



IPOTESI E PROSPETTIVE DI SVILUPPO 2025/2026/2027/2028/2029

Business plan 2025-2029

Attività svolta	<i>Farmacia</i>				
Ragione sociale	<i>ASSP SpA</i>				
Indirizzo	<i>Via Garibaldi 20, Cesano Maderno</i>				
P. IVA	<i>02585280965</i>				
Capitale sociale	7.128.549,00 7.128.549,00 7.128.549,00 7.128.549,00 7.128.549,00				
Anno	2025	2026	2027	2028	2029

Destinatario del business plan:

Comitato Tecnico di Controllo ASSP SpA

Partner chiave  - Fornitori di prodotti farmaceutici e di bellezza. - Aziende di logistica per la consegna dei prodotti. - Specialisti IT per la manutenzione del sito web e predisposizione del sistema di e-commerce.	Attività chiave  - Gestione e approvvigionamento efficace dei prodotti. - Marketing e promozione dei prodotti e del brand. - Fornitura di consulenze e assistenza ai clienti Risorse chiave  - Personale qualificato e esperto, inclusi farmacisti e addetti alle vendite. - Ampio assortimento di prodotti di qualità. - Tecnologie per la gestione del magazzino e delle vendite. - Piattaforma e-commerce e infrastruttura IT.	Proposte di valore  - Offrire una vasta gamma di prodotti farmaceutici, di bellezza, cura personale e integratori, con un focus su articoli naturali e biologici. - Servizio clienti personalizzato e consulenze professionali.	Relazioni con i clienti  - Assistenza personalizzata in negozio. Supporto post-vendita e servizio clienti online. - Programmi di fedeltà e promozioni personalizzate. Canali  - Negozi fisici situati in una zona ad alta densità di popolazione o di passaggio. - Piattaforma di e-commerce per vendite online. - Social media, email marketing e sito web per comunicazione e promozione.	Segmenti di clientela  - Famiglie e genitori giovani. - Anziani e pensionati. - Professionisti e impiegati. - Giovani adulti e studenti. - Appassionati di fitness e benessere. - Clienti eco-consoci.
Struttura dei costi  - Acquisto di scorte e gestione del magazzino. - Costi operativi del negozio fisico (affitto, utenze, manutenzione). - Spese di marketing e promozione. - Costi per la tecnologia e servizi IT.			Flussi di ricavi  - Vendite dirette di prodotti farmaceutici e di bellezza. - Ricavi da vendite prestazioni sanitarie accessorie. - Eventuali collaborazioni e sponsorizzazioni.	

INDICE

- [1. Descrizione sintetica della Business idea](#)
- [2. Il mercato](#)
- [3. Il prodotto/servizio](#)
- [4. Il piano di marketing](#)
- [5. Il piano organizzativo](#)
- [6. Il piano economico-finanziario](#)
- [7. Conclusioni](#)

Descrizione sintetica della Business Idea

IPOTESI E PROSPETTIVE DI SVILUPPO FUTURO 2025-2029

Piano Strategico di espansione

Come previsto dal piano programma 2025/2027, al fine di fornire un quadro più completo nell'ambito di una visione prospettica degli obiettivi strategici della società è stata predisposta un'appendice al piano triennale che si estende per un ulteriore biennio fino al 2029 con una simulazione che ipotizza l'effettiva realizzazione delle prospettive di sviluppo in essere. Il presente piano, denominato – IPOTESI DI PROSPETTIVE DI SVILUPPO FUTURO 2025-2029 - si riferisce al piano di sviluppo territoriale e funzionale nel quale vengono illustrate le ipotesi di acquisizioni in fase di studio, gli obiettivi strategici per il futuro e i progetti di ampliamento ipotizzati con il relativo piano economico finanziario che dimostra la sostenibilità economico finanziaria del progetto ed i relativi vantaggi.

Nell'ambito del progetto di ampliamento dell'attività di gestione di ASSP, la società ha avviato diverse interlocuzioni con i comuni del territorio che gestiscono servizi analoghi a quelli gestiti da ASSP al fine di acquisirne la gestione attraverso appositi contratti di servizio nel rispetto della normativa in materia. Al momento di redazione del presente documento, però, nessun atto formale è stato già definito. Il piano, pertanto, si basa esclusivamente sui servizi per i quali ASSP ha già la gestione.

Nel presente piano vengono illustrate le ipotesi di acquisizioni in fase di studio ed il relativo piano economico finanziario che ne dimostra la sostenibilità economico finanziaria evidenziando i vantaggi gestionali per la società in termini di:

Aumento del potere contrattuale vs clienti e fornitori

Economie di scala e utilizzo eccessi di capacità produttiva

Ampliamento del mercato (entrata in nuovi mercati o in nuovi settori)

Aumento della competitività di mercato grazie all'acquisizione di maggiore know-how e nuove competenze.

Coordinamento delle attività (es.: specializzazione di mercato, specializzazione linee produttive, integrazione verticale).

Condivisione delle risorse e risparmio di costi (es: amministrazione, fiscale, personale, forza vendita, ecc.).

Al fine di non condizionare le trattative in corso i comuni con i quali è in corso l'interlocuzione sono denominati con le prime lettere dell'alfabeto in maiuscolo.

Le farmacie comunali in corso di acquisizione saranno un punto di riferimento per la salute e il benessere dei cittadini dei comuni interessati. I negozi si distingueranno per l'ampia gamma di prodotti farmaceutici e per la cura personale, in un ambiente moderno e accogliente. La superficie di vendita sarà organizzata per facilitare l'accesso e la consultazione dei prodotti, con aree dedicate a ciascuna categoria merceologica.

In premessa ci preme porre l'accento sul fatto che attualmente ASSP s.p.a., con la gestione di otto farmacie, rappresenta uno dei principali operatori a partecipazione totalmente pubblica in Regione Lombardia e, al di là degli ovvi principi di efficacia e di efficienza delle Farmacie, è tesa ad offrire e rafforzare i principi di "servizio" ed attenzione alle fasce più deboli, che sono fondamento della nostra attività.

ASSP s.p.a. ha sviluppato e connotato nel corso degli anni una gestione caratterizzata dal rafforzamento del concetto di "Farmacia dei Servizi" e del ruolo sociale che le Farmacie Comunali devono assolvere, ampliando la gamma di servizi a favore della popolazione residente.

Il progetto è stato redatto tenendo conto dell'esperienza maturata da ASSP s.p.a. nella gestione delle farmacie comunali, che attualmente gestisce in concessione per conto dei Comuni Soci le seguenti farmacie:

- n.4 Farmacie nel Comune di Cesano Maderno
- n.2 Farmacia nel Comune di Limbiate
- n.1 Farmacia nel Comune di Meda
- n.1 Farmacia nel Comune di Varedo

con il fine di razionalizzare le risorse disponibili nell'ottica del miglioramento della qualità complessiva dei servizi.

In questi anni è stata data la massima attenzione all'utenza, alle sue esigenze ed ai suoi bisogni al fine di dare risposte tempestive e rispondenti ai reali bisogni dei cittadini.

ASSP s.p.a. ritiene preminente il tema della soddisfazione dei cittadini e della qualità dei servizi erogati, incentrando i progetti sul ruolo fondamentale del cittadino non solo nella veste di destinatario dei servizi ma anche quale risorsa strategica per valutare la rispondenza dei servizi erogati ai bisogni reali, così come percepiti dai soggetti fruitori.

Le Farmacie e, preminentemente quelle comunali, per la loro rilevanza e per essere il primo presidio sanitario fra il cittadino ed il sistema sanitario, rivestono un ruolo di elevata importanza.

ASSP s.p.a. mette a disposizione il proprio know-how societario acquisito dalla conduzione pluriennale di Farmacie comunali, avvantaggiando l'Amministrazione Comunale socia che potrà usufruire di una gestione in continuità del servizio con il medesimo operatore.

Di seguito viene illustrato il piano di sviluppo mediante l'acquisizione della gestione di farmacie per le quali è già iniziata una fase di trattativa preliminare. L'attuazione del piano è soggetta alla condizione sospensiva dell'integrale completamento dell'iter autorizzativo tecnico amministrativo, dagli adempimenti previsti dal D.Lgs. 175/2016 per le acquisizioni di partecipazioni in società *in house*; nonché del pronunciamento favorevole da parte dei Consigli Comunali di Cesano Maderno e quelli degli altri comuni interessati per quanto di competenza

• La clientela:

Il target delle farmacie include individui di tutte le età, con un focus particolare sui cittadini, le famiglie, con un'attenzione particolare per gli anziani. La diversità dei prodotti offerti ci permette di rispondere alle esigenze di un'ampia clientela, dai giovani in cerca di prodotti di bellezza a persone con specifiche necessità sanitarie.

• Motivazione all'acquisto:

Le Farmacie comunali si distingueranno per la competenza e la disponibilità del personale, l'ambiente accogliente, la varietà di prodotti e la loro posizione strategica. Organizzeremo regolarmente eventi informativi e promozionali per attrarre e fidelizzare la clientela.

• Organizzazione dell'attività:

L'attività per ciascuna delle nuove farmacie sarà gestita da almeno un direttore di farmacia e un farmacista. Gli stessi saranno supportati, in base ai volumi di attività, da personale qualificato per le vendite e la consulenza. L'ampliamento del numero complessivo delle farmacie consentirà ad ASSP una gestione più flessibile del personale impiegato nelle varie farmacie favorendo la possibilità di gestire una corretta rotazione del personale per la copertura di eventuali picchi di attività e la copertura in caso di assenza (es. ferie, malattia, maternità ecc.) L'ampliamento dell'attività consentirà, inoltre, una Implementazione del sistema di gestione delle scorte al fine di renderlo più efficiente e funzionale anche attraverso un apposito software per il monitoraggio delle vendite e delle preferenze dei clienti.

• Risorse umane e singole esperienze:

Il direttore della farmacia avrà la responsabilità generale dell'attività, incluse le decisioni strategiche e finanziarie. Il team sarà composto da farmacisti qualificati, addetti alle vendite e personale di supporto. Priorità sarà data alla formazione continua per garantire un servizio di alta qualità.

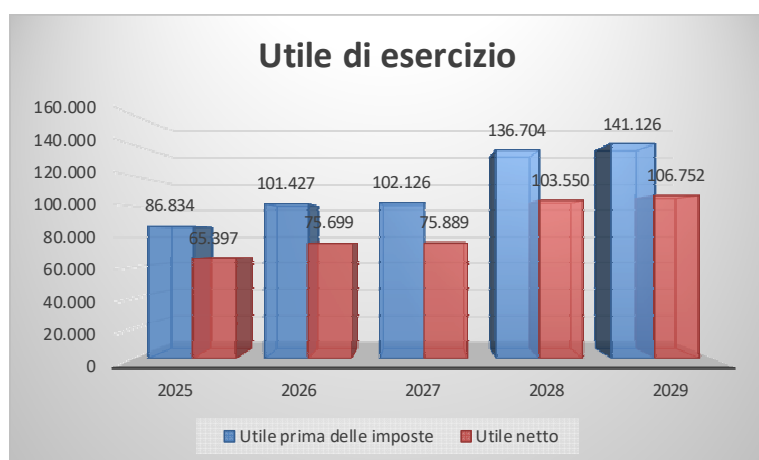
Questo business plan riflette un'approfondita analisi del mercato e un impegno verso l'eccellenza nel servizio e nella qualità dei prodotti, elementi chiave per il successo delle Farmacie comunali in corso di acquisizione.

- **Risorse finanziarie:**

Le risorse finanziarie a disposizione saranno i fondi del capitale sociale di ASSP. In caso questi ultimi risultassero insufficienti si procederà all'apertura di un finanziamento per l'importo necessario a far fronte agli investimenti iniziali, tenuto conto delle risorse necessarie in relazione a tutte le attività della società.

- **Risultati finanziari attesi e rendimento dell'investimento:**

Già dal primo esercizio (convenzionalmente indicato come anno 2025) ci aspettiamo un utile dopo le imposte di circa 65.000 € nel secondo esercizio e in quelli successivi si prevede un costante incremento dell'utile di esercizio, in una situazione di buon equilibrio finanziario.



2. Il mercato

Descrizione del mercato

La Farmacia Comunale opererà nel settore farmaceutico e della cura personale in Italia, un mercato caratterizzato da una domanda costante e in evoluzione. Il settore combina la vendita di farmaci da prescrizione, prodotti da banco, cosmetici, prodotti per l'igiene personale e integratori. La posizione sia delle farmacie esistenti che quelle da aprire si collocano in un contesto urbano con alta densità di popolazione, fattore che garantisce un flusso costante di clienti.

Il mercato farmaceutico italiano è influenzato da vari fattori come l'invecchiamento della popolazione, l'incremento della consapevolezza sulla salute e il benessere, e le tendenze nella cura personale e cosmetica. Inoltre, la crescente attenzione verso prodotti naturali e biologici sta modellando la domanda in aree come l'erboristeria e gli integratori.

La presenza di farmacie è densa, ma la nostra specifica offerta di prodotti di qualità e di nicchia, unita a un servizio clienti eccellente, ci permette di differenziarci. L'ambiente del negozio sarà moderno e accogliente, con una chiara segnalazione dei diversi reparti e prodotti offerti, facilitando l'esperienza d'acquisto del cliente.

La digitalizzazione e l'uso di tecnologie avanzate per la gestione delle scorte e il marketing sono elementi chiave del nostro modello di business. Ciò non solo migliorerà l'efficienza operativa, ma aumenterà anche la soddisfazione del cliente attraverso un'esperienza personalizzata e interattiva.

In sintesi, il mercato nel quale opereranno le Farmacie ASSP è competitivo ma offre ampie opportunità di crescita e differenziazione, soprattutto attraverso la specializzazione in prodotti di qualità, un servizio clienti eccellente e l'adozione di tecnologie innovative.

Ricerca di mercato sull'andamento del settore farmaceutico in Italia

La ricerca di mercato per il settore farmaceutico e della cura personale in Italia rivela un panorama in continua evoluzione. Secondo dati recenti pubblicati da fonti come IQVIA (institute for Quality and value in healthcare) e Federfarma, il settore ha mostrato una crescita costante negli ultimi anni. Ecco alcuni punti chiave:

- **Crescita del settore:** il mercato farmaceutico italiano ha registrato una crescita sostenuta, con un incremento annuale medio del 2-3% negli ultimi cinque anni;
- **Farmaci da prescrizione e da banco:** c'è stata una tendenza all'aumento della domanda di farmaci da banco, dovuta a una maggiore tendenza all'auto-medicazione responsabile;
- **Prodotti di cura personale e cosmetici:** questo segmento ha visto una crescita significativa, spinta da un aumento della consapevolezza dei consumatori sulla salute e il benessere personale;
- **Prodotti naturali e integratori:** secondo l'associazione italiana di erboristeria, il mercato degli integratori alimentari e prodotti erboristici ha visto una crescita annua di circa il 6-8%, riflettendo un crescente interesse verso prodotti naturali e biologici.

Questi dati indicano una domanda robusta e in crescita nel mercato farmaceutico, con opportunità particolari nei segmenti dei farmaci da banco, prodotti di cura personale, cosmetici e integratori. La tendenza verso un maggiore interesse per la salute e il benessere personale, insieme all'invecchiamento della popolazione, suggerisce che questa crescita sarà sostenuta nel medio-lungo termine.

Le Farmacie ASSP, con il loro focus su un'ampia gamma di prodotti di qualità, inclusi prodotti per la cura personale e integratori, sono ben posizionate per capitalizzare su queste tendenze di mercato. La nostra offerta soddisfa le esigenze di un consumatore sempre più informato e attento alla qualità e alla sostenibilità dei prodotti acquistati.

Segmentazione della clientela per le Farmacie ASSP

La segmentazione della clientela per le Farmacie ASSP si basa su un'analisi approfondita delle esigenze e delle preferenze dei diversi gruppi di consumatori nel settore farmaceutico e della cura personale. Identifichiamo i seguenti segmenti chiave:

- **Famiglie e genitori giovani:** questo segmento cerca prodotti sicuri ed efficaci per la salute e il benessere dei propri figli e della famiglia in generale. Sono interessati a farmaci da banco, prodotti pediatrici, integratori, e prodotti per l'igiene personale;

- **Anziani e pensionati:** con l'invecchiamento della popolazione, questo segmento è in crescita. Si concentrano su farmaci da prescrizione, prodotti per la salute delle ossa, integratori per anziani, e prodotti specifici per le esigenze della terza età;
- **Professionisti e impiegati:** questo gruppo è orientato verso prodotti che supportano uno stile di vita attivo e impegnato. Sono attratti da integratori, prodotti per la cura personale, e cosmetici di qualità;
- **Giovani adulti e studenti:** con una crescente consapevolezza della salute e del benessere, questo segmento cerca prodotti di cura personale, cosmetici, prodotti per la cura dei capelli, e integratori alimentari;
- **Appassionati di fitness e benessere:** questo segmento è interessato a integratori alimentari, prodotti per la cura del corpo, e articoli per un benessere generale;
- **Clienti eco-consoci:** un segmento in crescita, interessato a prodotti erboristici, biologici, e naturali, spesso cercando opzioni eco-sostenibili e cruelty-free;
- **Amanti della bellezza e della cura personale:** questo segmento è attratto da una vasta gamma di prodotti cosmetici, prodotti per la cura della pelle, e articoli per la bellezza e il make-up.

La nostra strategia di segmentazione mira a indirizzare comunicazioni e offerte specifiche per ciascun gruppo, garantendo che le Farmacie ASSP possano soddisfare efficacemente le diverse esigenze e aspettative dei clienti. La diversità dell'offerta prodotto ci consente di attrarre un ampio spettro di clientela, assicurando un posizionamento solido e differenziato nel mercato.

Evoluzione e tendenze previste del mercato e impatto delle Farmacie ASSP

La presenza di ASSP nel mercato farmaceutico e della cura personale in Italia si inserisce in un contesto di evoluzione e tendenze specifiche. Le previsioni del mercato, insieme a fattori esterni come cambiamenti legislativi, regolamentari, politici, ambientali e demografici, influenzeranno la nostra strategia di business. Di seguito, un'analisi di queste dinamiche:

- **Crescente focalizzazione sulla salute preventiva:** c'è una tendenza crescente verso la prevenzione e la cura della salute personale. Questo implica una maggiore domanda di integratori, prodotti per la salute e la cura personale. ASSP, con la sua offerta diversificata, può capitalizzare su questa tendenza;
- **Invecchiamento della popolazione:** l'Italia ha una delle popolazioni più anziane d'Europa. Questo porta a un aumento della domanda di farmaci da prescrizione, prodotti per la terza età, e integratori specifici. La nostra gamma di prodotti risponde a questa esigenza;
- **Innovazione e digitalizzazione:** l'adozione di nuove tecnologie nel settore farmaceutico migliora l'efficienza operativa e l'esperienza del cliente. ASSP prevede di implementare sistemi digitali per la gestione delle scorte e il marketing personalizzato;

- **Normative e leggi:** le normative sul farmaco e sulla vendita dei prodotti sanitari sono in costante aggiornamento. La nostra strategia include la conformità con tutte le normative vigenti e un monitoraggio attento dei cambiamenti legislativi;
- **Sostenibilità e responsabilità ambientale:** la crescente consapevolezza ambientale influisce sulle scelte di acquisto dei consumatori. Offrire prodotti eco-sostenibili e biologici potrebbe attrarre un segmento di mercato in crescita;
- **Risposta alla pandemia e salute pubblica:** eventi come la pandemia di covid-19 hanno aumentato la consapevolezza sulla salute pubblica. Ciò potrebbe influenzare la domanda di prodotti per l'igiene personale e i farmaci.

In conclusione, le Farmacie ASSP entrano in un mercato in evoluzione, con diverse opportunità e sfide. La nostra capacità di adattarci rapidamente alle tendenze di mercato, alle normative e alle esigenze dei clienti sarà fondamentale per il nostro successo e crescita nel settore.

Analisi della concorrenza per le Farmacie ASSP

L'analisi della concorrenza per le Farmacie ASSP rivela un mercato competitivo con diversi giocatori chiave. Consideriamo sia le farmacie locali esistenti sia le grandi catene, oltre a negozi online e supermercati che offrono prodotti simili. Ecco una panoramica delle dinamiche competitive e delle potenziali barriere all'entrata:

- **Concorrenza locale:** le farmacie locali rappresentano una concorrenza diretta, specialmente quelle con una lunga storia e una clientela fedele. La nostra strategia si concentrerà su servizi personalizzati e un'ampia gamma di prodotti per differenziarci;
- **Grandi catene e franchising:** questi concorrenti hanno il vantaggio di economie di scala, che possono permettere prezzi più competitivi. Tuttavia, ASSP punta su un approccio più personalizzato e su prodotti di nicchia per attrarre i clienti;
- **Negozi online:** l'e-commerce nel settore farmaceutico è in crescita. La nostra risposta comprende una strategia online robusta con servizi di e-commerce e consegna a domicilio;
- **Supermercati e grandi distributori:** questi vendono prodotti da banco e per la cura personale a prezzi competitivi. La nostra differenziazione sta nella qualità superiore dei prodotti e nella consulenza professionale.

3. I prodotti/servizi erogati

I prodotti/servizi offerti:

Elenco e descrizione degli articoli venduti:

- **Farmaci da prescrizione e da banco:** vasta selezione per soddisfare le esigenze sanitarie immediate.
- **Make-up e accessori:** set completi per ogni esigenza di bellezza.
- **Igiene orale:** prodotti per la salute dentale.
- **Crema e prodotti per la pelle:** cura della pelle con opzioni per tutti i tipi di pelle.
- **Erboristeria e integratori (fascia bassa e media):** prodotti naturali e integratori per il benessere generale.

Elenco e descrizione dei servizi offerti:

Consapevoli del ruolo sociale che le farmacie comunali devono assolvere, ASSP s.p.a. offrirà i seguenti servizi di continuità assistenziale:

- VACCINAZIONI – ANTI COVID
- VACCINAZIONE ANTI-INFLUENZALE

- VACCINAZIONE ANTIPNEUMOCOCCICA
- TAMPONE ANTIGENICO RAPIDO (COVID/STREPTOCOCCO)
- TELEMEDICINA:

Holter cardiaco	<i>(in regime di mutua per gli aventi diritto)</i>
Holter pressorio	
Elettrocardiogramma	
Teledermatologia	
Spirometria	

- AUTOANALISI:

Glicemia
Profilo Lipidico (Co. HDL LDL TRIG.)
PSA (prostata)
PCR (infezioni)
Emoglobina glicata (diabete)
BETA HCG (gravidanza)
TSH (tiroide)
RBD (anticorpi covid)

- AUTOCERTIFICAZIONE ESENZIONE REDDITO
- SERVIZI C.P.U.
- SCELTA/REVOCA DEL MEDICO
- MISURAZIONE PRESSIONE
- SCREENING COLON RETTO
- NOLEGGIO APPARECCHI SANITARI
- NOLEGGIO CARROZZINE E AUSILI
- MOC
- SERVIZIO INFERMIERISTICO
- TEST INTOLLERANZE ALIMENTARI
- CONSULENZA ALIMENTARE

Tutti gli esami, laddove previsto un contributo a carico dell'utente, saranno offerti a un prezzo calmierato con un costo mediamente inferiore del 50% del prezzo di mercato e/o del Ticket sanitario.

La farmacia dei servizi si evolve in farmacia di comunità con l'obiettivo della presa in carico del paziente sul territorio, al fine di gestirne il percorso di terapia.

A tal fine, la nostra azienda, organizza:

- INIZIATIVE DI EDUCAZIONE E PREVENZIONE
 - Campagne di sensibilizzazione: incontri e seminari su temi di salute pubblica, come la prevenzione malattie cardiovascolari e il corretto uso dei farmaci.
 - Giornate di prevenzione: screening gratuiti per la popolazione, con l'obiettivo di individuare precocemente eventuali patologie.
- SUPPORTO ALLE CATEGORIE FRAGILI
 - Collaborazioni con associazioni locali: progetti di supporto per persone con disabilità, e collaborazione con enti e associazioni del territorio.
 - Farmacia oncologica: presenza di farmacisti specializzati a supporto di pazienti oncologici.
 - Collaborazione con medici di base e specialisti: al fine di garantire un'assistenza continua e coordinata.

In conclusione, le Farmacie ASSP punteranno a offrire una gamma di prodotti di alta qualità e servizi accessori che rispondano in modo efficace alle esigenze dei diversi segmenti di mercato, garantendo così un avvio di attività solido e una crescita sostenibile.

4. Il piano di marketing

Piano di marketing per le farmacie ASSP

Descrizione generale del piano di marketing, azioni previste e obiettivi

Il piano di marketing di ASSP è strutturato per massimizzare la visibilità, attrarre una vasta clientela e stabilire un forte posizionamento nel mercato locale. Gli obiettivi principali sono:

- **Incrementare la consapevolezza del brand:** rendere ASSP un nome familiare nella comunità locale attraverso campagne di marketing mirate;
- **Fidelizzare la clientela:** attrarre e mantenere una base di clienti fedeli attraverso un'esperienza di acquisto personalizzata e di alta qualità;
- **Posizionamento strategico dei prodotti:** mettere in evidenza i punti di forza unici dei nostri prodotti e servizi, soprattutto la nostra gamma di prodotti di nicchia e di alta qualità;
- **Incrementare le vendite:** raggiungere e superare i target di vendita mensili e annuali.

Le azioni previste includono:

- **Campagne pubblicitarie locali:** utilizzo di media locali, inclusi giornali, radio e manifesti pubblicitari, per raggiungere il pubblico nella zona di [località];
- **Marketing digitale:** impiego di social media, e-mail marketing e SEO per aumentare la visibilità online e attirare clienti tramite canali digitali;
- **Eventi promozionali:** organizzazione di eventi in farmacia, come giornate di consulenza gratuita e presentazioni di nuovi prodotti, per attirare visitatori e promuovere vendite;
- **Programmi di fedeltà e offerte speciali:** introduzione di un programma di fedeltà e promozioni periodiche per incentivare i ritorni dei clienti;
- **Collaborazioni locali:** partenariati con istituzioni sanitarie locali, fitness club e centri benessere per promuovere i nostri prodotti e servizi.

Questo piano di marketing è progettato per essere dinamico e adattabile, permettendo di rispondere rapidamente ai cambiamenti del mercato e alle esigenze dei clienti. La sua implementazione sarà monitorata e valutata regolarmente per assicurare l'efficacia e l'ottimizzazione continua delle strategie.

La promozione

Strategie di promozione degli articoli commercializzati

Per promuovere efficacemente gli articoli commercializzati dalle Farmacie ASSP, sarà sviluppata una combinazione di strategie tradizionali e digitali, tenendo conto del budget previsto per ogni esercizio. Ecco le principali iniziative:

Marketing digitale:

- **Social media:** utilizzeremo piattaforme come Facebook, Instagram e LinkedIn per pubblicare contenuti relativi ai prodotti, consigli sulla salute e bellezza, e promozioni speciali;
- **E-mail marketing:** invio regolare di newsletter con informazioni sui nuovi prodotti, offerte esclusive e consigli di salute;

Pubblicità tradizionale:

- **Stampa locale e radio:** annuncio delle aperture e delle promozioni speciali tramite media locali per raggiungere un pubblico più ampio;
- **Volantini e brochure:** distribuzione nei punti strategici della città e in farmacia;

Eventi e sponsorizzazioni:

- **Giornate a tema in farmacia:** organizzazione di eventi in farmacia per promuovere prodotti specifici o temi di salute;
- **Sponsorizzazione di eventi locali:** supporto a eventi comunitari o sportivi per aumentare la visibilità del brand;

Promozioni e offerte speciali:

- **Sconti stagionali:** offerte su prodotti specifici in momenti chiave dell'anno (es. Black friday, natale);
- **Programmi fedeltà:** punti fedeltà e sconti per i clienti abituali;

Partnership e collaborazioni:

- **Collaborazione con fornitori:** promozioni congiunte con i fornitori per offrire pacchetti speciali o sconti sui prodotti;
- **Network con professionisti del settore:** collaborazioni con medici, nutrizionisti e centri benessere per referenze incrociate;

Feedback e adattamento:

- **Monitoraggio e analisi:** costante valutazione dell'efficacia delle campagne per adattarle in base ai risultati e ai feedback dei clienti;

Distribuzione dei beni e canali di vendita

Per le Farmacie ASSP, la distribuzione dei beni e la scelta dei canali di vendita sono elementi cruciali per garantire l'accessibilità e la comodità per i nostri clienti. Ecco la nostra strategia di distribuzione:

Vendita diretta in negozio:

- Il cuore delle nostre operazioni sarà la vendita diretta nel nostro negozio fisico. Qui, i clienti potranno ricevere consulenze personalizzate e scoprire la vasta gamma di prodotti che offriamo;
- Il layout del negozio sarà progettato per facilitare una facile navigazione tra i diversi reparti e per promuovere i prodotti in maniera efficace.

Servizio di consegna a domicilio:

- Per i clienti locali, introdurremo un servizio di consegna a domicilio, che permetterà ai clienti di ricevere i loro prodotti direttamente a casa. Questo servizio sarà particolarmente apprezzato dai clienti anziani o da chi non può facilmente recarsi in farmacia.

Ordini telefonici e via e-mail:

- Per agevolare i clienti meno avvezzi alla tecnologia, offriremo la possibilità di ordinare prodotti tramite telefono o e-mail, con opzioni di pagamento flessibili.

Programmi di fedeltà e promozioni:

- Attraverso i vari canali di vendita, promuoveremo il nostro programma fedeltà, incentivando i clienti a tornare e a sperimentare diversi modi di acquisto.

Questa strategia multi-canale ci permetterà di raggiungere un'ampia gamma di clienti, offrendo loro flessibilità e comodità. Inoltre, ci consentirà di adattarci alle diverse esigenze e preferenze di acquisto, massimizzando la portata e l'efficacia delle nostre operazioni di vendita.

5. Il piano organizzativo

Organizzazione del negozio e funzioni interne ed esterne

Struttura organizzativa interna:

- **Reparti di vendita:** il negozio sarà organizzato in diversi reparti (farmaci, prodotti di bellezza, integratori, ecc.) Ognuno gestito da personale specializzato;
- **Gestione del magazzino:** sistema interno per la gestione delle scorte, rifornimenti e inventario;
- **Amministrazione e contabilità:** gestione interna delle operazioni finanziarie quotidiane, pagamenti, fatturazione e contabilità;
- **Servizio clienti:** personale dedicato all'assistenza clienti, sia nel punto vendita che online;
- **Marketing e comunicazione:** gestione delle campagne promozionali, pubblicità, social media e relazioni con i media.

Funzioni esternalizzate:

- **Pulizia e manutenzione:** servizi di pulizia e manutenzione ordinaria del negozio esternalizzati a fornitori specializzati;
- **Servizi legali e consulenza fiscale:** collaborazione con professionisti esterni per consulenza legale e fiscale;
- **IT e sistemi di sicurezza:** supporto tecnico per hardware, software e sistemi di sicurezza gestito da fornitori esterni;
- **Logistica e distribuzione:** per alcuni prodotti, la logistica e la distribuzione saranno gestite attraverso partner esterni.

L'organizzazione delle Farmacie ASSP sarà programmata per garantire un'operatività fluida, con un focus sulla qualità del servizio e sull'efficienza. L'equilibrio tra competenze interne ed esterne permetterà di mantenere un alto standard di servizio, ottimizzando le risorse e concentrando le energie sulle aree chiave di business.

Descrizione delle risorse umane per Farmacia ASSP

Risorse umane e organizzazione:

Le Farmacie ASSP saranno composte da un team di professionisti qualificati con competenze specifiche nelle loro aree di responsabilità:

- **Farmacisti:** professionisti qualificati responsabili della gestione dei farmaci, della consulenza ai clienti e del rispetto delle normative sanitarie. Saranno il cuore del nostro servizio, fornendo conoscenze specialistiche e assistenza personalizzata;
- **Addetti alle vendite:** personale dedicato alla vendita diretta, con competenze nella presentazione dei prodotti, nel merchandising e nella gestione delle transazioni. Saranno formati per offrire un'esperienza di acquisto eccellente;
- **Responsabile del magazzino:** addetto alla gestione del magazzino, responsabile del rifornimento dei prodotti, dell'inventario e dell'organizzazione logistica;
- **Amministrazione e personale di supporto:** La struttura organizzativa di ASSP integrata con un impiegato già operativo per le farmacie esistenti, avranno il compito di gestire l'attività nel suo complesso, dalla strategia finanziaria alla supervisione operativa. Saranno supportati da personale di supporto amministrativo per la gestione quotidiana degli aspetti contabili e burocratici;

- **Consulenti esterni:** per le funzioni non gestite internamente, come IT, pulizia, manutenzione, e consulenza legale e fiscale, si farà affidamento su professionisti esterni.

Capacità e competenze:

- Ogni membro del team avrà competenze specifiche nel suo campo, con un forte focus su formazione continua e aggiornamento professionale;
- Il personale di vendita e i farmacisti avranno eccellenti capacità comunicative e di relazione con il pubblico, essenziali per offrire un servizio clienti di alta qualità;
- Il responsabile del magazzino avrà competenze organizzative e logistiche, mentre gli amministratori avranno un'ampia conoscenza della gestione aziendale e finanziaria.

La combinazione di queste capacità e competenze all'interno della nostra organizzazione assicurerà che le Farmacie ASSP siano in grado di offrire un servizio di alta qualità, gestire efficacemente le operazioni quotidiane e adattarsi alle dinamiche di un mercato in evoluzione.

La forma giuridica e la struttura societaria

Tipo di società e struttura societaria di ASSP SpA

ASSP è costituita come una società per azioni di tipo "in house"; I Soci di ASSP s.p.a. sono: il Comune di Cesano Maderno (che detiene il 99,7%), il Comune di Meda (0,1%), il Comune di Varedo (0,1%) e il Comune di Limbiate (0,1%).

Struttura societaria

- **Composizione:** la società è gestita da un Consiglio di Amministrazione. Il rappresentante legale con il ruolo di amministratore è il Presidente del consiglio di amministrazione che ha la funzione di Amministratore Delegato della Società;
- **Ruolo degli amministratori:** L'amministratore delegato avrà il ruolo di amministratore, condividendo con il consiglio di amministrazione la responsabilità della gestione aziendale. Questo include la definizione della strategia di business, la supervisione delle operazioni giornaliere e la gestione delle decisioni finanziarie;
- **Decisioni aziendali:** le decisioni importanti saranno prese con il coinvolgimento dell'assemblea dei soci e del comitato tecnico di controllo assicurando che gli stessi siano coinvolti in modo significativo nelle scelte strategiche e di controllo sulla direzione dell'impresa.

Mercati di approvvigionamento e logistica per le Farmacie ASSP

Mercati di approvvigionamento:

- **Fornitori di farmaci e prodotti farmaceutici:** selezioneremo fornitori affidabili e certificati per i farmaci da prescrizione e da banco, garantendo la conformità con le normative italiane e internazionali;
- **Prodotti di bellezza e cura personale:** collaboreremo con marchi riconosciuti e fornitori specializzati in prodotti di bellezza, igiene personale e cosmetici, privilegiando quelli che rispecchiano i valori di qualità e sostenibilità del nostro brand;
- **Integratori e prodotti naturali:** l'approvvigionamento in questo segmento sarà focalizzato su fornitori che offrono prodotti naturali, biologici e di alta qualità;
- **Prodotti di erboristeria:** stabiliremo relazioni con erboristerie e produttori specializzati in prodotti erboristici, con un occhio di riguardo verso la produzione locale e sostenibile.

Logistica:

- **Gestione delle scorte e del magazzino:** implementeremo un sistema di gestione delle scorte per monitorare e ottimizzare i livelli di inventario, riducendo al minimo gli sprechi e garantendo la disponibilità dei prodotti;

- **Ricezione e stoccaggio:** i prodotti verranno ricevuti, controllati e stoccati nel nostro magazzino secondo protocolli che garantiscano la loro integrità e conservazione;
- **Distribuzione interna:** la disposizione dei prodotti all'interno del negozio sarà gestita per massimizzare l'efficacia visiva e la facilità di accesso per i clienti;
- **Consegna e spedizioni:** per la vendita online, collaboreremo con servizi di spedizione affidabili per garantire consegne tempestive e sicure. La logistica di consegna a domicilio locale potrebbe essere gestita internamente o attraverso partner locali.

L'obiettivo è di stabilire una catena di approvvigionamento efficace e responsabile che supporti le operazioni di vendita delle Farmacie ASSP, garantendo prodotti di alta qualità e una logistica efficiente. Questo approccio contribuirà a costruire una solida reputazione nel mercato e a garantire la soddisfazione del cliente.

L'ambiente

Impatto ambientale e contromisure delle Farmacie ASSP

Valutazione dell'impatto ambientale:

- ASSP è consapevole dell'impatto che le attività commerciali possono avere sull'ambiente. Gli aspetti chiave dell'impatto ambientale includono il consumo di energia, la gestione dei rifiuti, l'imballaggio dei prodotti e la logistica.

Contromisure per ridurre l'impatto ambientale:

Sostenibilità energetica:

- Installazione di illuminazione a led ad alta efficienza energetica;
- Utilizzo di apparecchiature elettroniche a basso consumo energetico;
- Considerazione di fonti di energia rinnovabile, come pannelli solari, per le esigenze energetiche future.

Riduzione e riciclo dei rifiuti:

- Implementazione di una politica di riciclo in negozio per materiali come carta, plastica e vetro;
- Promozione di prodotti con imballaggi eco-compatibili o ridotti;
- Riduzione dell'uso di materiali monouso, privilegiando soluzioni riutilizzabili o biodegradabili.

Gestione sostenibile delle scorte e della logistica:

- Scelta di fornitori che adottano pratiche sostenibili nel packaging e nella distribuzione;
- Ottimizzazione delle consegne per ridurre le emissioni di CO₂, ad esempio raggruppando gli ordini.

Prodotti eco-friendly e sostenibili:

- Offerta di una gamma di prodotti naturali, biologici e eco-sostenibili;
- Incoraggiamento dei clienti a scegliere alternative più verdi attraverso informazioni e campagne di sensibilizzazione.

Sensibilizzazione ambientale e formazione del personale:

- Formazione del personale sulle pratiche sostenibili e su come comunicarle ai clienti;
- Organizzazione di eventi ed iniziative in negozio per promuovere la consapevolezza ambientale.

Partnership e collaborazioni per la sostenibilità:

- Collaborazione con organizzazioni locali e nazionali per progetti ambientali e di sostenibilità;

- Partecipazione a iniziative comunitarie per la salvaguardia dell'ambiente.

L'obiettivo di ASSP è di operare non solo come un'attività commerciale di successo, ma anche come un esempio di responsabilità ambientale nel settore farmaceutico e della cura personale. Attraverso queste contromisure, miriamo a ridurre il nostro impatto ambientale e a promuovere pratiche sostenibili tra i nostri clienti e nella comunità.

Analisi SWOT delle Farmacie ASSP

L'analisi SWOT è uno strumento strategico utilizzato per valutare i punti di forza (strengths), debolezza (weaknesses), opportunità (opportunities) e minacce (threats) di un'impresa. Di seguito, l'analisi swot per le farmacie ASSP, realizzata in coerenza con le informazioni e le strategie delineate fino ad ora.

ANALISI SWOT DELL'IMPRESA

VANTAGGI E OPPORTUNITÀ

RISCHI E PERICOLI

FATTORI INTERNI

PUNTI DI FORZA

Ampia gamma di prodotti: da prescrizione, per la cura personale, cosmetici
Team di esperti farmacisti e personale di vendita con competenze specifiche
Ubicazione in una zona densamente popolata
Innovazione e tecnologia per la gestione del magazzino, vendita e marketing
Focus sulla sostenibilità

DEBOLEZZE

Manca una presenza di marca consolidata.
Limitazioni budgetarie iniziali
Rischi di gestione di start-up; sfide inerenti l'avvio di una nuova impresa

FATTORI ESTERNI

OPPORTUNITÀ

Aumento della domanda in ambito salute e benessere
Invecchiamento della popolazione
Digitalizzazione e e-commerce
Iniziative di educazione alla salute

MINACCE

Competizione con farmacie locali, grandi catene e piattaforme di e-commerce
Cambiamenti normativi e legislativi che potrebbero influenzare le operazioni
Sensibilità ai cambiamenti economici

6. Il piano economico-finanziario

Il piano economico e finanziario delle Farmacie ASSP è stato sviluppato per garantire la sostenibilità e la crescita dell'impresa nel contesto competitivo del settore farmaceutico e della cura personale. Questo piano fornisce un quadro dettagliato delle previsioni finanziarie, delle strategie di gestione del capitale e delle proiezioni di flusso di cassa, essenziali per il successo a lungo termine dell'azienda.

L'obiettivo principale è quello di stabilire una solida base finanziaria che supporti le operazioni quotidiane, massimizzi i profitti e minimizzi i rischi finanziari. Il piano comprende l'analisi dei costi iniziali, delle entrate previste, delle spese operative e delle strategie di investimento. Saranno inoltre delineate le politiche per la gestione delle scorte, i piani di ammortamento degli investimenti iniziali e le strategie per la gestione del flusso di cassa.

In sintesi, il piano economico e finanziario delle Farmacie ASSP mira a fornire una guida chiara per la gestione finanziaria responsabile e strategica, fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi aziendali e per la costruzione di un'impresa duratura e prospera.

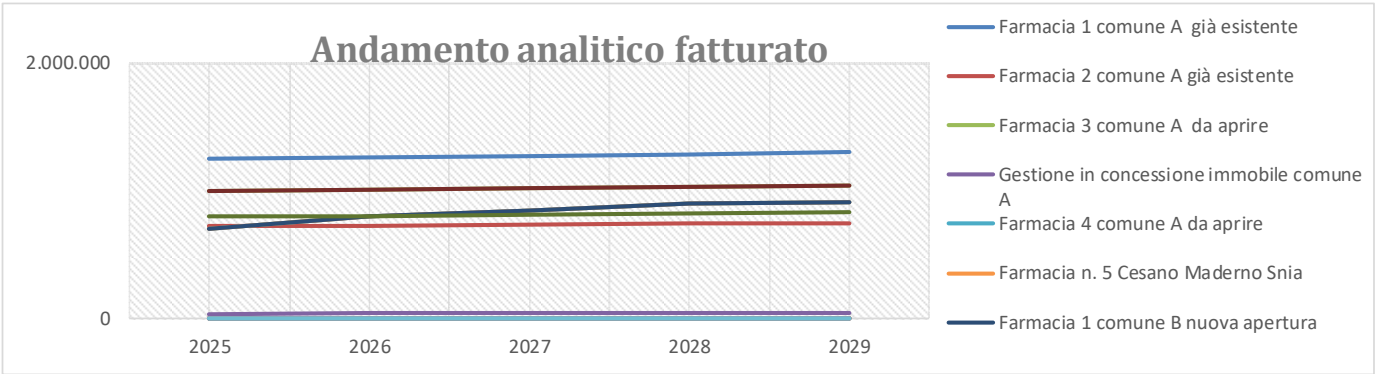
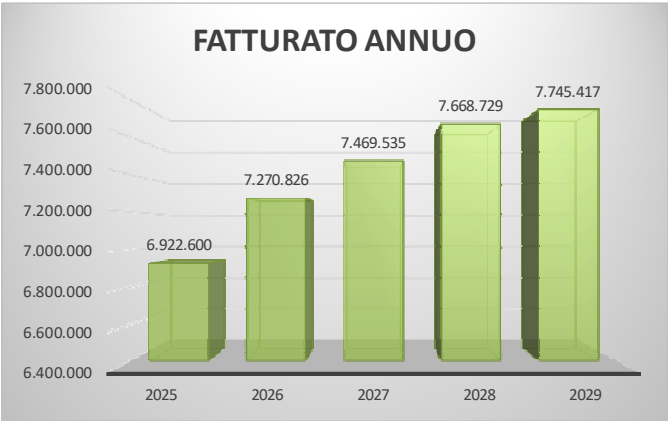
6.1 Stima dei ricavi

Per calcolare e prevedere i ricavi delle Farmacie ASSP, abbiamo adottato un approccio basato su diversi fattori chiave che riflettono le caratteristiche uniche del nostro mercato e del nostro modello di business.

Queste basi per il calcolo e la previsione dei ricavi sono state selezionate per fornire una stima realistica del potenziale finanziario delle Farmacie ASSP, tenendo conto delle dinamiche specifiche del nostro settore e del nostro modello di business.

Sulla base dei presupposti precedentemente illustrati, i ricavi calcolati nei cinque anni presi in esame, ripartiti per semplicità in quote mensili costanti, sono quelli riportati nella tabella seguente:

	2025	2026	2027	2028	2029
GEN	620.517	649.972	666.972	684.016	690.857
FEB	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324
MAR	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324
APR	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324
MAG	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324
GIU	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324
LUG	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324
AGO	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324
SET	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324
OTT	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324
NOV	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324
DIC	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324
TOTALI	6.922.600	7.270.826	7.469.535	7.668.729	7.745.417



Nella seguente tabella si evidenzia il fatturato previsto nel corso dei cinque anni per ogni singolo progetto.

	Farmacia 1 comune A già esistente	Farmacia 2 comune A già esistente	Farmacia 3 comune A da aprire	Gestione in concessione immobile comune A	Farmacia 4 comune A da aprire	Farmacia n. 5 Cesano Maderno Snia	Farmacia 1 comune B nuova apertura	Farmacia 1 comune C subentro	Farmacia 1 comune D subentro	f
2025	1.252.000	723.000	1.000.000	47.600	700.000	700.000	700.000	1.000.000	800.000	0
2026	1.264.520	730.230	1.010.000	48.076	800.000	800.000	800.000	1.010.000	808.000	0
2027	1.277.165	737.532	1.020.100	48.557	850.000	850.000	850.000	1.020.100	816.080	0
2028	1.289.937	744.908	1.030.301	49.042	900.000	900.000	900.000	1.030.301	824.241	0
2029	1.302.836	752.357	1.040.604	49.533	909.000	909.000	909.000	1.040.604	832.483	0

6.2 I costi

A seguire si riporta la previsione dei costi totali da sostenere, suddivisi nelle varie categorie di spesa: costi variabili di acquisto, commissioni di vendita e costi fissi.

6.2.1 Costi variabili di produzione

I costi variabili nella vendita dei prodotti di ASSP sono quelli che cambiano in base al volume delle vendite. Questi costi sono cruciali per calcolare il punto di pareggio e la marginalità. Di seguito, una descrizione dettagliata di questi costi variabili:

Costo dei beni e dei servizi venduti (COGS):

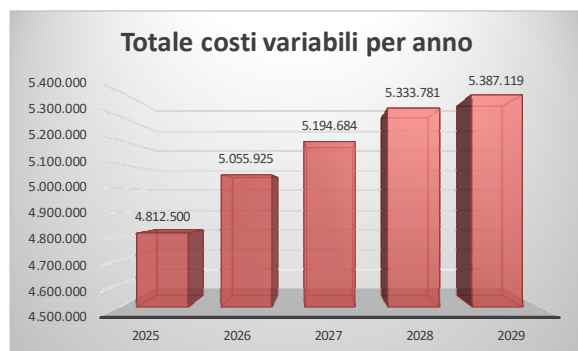
- Il costo diretto dei prodotti venduti, che include l'acquisto di farmaci, prodotti di bellezza, cura personale e integratori. Questo costo varia proporzionalmente al volume delle vendite.

Costi variabili di transazione:

- Commissioni per transazioni di pagamento, come quelle relative a carte di credito o sistemi di pagamento online. Questi costi sono proporzionali al numero e al valore delle transazioni.

RIEPILOGO COSTI VARIABILI

	2025	2026	2027	2028	2029
Materie prime	0	0	0	0	0
Semilavorati	0	0	0	0	0
Lavorazioni esterne	0	0	0	0	0
Mano d'opera variabile	0	0	0	0	0
Trasporti, dogane e spese di	0	0	0	0	0
TOTALE COSTO PROD.	0	0	0	0	0
Acquisto merci	4.812.500	5.055.925	5.194.684	5.333.781	5.387.119
TOT COSTI VARIABILI	4.812.500	5.055.925	5.194.684	5.333.781	5.387.119



Il costo complessivo dei prodotti verrà poi calcolato sulla base dei costi variabili visti in precedenza o sulla base del costo di acquisto moltiplicati per i volumi di produzione di ogni singolo prodotto realizzato.

Riportiamo di seguito il costo sostenuto per la realizzazione dei prodotti (acquistati esternamente o prodotti internamente).

	Farmacia 1 comune A già esistente	Farmacia 2 comune A già esistente	Farmacia 3 comune A da aprire	Gestione in concessione immobile comune A	Farmacia 4 comune A da aprire	Farmacia n. 5 Cesano Maderno Snia	Farmacia 1 comune B nuova apertura	Farmacia 1 comune C subentro	Farmacia 1 comune D subentro	f
2025	876.400	506.100	700.000	0	490.000	490.000	490.000	700.000	560.000	0
2026	885.164	511.161	707.000	0	560.000	560.000	560.000	707.000	565.600	0
2027	894.016	516.273	714.070	0	595.000	595.000	595.000	714.070	571.256	0
2028	902.956	521.435	721.211	0	630.000	630.000	630.000	721.211	576.969	0
2029	911.985	526.650	728.423	0	636.300	636.300	636.300	728.423	582.738	0

6.2.3. Costi fissi

I costi fissi sono quelle spese che non variano in funzione del volume delle vendite. Questi costi sono essenziali per il funzionamento quotidiano dell'impresa e devono essere coperti indipendentemente dal livello di vendite. Per ASSP i costi fissi includono:

Affitto dei locali:

- Costo mensile o annuale per l'affitto dello spazio fisico del negozio. Questa spesa è costante e indipendente dal numero di vendite effettuate.

Salari del personale fisso:

- Stipendi dei dipendenti fissi, inclusi farmacisti, addetti alle vendite, personale amministrativo e di gestione. Questi costi rimangono costanti ogni mese.

Utenze e manutenzione:

- Costi regolari per servizi come elettricità, riscaldamento, acqua e servizi di pulizia. Include anche spese di manutenzione ordinaria del negozio.

Assicurazioni:

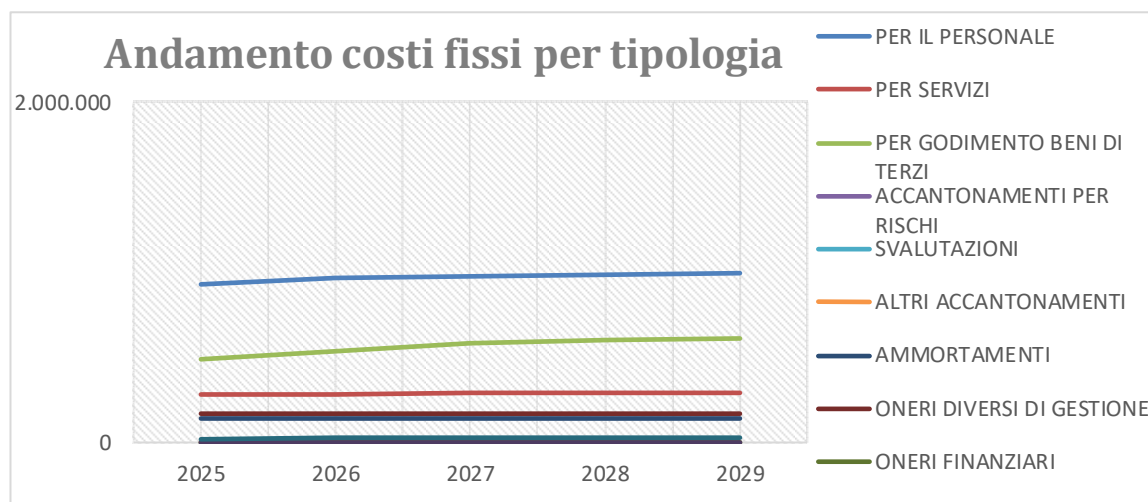
- Polizze assicurative per la copertura di responsabilità civile, danni alla proprietà, e altri rischi specifici del settore farmaceutico.

Servizi professionali:

[illegible]

[illegible]

CONTO ECONOMICO DEI COSTI FISSI	2025	2026	2027	2028	2029
PER IL PERSONALE	928.860	968.149	977.830	987.608	997.484
PER SERVIZI	285.000	287.850	290.327	293.030	295.760
PER GODIMENTO BENI DI TERZI	494.006	542.075	589.167	602.206	608.528
ACCANTONAMENTI PER RISCHI	0	0	0	0	0
SVALUTAZIONI	0	0	0	0	0
ALTRI ACCANTONAMENTI	0	0	0	0	0
AMMORTAMENTI	145.400	145.400	145.400	145.400	145.400
ONERI DIVERSI DI GESTIONE	170.000	170.000	170.000	170.000	170.000
ONERI FINANZIARI	0	0	0	0	0
ALTRI ONERI FINANZIARI	0	0	0	0	0
IMPOSTE	21.437	25.728	26.237	33.154	34.375
TOTALE	2.044.703	2.139.202	2.198.961	2.231.398	2.251.547



Per avviare e mantenere l'attività, ASSP dovrà investire in una serie di beni materiali e immateriali. Questi investimenti sono fondamentali per garantire un'operatività efficace e un servizio di qualità ai clienti. Di seguito, un elenco e una descrizione degli investimenti previsti.

Investimenti in beni materiali

Arredamento e allestimento del negozio:

- Investimento in scaffalature, banconi, display per prodotti e arredamento per la zona di consulenza. Questo include anche l'acquisto di sedie, tavoli e altri mobili per l'area di attesa dei clienti.

Equipaggiamento tecnico e informatico:

- Acquisto di computer, sistemi di punto vendita (POS), stampanti, scanner e altre apparecchiature tecnologiche necessarie per la gestione del negozio e delle vendite.

Sistemi di sicurezza e videosorveglianza:

- Installazione di sistemi di sicurezza, come telecamere di sorveglianza e allarmi, per garantire la sicurezza dei prodotti, del personale e dei clienti.

Magazzino e attrezzature per la logistica:

- Investimenti in attrezzature per la gestione del magazzino, quali scaffalature, carrelli e sistemi per l'inventario.

Sviluppo e implementazione del sito web e e-commerce:

- Creazione di un sito web professionale e di una piattaforma e-commerce per la vendita online, inclusi i costi di design, sviluppo e hosting.

Software di gestione aziendale:

- Acquisto o abbonamento a software per la gestione del negozio, dell'inventario, delle finanze e delle relazioni con i clienti (CRM).

Formazione e sviluppo del personale:

- Investimenti in programmi di formazione per il personale, al fine di garantire un elevato standard di competenze e servizi offerti.

Campagne di marketing e pubblicità:

- Costi iniziali per le campagne di marketing e pubblicità necessarie per promuovere il lancio e la visibilità del negozio;
- Questi investimenti rappresentano il fondamento su cui ASSP costruirà la propria attività. La gestione oculata di questi investimenti è cruciale per garantire un avvio di successo e una crescita sostenibile nel tempo.

- Per le farmacie già esistenti:

Per le farmacie già esistenti, oltre all'acquisto delle rimanenze di magazzino dei farmaci e del valore residuo dei mobili e arredi, è previsto un investimento immateriale a titolo di corrispettivo iniziale di ingresso previsto, per le farmacie A in euro 600.000. l'importo sarà ammortizzato per un periodo di durata pari a quella del contratto di servizio prevista in 20 anni. La quota annuale di ammortamento sarà compensata con una riduzione del canone annuo di gestione. Il subentro nella gestione delle farmacie A, prevede, inoltre, un investimento pari a euro 500.000 a titolo di canone di concessione anticipato per la gestione di un immobile concesso in locazione ad una struttura sanitaria. L'ammortamento del relativo investimento immateriale per ciascun anno di durata della convenzione sarà compensato dagli introiti del canone di locazione pari a circa il doppio del costo di ammortamento.

Gli investimenti in beni materiali ed immateriali che si ritiene necessario effettuare sono riportati di seguito con anche l'indicazione della data prevista di acquisizione, modalità e importo degli ammortamenti.

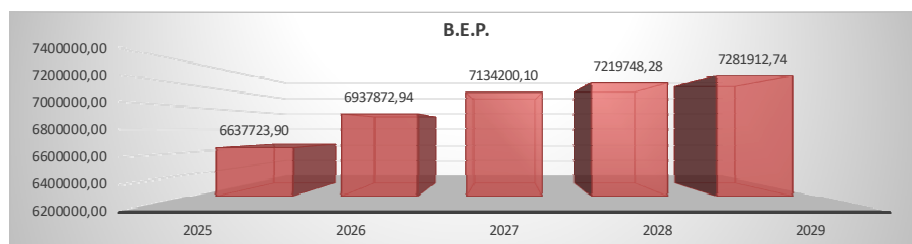
Alla fine del prospetto sono indicati i fabbisogni finanziari necessari per gli altri investimenti della società

[illegible]

6.4 Analisi del punto di pareggio

Il punto di pareggio, o break-even point, è un concetto fondamentale nella pianificazione finanziaria di un'impresa. Rappresenta il momento in cui i ricavi totali dell'azienda eguagliano i costi totali, sia fissi che variabili, indicando il livello di vendite necessario per coprire tutti i costi senza generare profitto né perdita.

Secondo le nostre previsioni vi è un'alta probabilità di attuabilità del progetto con un raggiungimento del break even point già al primo esercizio di attività.



Per facilità di lettura riportiamo il volume dei ricavi realisticamente previsti:

Anno	2025	2026	2027	2028	2029
TOTALI	6.922.600	7.270.826	7.469.535	7.668.729	7.745.417

I flussi finanziari in uscita sono attribuibili ai costi di realizzazione dei prodotti, ai costi fissi (inclusi oneri finanziari e imposte), al rientro dei finanziamenti accesi e alla gestione degli investimenti.

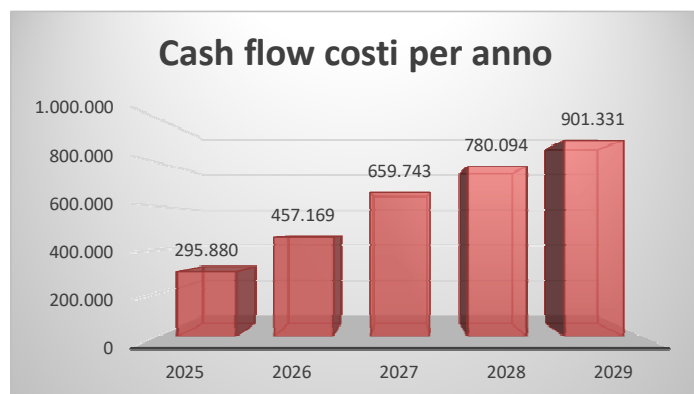
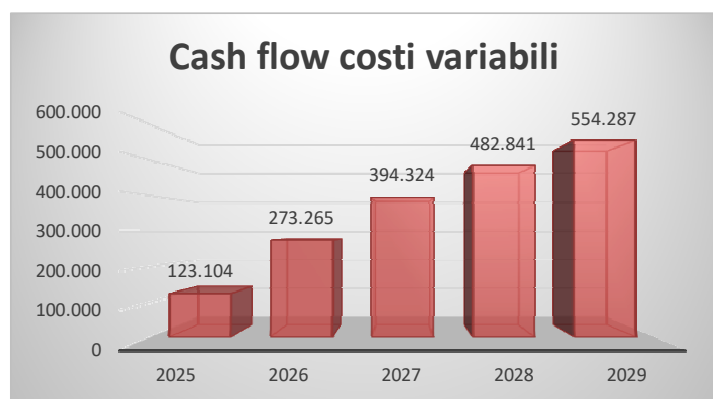
Di seguito riportiamo il dettaglio mensile, anno per anno, dei flussi in uscita:

CASH FLOW TOTALE COSTI						
	2025	2026	2027	2028	2029	TOTALI
GEN	17.743	555.041	583.829	600.315	614.018	
FEB	575.864	603.850	620.536	634.441	640.652	
MAR	555.864	583.650	600.134	613.835	619.840	
APR	555.864	614.713	636.091	649.882	669.026	
MAG	555.864	583.650	600.134	613.835	619.840	
GIU	3.295.864	605.087	636.152	614.549	665.542	
LUG	555.864	583.650	600.134	613.835	619.840	
AGO	555.864	583.650	600.134	613.835	619.840	
SET	555.864	583.650	600.134	613.835	619.840	
OTT	555.864	583.650	600.134	613.835	619.840	
NOV	555.864	583.650	615.570	614.141	639.426	
DIC	4.555.864	583.650	600.134	613.835	619.840	
TOTALI	12.892.246	7.048.891	7.293.116	7.410.172	7.567.543	42.211.967

CASH FLOW INVESTIMENTI						
	2025	2026	2027	2028	2029	TOTALI
GEN	0	0	0	0	0	
FEB	0	0	0	0	0	
MAR	0	0	0	0	0	
APR	0	0	0	0	0	
MAG	0	0	0	0	0	
GIU	2.740.000	0	0	0	0	
LUG	0	0	0	0	0	
AGO	0	0	0	0	0	
SET	0	0	0	0	0	
OTT	0	0	0	0	0	
NOV	0	0	0	0	0	
DIC	4.000.000	0	0	0	0	
TOT	6.740.000	0	0	0	0	6.740.000

CASH FLOW COSTI VARIABILI						
	2025	2026	2027	2028	2029	TOTALI
GEN	0	401.042	421.327	432.890	444.482	
FEB	401.042	421.327	432.890	444.482	448.927	
MAR	401.042	421.327	432.890	444.482	448.927	
APR	401.042	421.327	432.890	444.482	448.927	
MAG	401.042	421.327	432.890	444.482	448.927	
GIU	401.042	421.327	432.890	444.482	448.927	
LUG	401.042	421.327	432.890	444.482	448.927	
AGO	401.042	421.327	432.890	444.482	448.927	
SET	401.042	421.327	432.890	444.482	448.927	
OTT	401.042	421.327	432.890	444.482	448.927	
NOV	401.042	421.327	432.890	444.482	448.927	
DIC	401.042	421.327	432.890	444.482	448.927	
TOT	4.411.458	5.035.640	5.183.121	5.322.190	5.382.674	25.335.083

CASH FLOW SPESE GESTIONE						
	2025	2026	2027	2028	2029	TOTALI
GEN	17.743	155.000	162.502	167.425	169.536	
FEB	174.822	182.523	187.646	189.959	191.725	
MAR	154.822	162.323	167.244	169.353	170.913	
APR	154.822	193.386	203.201	205.400	220.100	
MAG	154.822	162.323	167.244	169.353	170.913	
GIU	154.822	183.760	203.262	170.067	216.615	
LUG	154.822	162.323	167.244	169.353	170.913	
AGO	154.822	162.323	167.244	169.353	170.913	
SET	154.822	162.323	167.244	169.353	170.913	
OTT	154.822	162.323	167.244	169.353	170.913	
NOV	154.822	162.323	182.680	169.659	190.500	
DIC	154.822	162.323	167.244	169.353	170.913	
TOT	1.740.787	2.013.251	2.109.995	2.087.982	2.184.869	7.952.016



Il fabbisogno finanziario per l'avviamento e la gestione dell'attività, dettagliatamente indicato nella tabella riassuntiva "Cash flow totale costi" sarà soddisfatto attraverso le entrate derivanti dalla vendita dei prodotti, dal capitale sociale inizialmente versato e attraverso l'accensione di un mutuo come sopra descritto.

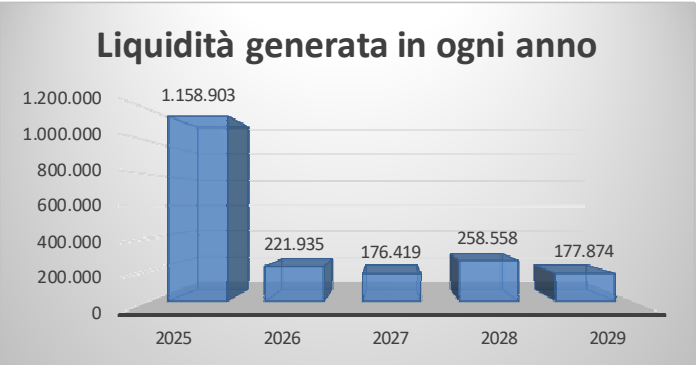
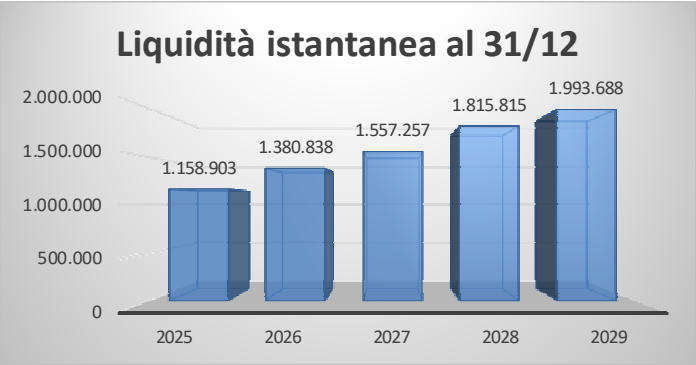
I flussi di cassa in entrata sono illustrati nella tabella seguente e sono costituiti dagli incassi relativi alle vendite effettuate. Sempre nella tabella successiva sono riportati i singoli flussi mensili generati dalla gestione, gli eventuali finanziamenti soci e, infine, il più importante e significativo "Cash flow saldi totali" che rappresenta il "conto corrente" dell'azienda e cioè la liquidità disponibile mese per mese per ognuno dei cinque anni.

FINANZIAMENTI SOCI						
	2025	2026	2027	2028	2029	TOT
GEN						
FEB						
MAR						
APR						
MAG						
GIU						
LUG						
AGO						
SET						
OTT						
NOV						
DIC						
TOT	0	0	0	0	0	0
TOT FIN	0	0	0	0	0	0

LIQUIDITÀ Istantanea						
	2025	2026	2027	2028	2029	TOT
GEN	7.731.322	1.252.834	1.463.981	1.640.958	1.892.654	
FEB	7.728.375	1.250.880	1.461.860	1.641.491	1.893.325	
MAR	7.745.428	1.269.126	1.480.141	1.662.630	1.914.809	
APR	7.762.481	1.256.308	1.462.465	1.647.722	1.887.106	
MAG	7.779.534	1.274.554	1.480.746	1.668.861	1.908.590	
GIU	5.056.586	1.271.363	1.463.008	1.689.286	1.884.372	
LUG	5.073.639	1.289.609	1.481.289	1.710.425	1.905.856	
AGO	5.090.692	1.307.855	1.499.570	1.731.564	1.927.340	
SET	5.107.745	1.326.101	1.517.851	1.752.703	1.948.824	
OTT	5.124.798	1.344.347	1.536.132	1.773.842	1.970.307	
NOV	5.141.851	1.362.593	1.538.976	1.794.676	1.972.205	
DIC	1.158.903	1.380.838	1.557.257	1.815.815	1.993.688	

VARIAZIONE MENSILE LIQUIDITÀ						
	2025	2026	2027	2028	2029	TOT
GEN	7.731.322	93.931	83.143	83.701	76.839	
FEB	-2.947	-1.954	-2.121	533	672	
MAR	17.053	18.246	18.281	21.139	21.484	
APR	17.053	-12.818	-17.676	-14.908	-27.703	
MAG	17.053	18.246	18.281	21.139	21.484	
GIU	-2.722.947	-3.191	-17.738	20.425	-24.218	
LUG	17.053	18.246	18.281	21.139	21.484	
AGO	17.053	18.246	18.281	21.139	21.484	
SET	17.053	18.246	18.281	21.139	21.484	
OTT	17.053	18.246	18.281	21.139	21.484	
NOV	17.053	18.246	2.844	20.833	1.897	
DIC	-3.982.947	18.246	18.281	21.139	21.484	
TOT	1.158.903	221.935	176.419	258.558	177.874	1.993.688

FLUSSI DI CASSA IN ENTRATA						
	2025	2026	2027	2028	2029	TOT
GEN	7.749.066	649.972	666.972	684.016	690.857	
FEB	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324	
MAR	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324	
APR	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324	
MAG	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324	
GIU	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324	
LUG	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324	
AGO	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324	
SET	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324	
OTT	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324	
NOV	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324	
DIC	572.917	601.896	618.415	634.974	641.324	
TOT	14.051.149	7.270.826	7.469.535	7.668.729	7.745.417	44.205.656



Il bilancio previsionale è riportato in forma CEE ma nel Budget analitico allegato sono riportati anche i conti economici e gli stati patrimoniali riclassificati.

Il periodo preso in esame è di .

Bilancio CEE previsionale - Scenario realistico:

STATO PATRIMONIALE ATTIVO						S.P. 2024
A) CREDITI VERSO SOCI PER VERSAMENTI ANCORA DOVUTI	0	0	0	0	0	
Versamenti di capitale sociale effettuati nell'anno	7.128.549	0	0	0	0	
B) IMMOBILIZZAZIONI						
I. IMMATERIALI	2.740.000	2.740.000	2.740.000	2.740.000	2.740.000	
- (Ammortamenti)	145.400	290.800	436.200	581.600	727.000	
- (Svalutazioni)	0	0	0	0	0	
Valore netto immobilizzazioni immateriali	2.594.600	2.449.200	2.303.800	2.158.400	2.013.000	0
II. MATERIALI	0	0	0	0	0	
- (Ammortamenti)	0	0	0	0	0	
- (Svalutazioni)	0	0	0	0	0	
Valore netto immobilizzazioni materiali	0	0	0	0	0	0
III. FINANZIARIE	0	0	0	0	0	
- (Svalutazioni)	0	0	0	0	0	
Valore netto immobilizzazioni finanziarie	0	0	0	0	0	0
Totale immobilizzazioni	2.594.600	2.449.200	2.303.800	2.158.400	2.013.000	0
C) Attivo circolante						
I. Rimanenze	0	0	0	0	0	
II. Crediti						
- entro 12 mesi	0	0	0	0	0	
- oltre 12 mesi	0	0	0	0	0	
- (svalutazione crediti e disponibilità liquide)	0	0	0	0	0	
Totale crediti	0	0	0	0	0	0
III. Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	
- (svalutazione di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni)	0	0	0	0	0	
Totale attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	0
IV. Disponibilità liquide	1.158.903	1.380.838	1.557.257	1.815.815	1.993.688	
Totale attivo circolante	5.158.903	5.380.838	5.557.257	5.815.815	5.993.688	0
D) Ratei e risconti attivi	0	0	0	0	0	0
TOTALE ATTIVO	7.753.503	7.830.038	7.861.057	7.974.215	8.006.688	0
STATO PATRIMONIALE PASSIVO						
A) Patrimonio netto						
I. Capitale	7.128.549	7.128.549	7.128.549	7.128.549	7.128.549	
II. Riserva da sovrapprezzo delle azioni	0	0	0	0	0	
III. Riserva di rivalutazione	0	0	0	0	0	
IV. Riserva legale	0	3.270	7.055	10.849	16.027	
V. Riserva per azioni proprie in portafoglio	0	0	0	0	0	
VI. Riserve statutarie	0	0	0	0	0	
VII. Altre riserve	0	0	0	0	0	
VIII. Utili (perdite) portati a nuovo	0	31.063	67.021	103.068	152.254	
IX. Utile (perdita) d'esercizio	65.397	75.699	75.889	103.550	106.752	
Totale patrimonio netto	7.193.946	7.238.582	7.278.514	7.346.017	7.403.582	0
B) Fondi per rischi e oneri	0	0	0	0	0	
C) Trattamento fine rapporto di lavoro subordinato	0	0	0	0	0	
D) Debiti						
- entro 12 mesi	559.558	591.457	582.543	628.198	603.107	
- oltre 12 mesi	0	0	0	0	0	
Totale debiti	559.558	591.457	582.543	628.198	603.107	0
E) Ratei e risconti passivi	0	0	0	0	0	0
TOTALE PASSIVO	7.753.503	7.830.038	7.861.057	7.974.215	8.006.688	0

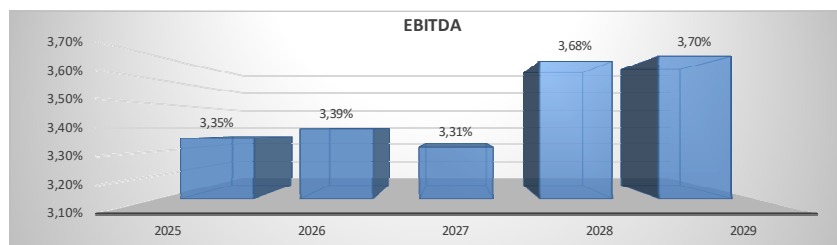
Conto economico previsionale –.

	2025	2026	2027	2028	2029
A) VALORE DELLA PRODUZIONE	6.922.600	7.270.826	7.469.535	7.668.729	7.745.417
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	6.922.600	7.270.826	7.469.535	7.668.729	7.745.417
2) Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e prodotti finiti					
3) Variazione dei lavori in corso su ordinazione					
4) Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni					
5) Altri ricavi e proventi (con separata indicazione dei contributi in conto esercizio)	0	0	0	0	0
B) COSTI DELLA PRODUZIONE	6.835.766	7.169.399	7.367.408	7.532.025	7.604.291
6) Per materie prime	4.812.500	5.055.925	5.194.684	5.333.781	5.387.119
7) Per servizi	285.000	287.850	290.327	293.030	295.760
8) Per godimento di beni di terzi	494.006	542.075	589.167	602.206	608.528
9) Per il personale	928.860	968.149	977.830	987.608	997.484
a) salari e stipendi	928.860	968.149	977.830	987.608	997.484
b) oneri sociali	0	0	0	0	0
c) trattamento di fine rapporto	0	0	0	0	0
d) trattamento di quiescenza e simili	0	0	0	0	0
e) altri costi	0	0	0	0	0
10) Ammortamento e svalutazioni	145.400	145.400	145.400	145.400	145.400
a) ammortamento immobilizzazioni immateriali	145.400	145.400	145.400	145.400	145.400
b) ammortamento immobilizzazioni materiali	0	0	0	0	0
c) altre svalutazioni delle immobilizzazioni	0	0	0	0	0
d) svalutazione dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	0	0	0	0	0
11) Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	0	0	0	0	0
12) Accantonamento per rischi	0	0	0	0	0
13) Altri accantonamenti	0	0	0	0	0
14) Oneri diversi di gestione	170.000	170.000	170.000	170.000	170.000
Ratei passivi e risconti attivi	0	0	0	0	0
A-B (Differenza tra valore e costi della produzione)	86.834	101.427	102.126	136.704	141.126
C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI	0	0	0	0	0
15) Proventi da partecipazioni (con separata indicazione di quelli relativi a imprese controllate e collegate)					
16) Altri proventi finanziari	0	0	0	0	0
a) da crediti iscritti nelle immobilizzazioni					
b) da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni					
c) da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni					
d) proventi diversi dai precedenti					
17) Interessi e altri oneri finanziari	0	0	0	0	0
D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE	0	0	0	0	0
18) Rivalutazioni	0	0	0	0	0
a) di partecipazioni					
b) di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni					
c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni					
19) Svalutazioni:	0	0	0	0	0
a) di partecipazioni	0	0	0	0	0
b) di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni	0	0	0	0	0
c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	0	0	0	0	0
E) PROVENTI E ONERI STRAORDINARI	0	0	0	0	0
20) Proventi	0	0	0	0	0
21) Oneri	0	0	0	0	0
A-B+/-C+/-D+/-E (risultato prima delle imposte)	86.834	101.427	102.126	136.704	141.126
22) Imposte sul reddito di esercizio	21.437	25.728	26.237	33.154	34.375
Utile (perdita) dell'esercizio	65.397	75.699	75.889	103.550	106.752

6.7.4 La redditività aziendale

Sulla base di alcuni indici di bilancio valutiamo la redditività aziendale.

Come primo passo esaminiamo il risultato della gestione caratteristica o risultato operativo e lo facciamo attraverso l'EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) che rappresenta l'utile prima degli interessi passivi, imposte e ammortamenti su beni rapportato al fatturato di esercizio. Possiamo valutare il risultato confrontandolo con la tabella di raffronto a lato.

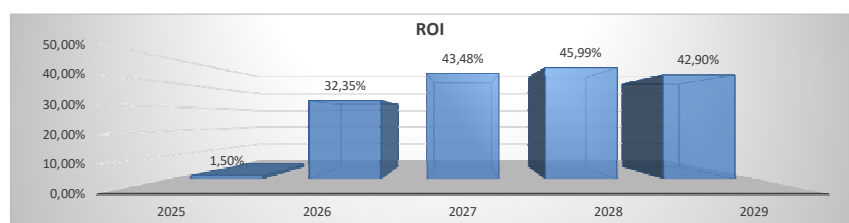


RISULTATI

	Industria	Gr. Distrib.	Distr. Dett.	Servizi
Scarso	< 10%	< 3%	< 1%	< 15%
Discreto	10% - 15%	3% - 8%	1% - 6%	15% - 20%
Buono	15% - 20%	8% - 13%	6% - 11%	20% - 25%
Ottimo	> 20%	> 13%	> 11%	> 25%

Per ritenere tale valore soddisfacente si rende necessario un termine di riferimento che esprima la reale dimensione dell'impresa, il valore che esprime al meglio la reale dimensione dell'azienda è il totale degli impieghi e pertanto dal confronto tra risultato operativo e totale capitale investito si determina il R.O.I. che è l'abbreviazione di "Return on investments".

A fianco del grafico è riportato il costo percentuale dei finanziamenti esterni da raffrontare con i valori del ROI.



RISULTATI

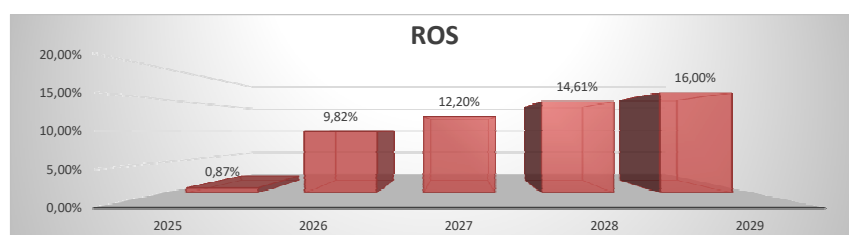
Il ROI deve essere superiore al costo percentuale dei finanziamenti esterni utilizzati per dar vita al capitale investito onde valutare la convenienza o meno di un ulteriore indebitamento allo scopo di sviluppare l'attività aziendale. Di seguito il costo % dei fin. esterni:

Anno	2025	2026	2027	2028	2029
Costo %	2,40%	3,04%	2,49%	1,84%	1,04%

Se i capitali investiti nella gestione caratteristica dell'azienda fruttano più di quanto è il costo che la stessa sostiene per il loro approvvigionamento, l'azienda può procurarsi capitali presso terzi, investirli nella propria gestione tipica ottenendo un rendimento di ritorno superiore al loro costo.

In questi casi è conveniente per l'azienda incrementare il proprio indebitamento in quanto la redditività della gestione tipica consente di remunerare il capitale di terzi e il rimanente, costituisce l'utile. Facendo leva sui capitali dei finanziatori l'azienda può dunque migliorare la redditività del capitale dei soci.

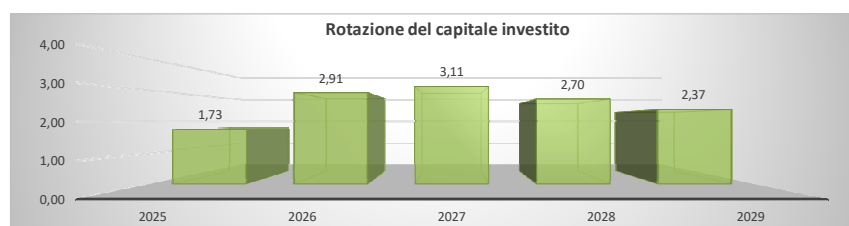
Il ROI dipende da altre due grandezze: il ROS (redditività delle vendite) e la "Rotazione del capitale investito". Al migliorare di questi due indici migliorerà la redditività aziendale.



RISULTATI

	Industria	Commercio		
Scarso				
Discreto				
Buono	6% - 7%	3% - 4%		
Ottimo	> 8%	> 5%		

Il ROS rappresenta la remuneratività dei ricavi, indica cioè quanto reddito operativo scaturisce da ogni unità di ricavo ed è dato dal rapporto tra reddito operativo e fatturato. In altre parole, esprime la quota di ricavo residua dopo la copertura dei costi relativi alla gestione caratteristica.



RISULTATI

Scarso	< 0,50
Discreto	tra 0,50 e 1
Buono	tra 1 e 2
Ottimo	> 2

Il tasso di rotazione del capitale investito mette in relazione il volume delle vendite con le dimensioni aziendali. Questo indice ha un duplice significato, economico e finanziario: da un punto di vista finanziario, l'indice di rotazione esprime la

velocità di ritorno, tramite le vendite, dei capitali (liquidità, crediti, rimanenze, immobilizzazioni) investiti nella gestione; da un punto di vista economico l'indice riflette l'efficienza delle scelte in termini di sfruttamento della capacità produttiva (politica delle scorte, crediti verso la clientela) e delle scelte di struttura produttiva. Un ROI non elevato può essere causato dal basso livello della rotazione del capitale investito e quindi occorre intervenire per aumentare la capacità produttiva in parte non utilizzata.

7. Conclusioni

Conclusioni finali del business plan per l'acquisizione delle nuove farmacie da parte di ASSP

Il business plan dettagliato per l'acquisizione delle nuove farmacie da parte di ASSP illustra un percorso chiaro e ben strutturato per l'avvio e lo sviluppo di un'impresa innovativa nel settore farmaceutico e della cura personale. Attraverso un'analisi accurata del mercato, una pianificazione strategica solida e una visione chiara del futuro, ASSP si posiziona come un'entità promettente nel suo campo.

Punti di forza e potenziale di crescita:

- La nostra ampia gamma di prodotti di alta qualità, l'enfasi sulla sostenibilità e l'approccio cliente-centrico rappresentano i pilastri fondamentali della nostra proposta di valore;
- Il team qualificato e dedicato assicurerà un servizio eccellente, contribuendo a costruire una solida reputazione e fedeltà del cliente.

Strategie efficaci e innovazione:

- L'adozione di strategie di marketing mirate e l'uso di tecnologie avanzate posizionano ASSP all'avanguardia nel settore, consentendoci di sfruttare efficacemente le opportunità di mercato emergenti;
- L'implementazione di un modello di vendita multicanale, che comprende sia un negozio fisico che una piattaforma e-commerce, ci permetterà di raggiungere un ampio spettro di clienti.

Sostenibilità finanziaria e rischi gestiti:

- La nostra analisi finanziaria mostra un quadro promettente, con previsioni di flussi di cassa positivi e un buon rapporto DSCR, indicando una gestione finanziaria sana e la capacità di coprire i debiti;
- I rischi associati all'avvio di un'impresa e alla concorrenza nel settore sono stati attentamente valutati e saranno gestiti attraverso strategie mirate e una gestione operativa prudente.

Impegno per l'ambiente e la comunità:

- ASSP si impegna a ridurre l'impatto ambientale attraverso pratiche sostenibili e a contribuire positivamente alla comunità locale;
- Le iniziative di educazione alla salute e le collaborazioni con organizzazioni locali riflettono il nostro impegno sociale e il desiderio di essere più di una semplice farmacia.

In conclusione, ASSP è pronta a espandersi sul mercato con una proposta solida e un modello di business ben strutturato, progettato per il successo a lungo termine. Con la nostra attenzione alla qualità, all'innovazione e alla sostenibilità, siamo fiduciosi di poter stabilire un nuovo standard nel settore e di costruire un futuro prospero per la nostra società.