



Indice

Indice	I
Team	4
Roberto Aliberti	
Gabriele Castiglia	
Pasquale Briguglio	
Niccolò Battaglia	
Salvatore Spadaro	
Emilio Bongiorno	
Introduzione	6
La tecnologia Blockchain	6
i. Cos'è la tecnologia Blockchain?	
ii. La tecnologia Blockchain è sicura?	
iii. Cos'è una Blockchain decentralizzata?	
Le criptovalute	8
i. Cos'è una criptovaluta?	
ii. Come si scambiano le criptovalute?	
iii. Differenza tra moneta virtuale e legale	
Gli NFT	9
Cos'è un NFT?	

Executive Summary	10
La Società	10
Il Servizio	11
Un accenno sul Mercato	12
Analisi Mercato di Riferimento	13
Segmenti di Clientela	13
Mercato	14
Concorrenti	15
Value Proposition	18
Profilo del Cliente	18
i. Attività che il cliente vuole/deve svolgere	
ii. Difficoltà del cliente	
iii. Vantaggi del cliente	
Mappa del Valore	22
Proposta di valore innovativa	24
Canali di Vendita	25
Relazioni con i Clienti	26
Risorse Chiave	27
i. Intellettuali	
ii. Fisiche	
iii. Umane	

Attività Chiave e Tempistiche	29
Attività Strategiche	29
Funzionalità degli Investimenti	31
Personale	32
Gantt di progetto	33
Partner Chiave	34
Struttura dei Costi	35
Prospetto dei Costi	35
Modello di Revenue	36
Obiettivi di vendita	37
Prospetti economico-finanziari	39
Prospetto Fonti/Impieghi	39
Conto Economico Riclassificato	40
Prospetto dei Flussi di Cassa	41
Allegati	41

Team

Roberto Aliberti

Titolo di studio: Laurea in
Ingegneria Industriale-Gestionale

Ruolo: socio lavoratore
Responsabile Marketing e
Investimenti

Altri compiti: ricerca Collaborazioni

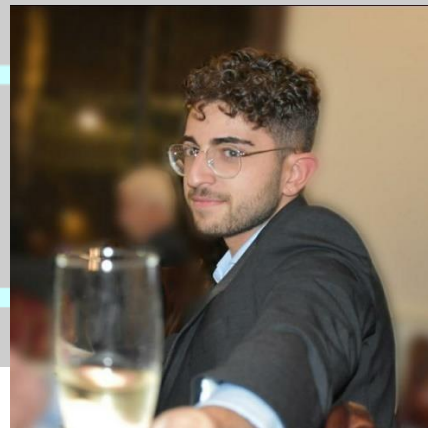


Gabriele Castiglia

Titolo di studio: Laurea in
Ingegneria Industriale-Meccanica

Ruolo: socio lavoratore
Responsabile Risorse Umane

Altri compiti: ricerca Collaborazioni



Pasquale Briguglio

Titolo di studio: Laurea in
Ingegneria Industriale-Meccanica

Ruolo: socio lavoratore
Addetto al controllo e alla
manutenzione della piattaforma

Altri compiti: ricerca Collaborazioni



Team

Niccolò Battaglia

Titolo di studio: Laurea in
Ingegneria Industriale-Meccanica

Ruolo: socio lavoratore
Addetto al controllo e alla
manutenzione della piattaforma

Altri compiti: ricerca Collaborazioni



Salvatore Spadaro

Titolo di studio: Laurea in
Ingegneria Industriale-Meccanica

Ruolo: socio investitore



Emilio Bongiorno

Titolo di studio: Laurea in
Ingegneria Elettronica

Ruolo: socio investitore



Introduzione

La tecnologia Blockchain

i. Cos'è la tecnologia Blockchain?

Prima di presentare il vero e proprio business plan di MUS3.0M è importante evidenziare alcuni concetti su cui si basa il progetto ed il suo motore di lavoro, gli NFT; questo breve prologo inizierà dalle fondamenta di quel che è ormai definito il Web 3.0, ovvero la tecnologia blockchain.

Il blockchain è un database strutturato sotto forma di una catena di blocchi, ciascuno dei quali contiene una serie di informazioni. Questa definizione sembra chiara e semplice da capire, ma serve a poco in mancanza di altre nozioni fondamentali, come il significato della parola database ad esempio.

I database sono luoghi in cui le informazioni vengono memorizzate in formato elettronico. Gli utenti possono ricercare e filtrare questi dati per trovare esattamente quello che stanno cercando. I database sono diffusi ovunque nel mondo reale e naturalmente anche nelle banche, che li utilizzano per archiviare informazioni relative a conti correnti e transazioni.

Non tutti i database, però, funzionano allo stesso modo: in alcuni casi i dati possono essere modificati da un'autorità centrale, o da chiunque abbia il permesso di farlo. Non è questo il caso dei database blockchain, in cui le informazioni non possono essere modificate una volta che il blocco che le contiene viene aggiunto alla catena. Ogni volta che si aggiungono nuove informazioni, infatti, si crea un nuovo blocco invece di modificarne uno già esistente.

In sostanza, le blockchain rappresentano dei registri digitali e svolgono una serie di funzioni diverse. Questa tecnologia è alla base di criptovalute diffuse in tutto il

mondo, come Bitcoin ed Ethereum, ed è essenziale per garantire il livello di sicurezza e trasparenza che le caratterizza.

ii. La tecnologia Blockchain è sicura?

L'uso di hash (un codice univoco inalterabile assegnato ad ogni blocco) e marche temporali (specifica il momento di creazione del blocco evitando alterazioni cronologiche della catena) in una blockchain rende estremamente difficile alterare i dati di un blocco una volta che quest'ultimo è stato aggiunto alla catena.

In questo senso, la blockchain può essere considerata molto sicura.

Nonostante questa importante funzione di sicurezza integrata, però, la tecnologia blockchain presenta ancora alcuni potenziali problemi in termini di fiducia.

Nel caso in cui solo pochi partecipanti fossero autorizzati a creare blocchi nel registro, ad esempio, essi potrebbero inserire informazioni errate o corrompere il sistema in qualche modo. Il corretto funzionamento della blockchain dipende soprattutto dall'affidabilità delle persone che possono accedervi.

I primi sviluppatori di criptovalute, a partire da Satoshi Nakamoto (inventore di Bitcoin), hanno riconosciuto questo potenziale problema fin da subito.

Di conseguenza, hanno sviluppato il concetto di una blockchain decentralizzata, in modo da eliminare la necessità di una convalida alle transazioni da parte di terzi.

iii. Cos'è una Blockchain decentralizzata?

Oltre a possedere le caratteristiche di sicurezza intrinseche di un database blockchain, la blockchain decentralizzata si avvale di una rete peer-to-peer. I membri di questo tipo di rete non hanno necessità di conoscersi o fidarsi l'uno dell'altro e ognuno di loro ottiene una copia dello stesso registro della blockchain. In questo senso, non esiste una copia principale (una copia "master") memorizzata in un luogo centralizzato e il compito di convalidare continuamente l'accuratezza della blockchain è affidato all'enorme quantità di copie generate.

Le criptovalute

i. Cos'è una criptovaluta?

Ci sarebbe ancora molto da dire sulla tecnologia blockchain, ma le informazioni soprariportate sono sufficienti, adesso si passa alla moneta che veicola su questa nuova tecnologia decentralizzata, la criptovaluta.

Cripto significa 'nascosto'. E infatti la criptovaluta è visibile e utilizzabile solo conoscendo un determinato codice informatico. Naturalmente esiste solo in forma 'virtuale' e si genera e si scambia solo per via telematica. Non si troveranno Bitcoin metalliche o cartacee.

ii. Come si scambiano le criptovalute?

Quando c'è il consenso dei partecipanti alla transazione, la criptovaluta può essere scambiata in modalità peer-to-peer, cioè direttamente, senza intermediari, per acquistare beni e servizi, come se fosse una moneta a corso legale a tutti gli effetti. La criptovaluta può essere chiusa, unidirezionale o bidirezionale secondo che non si possa o si possa scambiare con una valuta 'ufficiale'. Per esempio, il Bitcoin è una moneta virtuale bidirezionale perché può essere convertita con le principali valute ufficiali e viceversa. Molte criptovalute utilizzano la tecnologia blockchain, che si avvale di una rete decentralizzata per registrare e approvare le transazioni effettuate. In sostanza, con questa tecnologia è molto difficile modificare i dati delle transazioni una volta inseriti nel sistema e questa è una garanzia di sicurezza.

iii. Differenza tra moneta virtuale e legale

Le monete virtuali non hanno corso legale in nessun posto nel mondo e dunque la loro accettazione come mezzo di pagamento è su base volontaria. Le monete virtuali non sono regolate da enti centrali governativi, ma sono generalmente emesse e controllate dall'ente emittente secondo regole proprie, a cui i membri della comunità di riferimento accettano di aderire.

Gli NFT

Cos'è un NFT?

Siamo arrivati alla fine di questo piccolo tour, dopo quest'ultimo appunto, essenziale da comprendere al fine che il lettore possa valorizzare ancor di più l'idea dei fondatori di MUS3.0M, ma adesso spazio agli attori principali di questo progetto, ovvero gli NFT.

Il termine NFT sta per Non-Fungible Token, che in italiano vuol dire Gettone digitale non fungibile, non riproducibile.

Chiariamo fin da subito il significato di fungible e non-fungible. Un Bitcoin, ad esempio, è fungibile poiché può essere sostituito con un altro. Gli NFT, invece, sono pezzi unici: non possono, cioè, essere replicati né sostituiti.

Con NFT si intende un modo per identificare in modo univoco, sicuro e senza dubbi un prodotto digitale creato su internet. NFT può essere qualsiasi oggetto digitale: un video, una foto, una GIF, un testo, un articolo, un audio... Quando un oggetto digitale è certificato con un NFT è come se sopra ci fosse la firma dell'autore, e nessuno può dire che non sia originale o che ce ne siano altre copie se non firmate con un NFT.

Essi non potrebbero esistere senza la tecnologia Blockchain, motivo per cui è stata fatta questa introduzione.

Executive Summary

La Società

La società MUS3.0M è stata ideata con lo scopo di permettere a tutte quante le persone di affacciarsi al mondo degli NFT in chiave moderna e artistica, in quanto tutto il mondo si sta preparando a una evoluzione sotto questo punto di vista e conseguentemente anche il mondo dell'arte e del collezionismo stanno andando in questa direzione, noi come società con il nostro MUS3.0M vogliamo offrire un servizio esclusivo e innovativo.

L'obiettivo principale di MUS3.0M è quello di sensibilizzare tutte le persone al mondo NFT, per far ciò esporremo opere in formato digitale e permetteremo a tutti di vederle ma anche di acquistarle e investire in questo nuovo settore.

In più faremo delle collaborazioni con artisti del mondo dello spettacolo come cantanti, attori, sportivi e tanti altri che stanno anch'essi cominciando ad affascinarsi a questo mondo, ad essi daremo l'opportunità di creare delle NFT in edizioni limitate esclusive e di venderle nel nostro sito grazie ad una sezione apposita dedicata agli eventi speciali.

L'opportunità principale che risiede nel fondare un'azienda che vuole entrare a far parte di questo mercato emergente, che come sappiamo fa parte del web 3.0, è la poca conoscenza e sfiducia di molti in materia, questo potrebbe sembrare un ostacolo se guardato con occhio poco attento, ma ai nostri occhi è soltanto un'opportunità, infatti attraverso un forte campagna pubblicitaria creeremo consenso e informazione in questo nuovo ambito e, oltre alle milioni di persone che si avvicinano al mondo degli NFT ogni anno spontaneamente, faremo presa anche su nuovi potenziali clienti.

Il Servizio

Possiamo considerarci come un palco per gli artisti creatori di NFT già affermati sotto questo punto di vista o come una grande pista di decollo per gli artisti emergenti in questo settore, infatti, oltre a offrire loro pubblicità e visibilità, forniamo loro la possibilità di esporre e vendere le proprie creazioni.

La nostra idea imprenditoriale è quella di creare un museo completamente online e digitalizzato con possibilità, previa registrazione e pagamento di un biglietto, di visitarlo e partecipare ad eventuali aste per la vendita di opere esclusive.

Oltre a esporre e vendere opere uniche di artisti emergenti e artisti già affermati, contiamo di stringere collaborazioni con brand e gente conosciuta della scena italiana, creare delle opere in serie limitata e dare la possibilità a tutti di possederle.

Per tutti coloro che vogliono creare opere ed esporle o venderle privatamente possono farlo nel nostro shop esterno, in questo caso le persone interessate vi potranno accedere ed acquistare un contenuto NFT senza obbligo di acquistare prima il biglietto.

In tutti i casi MUS3.0M tratterrà una percentuale sulla vendita dei contenuti NFT in cambio del servizio offerto.

Per quanto riguarda i pagamenti, a differenza della maggior parte dei concorrenti, che consentono soltanto il pagamento tramite criptovalute, accetteremo anche metodi di pagamento “classici” ma anche più veloci e diretti tramite carte di credito o prepagate, bonifico, PayPal e credito sul portafoglio MUS3.0M.

Offriamo un servizio a 360 gradi, sia come prodotto offerto che come assistenza al cliente pre e post-vendita, con obbiettivo futuro di entrare anche nel nuovo Metaverso ed integrare tutte le funzioni del caso nella nostra piattaforma digitale.

Contiamo anche di affiancarci ad altre aziende complementari a noi per offrire un servizio sempre migliore ai nostri clienti.

Si tratta di un servizio nuovo in un settore ancora acerbo e in grande fase di sviluppo, non ci sono particolari barriere in ingresso.

Un accenno sul Mercato

Il mercato attuale di NFT è diffuso a livello globale ed è in continua espansione.

Nel primo trimestre del 2021 sono stati spesi più di 2 miliardi di dollari in NFT, un aumento di circa il 2.100% rispetto al quarto trimestre del 2020; durante il quale – tra ottobre e dicembre 2020 – erano stati venduti 93 milioni di dollari di NFT.

In tutto il 2021 si è arrivati ad una spesa totale in NFT di oltre 17 miliardi di dollari!!!

Secondo un dato recente gli NFT stanno assistendo a un vero boom: il loro valore del mercato è cresciuto del 299% nel 2020, superando i 250 milioni di dollari.

(Fonti: valori.it, nonfungible.com).

La nostra impresa parte con l'intento di espandersi e farsi conoscere a livello nazionale in prima battuta ma con l'obiettivo ed il sogno di espandersi globalmente.

Essendo un mercato nativo e in crescita iperbolica, non possiamo prevederne e quantificarne la crescita, ma una cosa è certa, esploderà in futuro, prima di quanto ci si possa immaginare.

Analisi Mercato di Riferimento

Segmenti di Clientela

Non si individua un target dal punto di vista dell'età, perché i possibili clienti possono essere sia dei ragazzini con le proprie famiglie interessati a vedere le opere uniche esposte nel nostro museo, sia persone più adulte interessate al collezionismo, o anche chi è semplicemente interessato a monetizzare tramite l'acquisto o la vendita di NFT.

Il mercato prevede 3 principali segmenti:

- Partners, possiamo considerare anch'essi dei clienti poiché di questa fascia fanno parte:
 - I creatori di NFT, essenziali per l'esistenza del museo, che ci permettono di esporre e vendere le proprie creazioni, e attraverso la nostra percentuale di incasso sulle vendite delle loro opere ci permettono di creare utile.
 - Gli artisti di ogni ambito interessati a creare qualcosa di unico e diverso da ciò che fanno di solito, come ad esempio un cantante che crea un album in formato NFT-audio esclusivo di cui ne esisteranno soltanto un numero limitato di copie e che ovviamente avranno un valore maggiore rispetto agli album ordinari.
- Utenti del museo: sono coloro che sono interessati a vedere e/o acquistare le opere esposte all'interno del museo.
- Utenti interessati all'acquisto e alla vendita di NFT: è molto importante poiché a questa fascia appartiene tutta quella utenza interessata a servizi esterni al museo, come chi vuole ottenere le edizioni limitate del suo artista preferito, o anche un creatore di NFT alle prime armi o non ancora conosciuto che vuole iniziare a vendere

le proprie opere, o ancora chi ha acquistato nel nostro museo un'opera che ha acquisito valore e vuole rivenderla.

Mercato

Nonostante alcune recenti stime registrino che il mercato della Blockchain in Italia genera volumi ancora modesti (26 milioni di euro nel 2020, fonte: Anitec-Assinform), a dire il vero i dati riportati dall'Osservatorio Blockchain del Politecnico di Milano testimoniano un quadro attuale molto incoraggiante: 30 milioni di investimenti già a fine 2019, poi un leggero freno nel 2020 a causa della pandemia e nel 2021 un trend che risulta in netta crescita, grazie anche al consolidamento di diversi progetti che sono passati a fasi più mature.

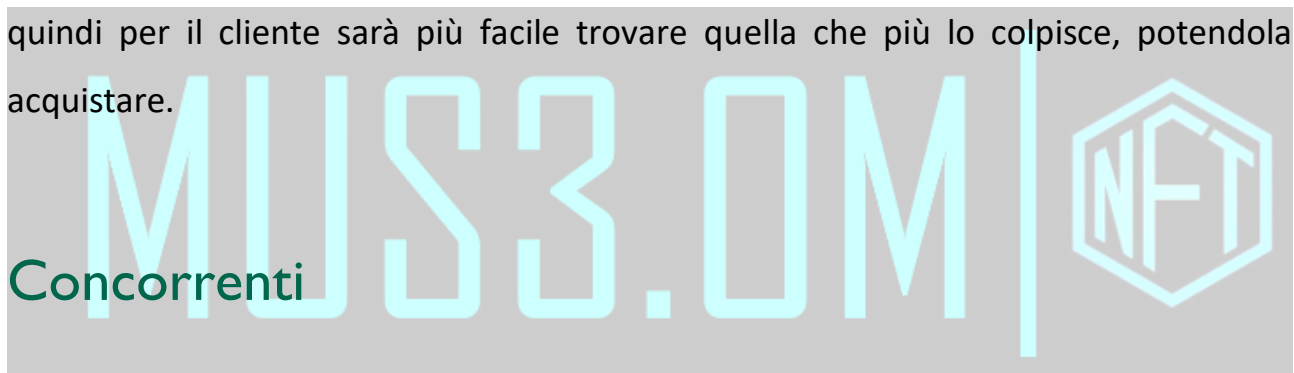
Il mercato globale della tecnologia blockchain è stato invece stimato intorno ai 3,67 miliardi di dollari nel 2020 con previsioni che indicano un'espansione a un tasso di crescita annuale composto (CAGR) dell'82,4% dal 2021 al 2028. (fonte: Grand View Research).

Se si volesse restringere il campo ai soli NFT, si registra un aumento dell'11000% nel 2021 rispetto al 2020 proprio della parola "NFT" (fonte: dizionario Collins); il motivo è facilmente spiegabile, poiché questo mondo sta avendo un grande riscontro sui social dove molti influencers condividono con i propri followers i loro acquisti di NFT e anche i loro investimenti in criptovalute.

Grazie a ciò il range di età si amplia, spaziando dal ragazzo incuriosito (16-18 anni), passando anche a coloro che si affacciano al mondo del lavoro (19-30), fino ad arrivare a uomini maturi che possono essere luminari del settore o persone comuni che facendosi una cultura investono un loro capitale più o meno cospicuo, senza dimenticare i collezionisti che vogliono arricchire in maniera nuova e originale le loro personali gallerie d'arte.

Oltre alle percentuali è necessario esplicitare anche i numeri veri e propri, i quali ci dicono che nel solo mese di gennaio (ad oggi data 14 gennaio) del 2022 sono state vendute 917.347 NFT (distribuiti in circa 285 mila wallets, portafogli digitali, che hanno partecipato a queste transazioni) per un totale di 2.15 miliardi di dollari; se non bastasse questo, nel 2021 sono state vendute ben 26.676.198 NFT (distribuiti in circa 2.3 milioni di wallets che hanno partecipato a queste transazioni) per un ammontare di circa 17.3 miliardi di dollari. (fonte: nonfungible.com)

In questo mercato che inizia ad accennare segni di crescita importanti, MUS3.0M si inserirà inizialmente nella fascia più “popolare” puntando ad un’offerta per tutti i tipi di budget, facendo leva sulla quantità, ma anche sulla qualità ed originalità di ogni NFT, non sottovalutando il fatto che le opere provengono da più “autori” e quindi per il cliente sarà più facile trovare quella che più lo colpisce, potendola acquistare.



MUS3.0M si differenzia dai competitors, per la fascia di clientela che spazia dai piccoli ai grandi capitali a disposizione, nonostante ciò, vediamo proprio i nostri “avversari in affari” come guide e possibili alleati futuri; infatti, come a seguire si potrà leggere, i nostri competitors operano tutti in ambiti diversi del mondo degli NFT, a sottolineare l’ampia visione e le idee di espansione del nostro progetto.

Da sottolineare la non presenza di un vero e proprio “Alpha” (soprattutto in Italia), ciò quindi dà il vantaggio a MUS3.0M di potersi inserire in questo mercato senza dover “sgomitare” eccessivamente.

I principali competitors sono: Beeple, LaCollection, Opensea, Opulous

Beeple nome in arte di Michael Joseph Winkelmann, è un artista digitale, grafico e animatore americano. La casa d'aste britannica Christie's lo ha definito "Un artista

digitale visionario in prima linea negli NFT". Da gennaio 2021 è possibile visitare le sue opere all'interno di un complesso museale diffuso costituito da tre edifici virtuali distribuiti su tre piattaforme decentralizzate. Con soli due lotti battuti, ha un fatturato annuo di 69.596.250 \$, a soli 40 anni. Da questi numeri si può dedurre come le sue opere, che possano piacere o meno, sono destinate ad un target sicuramente ristretto ed inaccessibile per la maggior parte delle persone comuni.

LaCollection aperta a settembre 2021, è una piattaforma online per gli NFT dedicati alle collezioni museali: la prima istituzione a partecipare a questo progetto è il British Museum, che lancerà una serie di cartoline digitali tratte dalle opere del grande Katsushika Hokusai (autore de "La grande onda di Kanagawa"), associate appunto ai codici NFT. «La missione di LaCollection è connettere il pubblico con le principali istituzioni culturali del mondo, con gli artisti e le collezioni, attraverso le nuove tecnologie», spiegano gli organizzatori.

«La piattaforma mira a ispirare la prossima generazione di arte collezionisti e appassionati offrendo opere d'arte NFT per l'acquisto in collaborazione con istituzioni culturali di primo piano», concludono.

Un'idea intelligente, ma sempre dipendente da un'organizzazione superiore e che quindi, nei primi anni, rimarrà in fase embrionale o avrà uno sviluppo più lento, essendo ad oggi ritenuta una fonte di entrata secondaria per il British Museum.

OpenSea nata nel 2017, la startup, che ha sede a New York, è stata tra i primi protagonisti del mercato degli Nft, decollato all'inizio del 2021.

OpenSea si autodefinisce una piattaforma peer-to-peer su cui gli utenti possono creare, comprare e vendere Nft di ogni genere, in cambio di una commissione.

A marzo 2020 era un gruppo di cinque persone, contava circa 4mila utenti attivi che compivano transazioni per 1,1 milioni di dollari al mese e aveva entrate mensili di 28mila dollari. Le sue sorti sono cambiate nel febbraio 2021, quando piattaforme come la Nifty Gateway dei gemelli Winklevoss hanno fatto parlare di sé mettendo all'asta opere d'arte digitali di alto livello. A luglio, OpenSea aveva già concluso un

round di finanziamento da 100 milioni di dollari, guidato dalla società di venture capital Andreessen Horowitz, e in quel mese registrava transazioni per circa 350 milioni di dollari.

Il mese successivo le transazioni sono arrivate a 3,4 miliardi: un clamoroso incremento di quasi dieci volte, che ha portato alla società 85 milioni di dollari di entrate grazie alle commissioni.

I cofondatori Devin Finzer e Alex Atallah sono entrati nel club dei nove zeri in seguito a un nuovo round di finanziamento annunciato martedì 4 gennaio, che porta la valutazione della società a 13,3 miliardi di dollari; con le loro quote, stimate nel 18,5%, hanno entrambi patrimoni di 2,2 miliardi di dollari, secondo i calcoli di Forbes. (Forbes applica uno sconto al valore delle aziende non quotate, per via della liquidità limitata. Un rappresentante di OpenSea ha rifiutato di rilasciare commenti).

In parole povere questa è una vera e propria Agorà del mercato NFT, ma appunto avendo un incredibile afflusso, i piccoli artisti hanno modo di far profitto, ma non di farsi conoscere e magari potersi affermare come possibile “future stars” di questo mondo.

Opulous è un protocollo incentrato sulla tokenizzazione dell’industria musicale. Il progetto afferma di essere orientato verso il potenziamento degli artisti nella misura in cui i diritti musicali possono essere utilizzati come risorse a valore aggiunto nella finanza decentralizzata (DeFi).

Opulous ha collaborato con gli artisti Lil Pump e Soulja Boy per condurre la vendita S-NFT della loro canzone Mona Lisa, che ha raggiunto il suo obiettivo massimo di \$ 500.000 raccolti in meno di due ore.

Value Proposition

Profilo del Cliente:

i. *Attività che il cliente vuole/deve svolgere*

(funzionali, sociali o emozionali)

Fin da sempre l'uomo ha avuto la necessità di stimoli e bisogni da colmare. Infatti da sempre ha cercato di rincorrere i propri sogni come se fossero l'unica ragione per cui effettivamente valga la pena vivere.

In molti casi questi sogni erano solo delle semplici e banali idee surreali e insensate. Però a prescindere dalla cultura, dalla religione, dal denaro, a prescindere da tutto l'uomo come sente continuamente il bisogno intrinseco e irrazionale di ricercare la bellezza.

Col tempo, sempre più si accorse come essa fosse quasi inesistente nelle cose materiali e terrestri, o meglio forse non riusciva a cogliere la vera bellezza naturale.

Così per colmare tale desiderio ha deciso di creare lui stesso la bellezza.

Queste manifestazioni col passare dei secoli si sono sempre più evolute e differenziate;

infatti c'è chi si immerge in questa ricerca attraverso la fede, c'è chi lo fa attraverso la scienza, la filosofia e c'è chi infine riesce a cogliere la bellezza solo ed esclusivamente attraverso l'arte.

Proprio quest'ultima, nelle sue varie sfaccettature che si tratti di architettura, musica, pittura, qualsiasi forma artistica, viene considerata la massima espressione di bellezza esistente.

Quasi come fosse l'unico mezzo che possa cogliere a pieno e soddisfare i bisogni materiali umani.

Inoltre fin ora l'espressione artistica veniva considerata un qualcosa di nicchia, per pochi eletti che potevano permettersi di arrivare ad essa.

Forse proprio questo l'ha resa così richiesta e importante nella vita delle persone, perché si sa, qualcosa di limitato ed esclusivo, come potrebbe esserlo un quadro di Picasso, ha un valore in più agli occhi e di fronte ai sentimenti delle persone.

Infatti molti studiosi hanno fermamente definito l'arte, come massima espressione di bellezza e di esclusività, la più grande necessità o meglio aspirazione che l'uomo possiede.

Il mondo degli NFT è, all'avviso di molti, la nuova evoluzione che sta interessando l'arte in tutte le sue sfaccettature.

Noi di MUS3.0M siamo pronti ad accogliere questa evoluzione e vogliamo permettere a tutti di potersi immergere in questo nuovo universo.

ii. *Difficoltà del cliente*

(funzionali, sociali o emozionali)

Proprio per gli aspetti descritti fin ora, molte persone, basti pensare ai grandi artisti del passato, hanno cercato di restringere sempre più la nicchia di persone a cui sia realmente accessibile l'arte. Per cui la maggior parte delle persone l'hanno sempre osservata da lontano in maniera fredda e distaccata, come qualcosa di inaccessibile o irraggiungibile.

Però come succede sempre, quasi senza accorgersene, le cose cambiano, migliorano, si evolvono per cercare di stare al passo con i tempi e le tecnologie.

Anche l'arte come tutto nel tempo è cambiata e si è evoluta, infatti in questo mondo che ormai viviamo per metà nella realtà e per metà immersi in uno schermo e connessi a qualche rete WI-FI, l'arte sta cercando di ritagliarsi uno spazio diverso e innovativo per continuare ad essere la linea guida dei sentimenti delle persone, come fino ad ora è successo e con esso sta sempre più coinvolgendo e sta diventando accessibile a un gruppo sempre più ampio di persone.

Proprio in questo contesto si sviluppano gli NFT, che sono l'ultima e forse la più potente forma artistica mai esistita. Una tale affermazione non è semplicemente frutto di fantasia o una frase ad impatto per pubblicizzare questo mondo, ma è un'affermazione ben fondata dato che gli NFT, insieme ai musei, sono il modo migliore per rendere l'arte un bene di tutti e non di pochi eletti.

iii. *Vantaggi del cliente*

(funzionali, sociali o emozionali)

Proprio su questo desiderio irrazionale nasce questa startup, infatti grazie al nostro museo chiunque da qualsiasi parte del mondo senza nemmeno dover uscire di casa può tranquillamente ammirare e riflettere su gli NFT esposti e quindi avere un facile varco di accesso alla bellezza che fin ora è stata confinata nei palazzi o musei, quasi irraggiungibili di grandi città.

Inoltre permette di sperimentare forme nuove e ancora non conosciute per esprimere la bellezza, se lo volessimo dire in parole più adatte, formati nuovi nei quali rinchiudere attimi o semplicissime rappresentazioni di bellezza o di arte.

Però se da un lato con noi si potrà cogliere facilmente e innovare l'arte, si è in grado di comprare o creare direttamente gli NFT e quindi anche di colmare quella "brama" di possedere qualcosa di esclusivo e unico che è dentro ciascuna persona.

Tutto ciò facilmente senza dover spendere necessariamente una fortuna, ma anche con poche centinaia di euro si sarà in grado di possedere una piccola prospettiva di bellezza e unicità.

Questo con un'estrema facilità e semplicità a differenza dell'idea che si ha avuto sull'arte finora.

Mappa del Valore

Parlando di futuro, web 3.0, internet, cripto-commerce, etc., la nostra start-up con tutti gli annessi servizi svolti è basata sul digitale e sulla rete, infatti si potrà avere accesso ad una piattaforma online facile da utilizzare tramite un qualsiasi smartphone (IOS, windows,...), o tramite un pc, dai quali si potrà accedere ed usufruire dei servizi\prodotti.

Nel caso si sia interessati a rimanere sempre aggiornati ed a usufruire dei nostri servizi, accedere ed iscriversi saranno operazioni totalmente gratuite.

Attraverso questo sito sarà possibile vedere il nostro web-museum pagando un biglietto di ingresso, oppure comprare, vendere e creare NFT.

Inoltre il nostro sistema prevede anche una chat diretta e veloce tra clienti e personale in modo che qualsiasi dubbio, di qualunque natura, venga risolto per garantire facilità e concretezza nell'uso.

Essendo il mercato e l'intero mondo degli NFT basato su criptovalute, e quindi su un sistema decentralizzato (blockchain) non sempre di facile accesso a tutti, per rendere più rapida la compravendita e cercare di abolire molti passaggi alle volte noiosi (come la conversione di moneta in criptomoneta), abbiamo pensato di utilizzare anche metodi di pagamento più tradizionali, adatti a tutti i vari tipi di portafoglio digitale che il cliente può possedere.

Questo museo ovviamente sarà basato sul web e ogni singola opera NFT esposta nel Museo sarà affiancata da una descrizione e anche dai commenti scritti o in formato video dell'artista stesso.

Questo è necessario per contestualizzare le opere e non lasciare il cliente in una misera cartella di file, come ormai molti competitors preferiscono fare, bensì accompagnarlo come se fosse una vera e propria visita guidata dall'artista stesso, nel nostro Museo, o meglio, nel futuro.

Il nostro cliente sarà libero di esporre le proprie idee e la propria opinione in delle chat aperte a tutti in modo tale che non si abbia una visione limitata dell'opera, ma molto di più.

In queste chat i vari visitatori, compratori, venditori, chiunque abbia accesso potrà scambiare la proprio critica sulle opere stesse contemplate, così da aprire nuovi orizzonti e nuove prospettive.

In caso si fosse interessati all'acquisto di una delle opere esposte, la procedura sarà rapidissima e con un semplice click si potrà acquistare l'opera che sarà immediatamente trasferita nel Wallet personale.

Anche la vendita sarà diretta e facile e il cliente non avrà nessun tipo di difficoltà gli basterà attendere e accettare la proposta giusta.

Tutto ciò è stato pensato senza escludere, anzi garantendo, grande sicurezza nel trattamento dei dati personali e dei trasferimenti di denaro.

Proposta di valore innovativa

Il cliente, a differenza dei competitors, con noi potrà avere un'esperienza unica e agevole, basata sulla facilità d'uso. Inoltre potrà tranquillamente godersi le più grandi opere in digitale senza essere lasciato solo nell'esperienza ma sempre guidato, potrà scambiare opinioni facilmente sulle opere con gli altri utenti come se ci si trasferisse velocemente da un museo a un salotto di critica d'arte. Potrà in massima sicurezza comprare e vendere, o anche semplicemente far valutare da esperti gli NFT.

Sarà possibile creare nuove opere che senza alcun tipo di pagamento extra e saranno inserite nel mercato di libero accesso a tutti.

Nel caso riscontrasse qualsiasi tipo di problema sia di tipo burocratico o anche per un semplice consiglio, le persone potranno facilmente contattarci tramite la chat di supporto e tutto verrà risolto.

Inoltre saremo graditi di cogliere le critiche costruttive del cliente che senz'altro ci permetteranno di migliorare ed espanderci in futuro.

Canali di Vendita

L'azienda prevede di raggiungere il mercato principalmente attraverso la pubblicità online.

Contiamo di aprire la nostra pagina sui maggiori canali social come Instagram, Facebook, Twitter, senza scordarci di Telegram, una piattaforma di messaggistica che consente a noi amministratori di pubblicare in tempo reale tutti gli avvisi necessari, sconti, promozioni, regali per i clienti... e tanto altro ancora. Probabilmente ci appoggeremo anche ad altre piattaforme come Google ads, che ci permetterà di inserire inserti pubblicitari anche su YouTube, Google e altri siti.

Il vantaggio di essere un'azienda social ed innovativa, ci permetterà di contattare e di collaborare con molti influencer, marchi, e altre pagine interessate al nostro settore, che ci pubblicizzeranno a loro volta sui loro canali di comunicazione.

Per quanto riguarda la pubblicità tradizionale, oltre al passaparola, contiamo di attivare un servizio che attraverso del personale specifico, lavorerà in ambito universitario e si occuperà di pubblicizzare il nostro prodotto anche tra i giovani studenti.

Relazioni con i Clienti

La relazione con i clienti si baserà maggiormente attraverso i nostri canali di comunicazione principali come la chat di supporto, la mail, ma anche attraverso le live chat su Telegram, Instagram, Facebook e Twitter.

Nel nostro sito sarà possibile, previa registrazione, visitare il museo, vedere le opere, partecipare alle aste, vendere le proprie opere e crearne di nuove; ci sarà una sezione “assistenza” con una chat automatica con delle domande con risposte già formulate, in modo tale da velocizzare il processo per le cose più banali, ma in alcuni casi si potrà chattare con un operatore che seguirà il cliente in tutto e per tutto, chiarendo ogni suo dubbio e fornendo informazioni su: info, acquisto di NFT, vendita di NFT, modalità di pagamento e molto altro.

Teniamo talmente tanto ai nostri clienti e siamo tanto grati a loro a tal punto che il passaparola (sia social che tradizionale) sarà premiato, forniremo ad ogni cliente un codice univoco che se condiviso con amici e conoscenti permetterà ad entrambi di avere dei bonus, degli sconti e dei premi. Per ogni tot di amici invitati si avrà la possibilità come cliente di “salire di livello” e di accedere a delle aste esclusive o vantaggi particolari.

Una cosa simile sarà riservata anche a chi acquista maggiormente, una sorta di carta fedeltà.

In un futuro prossimo ci sarà la possibilità di fondere l'innovazione e la tradizione.

Ma in che modo?

Venendo in un nostro negozio fisico per ricevere lo stesso trattamento offerto dall'assistenza online ma in negozio. Con possibilità di vedere le opere e visitare il museo anche in realtà aumentata grazie ai modernissimi visori.

Risorse Chiave

i. Intellettuale

Al momento non siamo in possesso di brevetti, privative industriali, marchi, copyright o database clienti. Però abbiamo preventivato delle partnership collaborative con il semplice obiettivo pubblicitario ed anche economico, infatti abbiamo previsto delle collaborazioni con artisti e marchi importanti con scopo di creare NFT vendibili come esclusive e quindi con grande facilità e con ottime entrate. Inoltre queste collaborazioni avranno un duplice scopo infatti oltre ad avere un ritorno economico, avranno come obiettivo l'ampliamento di visibilità e quindi pubblicitario.

Le competenze di base richieste nella startup sono conoscenze e interesse verso il Web 3.0 e il blockchain, inoltre verranno richieste conoscenze nel campo di gestione economica e finanziaria di azienda, conoscenza adeguata delle risorse informatiche e capacità relazionali con i clienti.

Inoltre sarà richiesta tanta determinazione e coscienziosità nello svolgere il proprio lavoro.

Ma a prescindere da tutto sarà essenziale la capacità di ogni singolo membro di questa startup di lavorare in team e di conseguenza rispettare e cooperare con gli altri membri.

ii. *Fisiche*

Dato che operiamo su una piattaforma digitale (app e sito) i beni materiali saranno minimi anche con scopo di ridurre al massimo i costi di gestione; infatti abbiamo previsto una sede fisica dalla quale si potrà lavorare, fare riunioni e gestire la startup, per questo sarà fondamentale che l'ufficio sia sufficientemente grande e provvisto di tutti gli strumenti informatici necessari, cioè computer adeguati al lavoro da svolgere, quindi sufficientemente prestanti ed efficienti, scrivanie, librerie necessarie per avere una doppia archiviazione del materiale oltre che sul cloud, sedie e tutti i mobili necessari per rendere accogliente e funzionale la struttura.

Proprio con quest'ultimo scopo le attrezzature verranno selezionate con cura e attenzione perché puntiamo a creare un ambiente di lavoro motivante e accogliente che non trascuri queste piccole cose.

iii. *Umane*

Nel nostro organigramma iniziale è stato ideato un team di lavoro composto da quattro figure lavorative che nel corso degli anni sarà integrato da altre figure in proporzione anche alla crescita aziendale e economica, quindi in relazione al bisogno.

Però oltre a questo puntiamo anche molto sulla crescita personale e lavorativa di ogni singolo membro che collabora, infatti ci mobileremo per dare accesso a continui corsi di aggiornamento e miglioramento lavorativo con fine di migliorare le skills personali in maniera costante nel tempo.

Attività Chiave e Tempistiche

Attività Strategiche

Uno dei punti di forza dell'azienda è la non occorrenza di un elevato numero di personale d'impresa. Di fatto, operando tramite un sito internet, gli utenti potranno accedere ed usufruire delle potenzialità del sito e delle offerte messe a disposizione, autonomamente, e potranno restare sempre informati sulle novità e offerte tramite i nostri canali social (Instagram, Facebook, Twitter, Telegram...).

L'obiettivo primario è quello di procedere all'automatizzazione dei procedimenti, come la risposta automatica in una chat di supporto alle eventuali necessità degli utenti, limitando il bisogno di un controllo continuo da parte dei nostri operatori addetti al rapporto coi clienti, essi però potranno intervenire direttamente laddove il nostro programma di risposta automatica non sia in grado di soddisfare le richieste del cliente.

Grazie ai feedback dei clienti provvederemo anche a risolvere eventuali disfunzionalità del sito nella fase iniziale e a migliorarlo per renderlo accessibile a tutti.

I punti cruciali per creare e ampliare la value proposition sono:

- Trovare le collaborazioni con artisti del mondo dello spettacolo, sportivi e influencer e di creare insieme a loro NFT limitati ed esclusivi, di seguito qualche esempio:
 - highlight di azioni sportive come schiacciate, gol, dribbling, gare sportive...;

- brani o album inediti;
 - NFT clothes di influencers, cioè veri e propri abbigliamento digitali.
- Un'importante campagna pubblicitaria che verrà effettuata a partire da 2 mesi prima del lancio del sito, principalmente tramite i social, ma anche tramite le inserzioni pubblicitarie su siti internet e sui social. Per assicurarci che, i creatori di NFT che esporranno opere nel Museo e gli artisti che creeranno NFT in edizione limitata, ma anche eventuali brand, pubblicizzino al meglio il nostro sito, prenderemo accordi basati sulla divisione dei profitti in percentuale, in modo che sarà loro primo interesse pubblicizzarci il più possibile. Nella fase di crescita dell'azienda continueremo a sostenere investimenti importanti nella pubblicità per raggiungere nuovi target di clientela e continuare a creare interesse.
- Collaborare con creatori di NFT per avere una vasta scelta di opere che gli utenti potranno visualizzare e acquistare. Per far ciò noi fondatori ci occuperemo di individuare artisti emergenti o già affermati, e di offrire loro l'opportunità di una collaborazione bidirezionale, che permetta a loro di guadagnare grazie all'esposizione e alla vendita delle proprie creazioni e che permetta all'azienda di essere pubblicizzata dall'artista stesso e dal passaparola di coloro a cui piacerà il sito che hanno visitato poiché conoscevano già l'artista.

Funzionalità degli Investimenti

Gli investimenti iniziali più importanti verranno impiegati:

- Nella campagna pubblicitaria antecedente al lancio, che servirà ad ottenere notorietà e curiosità nei potenziali utenti e verrà gestita dal nostro responsabile marketing in collaborazione con aziende pubblicitarie formate da personale giovane.
- Nella creazione del sito: esso verrà sviluppato da un programmatore informatico che lavorerà sotto la supervisione di alcuni di noi fondatori in possesso delle competenze necessarie e, una volta creato il sito, saremo noi stessi a occuparci della gestione e del controllo di esso e della correzione di eventuali problemi o malfunzionamenti.

Il dominio verrà acquisito gratuitamente da siti come Register e lo spazio server verrà acquistato dal servizio di Web Server AWS (Amazon Web Server), che garantisce la sicurezza e l'integrità del sito e permette di risparmiare gli elevati costi infrastrutturali che andrebbero sostenuti per possedere dei server di proprietà aziendale.

Si vuole creare un ambiente lavorativo giovane, con gente valida e propositiva, quindi contiamo che almeno 2/3 dei dipendenti siano laureati con laurea magistrale e che l'età media dei dipendenti sia inferiore ai 30 anni.

Infatti l'obiettivo è di dare avvio all'impresa una volta che almeno 2/3 di noi Soci Fondatori sia laureato con laurea magistrale.

Un ambizioso progetto futuro sarà di investire il 15% del fatturato annuo nella ricerca e sviluppo per costruire server aziendali che siano ecosostenibili con emissioni di CO₂ minime e che ci permetteranno anche di svincolarci dai servizi di Web Server a pagamento.

Personale

Il personale il primo anno sarà formato da quattro dei sei soci fondatori dell'azienda.

Questi quattro saranno soci lavoratori mentre gli altri due saranno semplicemente soci investitori, chiamati in causa periodicamente per decisioni aziendali e per redigere i bilanci.

Due dei soci lavoratori si occuperanno di supervisionare il website developer nella fase di creazione della piattaforma digitale. Successivamente si occuperanno di controllarla e di correggere le eventuali anomalie e di modificarla inserendo le eventuali promozioni, gli eventi ecc.

Uno dei soci sarà il responsabile marketing e un altro sarà il responsabile delle risorse umane.

Tutti e quattro a turno, per una copertura giornaliera di 12 ore, si occuperanno di rispondere via chat alle richieste dei clienti che il bot di risposta automatica non è stato in grado di soddisfare.

I quattro soci si occuperanno delle fondamentali mansioni di individuare gli artisti da esporre nel museo, di prendere con essi gli accordi necessari e di iniziare collaborazioni con artisti del mondo dello spettacolo, sportivi e influencer e di creare insieme a loro NFT limitati ed esclusivi.

Abbiamo preventivato inoltre di essere affiancati dalla consulenza esterna di due professionisti, un commercialista e un avvocato che ci possano aiutare nella gestione delle finanze della startup, della burocrazia e a prevenire e risolvere problemi di tipo legale nelle varie procedure.

Negli anni successivi al primo abbiamo preventivato un aumento del costo del personale poiché in base alle necessità dell'azienda assumeremo operatori che si occuperanno esclusivamente del servizio clienti, un grafico che si occupi di creare il materiale per le collaborazioni, un legale che ci risparmierà la consulenza di un avvocato esterno, un contabile e tutte quelle figure che si renderanno necessarie.

Gantt di progetto:

Attività operativa	Soggetto incaricato (interno/esterno)	Realizzazione Piano d'Impresa (24 Mesi)							
		Anno 1° (trimestri)				Anno 2° (trimestri)			
Sviluppo sito	Developer esterno e Fondatori interni								
Ricerca di creatori NFT e collaborazioni	Equipe di ricerca interna								
Pubblicità	Esterni supervisionati da addetto marketing								
Lancio sito in rete	Azienda								
Correzione problemi	Equipe di ricerca interna								
Colloqui e supervisione dei dipendenti	Responsabile risorse umane interno								

Partner Chiave

Nel business plan sono compresi vari partner esterni che hanno un ruolo importante per la crescita e l'aumento della fama del progetto; i primi sono i creatori di NFT, motore cardine di MUS3.0M, i quali cedono le loro NFT al fine di incassare una cospicua percentuale, trasformando il loro hobby in una vera e propria possibilità di entrata. Oltre i precedenti sono presenti NFT creators di grossa caratura o influencers (della moda, della musica, ma anche sportivi e vari brand), di grande rilievo al fine di creare hype attorno al museo, con loro organizzeremo collaborazioni per poter vendere NFT limitate ed esclusive, i quali creeranno un afflusso di clientela maggiore.

In più, visto l'intenzione di pagare queste "collab" dando una percentuale sui ricavi delle vendite dei loro NFT limitati, si avrà della pubblicità gratuita da parte di queste figure, poiché è anche nei loro interessi aumentare gli incassi.

L'obiettivo cardine è quello negli anni di collaborare con persone sempre più famose nel mondo dello spettacolo e degli NFT, magari diminuendo il numero di esse nel corso dell'anno, ma aumentando di molto l'interesse in questi periodi, evitando così di banalizzare questi eventi.

Struttura dei Costi

Tra i costi fissi e variabili (riportati nella tabella sotto) quelli che spiccano di più sono il personale e la pubblicità.

I costi per il personale per il primo anno sono gli stipendi dei quattro Soci lavoratori che si occuperanno di svolgere tutte le mansioni necessarie; si prevede un aumento dei costi annui dovuto all'incremento del personale quindi all'assunzione di nuovi impiegati per evitare il sovraccarico di lavoro ai fondatori, poiché, se il mercato cresce secondo le previsioni fatte, già dal secondo anno i fondatori non saranno più in grado di fare tutto da soli.

La pubblicità che presenta costi importanti nei primi anni, dovuti all'ampio range applicato per far conoscere MUS3.0M a più utenti possibili, ma che poi negli anni successivi diminuisce, questo perché il sito sarà già più conosciuto ed affermato e quindi si opta di stanziare quei fondi in pubblicità meno ingenti ma in canali molto più famosi ed in voga.

Prospetto dei Costi:

Descrizione	Realizzazione Piano d'Impresa (24 Mesi)			
	Anno 1° (€)	Anno 2° (€)	Anno 3° (€)	Anno 4° (€)
1 Sviluppo sito	15.000€	0€	0€	0€
2 Personale	97.740€	117.288€	195.481€	234.577€
3 Attrezzature	10.000€	2.000€	2.000€	2.000€
4 Ufficio	9.600€	9.600€	9.600€	9.600€
5 Spazio server AWS	2.400€	2.400€	2.400€	2.400€
6 Altro	1.000€	1.000€	1.000€	1.000€
Totale Costi Fissi (€)	135.740€	132.288€	210.481€	249.577€
1 Pubblicità	45.000€	45.000€	35.000€	25.000€
2 Consulenze	7.500€	6.750€	6.200€	5.750€
3 Utenze	1.500€	1.600€	1.750€	2.000€
4 Pulizia locali	600€	600€	750€	750€
5 Altri costi di gestione	1.200€	1.300€	1.300€	1.500€
Totale Costi Variabili (€)	55.800€	55.250€	45.000€	35.000€

Modello di Revenue

Per quanto riguarda i prospetti di vendita (vedi tabella obiettivi di vendita sotto) si può comprendere come negli anni le entrate maggiori rispondono alla voce dei biglietti venduti e delle opere interne al museo vendute, questo perché si prevede un'importante evoluzione dell'afflusso di clienti in ambedue le voci grazie al programma di pubblicità, ma anche di collaborazione con altri influencers.

Per quanto riguarda le fonti di entrate minori, sono quelle riguardante il “mercato” esterno al museo, dove figureranno gli NFT ritenuti non adeguati ai fini di essere esposti nel museo insieme ai tokens esclusivi frutto di collaborazioni; proprio su quest'ultima voce i soci sono fermamente convinti che, con il crescere dell'appeal di MU3.0M combinato alla crescita del mercato NFT, possa scalare le gerarchie arrivando a diventare una fonte primaria di entrate, considerano anche la possibilità di avere più fonti stanziabili per attirare possibili collaborazioni di caratura massima, quest'ultimi saranno più interessati a quest'idea vedendo la fama e la reputazione creatasi dal sito.

Tutto questo discorso, in relazione anche ai nomi di spicco presenti sul mercato e le startup già presenti e veterane del mercato (vedi OpenSea), non può esser fatto nei primi 4 anni (gli anni studiati nel prospetto sotto), ciò nonostante, abbiamo stimato un'importante crescita proporzionata alla crescita del progetto in generale.

Obiettivi di vendita:

Prodotti/servizi	unità di misura	Prezzo unitario (a)(€)	anno 1	anno 2	anno 3	anno 4	anno 1	anno 2	anno 3	anno 4
			quantità vendute				fatturato realizzato (€)			
			(b1)	(b2)	(b3)	(b4)	(a x b1)	(a x b2)	(a x b3)	(a x b4)
1 Biglietto accesso al museo	€	5	10.000	30.000	60.000	100.000	50.000	150.000	300.000	500.000
2 Vendita NFT esposte nel museo (considerando il 40% che spetta a MUS3.0M)	€	100	500	1.500	2.500	3.500	50.000	150.000	250.000	350.000
3 Vendita NFT limitate in collaborazione (considerando il 50% che spetta a MUS3.0M)	€	80	300	500	750	1.000	24.000	40.000	60.000	80.000
4 Vendita NFT da privati esterni al museo (considerando il 20% che spetta a MUS3.0M)	€	10	1500	3000	4000	5500	15.000	30.000	40.000	55.000
Totale per anno (€)							139.000	370.000	650.000	985.000

Sono doverose delle precisazioni riguardo la tabella presente sopra, su tutte le modalità di pagamento da parte del cliente e anche le entrate riguardanti le percentuali presenti sugli NFT.

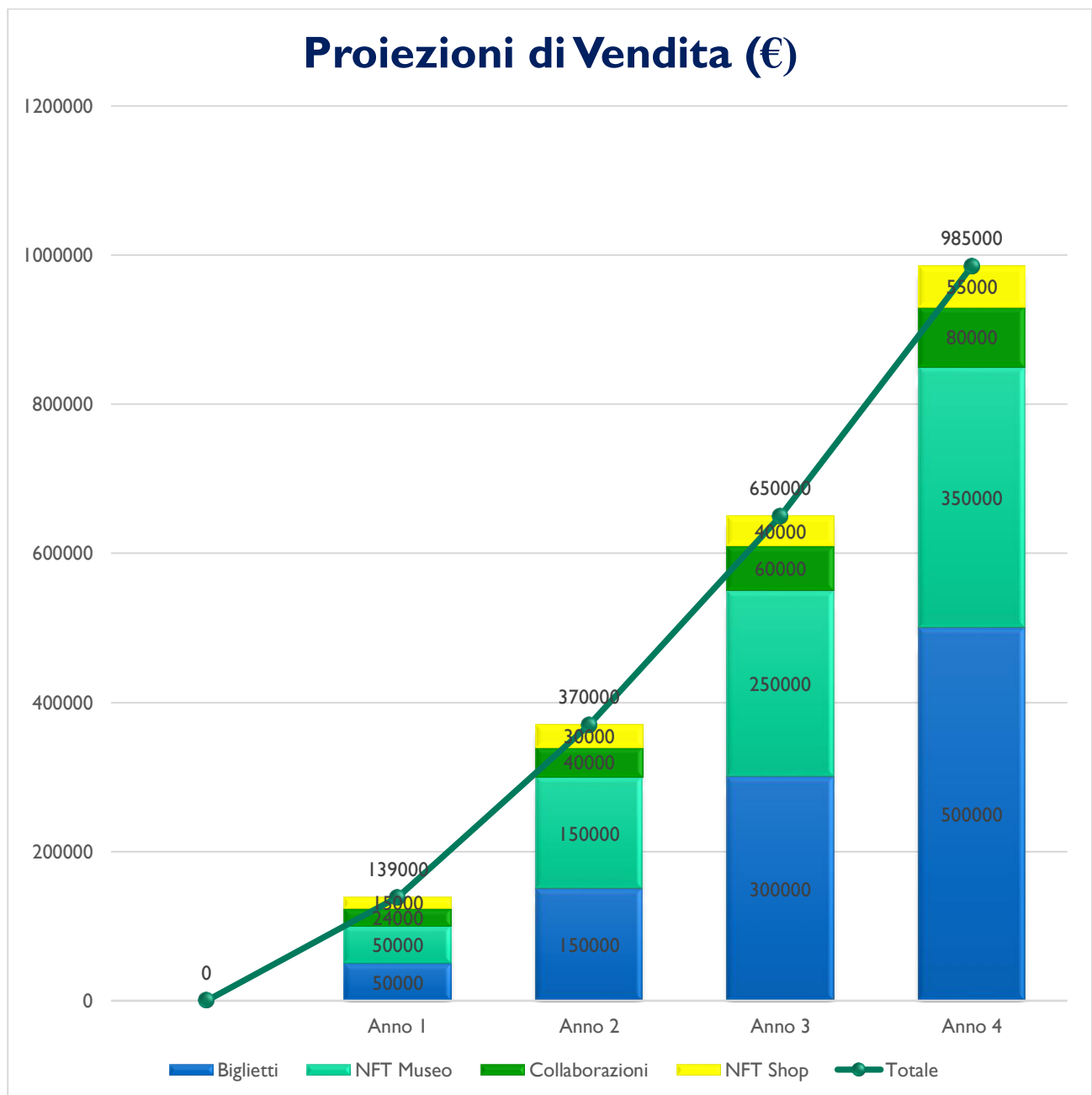
Partendo proprio da quest'ultimo, MUS3.0M essendo un'impresa che non compra NFT deve fare i conti con le entrate dei creatori, dunque la cifra della tabella nella sezione prezzo unitario sulla vendita di ogni singolo NFT, deriva da un valore già privato della percentuale di pagamento che spetta, come accordo, all'artista NFT e che quindi presenta solo i soldi che verranno incassati dal sito, per questo è presente la specifica dove si evidenzia la percentuale.

In particolare, per quanto riguarda la vendita delle opere esposte nel museo, all'artista spetta il 60% mentre all'impresa spetta il 40%;

Gli utili generati dalla vendita degli NFT creati in collaborazione, considerando anche il lavoro compiuto dall'azienda per la creazione di esse, verranno divisi al 50% con i collaboratori.

Infine, dalla vendita di NFT da privati nel nostro shop tratterremo il 20%.

Per quanto riguarda il pagamento da parte del cliente, oltre ai pagamenti in valuta legale, sarà da subito presente la possibilità di pagare in bitcoin (con le dovute conversioni), in futuro in base all'andamento del mercato si valuterà se aggiungere altri tipi di pagamenti in cryptovalute (per esempio Ethereum).



Prospetti economico-finanziari

Prospetto Fonti/Impieghi:

Prospetto Fonti/Impieghi	Realizzazione Piano d'Impresa (24 Mesi)		TOTALE (€)
	Anno 1° (€)	Anno 2° (€)	
• Investimenti materiali	10.000	2.000	12.000
• Investimenti immateriali	45.000	45.000	90.000
• Servizi funzionali	15.900	9.150	25.050
• Marketing e web marketing	0	0	0
• Dipendenti e collaboratori	135.740	132.288	268.028
1. Circolante (ai sensi dell'art. 5 comma 7 DM 30.08.2019)	0	0	0
• IVA sugli impieghi	15.598	12.353	27.951
Totale impieghi			379.029
• Mezzi propri:			
1. Capitale Sociale	12.000	0	12.000
2. Incremento Capitale Sociale	0	0	0
3. Finanziamento Soci	72.000	30.000	102.000
• Finanziamenti extra Smart&Start Italia:	0	0	0
1. Finanziamenti bancari a breve termine	0	0	0
2. Finanziamenti bancari a medio-lungo termine	0	0	0
3. Altre disponibilità (specificare)	0	0	0
• Finanziamento Smart&Start Italia (ai sensi dell'art. 6 commi 1-2 DM 30.08.2019)	160.000	126.000	286.000
Totale fonti			400.000

Conto Economico Riclassificato:

Conto Economico Riclassificato		Realizzazione Piano d'Impresa (24 Mesi)			
		Anno 1°	Anno 2°	Anno 3°	Anno 4°
		(€)	(€)	(€)	(€)
	Ricavi totali	139.000	370.000	650.000	985.000
	Costo del Venduto (Rimanenze Iniziali + Acquisti – Rimanenze Finali)	0	0	0	0
A)	Margine Lordo	139.000	370.000	650.000	985.000
	<i>Margine Lordo %</i>	100	100	100	100
	Costi Operativi				
	Servizi	2.100	2.200	2.500	2.750
	Godimento di beni di terzi	9.600	9.600	9.600	9.600
	Personale	97.740	117.288	195.481	234.577
	Marketing e Vendite	45.000	45.000	35.000	25.000
	Ammortamenti e svalutazioni	2.000	2.400	2.800	3.200
	Accantonamenti per rischi ed oneri	0	0	0	0
	Oneri diversi di gestione	2.200	2.300	2.300	2.500
B)	Totale costi operativi	158.640	178.788	247.681	277.627
A-B	Risultato operativo	(19.640)	191.212	402.319	707.373
	Altre entrate (uscite)				
	Proventi finanziari (o straordinari)	0	0	0	0
	Interessi passivi e altri oneri finanziari	0	0	0	0
	Imposte sul Reddito	---	(57.363)	(120.695)	(212.211)
C)	Totale altre entrate (uscite)	---	(57.363)	(120.695)	(212.211)
A-B-C	Utile (Perdita) d'esercizio	(19.640)	133.849	281.624	495.162
	<i>Margine di profitto %</i>	-14,12	36,17	43,32	50,27

Al fine di comprendere pienamente la tabella appena vista è importante dare delle specifiche su alcune voci.

La prima voce è dovuta al margine lordo, il quale ha una percentuale pari al 100%, perché pagando gli artisti o i collaboratori con una percentuale sulle vendite, non è previsto l'acquisto della "materia prima del sito" ovvero gli NFT.

Per lo stesso motivo sopradetto non è necessario alcun stanziamento di fondi per gli accantonamenti per rischi ed oneri poiché non c'è il rischio che non vengano versate le cifre per delle vendite.

Prospetto dei Flussi di Cassa

Prospetto dei Flussi di Cassa		Realizzazione Piano d'Impresa (24 Mesi)			
		Anno 1°	Anno 2°	Anno 3°	Anno 4°
		(€)	(€)	(€)	(€)
	Utile (Perdita) d'esercizio	(19.640)	133.849	281.624	495.162
+	Ammortamento e Svalutazioni	10.000	2.000	2.000	2.000
+	Accantonamento per rischi e oneri	0	0	0	0
	Cash flow Operativo	(9.640)	135.849	283.624	497.162
-	Investimenti	55.000	47.000	37.000	27.000
	Cash Flow Investimenti	(64.640)	88.849	246.624	470.162
+	Finanziamenti:				
	• Bancari	0	0	0	0
	• Soci (versamenti)	72.000	30.000	0	0
	• Smart&Start Italia	160.000	126.000	0	0
-	Rimborso finanziamenti	0	0	20.020	20.020
+	Aumenti di capitale (versamenti)	0	0	0	0
	Cash Flow Finanziamento	167.360	244.849	226.604	450.142
	Cassa e Banche (inizio periodo)	0	167.360	412.209	638.813
	Cassa e Banche (fine periodo)	167.360	412.209	638.813	1.088.955

Allegati

- 1) Business Model Canvas
- 2) Curriculum Vitae Team