



Piano aziendale

La cucina piccola fa la casa grande

- 'A small kitchen makes a big house'

# Indice

---

## Sommario

- 1 Il nostro idea imprenditoriale
- 2 Gli imprenditori
  - 2.1 Due imprenditori
  - 2.2 Dati personali degli imprenditori
  - 2.3 Perché iniziare per noi stessi
  - 2.4 Le nostre qualita personali
- 3 Il piano di marketing
  - 3.1 La compagnia
  - 3.2 Il modello delle entrate
  - 3.3 Il mercato
  - 3.4 La nostra azienda e il prodotto nel mercato
  - 3.5 Il mix del marketing (i 5 P's)
  - 3.6 Obiettivi
- 4 Il piano finanziario
  - 4.1 La nostra posizione finanziaria attuale
  - 4.2 Spese di apertura e avviamento
    - 4.3.1 Perdita previsionale e conto economico minimo
    - 4.3.2 Perdita previsionale e conto economico media
- 5 Allegati
  - 5.1 Allegati 1: listino prezzi
  - 5.2 Allegati 2: spese
  - 5.3 Allegati 3: calcoli
  - 5.4 Allegati 4: profitti minime
  - 5.5 Allegati 5: risorse

## Sommario

---

Da Shop, in nome non classico Italiano per un ristorante non classico Italiano. L'idea di Da Shoop e ricreare l'atmosfera Italiana nel mezzo di amsterdam, per aggiustato con i valori Olandesi.

Come siamo arrivati a questo idea? Ci piace lavorare! Sì, sembra strano, a chi gli piace lavorare. Dopo diversi anni di aver lavorato nella ristorazione Davide e io, Sophia, siamo pronti per fare un salto nel fondo. L'opportunità di iniziare qualcosa per noi stessi e poter esprimere le nostre idee a certamente dividerle con Amsterdam e sogno che diventa verità. Noi crediamo di avere la capacità di farci esistere nella ristorazione in Amsterdam. Speriamo che fra il temperamento Italiano e l'olandese 'cosa il contadino no conosce, non mangia' possiamo aprire un ristorante per giovani e adulti di tutto il quartiere per godersi specialità Italiane.

Con paste, pani, dolci, e prodotti freschi e diretti dall'Italia vogliamo offrire prodotti che non ci stanno nel quartiere, con l'accento per la cena, il pasto più importante del giorno.

Puntato sul quartiere speriamo su pubblicità bocca a bocca, in più spargeremo dei flyer e ci sarà una grande apertura. Accanto questo useremo i social per spargere la voce sul nuovo ristorante.

L'accessibilità del ristorante e aspettato di essere positivo, con profitti cumulati fra i €14.000 fino a quasi €250.000 euro all'anno.

In questo piano aziendale proseguiamo più fondamente con le diverse parti, da iniziare con una presentazione di noi, chi siamo e perché iniziare per noi stessi, seguito dal nostro idea, quello che ci farà unico e i nostri obiettivi. Finalmente concludiamo con le nostre finanze prospere e in fondo si trovano i allegati.

# 1. Il nostro idea imprenditoriale

---

Il fascino dell'Italia è inconfondibile. Il clima splendido, le colline affascinanti e ovviamente il mare. I vigneti e oliveti infinite, o i campi di girasole e grano. La cultura, gli edifici antichi e l'arte. Non da scordare il mangiare e il bere. Da nord a sud l'Italia affascina milioni di turisti. E invece se questo fascino si troverebbe nel cuore di Amsterdam?

Questo è precisamente l'essenza del nostro idea imprenditoriale. Come lo vogliamo realizzare? Offrire tutto quello che l'Italia ha da offrire in Amsterdam, però con il clima Olandese.

La cosa più cruciale per trasportare l'Italia qui è la qualità. Vogliamo avere tutto fatto fresco in casa, distinguerci dai tanti ristoranti mettendo la qualità su numero uno. Questo sarebbe possibile nell'azienda sul Czaar Peterstraat secondo noi perché l'azienda è relativamente piccola. Vorrebbe dire che non serve fare produzione in grandi quantità e che ci sarà il massimo di attenzione per ogni focaccia, o che ogni pasta potrà essere garantita di massima qualità. Accanto a pane e pasta vogliamo anche fare i dolci completamente in casa, per esempio i savoiardi del tiramisù. Il resto dei prodotti che non si potrà fare in casa, per esempio prosciutto, formaggio, o olio, vogliamo importare direttamente dall'Italia.

Ma non solo la qualità del cibo è di importanza. Il servizio che consiste di Davide e me stessa dovrà essere ottimo. L'idea è di realizzare un'atmosfera casereccia, come è il caso in Italia. I clienti si devono sentire parte di 'La Famiglia' e il compito per trasferire questo sentimento sarà responsabilità di Davide e me.

Accanto a questo è la nostra idea per farci distinguere con i drink che offriamo. Davide ha un grande talento per la qualità di caffè, ma anche per il latte art, con cui sa impugnarla la gente. In più è un top-bartender. Questo vuol dire che l'aperitivo Italiani non saranno un problema per Davide.

Con questo mix di alta qualità cibo, bere e servizio il nostro obiettivo è dare ai clienti l'idea che sono in vacanza, senza dover prendere la macchina, ma solamente camminare fin in fondo della strada.

## 2. Gli imprenditori

### 2.1 Due imprenditori

---

Iniziamo l'azienda con due imprenditori, Davide Garau e io, Sophia Falorni. Ne abbiamo scelto perché abbiamo abilità complementari che non solo si completano, ma si accelerano. Abbiamo entrambi talento per il lavoro della ristorazione e con la possibilità di aprire un'azienda per noi stessi si potrebbe esplorare i nostri sogni fino a realtà.

Davide è molto bravo con la pratica, ha tanta esperienza ed è Italiano. La sua perizia diverge da una buonissima qualità di caffè con una grande diversità di disegni, fino a saper fare ogni cocktail. Inoltre è eccellente a fare decorazione. Un lavoratore che è veloce e efficiente che non accetta un no.

Notevolmente è la sua capacità e vantaggio che si fa con volere tutto l'indaco. Quanto caotico una serata potrebbe essere, non si rende con un mezzo lavoro, e vuole tutto pulito e messo apposto. Un Atmosphere organizzata e di importanza estremamente. Anche la sua parte Italiana è molto rilevante per realizzare l'atmosfera Italiana nel ristorante. Con la sua vita vissuta in Italia sa tutti i valori e abitudini Italiane che saranno usati per creare una piccola Italia.

Io invece sono molto brava con lingue, soprattutto con le due madrelingue, Olandese e Italiano. Sono mezza Italiana, cresciuta in Amsterdam, per cui conosco e potrei applicare la cultura Olandese e i valori e abitudini degli Olandesi. In contrasto a Davide io sono più nei libri. Con questo sarei perfetta per fare l'amministrazione e altre compiti cartacei. Accanto a questo anch'io ho esperienza nella ristorazione. La mia forza sta nelle chiacchiere lisce. Con questo la sapienza di vendere ma anche l'abilità di risolvere le situazioni più difficili che si potrebbe occupare nel ristorante, sempre con un sorriso in faccia.

Mentre la cultura Italiana e quella Olandese sono diverse, nello stesso momento si attirano tra di loro. Per esempio l'Italia è uno dei luoghi più popolari per gli Olandesi che vanno in vacanza. Con 1.005.000 vacanze in 2017 l'Italia sta sul quarto posto delle destinazioni più volute (CBS, 2018). Infatti noi vogliamo offrire l'Italia senza fare alienare la olandese. Per questo noi crediamo che la parte pura Italiana di Davide, combinata con i valori Olandesi di Sophia sono una combinazione che potrebbe fare grande successi.

I ruoli che si apprendono nel ristorante sono abbastanza ovvie. Davide si mirerà particolarmente con i caffè, i cocktails, bibite etc. e poi con i clienti. Io invece sarò soprattutto fissata con i clienti e secondariamente con il bar e le bibite.

## 2.2 Dati personali degli imprenditori

### Imprenditore 1: Davide Garau

A	Nome	Davide Garau
B	Sesso	Uomo
C	Indirizzo	van Boetzelaerstraat 13-1
D	Codice postale	1051 CS Amsterdam
E	Telefono	+316 84125096
F	E-mail	davigarau23@gmail.com
G	Data di nascita	23/09/1992
H	Nationaliteit	Italiano
I	Stato civile	Convivente
J	Accordo di coabitazione	No
K	Esperienza lavorativa	<p>Angelina a Trevi, barman, waiter 02/2011 - 01/2013</p> <p>Oppio Caffè Colosseo, barman, bartender, waiter 02/2013 - 11/2014</p> <p>Bella Storia, Supervisor bar and restaurant, bartender, waiter 01/2015 - 06/2017</p> <p>Doubletree by Hilton (Skylounge), bartender, barista, waiter 07/2017 - 10/2018</p> <p>Jakarta Hotel, Westcord Hotels, bartender, barista 10/2018 -</p>

## Imprenditore 2: Sophia Falorni

A	Nome	Sophia Falorni
B	Sesso	Donna
C	Indirizzo	van Boetzelaerstraat 13-1
D	Codice postale	1051 CS Amsterdam
E	Telefono	+316 45305639
F	E-mail	sophia falorni@gmail.com
G	Data di nascita	03/04/1998
H	Nationaliteit	Italiana
I	Stato civile	Convivente
J	Accordo di coabitazione	No
K	Esperienza lavorativa	<p>Marqt, logistics and cashier 06/2013 - 05/2014</p> <p>Di Bruno, waitress 06/2014 - 06/2015</p> <p>Il Principe de Curtis, waitress 10/2015 - 02/2016</p> <p>Bella Storia, waitress 02/2016 - 08/2017</p> <p>Doctor Feelgood, receptionist 09/2017 - 11/2017</p> <p>Donna Sofia, waitress 10/2017 - 10/2018</p> <p>Caldi e Freddi, administratie 10/2018 -</p> <p>Terre Lente, 10/2018 -</p>
L	peculiarity	<p>Atheneum diploma, Spinoza Lyceum Amsterdam</p> <p>Primo anno Business Administration, UvA</p> <p>SVH Sociale Hygiene</p>



## 2.3 Perché iniziare per noi stessi

---

La scelta per iniziare per noi stessi è nata da la madre di Sophia. Davide e io lavoriamo relativamente nove e sei anni nella ristorazione. Tutte e due sappiamo che la nostra passione si basa lì. Anche se è solo per un paio di ore, la ospitare e prendersi cura della gente ci dà soddisfazione. Con più tempo che passava lavorando in differenze aziendali ci siamo resi conto dell'importanza di stare dietro l'idea e supportare l'ideologia del padrone. Con il tempo che passava ci siamo resi conto che questo diventa più difficile quando i tuoi credenti non allineano con quello di un padrone, come sarà così in qualsiasi posto probabilmente. Per questo il sogno per aprire qualcosa per noi stessi era nato piuttosto presto. Questo era un sogno che noi avevamo già prima di esserci incontrati, e con il nostro incontro le nostre idee sovrapposte e abilità complementari diventava sempre un po' più pieno e più reale, finché un giorno Barbara (la mia mamma) prese un'azienda in vista e ci ha tenuto aggiornata.

Da quel momento siamo andati a vedere e ci siamo informati nel mondo di comprare un serranda in Amsterdam. Dopo alcune conversazioni abbiamo deciso di fare un salto nel fondo e prendere il rischio di aprirci un ristorante.

Ovviamente ci stava un paio di discussioni più dure, se eravamo pronti per aprire un ristorante, alla fine siamo abbastanza giovani. Aprire un posto vorrebbe dire tanto impegno, una vita che circola l'azienda. Dopo un paio di conversazioni abbiamo tutte e due individualmente concluso che siamo più che proposti di prenderci questo impegno. In più il fatto che si farà in due vorrà dire che possiamo levarci un po' di peso da l'un l'altro.

Le nostre famiglie ci supportano nelle nostre decisioni, piuttosto così tanto che saranno gli investitori. Sanno che è un rischio ma credano in noi, e che se noi ce la sentiamo sul serio, saremo pronti. Accanto a questo sanno che siamo onesti e puntuali sui affari di soldi. Dovrebbe succedere il peggio, sanno che avranno il loro investimento completo più presto possibile.

## 2.4 Le nostre qualità personali.

Davide	
Punti di Forza	Debolezze
Lavora pulito	Debole amministrativamente
Organization	Impaziente quando le cose non sono fatte bene
Veloce e qualitativo	Conoscenza di lingua Olandese minima
Creativo	
Panoramico	
Sapienza della cultura	
Enthusiast	
Sapienza della ristorazione	
Esperienza come manager	
Molto preciso	
Buone conoscenze sia ospiti che fornitori	

Sophia	
Punti di Forza	Debolezze
Buona conoscenza lingue	Non abbastanza sapienza manageriale
Paziente	
Lavora veloce	
Intuizione spaziale	
Brava con cifre	
Bene con ospiti	
Sapienza generale di culture	
Enthusiastic	
Sapienza della ristorazione	
Buone conoscenze ospiti e fornitori	

## 3. Il piano di marketing

### 3.1 La compagnia

A	Nome	La Vendetta
B	Luogo	Czaar Peterstraat 106
C	Iscrizione stanza di commercio	
D	Linea	Ristorazione
E	Area	Amsterdam
F	Forma legale	Società in nome collettivo
G	Personale	Tre
H	Giorno di inizio	01-12-2018
I	Esporto	No
J	Administration	Noi stessi
K	Tariffe tasse	6% en 21%
L	Frequenta pagamento imposta vendite	Ogni quartale
M	Numero BTW	
N	Condizione di consegna	
O	License	Licenza di exploitation Licenza alcohol- e ristorazione Licenza terrazza Hygiène Sociale
P	Assicurazioni	

## 3.2 Il Modello delle entrate

Il ristorante ha una capacità di otto tavoli da due in qualsiasi momento. L'idea è di prendere reservation nella sera in due gruppi; i primi tavoli da le 17:30 fino a le 20:00, e il secondo da le 20:00 fino a le 22:30. Questo farebbe un totale di 16 tavoli a serata, e quindi 32 ospiti. La terrazza, esistente di 4 tavoli da due sarà usato su le giornate più calde. Secondo i dati ce una media di 115 giorni all'anno che la temperatura è più di 20 gradi, e dove useremo la terrazza (KNMI, 2017).

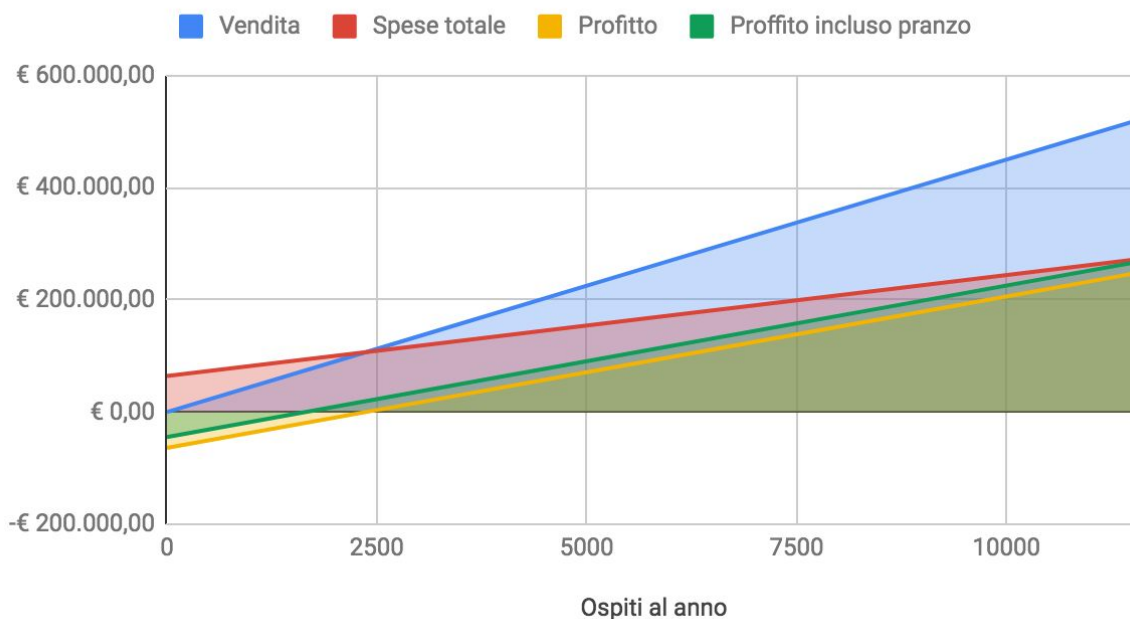
Con la scelta di essere chiusi il lunedì, il piano è di essere aperti 313 giorni all'anno, di cui 99 saranno con una temperatura sopra i 20 gradi, e 214 giorni con temperature più basse.

Secondo il Misset Horeca (2012) le spese media a testa in un'azienda Italiana sono €21,00. Questi dati sono incluse aziende di panini, caffè, pizzerie etc. Da esperienza personale abbiamo fatto un punto di riferimento di menù (Allegati 1: listino prezzi) e calcoliamo una spesa fra i €30,00 e i €80,00 a testa. Per fare più facile i calcoli che seguono contiamo una media di €45,00 a testa.

Invece per il pranzo ci aspettiamo le spese più basse di €21,00 a testa. Con un caffè e un cornetto arrivi già a €5,00 per esempio. Per quello la media contata per il pranzo sarà €5,00.

Con questi dati abbiamo fatti diversi calcoli di come guadagnare soldi. Qui iniziamo prima con i calcoli della sera, seguiti da quelli del pranzo e alla fine si farà un calcolo combinato.

### Modello delle entrate



Ovviamente la situazione migliore sarebbe essere pieni tutte le sere, e non solo una volta, ma due. Se questo dovrebbe diventare realtà vorrebbe dire che si potrebbe fare un profitto di € 268.585,00 al anno.

Ovviamente sarà improbabile che il ristorante andrebbe così ottimale sin dal inizio. Per questo abbiamo fatto anche due altri calcoli. Se ci riuscirebbe di riempire il ristorante una volta a sera, e così avere 16 / 24 ospiti a sera, avremo un profitto di €111.985,00 al anno. Secondo noi questo è un obiettivo fattibile, avere il ristorante pieno una volta può pure significare che avremo 10 persone alle 18:00 e altre 6 alle 21:00.

Come terza situazione abbiamo smezzo la situazione qui sopra. Se succede che avremo 8 / 12 ospiti a sera, e con questo abbiamo metà del ristorante pieno, vuol dire un profitto annuale di € 33.685,00. Questa ultima situazione vorrebbe dire che si starebbe abbastanza stretti, soprattutto per causa di spese inaspettati e spese private. Accanto questo non ci sarebbe tanto spazio per la capacità di rilevare gli investitori.

Per il pranzo funziona leggermente diverso. I conti per il pranzo abbiamo deciso di basarci su i conti di perdita e profitto della precedente proprietaria. Questa aveva una vendita di €14.600,00 da gennaio fino a settembre. Con questo come punto di riferimento sarebbero €19.466,67 all'anno per il pranzo. La somma della cena più il pranzo sarebbe il profitto totale.

Tot slot hebben we de vaste kosten per maand berekend. Per causa de le spese di acquisto sballano a base delle vincite, le spese mensile non sono sempre uguali. Le spese che intanto saranno divise per sicuro arrivano a un totale di €64.115,00 (allegati 2). Pure per le spese abbiamo fatto diversi calcoli. Velocemente sarebbe un minimo di €372,00 giornaliero se avremo 9 ospiti e €538,00 se ne avremo 19. Per vedere le altre possibilità, al mese o con altre quantità di persone vedi allegati 4: entrate minime.

\* Le spese della proprietaria precedente non li abbiamo contato perche già contiamo le nostre spese personali per il pranzo.

\*\* Ovviamente i calcoli devono essere capiti con la possibilità di sballo.

\*\*\* Per i calcoli vedi allegati 3: calcoli.

### 3.3 Il mercato

---

#### 3.3.1 Il mercato sotto occhio

In Olanda, soprattutto nei paesi grandi, c'è una grande aumentazione di ristoranti Italiani. In totale una crescita di 8%, mentre la crescita di ristoranti in comune è al 4%. Sarà aspettato che la crescita e prosperità dei ristoranti crociera e aumenterà (van Spronsen en Partners, 2018).

Questo aumento è ringrazia a una tendenza crescente che nella ristorazione che si basa su una migliore qualità, con meno senza di colpa. Questo vuol dire prodotti freschi e biologici e una coscienza della preparazione. L'interesse aumentato di questo fenomeno è nata con l'aumento di offerte, gente ha meno fiducia in grande compagnie e pendenza verso aziende più piccole e trasparenti (Koninklijke Horeca Nederland, 2018). Come la crescita dei ristoranti Italiani ha giocato su questo fenomeno e il fatto che hanno la possibilità di interfacciare con tutte le nuove tendenze sane, biologiche, fair trade etc.

Così anche noi abbiamo scelto per un'azienda trasparente con una cucina mezza aperta, così che se la gente vuole e preferisce, potrebbe vedere come è preparato il suo piatto. Accanto a questo i prodotti saranno fatti in casa che vuol dire meno (o senza) sostanze aggiunte, e quindi più sano. In più vogliamo tutti i prodotti che non si potrà fare, come formaggi, carne o vini, importarli da piccoli imprenditori direttamente dall'Italia. Il resto dei prodotti tipo verdure o frutta vogliamo sceglierli in una maniera più sana possibile.

Un'altra tendenza crescente è il fenomeno dell' 'HotSpot'. La parola già lo dice, un posto di moda, dove devi essere stato (horeca trends.nel, 2018). Questo fenomeno viene spesso in combinazione con il fenomeno dei prodotti salutari e la trasparenza, però si basa soprattutto sul look della serranda, la promozione e il luogo. Il creare di un hotspot sarà sicuramente un'idea attraente per noi, soprattutto per il pranzo. Vogliamo creare un HotSpot con iscriversi nel Koffie top 100 del Misset Horeca e ovviamente usando i social.

Infine ci stanno pure la parte economica dietro la crescita. Il Brexit ne ha fatto parte, il fatto che la disoccupazione si sta abbassando, e con questo ci stanno più soldi, pure da spendere. L'aumento del turismo, hanno tutti in ruolo nella crescita della ristorazione (ING, 2018). Con l'aumento in domanda, c'è ovviamente un aumento in offerta, che ritiene profitti significanti da aziende. Il CBS (ufficio centrale delle statistiche, 2018), indica che i fallimenti in Olanda generalmente stanno diminuendo. Per alcuni questo non è il caso. La ristorazione fa parte per il 5% e 19 fallimenti in 2018.

#### 3.3.2 I gruppi target.

Anche se conoscenza in tutto Amsterdam sarebbe una prestazione per noi, ci vogliamo indirizzare sul quartiere. La quantità di abitanti nel Czaar Peter Buurt si sta aumentando e con questo pure il valore del Czaar Peter Buurt. Il valore WOZ (valore dei immobiliari) è aumentato quasi di €40.000,00 in un anno. Degli immobili stessi 99% sono case plurifamiliari, e infatti noi si vorrebbe attrarre famiglie. Quasi la metà del Czaar Peter Buurt sono persone fra i 25 e i 45 anni. Non è strano a questo punto che il nostro gruppo target si basa su queste persone, insieme a le famiglie.

In generale questo gruppo target è un gruppo prospero economicamente, sono in un periodo nella vita dove non saranno più studenti e quindi avranno soldi da spendere, fino a un punto dove la gente mette su famiglie, o sceglie di uscire con amici. Un gruppo che è adulto abbastanza per

---

distinguere qualità e a lo stesso momento un ristorante di quartiere dove non c'è bisogno di prendere la bici per trovare questa qualità. Un posto dove per pranzo possiamo offrire un posto tranquillo dove la gente può studiare o lavorare, o bersi un caffè con amici e famiglia.

### 3.3.3 La concurrence

Per la concorrenza guardiamo le aziende più vicine che offrono pure da bere o da mangiare, quindi ristorazione ma anche negozi. La cosa che salta più all'occhio è che la concorrenza non ce nella sera, piuttosto sono tutti posti di pranzo che quindi offrono tanti il caffè. Poi siamo uno dei unici che hanno una licenza per l'alcool.

La più parte delle aziende sono piuttosto piccoli, come il nostro e si giocano il negozio su cose fatte in casa, o prodotti molto specificati, così per esempio che un negozio che vende solo pindakaas, che noi non troviamo come concorrenza visto che non si vuole offrire pindakaas o cose simile. Però tanti posti da pranzo sono biologiche e oneste, quindi per il pranzo sarà un po più dura di metterci sul mercato che di sera.

Come Italiani ci sta solo un'altra azienda che chiude a le 20:30, tranne se ci stanno reservation in anticipo. Di fronte a questo posto ci sta Olie en Zo, un negozio che vende tutta roba sud-Europea, quindi pure qualche prodotto Italiano.

Tutto sommato crediamo che con la concorrenza che c'è il posto ci offre una bella possibilità, sicuramente per le cene. Il pranzo sarà un po più dura ma con la giusta promozione e pubblicità avremo una distinzione dalle altre aziende e un'opportunità per il pranzo.



### 3.4 La nostra azienda e il prodotto nel mercato

---

Per essere realistici delle nostre parti deboli e i nostri parti forti così che possiamo trovare soluzioni per le nostre debolezze e fare un vantaggio competitivo delle nostre fortezze usiamo un SWOT-analysis. In questo dichiariamo le nostre punte forte e deboli nell'azienda, a pure i punti forti e deboli nel quartiere e Amsterdam in totale.

Iniziamo con le nostre parti forti interni. Come vantaggi immateriali abbiamo come Italiani tanta sapienza della cultura e cucina Italiana. Come secondo Davide sarà, con la sua specialità nel dipartimento del caffè, quello che ci distinguerà dalle altre aziende che vendono il caffè nel quartiere. Poi abbiamo un vantaggio economico con il fatto che la somministrazione può essere fatta in casa e quindi non serve dare in appalto. Come vantaggi materiali abbiamo che il posto è piccolo, una cosa che ci dà l'opportunità di offrire più attenzione al prodotto. Tutto sarà fatto il giorno stesso in casa con l'attenzione che si guadagna. Questo però porta una quantità di flessibilità con sé, il prodotto potrà variare con i desideri. In più possiamo sfruttare i social, con la nostra età non ne siamo per niente stranieri e abbiamo grandi circoli di conoscenti in Amsterdam.

Che il posto è piccolo ci porta a i nostri 'weaknesses', oppure debolezze interne. Anche se il prodotto sarà fresco, non abbiamo molto spazio per tenere la roba. Le spese dovranno essere fatte ogni giorno e quello che non riusciamo a finire in tempo, dovrà essere sprecato. Un'altra debolezza interna è il fatto che sia Davide che io lavoreremo nel ristorante, e quindi due stipendi saranno basate su i profitti dell'azienda. Dovrebbe succedere che un mese gli affari vanno un po' peggio, stiamo tutti e due senza stipendio in una casa.

Il fatto che non possiamo tenere niente nel ristorante potrebbe essere risolto in un futuro fuori dal ristorante. Così per esempio si potrebbe prendere un box, dove si può tenere la roba. Accanto a questo il fatto di dei due stipendi in una casa è un rischio che siamo proposti a prendere, e saremo svegli abbastanza per mettere soldi da parte se la situazione del genere si potrebbero occorrere.

Fra le opportunità esterne che il luogo del ristorante. È messo centrale, con una fermata del tram davanti alla porta. Ci stanno posti per parcheggiare è ben raggiungibile in bici. Nel quartiere ci stanno tante famiglie e infatti ci stanno diverse scuole, un quartiere amichevole. In più ci saranno i lavori nelle due strade parallele al Czaar Peterstraat. Verranno nuove case e un hotel, quindi più possibilità per ospiti. Fin fine, il mercato Italiano è un mercato crescente in Amsterdam, che non è per niente strano a l'olandesi.

Come 'threats' (debolezze) esterne il ristorante si trova sotto appartamenti, che vorrà dire che la terrazza dovrà chiudere in tempo e pure nel ristorante dobbiamo tenere d'occhio il volume. Liti con i vicini è l'ultima cosa che noi vogliamo. Poi per causa dei lavori nelle strade parallele potrebbe succedere che a breve termine siamo meno raggiungibile. Anche i tanti ristoranti Italiani in Amsterdam sono possibilmente minacce.

Lo troviamo di tanta importanza avere una buona relazione con il vicinato e con questo avere rispetto e essere consapevole di loro.

## 3.5 Il mix del marketing (i 5 P's)

---

### 3.5.1 Prodotto

Il prodotto che noi offriamo è di alta qualità con conoscenza del prodotto, vini accoppiamento e tutto fresco. Cosa fa unico il nostro prodotto è pure il servizio che accoppia il cibo. Il servizio sarà ospite della gente e fare sicuro che passano una sera senza doversi prendere cura di qualcosa. Un giorno in vacanza senza andare in vacanza.

### 3.5.2 Prezzo

I prezzi che abbiamo fatti (allegati 1: listino prezzi) sono basati su prezzi che sono spesso usati per ristoranti italiani ad Amsterdam. Ovviamente in Italia stesso i prezzi sarebbero più bassi. Per decidere un prezzo ottimo abbiamo mangiato un prezzo leggermente sotto i prezzi più usati. Dovrebbe succedere che vediamo che si potrebbe vendere un prodotto per di più, o di meno, siamo sempre disponibili a farlo.

### 3.5.3 Posto

Ci vogliamo stabilire nel Czaar Peterstraat perché secondo noi manca un ristorante. Ci stanno un sacco di posti per pranzare e fare colazione, negozietti, ma proprio ristoranti non ci sono. Un quartiere con così tanti abitanti e prosperità, centrale ma non turistico, vediamo come un'opportunità perfetta per realizzare il nostro idee aziendale.

### 3.5.4 Promozione

Come già detto nei paragrafi prima non siamo sconosciuto con i social. Accanto a un profilo facebook e instagram, faremo un sito. In più che sarà la pubblicità bocca a bocca. In più la vetrina sarà sempre accesa così che tira l'occhio a la gente che passa. Infine ci sarà un'attività di apertura, per cui saranno anche dati in giro dei flyer.

### 3.5.5 Personale

Per causa della grandezza del posto il personale sarà minimale, Davide e io faremo la sala e il bar, e in più sarà assunto uno chef. Il che avrà un contratto full time. Uno dei requisiti dello chef è che deve essere italiano, in maniera tale che già conosce le regole della cucina italiana. Noi stessi siamo già abbastanza coinvolti nei circuiti italiani in Amsterdam. Abbiamo già un paio di chef sotto occhio e non avrete troppi problemi di assumerne uno.

## 3.6 Obbiettivi

---

Per noi i obiettivi sono divisibili in due tipi. Obiettivi quantitativi e qualitativi. L'obiettivo quantitativo sono già passate nel paragrafo 3.2.

Vogliamo che il lavoro che faremo, le ore che lavoriamo ne valgano la pena. Per noi la situazione di essere pieni una volta già ci darebbe sufficiente soddisfazione.

Qualitativamente vogliamo iscriverci al Koffie top 100, e riuscire a conquistare un posto sulla lista. Accanto a questo vogliamo condividere la nostra conoscenza. Ci piacerebbe dare workshop, in fare il arte dei caffè, o il classico Tiramisù, o lezione di Italiano. Fare cocktail professionali o degustare vini. Le idee diventano sempre di più mentre allo stesso momento vogliamo essere realisti e fare i primi passi di aprire e gestire il locale.

Il nostro sogno finale è di avere un locale che funziona bene, e forse pure avere l'opportunità di aprire un secondo posto, in un futuro non troppo lontano.

## 4. Il piano finanziario

### 4.1 La nostra posizione finanziaria attuale

Davide		
Tipo di reddito	importo al mese	
Reddito netto	€1.450,00	Contratto fisso Jakarta Hotel
Reddito netto partner	€1.020,00	Dipendente Caldi e Freddi
Huursubsidie	nvt	
Kinderbijslag	nvt	
Overige inkomsten	nvt	
Totaal	€2.470,00	

Sophia Falorni		
Tipo di reddito	importo al mese	
Reddito netto	€1.020,00	Dipendente Caldi e Freddi
Reddito netto partner	€1.450,00	Contratto fisso Jakarta Hotel
Huursubsidie	nvt	
Kinderbijslag	nvt	
Overige inkomsten	nvt	
Totale	€2.470,00	

## 4.2 Spese di apertura e avviamento

---

Cauzione affitto	€2.900,00
Affitto primi tre mesi	€2.505,00
Spese lavori	€800,00
Acquisto scorta	€3000,00
Salario chef primi tre mesi	€6000,00
Richieste licenze	€650,00
Hygiène sociale Davide	€130,00
Registrazione stanza di commercio	€100,00
Spesa privata	€2.700,00
<b>Totale</b>	<b>€18.785,00</b>

### 4.3.1 Perdita previsionale e conto economico minimo

	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Vendita	€130.500	€135.000	€145.000
Acquisto	€52.200	€54.000	€58.000
Guadagnio bruti	€78.300	€81.000	€87.000
Spese cheff	€30.000	€31.000	€32.000
Ammortizzamento	€6.700	€6.700	€6.700
Spese alloggio	€16.800	€17.300	€17.800
Spese sfruttamento	€3.600	€3.700	€2.000
Spese generali	€3.600	€3.700	€3.800
Spese totali	€60.700	€62.400	€62.300
Resultati azienda	€17.600	€18.600	€24.700
Spese finacniali	€3.500	€3.600	€3.700
Resultato prima tasse	€14.100	€15.000	€21.000
Tasse	€0	€0	€0
Resultato dopo tasse	€14.100	€15.000	€21.000
Spese private	€12.000	€12.000	€12.000
Capacita di rilevare	€2.100	€3.000	€9.000

### 4.3.2 Perdita previsionale e conto economico media

	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Vendita	€261.000	€265.000	€270.000
Acquisto	€104.400	€106.000	€108.000
Guadagnio bruti	€156.600	€159.000	€162.000
Spese cheff	€30.000	€31.000	€32.000
Ammortizzamento	€6.700	€6.700	€6.700
Spese allogio	€16.800	€17.300	€17.800
Spese sfruttamento	€3.600	€3.700	€2.000
Spese generali	€3.600	€3.700	€3.800
Spese totali	€60.700	€62.400	€62.300
Resultati azienda	€95.900	€62.400	€52.300
Spese finacniali	€3.500	€3.600	€3.700
Resultato prima tasse	€92.400	€93.000	€96.000
Tasse	€18.000	€18.200	€19.200
Resultato dopo tasse	€74.400	€74.800	€76.800
Spese private	€15.000	€15.000	€15.000
Capacita di rilevare	€59.400	€59.800	€61.800

## 5. Allegati

### 5.1 allegati 1: listino prezzi

#### Prijslijst Diner

Antipasti 1	8,00
Antipasti 2	10,00
Antipasti 3	12,00
Antipasti 4	12,00
Pasta 1	16,00
Pasta 2	16,00
Pasta 3	16,00
Pasta 4	18,00
Secondo 1	20,00
Secondo 2	22,00
Secondo 3	24,00

#### Prijslijst lunch

Croissant	€2,00
Cake	€4,00
Tosti	€3,50
Broodje	€4,50

#### Wijnlijst

Wit			Rood		
	Fles	Glas		Fles	Glas
Fles 1	€18,00	€4,00	Fles 1	€18,00	€4,00
Fles 2	€22,00	€5,00	Fles 2	€22,00	€5,00
Fles 3	€30,00		Fles 3	€30,00	
Fles 4	€45,00		Fles 4	€45,00	
Fles 5	€60,00		Fles 5	€60,00	
Fles 6	€75,00		Fles 6	€75,00	

#### Koffie's

Espresso	€1,80
Doppio	€2,40
Zwart	€2,50
Cappucino	€3,50
Correto	€2,80

#### Overige Drankjes

Fles water	€3,50
Fris	€2,50
Sterke dranken	€5,00
Cocktails	€8,50



## 5.2 Allegati 2: Spese

acquisto: 40% vendita			
Spese chef	€2.500	x 12	€30.000
			<b>€30.000</b>
spese alloggio			
affitto	€840	x 12	€10.080
elecitrita	€234	x 12	€2.808
gas	€114	x 12	€1.368
imposte	€1.000	x 1	€1.000
acqua	€33	x 12	€396
manetenza	€500	x 1	€500
altri	€50	x 12	€600
			<b>€16.752</b>
ammortizamento			
lavori	€700	x 1	€700
inventario	€6.000	x 1	€6.000
goodwill			€0
			<b>€6.700</b>
Spese sfrutamento			
systema della cassa	€47	x 12	€564
machina del cafe	€147	x 12	€1.764
telefono/wifi	€60	x 12	€720
vestiti lavorativi	€500	x 1	€500
altri	€75	x 1	€75
			<b>€3.623</b>
spese generali			
contributioni/abbonnamenti	€100	x 12	€1.200
spese officio	€30	x 12	€360
notaio	€40	x 12	€480
assicurazioni	€500	x 1	€500
manetunazione/quisti inventario	€1.000	x 1	€1.000
			<b>€3.540</b>

Spese finanziaria			
dividente prestito 4%			€3.200
spese bancarie	€25	x 12	€300
			<b>€3.500</b>
Spese fisse	€5343	x 12	<b>€64.115</b>
Inc. 40% di 130.500: minimo	€9.693	x 12	€116.315
Inc. 40% di 261.000: medio	€14.043	x 12	€168.515
Inc. 40% di 522.000: massimo	€22.743	x 12	€272.915

### 5.3 allegati 3: calcoli

	Quantita di ospiti a sera	Al anno		Al mese	
		Incluso spese	Escluso spese	Incluso spese	Escluso spese
Ottimale	32 / 48	€249.085,00	€522.000,00	€20.757,00	€43.500,00
Media	16 / 24	€92.485,00	€261.000,00	€7.707,00	€21.750,00
Minimo	8 / 12	€14.185,00	€130.500,00	€1.182,00	€10.875,00

\* Ottimale vuol dire riempito il ristorante due volte

\*\* Media vuol dire riempito il ristorante una volta

\*\*\* Minimo vuol dire riempito il ristorante a meta

Giorni aperti al anno

$$365 / 7 \times 6 = \underline{313}$$

Di cui:

$$< 20^{\circ}\text{C} = 250 / 7 \times 6 = \underline{214 \text{ dagen}}$$

$$> 20^{\circ}\text{C} = 115 / 7 \times 6 = \underline{99 \text{ dagen}}$$

Ottimale quantita persone  $< 20^{\circ}\text{C}$

$$8 \times 2 \times 2 = \underline{32 \text{ gasten}}$$

Ottimale quantita persone  $> 20^{\circ}\text{C}$

$$12 \times 2 \times 2 = \underline{48 \text{ gasten}}$$

Ottimale situazione al anno escluso spese

$$32 \times 45 \times 214 + 48 \times 45 \times 99 = \underline{€522.000,00}$$

Ottimale situazione al anno incluso spese

$$522.000 - 12 \times 10.000 = \underline{€249.085,00}$$

Ottimale situazione al mese escluso spese

$$522.000 / 12 = \underline{€43.500}$$

Ottimale situazione al mese incluso spese

$$43.500 - 22.743 = \underline{€20.757,00}$$

Media situazione all anno escluse spese

$$16 \times 45 \times 214 + 24 \times 45 \times 99 = \underline{€261.000,00}$$

Media situazione all anno incluse spese

$$261.000 - 168.515 = \underline{€92.485,00}$$

Media situazione all mese escluse spese

$$261.000 / 12 = \underline{\underline{\text{€}21.750,00}}$$

Media situazione all mese incluse spese

$$21.750 - 168.515 / 12 = \underline{\underline{\text{€}7.707,00}}$$

Minimo situazione al anno escluso spese

$$8 \times 45 \times 214 + 12 \times 45 \times 99 = \underline{\underline{\text{€}130.500,00}}$$

Minimo situazione al anno incluso spese

$$130.500 - 116.315 = \underline{\underline{\text{€}14.185,00}}$$

Minimo situazione al mese escluso spese

$$130.500 / 12 = \underline{\underline{\text{€}10.875,00}}$$

Minimo situazione al mese incluso spese

$$10.875 - 116.315 / 12 = \underline{\underline{\text{€}1.182,00}}$$

### 3.4 allegati 4: profitti minime

Quantita ospiti	Minimo al anno
0	€ 64.115,00
2900	€ 116.315,00
5800	€ 168.515,00
8700	€ 220.715,00
11600	€ 272.915,00

Quantita ospiti	Minimo al mese
0	€ 5.343,00
242	€9.693,00
483	€14.043,00
725	€18.393,00
967	€ 22.743,00

Quantita ospiti	Minimo alla settimana
0	€ 1.229,00
56	€2.230,00
111	€3.230,00
167	€4.231,00
222	€ 5.232,00

Quantita ospiti	Minimo al giorno
0	€ 205,00
9	€372,00
19	€538,00
28	€705,00
37	€ 872,00

Quantita ospiti	Minimo a testa
0	0
2900	€ 40,10
5800	€ 29,05
8700	€ 25,37
11600	€ 23,53

### 3.5 Allegati 5: risore

CBS, 2018, *Aantal faillissementen neemt toe*,

(<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/46/aantal-faillissementen-neemt-toe>)

CBS, 2018, *Vakantiebestemmingen 2017*,

(<https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2018/30/zomervakanties-2017>)

Horecatrends.nl, 2018, *Bar Restaurant De Kop Van Oost : Nieuwste hotspot van Amsterdam Oost*,

(<https://www.horecatrends.com/bar-restaurant-de-kop-van-oost-nieuwste-hotspot-van-amsterdam-oost/>)

ING, 2018, *Archief Economisch Bureau*,

(<https://www.ing.nl/zakelijk/kennis-over-de-economie/uw-sector/outlook/restaurants-cafes-fodservices.html>)

KNMI, 2017, *Jaar 2017*,

(<https://www.knmi.nl/nederland-nu/klimatologie/maand-en-seizoensoverzichten/2017/jaar>)

Koninklijke Horeca Nederland, 2018, *Puur: gasten willen het pure spul*,

(<https://www.khn.nl/website/inspiratie/trends/horeca>)

Misset Horeca, 2012, *Top 5 gemiddelde uitgave per persoon per bezoek naar bedrijfstype*,

(<https://www.missethoreca.nl/horeca/nieuws/2012/04/top-5-gemiddelde-uitgave-per-persoon-per-bezoek-naar-bedrijfstype-10140772>)

Van Spronsen en Partners, 2018, *Het Italiaanse restaurant in beeld*,

(<https://www.spronsen.com/brancheinfo/het-italiaanse-restaurant-in-beeld-2018/>)