

BUSINESS PLAN

Titolo progetto	Tech-let
Proponente/Team	Matteo Pimpinella-Giulia Ceccarelli-Gianluca Mezzetti-Giorgia Valentino-Bryan Herrera-William Falcones
Referente	Nome: Giulia Ceccarelli Telefono: 3317683867 E- mail: Ceccarells@gmail.com
Data stesura progetto	4/02/2019

1 Descrizione dell'idea imprenditoriale (Executive summary)

Descrivere l'oggetto dell'iniziativa proposta, gli elementi essenziali che contraddistinguono l'attività, le principali motivazioni che sono all'origine del progetto.

In quale settore si intende operare.

Descrivere se sono già state realizzate delle azioni, quali e gli obiettivi che si intendono raggiungere.

Qual è lo stadio attuale del progetto.

Dove si pensa di localizzare l'iniziativa.

La nostra azienda ,in forma di S.r.l.s ,si propone di lanciare sul mercato una tessera che ha l'utilità di geo-localizzare gli oggetti dentro cui è posta, il suo nome è **Tech-let**. Per la sua semplicità è adatta a tutti ed è stata studiata in particolar modo per i pendolari o le persone anziane che tendono a smarrire i loro oggetti,ma è adatto a chiunque sia munito di uno smartphone compatibile con la app. La carta è associata ad un'applicazione che permette di localizzarla e munita da due servizi: quello base e quello premium con un pagamento aggiuntivo. I nostri clienti possono informarsi riguardo la nostra attività sia attraverso l'attività di volantaggio sia sulla pagina Facebook.

I nostri competitors sono: la Visa, che ha creato un'applicazione che permette di localizzare il titolare e la Neki che crea ciondoli ,orologi e cinture, vari accessori per anziani forniti di geo localizzazione.

Il team e il progetto sono iniziati a gennaio del 2019 successivamente è stata sviluppata l'idea fino alla creazione del prototipo avvenuta a Maggio e conclusa a Settembre con il lancio sul mercato.

2 Prodotti/servizi offerti (Proposta di Valore)

Si chiama “Proposta di Valore” (Value Proposition) il pacchetto di prodotti e servizi che rappresenta un valore per un determinato segmento di clienti.

Descrivere analiticamente le caratteristiche dei prodotti/servizi che si intendono realizzare/erogare con il progetto proposto. In particolare, descrivere: linea di prodotti/servizi offerti, caratteristiche qualitative, servizi collaterali/accessori.

Le domande a cui bisognerebbe rispondere sono:

“Qual è la Proposta di Valore, dunque quali sono i prodotti/servizi offerti? Perché i clienti dovrebbero scegliere la nostra proposta di valore? Quale innovazione apportiamo? Esistono differenti modi per creare il nostro prodotto/servizio?”

(Risolviamo un problema specifico, Rendiamo accessibile un prodotto/servizio, Miglioriamo un servizio, Miglioriamo il design, Miglioriamo la performance, Rendiamo i prodotti più convenienti/più facili da utilizzare, Riduciamo i rischi, ecc...).

Techlet è una carta di plastica rinforzata(dura) che all'apparenza può sembrare come quelle già presenti sul mercato (bancomat, post pay, ecc), ma non ha la stessa funzione. Essa infatti è munita di un chip che permette di geo-localizzare l'oggetto su cui è posta attraverso un'applicazione in modo da ritrovare il portafoglio e i documenti (carta d'identità, patente, ecc.)

Questa carta è pensata maggiormente in caso di furto o smarrimento temporaneo, poiché dalle nostre ricerche è risultato un problema non ancora risolto da prodotti simili.

Poiché è stata pensata soprattutto per il caso suddetto abbiamo ritenuto opportuno realizzarla in modo che il malintenzionato non la riconosca facilmente e non possa gettarla in modo da rendere impossibile la localizzazione poiché camuffata e resa simile a una comune carta.

L'applicazione gratuita inclusa si può installare su qualsiasi dispositivo Apple o Android, è facile e intuitiva e non necessita di un'approfondita conoscenza della tecnologia.

La produzione dell'applicazione è affidata a terzi, il suo funzionamento è molto semplice: basta installarla sul proprio telefono, inserire il codice della carta (in caso di abbonamento standard) o delle carte (in caso di abbonamento premium) e l'applicazione tramite GPS visualizzerà la posizione.

Il servizio premium permette di bloccare le altre eventuali carte (carte di credito) su richiesta attraverso una notifica diretta alla banca di appartenenza (dati inseriti al momento della configurazione dell'applicazione).

L'applicazione è dotata di un rilevamento sonoro che può essere utile in caso di mancanza di rete e colma il margine d'errore della geo-localizzazione.

3 Analisi dei clienti

*E' importante definire la propria idea di business partendo da una **specifica necessità del consumatore**.
Quale bisogno/esigenza si va a soddisfare? Chi è il cliente che risolve il problema con l'offerta proposta?
Chi potrebbe avere bisogno del prodotto/servizio proposto?
Chi pagherebbe per il prodotto o servizio offerto?*

*Descrivere il profilo dei principali gruppi di clienti (target), specificandone le relative caratteristiche qualitative: localizzazione, comportamenti, aspetti socio demografici (età, sesso, reddito, etnia, etc.).
Specificare inoltre la dimensione territoriale del principale mercato d'interesse, indicando la concreta possibilità di collocare i prodotti ed i servizi oggetto delle attività, suffragate da eventuali ricerche di mercato.*

Techlet è un prodotto pensato soprattutto per i pendolari e i turisti che secondo alcuni studi sono maggiormente esposti a rischi di smarrimento del proprio portafoglio, a causa di una presenza crescente di borseggiatori all'interno di treni e autobus. Il prodotto è inoltre pensato per qualsiasi altra persona che disponga di uno smartphone compatibile con l'applicazione e che sia in grado di utilizzarla. Il nostro prodotto va a soddisfare qualsiasi fascia di età indistintamente dal sesso e dall'etnia perché facile ed intuitiva. Per quanto riguarda la fascia di reddito il prodotto può essere acquistato da chiunque grazie al costo contenuto del prodotto offerto.

4 Analisi dei concorrenti

Individuare i principali concorrenti (diretti ed indiretti) specificando punti di forza e debolezza dei prodotti e/o dei servizi da loro offerti.

Specificare le caratteristiche che differenziano i propri prodotti/servizi da quelli della concorrenza (funzionalità/utilità, contenuti innovativi, la politica commerciale, il livello del servizio, ecc.).

Quali innovazioni vengono apportate rispetto alla concorrenza?

Perché i clienti dovrebbero scegliere la nostra proposta di valore rispetto a quella della concorrenza?

Dalla ricerca dell'analisi di mercato non abbiamo trovato nessun prodotto con le caratteristiche simili al nostro. Il prodotto più simile a quello pensato da noi, che si avvicina più alla nostra app che alla tessera, è quello messo in vendita dalla Visa.

Visa ha pensato ad un sistema che si chiama Mobile Location Confirmation e non prevede l'inserimento di un localizzatore GPS o di altra natura nella carta. Installando un'app sul proprio smartphone, questa invia informazioni circa la localizzazione del titolare. Dal centro dati Visa, ogniqualvolta si tenta di eseguire un'operazione con la carta di credito, viene verificato se il punto in cui viene utilizzata la carta è compatibile con il luogo in cui si trova l'utente. In caso contrario la transazione non viene autorizzata.

La Neki ha inventato: orologi, cinture e ciondoli con un GPS nascosto col quale si può monitorare tutto dal proprio cellulare o dal proprio computer e si riceve una notifica in caso di emergenza. Tutti i dispositivi hanno un disegno discreto e nessuno saprà che si tratta di un localizzatore GPS.

5 Compagine sociale, Piano organizzativo e Partnership

Specificare la forma giuridica scelta, il numero dei soci coinvolti, il ruolo assunto da ciascuno nell'azienda e la quota di capitale che verrà apportata da ciascuno di essi.

Indicare il titolo di studio dei soci, le esperienze professionali e le competenze.

Indicare con chiarezza quanti addetti si prevede di occupare e con quale tipologia di contratto.

Descrivere il modo in cui sarà organizzato il lavoro, riportando l'organigramma sintetico.

Descrivere quali sono gli attori esterni (partner) con cui pensa di creare dei rapporti.

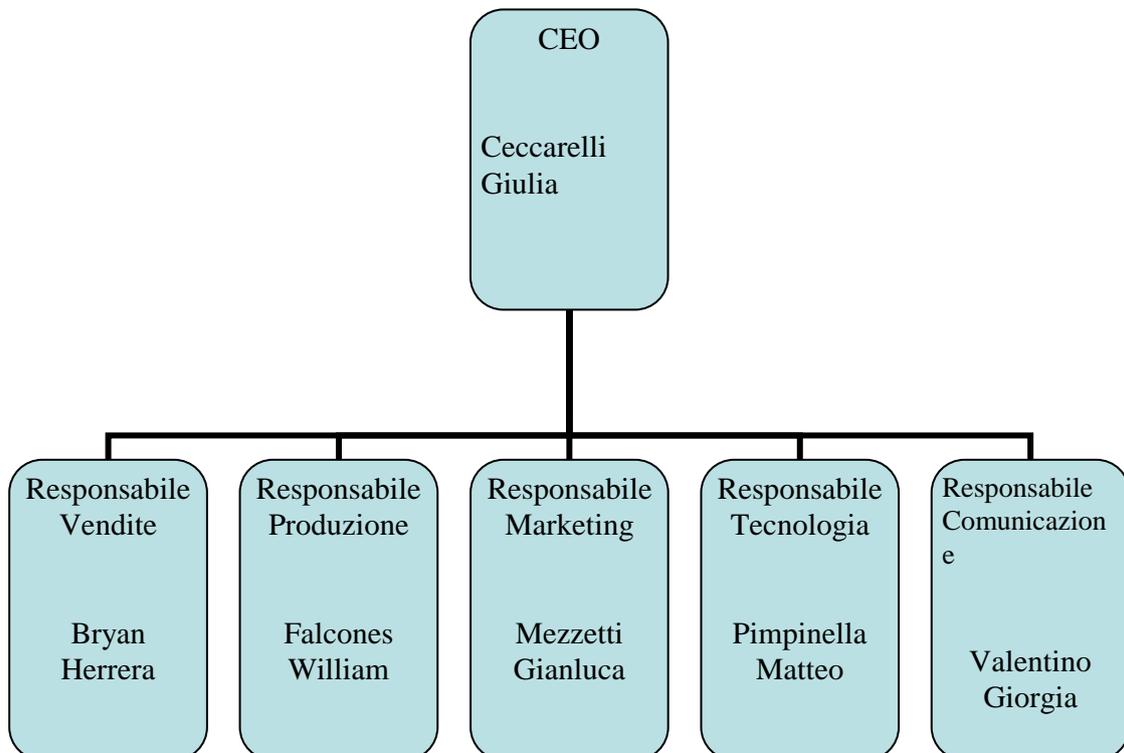
Concependo l'azienda come un sistema che agisce all'interno di un ecosistema più grande, non è possibile pensare al sistema aziendale come a qualcosa di "autosufficiente". Esistono infatti attori esterni all'impresa che sono strategici perché permettono alla stessa di realizzare pienamente il modello di business ed aumentare le possibilità di successo nel mercato.

Le partnership infatti possono essere di tipo differente:

1. **alleanze strategiche fra aziende non-concorrenti** (è il caso dei fornitori o delle aziende che si collocano all'interno di un'unica catena produttiva);
2. **alleanze strategiche fra concorrenti**: è il caso di aziende che si mettono in rete per fornire al cliente un valore simile all'interno dei vari punti di contatto;
3. **joint venture** per sviluppare nuovi business.

La forma giuridica scelta

La forma giuridica da noi scelta è la SRLS per le sue caratteristiche semplificate più adatte ai nostri obiettivi e per la necessità di una somma di denaro poco impegnativa per l'inizio dell'attività. La nostra azienda è formata da 6 soci, ognuno dei quali ha un ruolo nell'azienda e ha apportato 100,00€ e perciò il nostro capitale iniziale è di 600,00€. Di seguito si illustra l'organigramma dell'azienda con le funzioni di ciascun socio.



Per quanto riguarda le partnership tra le alleanze non strategiche abbiamo: i nostri fornitori di materiali per la creazione del nostro prodotto e l'azienda che produce l'applicazione da noi utilizzata

6 Piano di marketing

Definire le strategie che si intendono adottare per collocare con successo l'offerta sul mercato di riferimento.

Quali strategie verranno adottate per acquisire i clienti, per fidelizzare i clienti già acquisiti e per aumentare le vendite.

Determinare gli obiettivi commerciali ed elaborare un piano operativo che riguardi il prezzo di vendita del prodotto/servizio erogato (confrontato con quello dei competitors), le politiche promozionali e distributive, le strategie di comunicazione e pubblicità.

Per far conoscere il nostro prodotto abbiamo pensato ad una pubblicità attraverso il social network Facebook dove si può prendere contatto per richiedere informazioni riguardo costi, modelli, ecc. Come metodo tradizionale invece abbiamo pensato al volantaggio in posti come stazioni, metro, aeroporti visto che come già detto il nostro prodotto può essere utilizzato da chiunque, ma ha un'utilità maggiore per i pendolari.

7 Piano di produzione

Con riferimento ai singoli prodotti e/o servizi che si intendono offrire, descrivere dettagliatamente le modalità di esecuzione del processo produttivo (identificando ciascuna fase dello stesso), i tempi di lavorazione, le materie prime/servizi e le attrezzature necessarie in ciascuna fase del processo produttivo.

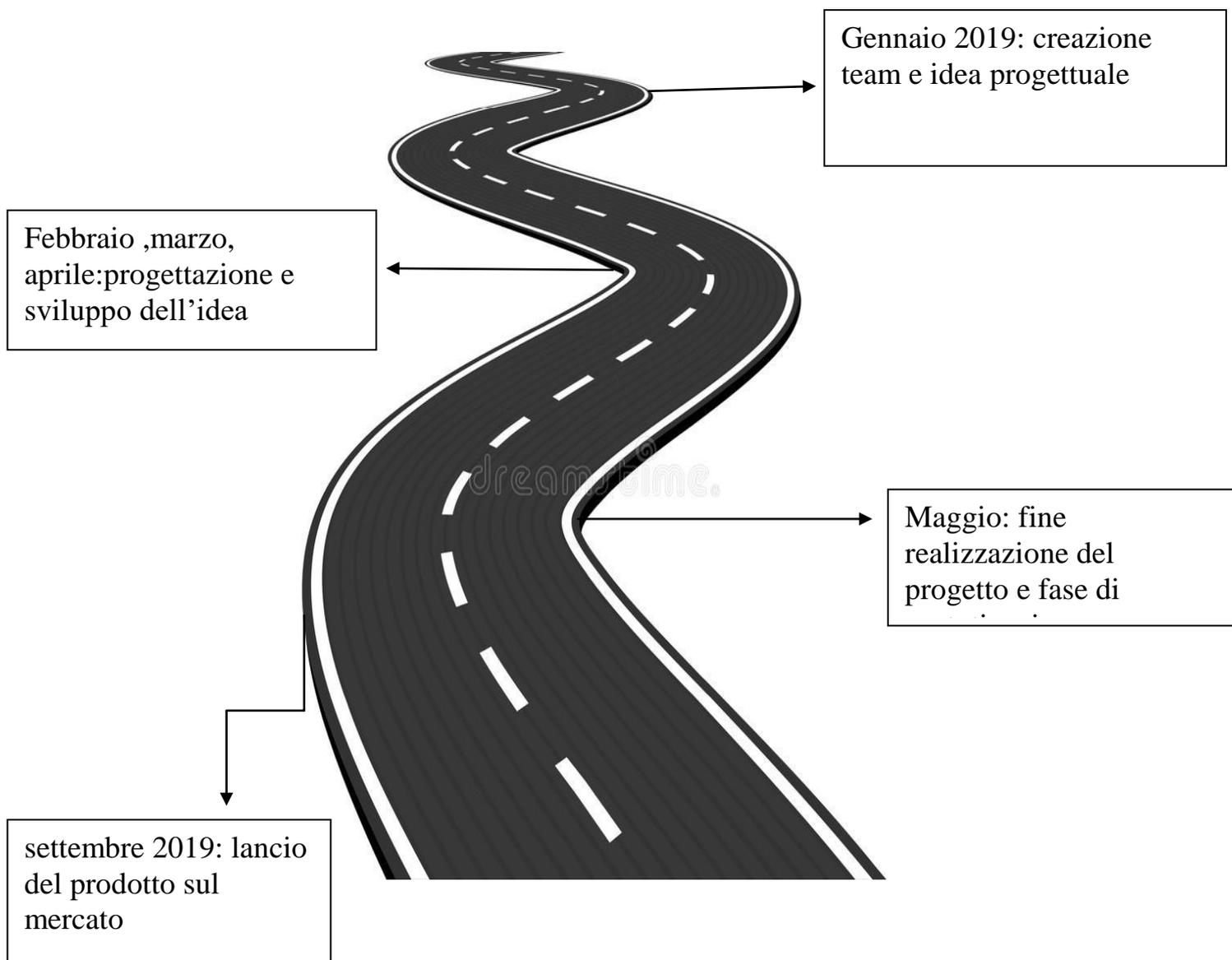
Il Piano di produzione del nostro prodotto prevede inizialmente l'acquisto delle tessere con l'apposito chip già installato. Successivamente all'acquisto delle tessere, quest'ultime saranno trasferite presso un contoterzista che attraverso elaborati processi svilupperà l'applicazione e assocerà ogni tessera all'apposita app.

8 Roadmap

Descrivere la tabella di marcia o piano operativo, le azioni da intraprendere per conseguire gli obiettivi dichiarati e concordati da un programma di sviluppo.

Identificare le milestones (traguardi intermedi) più significative da realizzare per raggiungere gli obiettivi del progetto proposto.

Verificare la necessità di adeguamenti a norma di legge, di richiesta di licenze e autorizzazioni per lo svolgimento dell'attività proposta (ASL, Comune,...) ed i tempi per l'eventuale ottenimento degli stessi.



9 Piano degli investimenti

Descrivere tutti gli investimenti che bisogna realizzare perché l'impresa si possa dotare di una struttura adeguata al raggiungimento degli obiettivi del progetto.

L'investimento riguarda l'acquisto di un bene che ha una durata pluriennale, ovvero durerà e servirà per più anni nell'impresa.

Gli investimenti sono quelle spese che bisogna necessariamente sostenere per far partire un'impresa e si dividono in due categorie:

- le immobilizzazioni materiali, come: terreni, fabbricati, impianti, macchinari, attrezzature, computer;
- le immobilizzazioni immateriali, come: marchi, brevetti, spese di costituzione della società.

PIANO DEGLI INVESTIMENTI					
IMMOBILIZZAZIONI	2019	2° anno	3° anno	Iva %	Amm.%
Macchinari e attrezzature di produzione	-	-	-		
a)				22%	15,0%
Utensileria	-	-	-		
a)				22%	15,0%
Impianti specifici di produzione	-	-	-		
a)				22%	5,0%
Impianti generici	5.000,00	-	-		
a) Ristrutturazione locale	5.000,00			22%	5,0%
b)				22%	
Automezzi	-	-	-		
a)				22%	20,0%
Arredi	5.000,00	-	-		
a) Arredi per ufficio	5.000,00			22%	12,0%
b)				22%	
Macchine per ufficio	-	-	-		
a)				22%	15,0%
Attrezzature informatiche	18.000,00	-	-		
a) Computer + stampanti	18.000,00			22%	25,0%
b)				22%	
Software	-	-	-		
a) sito				22%	25,0%
b)				22%	
Brevetti o licenze	-	-	-		
a)				22%	10,0%
Oneri di costituzione	-	-	-		
a)				22%	20,0%
Altre immobilizzazioni immateriali	20.000,00	-	-		
a) Consulenza per realizzazione app	20.000,00			22%	
b)				22%	
TOTALE INVESTIMENTI	48.000,00	0,00	0,00		
IVA SU INVESTIMENTI	10.560,00	0,00	0,00		
TOTALE	58.560,00	0,00	0,00		

FONTI DI FINANZIAMENTO

Tasso attivo bancario a breve	0,00%
Tasso passivo su scoperti C/C	0,00%

ANNI	1	2	3	4	5
Capitale proprio (equity CRF)	10.000,00				
Contributi in conto capitale					
Importo incassato					
Quota di competenza economica	-	-	-	-	-
Contributi in conto gestione (reward CRF)					
Importo incassato					
Finanziamento soci					
Accensione					
Rimborso capitale					
Interessi					
Finanziamenti agevolati					
Accensione	-				
Rimborso capitale	-	-	-	-	-
Interessi	-	-	-	-	-
Finanziamenti ordinari					
Accensione	50.000,00				
Rimborso capitale	3.975,23	4.173,99	4.382,69	4.601,82	4.831,92
Interessi	2.500,00	2.301,24	2.092,54	1.873,40	1.643,31

UTILITY : CALCOLATORE MUTUI

Anno accensione mutuo	1
Importo Mutuo	50.000,00
Durata anni	10
Tasso annuo d'interesse passivo	5,0%
Rata costante	- 6.475,23

Piano di ammortamento mutui

Anno della pianificazione	1	2	3	4	5
Rata	6.475,23	6.475,23	6.475,23	6.475,23	6.475,23
Rimborso quota capitale	3.975,23	4.173,99	4.382,69	4.601,82	4.831,92
Quota interessi	2.500,00	2.301,24	2.092,54	1.873,40	1.643,31
Valore residuo	46.024,77	41.850,78	37.468,09	32.866,27	28.034,35

10 PIANO ECONOMICO-FINANZIARIO

Il piano economico-finanziario permette di verificare la fattibilità economica e finanziaria del progetto d'impresa, quindi se il business è redditizio o meno nel medio-lungo periodo. Questa è una verifica effettuata sulle previsioni dei ricavi e dei costi, nonché sulla struttura finanziaria dell'azienda, che serve a controllare il meccanismo di creazione dei costi in seguito al conseguimento dei ricavi, e a individuare i mezzi finanziari più idonei per raggiungere gli obiettivi economici pianificati.

10.1 Risultati economici previsionali

Le seguenti tabelle sono ottenibili attraverso l'utilizzo del software Lazio Innova.

RICAVI									
Prodotti	% IVA	Quantità annua				prezzo unitario (iva esclusa)	Fatturato annuo		
		u.m.	2019	2°	3°		2019	2° anno	3° anno
Carta + app base	22%	n	12.000,0	14.400,0	18.000,0	40,00	480.000,00	576.000,00	720.000,00
Carta + app premium	22%	n	3.600,0	4.800,0	6.000,0	55,00	198.000,00	264.000,00	330.000,00
	22%	n					0,00	0,00	0,00
TOTALE							678.000,00	840.000,00	1.050.000,00

ANNO 1

Abbiamo ipotizzato una produzione mensile di 1000 pezzi per la carta con l'app base e una produzione minore, pari a 300 pezzi ,per la carta con l'app premium.

Il prezzo è stato fissato per la copertura dei costi di produzione e in modo da realizzare un guadagno discreto.

ANNO 2

Abbiamo ipotizzato una produzione mensile di 1200 pezzi per la carta con l'app base e una produzione minore, pari a 400 pezzi ,per la carta con l'app premium. Il prezzo è stato fissato per la copertura dei costi di produzione e in modo da realizzare un guadagno discreto.

ANNO 3

Abbiamo ipotizzato una produzione mensile di 1500 pezzi per la carta con l'app base e una produzione minore, pari a 500 pezzi ,per la carta con l'app premium. Il prezzo è stato fissato per la copertura dei costi di produzione e in modo da realizzare un guadagno discreto.

COSTI DI GESTIONE

AREA PRODUZIONE E LOGISTICA	% IVA	2019	2° eser	3° eser
Costi tecnici comuni a più prodotti/servizi		32.700,00	25.500,00	49.500,00
a) Acquisti materie prime	22,0%	31.200,00	24.000,00	48.000,00
b) Altri consumi:		0,00	0,00	0,00
b.1.	22,0%			
c) Lavorazioni di terzi		0,00	0,00	0,00
c.1.	22,0%			
d) Spese per altri servizi		1.500,00	1.500,00	1.500,00
d.1 Commercialista	22,0%	1.500,00	1.500,00	1.500,00
d.2	22,0%			
e) Affitti (area tecnico-industriale)	22,0%			

Personale tecnico (costo al netto del TFR)		14.400,00	14.400,00	14.400,00
a) 1 tecnico per assemblaggio prodotti		14.400,00	14.400,00	14.400,00
b)				

AREA COMMERCIALE		1° eser	2° eser	3° eser
Spese Commerciali		1.000,00	800,00	500,00
a) Spese di pubblicità	22,0%	1.000,00	800,00	500,00
b)	22,0%			
Personale commerciale (costo al netto del TFR)		-	-	-
a)				

SPESE AMMINISTRATIVE E DI STRUTTURA		1° eser	2° eser	3° eser
Altri costi amministrativi e generali		14.000,00	14.000,00	14.000,00
a) Affitti	22,0%	12.000,00	12.000,00	12.000,00
b) Utenze		2.000,00	2.000,00	2.000,00
b.1. Luce + acqua + telefono	22,0%	2.000,00	2.000,00	2.000,00
b.2.	22,0%			
b.3.	22,0%			
c) Spese ricerca e sviluppo	22,0%			
d) Imposte e tasse fisse				
e) Altre Spese generali		0,00	0,00	0,00
e.1.	22,0%			
Personale amministrativo e di struttura (costo al netto del TFR)		-	-	-
a)				

RETRIBUZIONE TITOLARE/SOCI	1° eser	2° eser	3° eser
Retribuzione	-	-	-
a)			

10.2 Situazione finanziaria previsionale

CONTO ECONOMICO PREVISIONALE

	1° anno		2° anno		3° anno	
Ricavi annui	678.000	100,00%	840.000	100,00%	1.050.000	100,00%
Totale ricavi	678.000	100,00%	840.000	100,00%	1.050.000	100,00%
(-) Costi area produzione	32.700	4,82%	25.500	3,04%	49.500	4,71%
(+) Variazioni rimanenze materie, semilavorati, prodotti finiti	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
(-) Costi area commerciale	1.000	0,15%	800	0,10%	500	0,05%
(-) Costi amministrativi e generali	14.000	2,06%	14.000	1,67%	14.000	1,33%
(-) Costi del personale (incluso TFR), di cui:	15.467	2,28%	15.467	1,84%	15.467	1,47%
<i>personale di produzione</i>	15.467	2,28%	15.467	1,84%	15.467	1,47%
<i>personale commerciale</i>	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<i>personale di struttura</i>	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
(-) Retribuzione titolare/soci	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
= Margine operativo lordo	614.833	90,68%	784.233	93,36%	970.533	92,43%
(-) Ammortamenti	2.675	0,39%	5.350	0,64%	5.350	0,51%
= Reddito Operativo	612.158	90,29%	778.883	92,72%	965.183	91,92%
(+/-) Risultato gest. finanziaria	-2.500	-0,37%	-2.301	-0,27%	-2.093	-0,20%
(+) Quota Contributi	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
proventi straordinari reward CRF						
= Reddito al lordo delle imposte	609.658,39	89,92%	776.582	92,45%	963.091	91,72%
(-) Imposte dell'esercizio	192.133	28,34%	244.540	29,11%	303.095	28,87%
Reddito netto	417.525	61,58%	532.042	63,34%	659.996	62,86%

STATO PATRIMONIALE PREVISIONALE

ATTIVITA'	1° anno		2° anno		3° anno	
IMMOBILIZZAZIONI						
Immobilizzazioni materiali	25.325	3,8%	19.975	1,6%	14.625	0,7%
Immobilizzazioni immateriali	20.000	3,0%	20.000	1,6%	20.000	1,0%
Totale Immobilizzazioni	45.325	7%	39.975	3%	34.625	2%
ATTIVO CIRCOLANTE						
Magazzino materie	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Crediti	67.986	10,2%	84.230	6,7%	105.288	5,4%
Credito IVA su investimenti	10.560	1,6%	0	0,0%	0	0,0%
Disponibilità liquide	542.879	81,4%	1.123.886	90,0%	1.823.413	92,9%
Totale Attivo Circolante	621.425	93%	1.208.116	97%	1.928.701	98%
TOTALE ATTIVITA'	666.750	100%	1.248.091	100%	1.963.326	100%

PASSIVITA'	1° anno		2° anno		3° anno	
PATRIMONIO NETTO						
Capitale proprio	10.000	1,5%	10.000	0,8%	10.000	0,5%
Utile/perdita a nuovo		0,0%	417.525	33,5%	949.567	48,4%
Utile /perdite d'esercizio	417.525	62,6%	532.042	42,6%	659.996	33,6%
Totale Patrimonio netto	427.525	64,1%	959.567	76,9%	1.619.563	82,5%
PASSIVITA' A M/LUNGO TERMINE						
Fondo TFR	1.067	0,2%	2.133	0,2%	3.200	0,2%
Finanziamenti a M/Lungo termine	46.025	6,9%	41.851	3,4%	37.468	1,9%
Totale passività M/L	47.091	7,1%	43.984	3,5%	40.668	2,1%
PASSIVITA' A BREVE TERMINE						
Banche c/c passivi	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Debiti vs fornitori	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Debiti tributari	192.133	28,8%	244.540	19,6%	303.095	15,4%
Totale passività a breve	192.133	28,8%	244.540	19,6%	303.095	15,4%
Risconti passivi per contributi	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
TOTALE PASSIVITA'	666.750	100%	1.248.091	100%	1.963.326	100%

Costi fissi:

Costi per utenze (acqua,energia elettrica,telefono) un totale di 2000€ annuali

Affitto 1000€ mensili per un totale di 12000€ annuali

Costi per il personale (tecnico per assemblaggio prodotti) 14400€ annuali

Ammortamento investimenti 1000€ mensili per un totale di 12000 annuali

Imposte 300€ mensili per un totale di 3600€ annuali

Costi variabili:

Materie prime e sussidiarie abbiamo ipotizzato 1€ per la carta e 1€ per il chip e lo abbiamo moltiplicato per le quantità delle carte vendute in ogni anno

Servizi produzione (inserimento chip)

Investimenti:

altre immobilizzazioni materiali (app) abbiamo ipotizzato un costo di 20.000€ per la realizzazione dell'app
attrezzature informatiche (computer,stampanti) 18000€

arredi per ufficio 5000€

Ristrutturazione e arredo locali 2000€

Commercialista 1500€ annuali

Pubblicità per il primo anno 1000€, il secondo 800€, il terzo 500€

Nel primo anno abbiamo conseguito un risultato soddisfacente con un utile di 418000€,il secondo anno nonostante l'aumento dei costi per la produzione abbiamo avuto un incremento di utile(532000) pari al 27%,il terzo anno rispetto al secondo anno abbiamo avuto un incremento di utile (660000) del 24%.