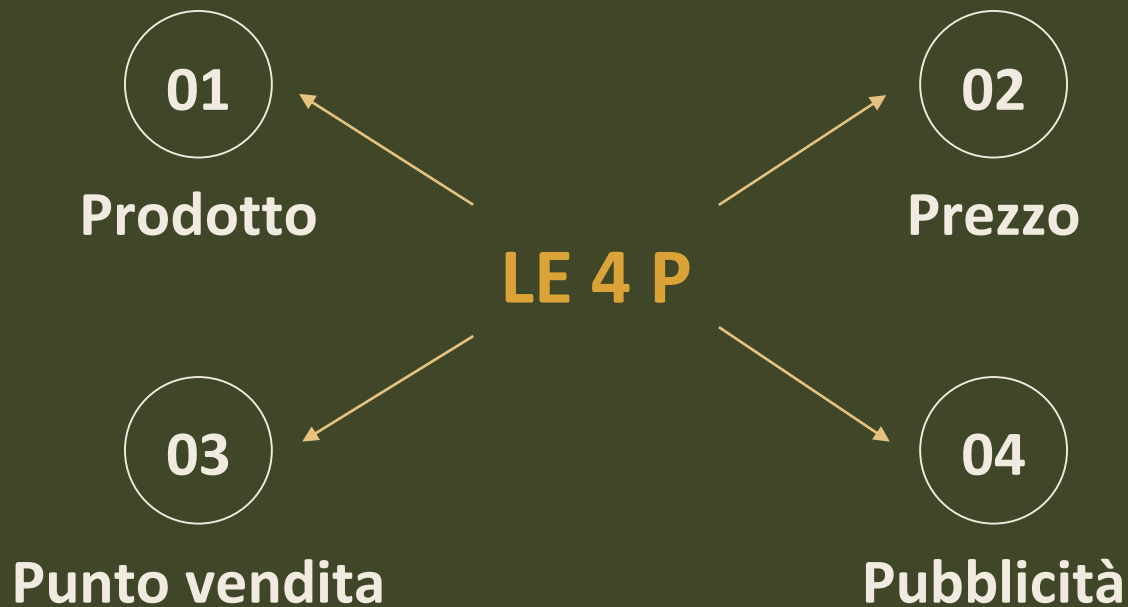
**T**

**Threats**



# ANALISI SWOT

<b>S - Strength (Forze)</b>	<b>W - Weaknesses (Debolezze)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Investimenti ingenti sulla <b>professionalità e le competenze</b> degli operai;</li><li>• Garanzia della <b>qualità dei prodotti</b> biologici;</li><li>• <b>Vendita</b> di servizi (piani, progetti, ecc...) a <b>livello internazionale</b>.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Assenza di ramificazioni</b> in altre zone esterne;</li><li>• <b>Vendita</b> di prodotti <b>limitata alle aree locali</b>.</li></ul>
<b>O - Opportunities (Opportunità)</b>	<b>T - Threats (Minacce)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Favorevoli <b>condizioni climatiche</b>;</li><li>• Presenza di numerosi <b>terreni e luoghi pubblici</b> su cui poter intervenire;</li><li>• Possibilità di <b>raggiungere clienti online</b> da ogni parte del mondo;</li><li>• Possibilità di vedere i <b>progetti in anteprima</b> (attraverso rendering foto realistici) per farsi un'idea sul risultato finale.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Difficoltà di reperire clienti</b> sul territorio locale per la specificità dell'impresa e la sua natura altamente tecnologica;</li><li>• <b>Costi elevati</b> di tali servizi, unito ad un livello economico della popolazione non elevato;</li><li>• Difficoltà a <b>proporsi sul mercato nazionale ed internazionale</b>.</li></ul>







# LE 4 P

## PRODOTTO

**Plus competitivo:** capacità di differenziazione da altri concorrenti.

**Marca:** apporre su ogni prodotto il nome della marca, distinta dalla concorrenza e vicino alle peculiarità del prodotto.

**Design:** contraddistinguere lo stile e il design del proprio prodotto da quello dei concorrenti.

## PUNTO VENDITA

In base ai **dati demografici** (densità, affluenza, reddito pro capite)

In base alla **presenza di infrastrutture** (strade, vie di comunicazioni)

In base alla **presistenza di aziende concorrenti**.

Valutando il **grado di fertilità del terreno** presente sul territorio.

## PREZZO

Si può scegliere il prezzo secondo vari criteri:  
**Allineandolo a quello della concorrenza**, quando non vi sono particolari differenze tra i prodotti;  
**In base al profitto e agli obiettivi aziendali**, si può scegliere di mettere un prezzo minore della concorrenza con uguale possibilità di profitto.

## PUBBLICITA'

Cartelloni pubblicitari e stampa;

Social network (Facebook, Twitter, Instagram)

Internet (siti di e-commerce, banner pubblicitari);

Sponsorizzazioni (fiere, eventi, ecc...);

Volantinaggio;

Pubblicità dinamica (es. sui mezzi di trasporto);



# Come ci pubblicizziamo

- Considerata la crescente mancanza di spazi verdi, Work and Progress vuole comunicare un'idea di città sempre più "green", in accordo anche con i propositi europei.
- Promuoveremo questo nostro pensiero attraverso campagne pubblicitarie ed eventi.

**A picture of our work is  
worth a thousand words**



# Timing

**Primo  
anno**

Investimento di  
partenza

**Secondo  
anno**

Raggiungimento del  
*B.E.P.*

**Terzo  
anno**

Incremento delle  
vendite, raddoppio dei  
ricavi, dimezzamento  
delle spese

**Get**

**bigger**

Si aumenta la  
produzione di servizi,  
ammortizzando le  
iniziali perdite

**Get**

**ready**

Si pongono le basi per  
uno sviluppo  
internazionale, a  
partire dal quarto  
anno

*Soon...*



# Budget e piano delle attività

I seguenti dati fanno riferimento agli investimenti necessari per avviare l'azienda e del budget che si intende investire per farlo.

L'analisi comprende i costi necessari di esercizio nell'arco di un triennio





## Qualche anticipazione...



**88.750 €**

Ricavo al primo anno di attività

**161.200 €**

Ricavo al secondo anno di attività

**110.000 €**

Investimento iniziale



## PIANO DI MARKETING

### Ipotesi generali di erogazione del servizio

	I anno	II anno	III anno
Giorni di apertura annui	264	264	264
N° mesi di apertura	11	11	11
Giorni/mese	24	24	24

### Prezzi di vendita previsti (in euro)

	I anno	II anno	III anno
Incremento per inflazione	-	4%	5%
Tariffa progetto esecutivo (al mq)	25,00	26,00	27,30
Rendering fotorealistico (n° 3 visite)	1000,00	1040,00	1092,00
Scelta forniture (fino a 100 mq)	1000,00	1040,00	1092,00
Incremento costo scelta forniture (ogni 20 mq)	100,00	104,00	109,20
Direzione lavori (fino a 100 mq)	4000,00	4160,00	4368,00
Incremento costo direzione dei lavori (ogni 20 mq)	400,00	416,00	436,80
Aliquota IVA a debito	22%	22%	22%



### ⊕ Volumi di vendita annuale previsti


	I anno	II anno	III anno
N° progetti	15	20	30
Media mq progetti	50	70	100
N° rendering	15	20	30
N° direzione dei lavori	10	16	26


### Ricavi di vendita previsti (in euro)

	I anno	II anno	III anno
Ricavi da progetti	18.750	36.400	81.900
Ricavi da rendering	15.000	20.800	32.760
Ricavi da scelta forniture	15.000	20.800	32.760
Ricavi da direzione dei lavori	40.000	83.200	131.040
<b>Totale ricavi di vendita da prestazioni</b>	<b>88.750</b>	<b>161.200</b>	<b>278.460</b>

### Investimenti per azioni promozionali – immobilizzazioni immateriali (in euro)

	I anno	II anno	III anno
Pubblicità e promozione su riviste specializzate per lo sviluppo dell'immagine	6.000,00	-	-
<b>Totale immobilizzazioni immateriali</b>	<b>6.000,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>





**Aliquote di ammortamento per le immobilizzazioni immateriali e determinazione delle relative quote di ammortamento (in euro)**

	I anno	II anno	III anno
Pubblicità e promozione	20%	20%	20%
Altro	20%	20%	20%
Ammortamento pubblicità e promozione	1.200,00	1.200,00	1.200,00

**Fondi ammortamento per le immobilizzazioni immateriali (in euro)**


	I anno	II anno	III anno
Pubblicità e promozione	1.200,00	1.200,00	1.200,00
<b>Totale fondi ammortamento immobilizzazioni immateriali</b>	<b>1.200,00</b>	<b>1.200,00</b>	<b>1.200,00</b>

**Altri costi commerciali e di marketing (in euro)**

	I anno	II anno	III anno
Preparazione e distribuzione depliant	600,00	600,00	600,00
Altri costi di marketing	-	-	-

**Determinazione IVA a credito per l'area marketing (in euro)**

	I anno	II anno	III anno
Aliquota IVA a credito spese marketing	22%	22%	22%
Pubblicità e promozione	1.320,00	-	-
Preparazione e distribuzione depliant	132,00	110,00	110,00
IVA a credito	1.452,00	110,00	110,00





### Determinazione dei gg. Dilazione pagamento fornitori area marketing

	I anno	II anno	III anno
Pubblicità e promozione	60	60	60
Preparazione e distribuzione depliant	30	30	30
Altri costi di marketing	60	60	60

### Piano degli investimenti

	I anno	II anno	III anno
Immobilizzazioni	21.000,00	-	-
Costi di impianto	2.500,00	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>23.350,00</b>	-	-

### Immobilizzazioni

	I anno	II anno	III anno
Acquisto Hardware	10.000,00	-	-
Acquisto Software	8.000,00	2.000,00	-
Arredamento	3.000,00	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>21.000,00</b>	<b>2.000,00</b>	-



### **Ammortamento immobilizzazioni**

	I anno	II anno	III anno
Quota di ammortamento 20%			
Acquisto Hardware	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Acquisto Software	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Arredamento	600,00	600,00	600,00
<b>TOTALE</b>	<b>4.200,00</b>	<b>4.200,00</b>	<b>4.200,00</b>

### **SUDDIVISIONE DEI COSTI FISSI E VARIABILI**

Costi fissi	Costi variabili
Hardware e Software	Pubblicità
Affitto e arredamento	Attrezzature
Ammortamento immobilizzazioni materiali	Energia elettrica
Spese telefoniche e internet	
Assicurazione e personale	

### **PIANO DEI COSTI DI ESERCIZIO**

	I anno	II anno	III anno
Attrezzature	1.500,00	2.000,00	2.000,00
Cancelleria	500,00	500,00	500,00
Energia elettrica	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Spese telefoniche-internet	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Affitto locali per uffici	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Pubblicità	2.500,00	2.500,00	2.500,00
Assicurazioni	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Personale	25.000,00	30.000,00	30.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>55.000,00</b>	<b>65.000,00</b>	<b>65.000,00</b>





## INVESTIMENTO INIZIALE

	I anno	Il anno	III anno
<b>TOTALE</b>	<b>110.000,00</b> <b>(compreso di 25% per versamento del capitale sociale alla formazione della S.r.l.)</b>	<b>65.000,00</b>	<b>65.000,00</b>

## Compagine sociale – sede legale: casa di Carlo

Membri azienda	Ruoli	Percentuale di partecipazione agli utili
Daniele	<ul style="list-style-type: none"><li>• CEO</li><li>• Project manager and engineer</li><li>• Responsabile amministrazione e finanza</li></ul>	14%
Carlo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Responsabile legale</li><li>• Responsabile amministrazione e finanze</li></ul>	27%
Bruno	<ul style="list-style-type: none"><li>• Direttore risorse umane</li></ul>	22%
Lorenzo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Responsabile ambiente e sicurezza</li></ul>	22%

Membri finanziatori con formula <b>Equity Crowdfunding</b>	N° 5	Aliquota percentuale azionaria 3%
--	------	-----------------------------------



### Suddivisione del personale

	Numero	Stipendio mensile (in euro)
Progettisti	3	2.400,00
Architetti	3	2.400,00
Agronomi	2	1.700,00
Giardinieri	6	1.200,00
<b>TOTALE MENSILE</b>		<b>25.000,00</b>





# Per un futuro evergreen

Work & Progress S.r.l.

