

# Nüwa

la Dea dei Gioielli





## **INDICE:**

- Missione aziendale (sommario)
- Caratteristiche strutturali dell'impresa
- Prodotti o servizi
- Strategie di marketing
- Strategia di vendita
- Piani di ricerca e sviluppo dei prodotti
- Fabbricazione, rifornimento e distribuzione
- Piano finanziario
- Indici e rapporti finanziari



## Missione aziendale



Nüwa è un'idea nata per soddisfare il bisogno di lusso e stile a portata di un click.

L'obiettivo del team è poter avvicinare le persone al mondo dei gioielli di lusso intercettando un settore carente in Italia e sfruttando il potenziale dei canali social.

Grazie alla collaborazione con diversi brand, vogliamo creare il più grande catalogo di gioielli e accessori di lusso presente sul web, in modo da fornire un'esperienza completa ed immersiva, fino alla realizzazione di una nostra linea di gioielli.



## Nüwa S.r.l.

L'impresa si occuperà di vendite online di gioielli di lusso.

L'attività di reselling di prodotti legati a brand noti sul mercato avverrà sul sito web gestito dall'impresa stessa: Nüwa.com.

I prodotti, tra i quali anelli, bracciali e collane in oro e pietre preziose, verranno forniti dalle case di produzione dei maggiori brand, garantendone la qualità massima.

Per il servizio di e-commerce verrà finanziata una struttura per il mantenimento dei server necessari per l'avviamento del sito stesso.





## Obiettivi Futuri

L'obiettivo dell'impresa nei mesi successivi al secondo anno di vendite sarà quello di **ampliare la selezione dei brand disponibili** per l'acquisto di gioielli sul nostro sito di e-commerce, in modo da offrire una più vasta gamma di prodotti e fasce di prezzo, set completi e nuove collezioni stagionali.

Nel caso in cui il mercato possa permetterlo e dopo una accurata analisi, verrà valutata l'idea di creare **un brand proprio dell'impresa**, così da affermarsi in modo indipendente e creare una propria linea di produzione.





# Organigramma

Organizzazione personale dell'impresa:

L'impresa sarà organizzata dalla Direzione principale alla quale sottostanno i principali gestori e responsabili delle categorie di

- **Marketing;**
- **Gestore delle Risorse;**
- **Customer e Designer del sito web;**
- **Area di Sviluppo tecnologico e Innovazione.**





## Prodotto

A partire dal secondo anno verrà reso disponibile il sito alla clientela. Verrà diviso in sezioni in base ai brand ed alla fascia di prezzo degli articoli. Per la realizzazione del sito sono necessarie 2 persone che si occupino di:

- creazione e organizzazione del sito;
- design e estetica del sito.

NUWA  
La dea dei gioielli

I prodotti della settimana:



500,00€  
Collana Gucci, oro car.



1249,00€  
Bracciale Dior, oro car.



25.300,00€  
Orologio Cartier, oro car.

➤

**GRANDI SCONTI**  
**5% - 10% - 15%**  
**scegli l'offerta migliore per te!**



# Requisiti



Per aprire un proprio e-commerce bisogna soddisfare dei requisiti ben precisi:

- Essere maggiorenni
- Scegliere la forma giuridica della società titolare dell'e-commerce
- Partita iva
- Iscrivere alla camera di commercio di riferimento
- Avere un indirizzo di posta elettronica certificato
- Essere in regola con CGV(condizioni generali di vendita), cookie policy e privacy policy.





## Fornitori



L'e-commerce Nüwa si avvale di una lista di partner che permettono di avere ampia scelta di prodotti di gioielleria di lusso, alcuni dei quali:

- Cartier
- Tiffany & Co
- Dior
- Harry Winston

Inoltre grazie alla partnership con Allianz Assicurazioni, si può inserire durante gli acquisti un'assicurazione sugli oggetti completa di furti, imprevisti e perdita.

*Cartier*

TIFFANY & CO.

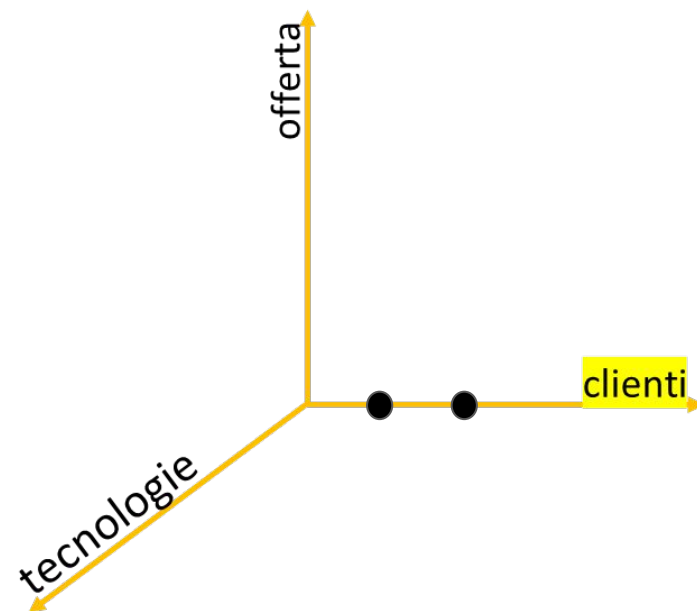




## Il modello di Abell 1

### ➤ A chi ci rivolgiamo?

- Appassionati di gioielleria di lusso che vogliono comprare online più facilmente
- Venditori di grandi marche che vogliono ampliare e velocizzare il loro mercato

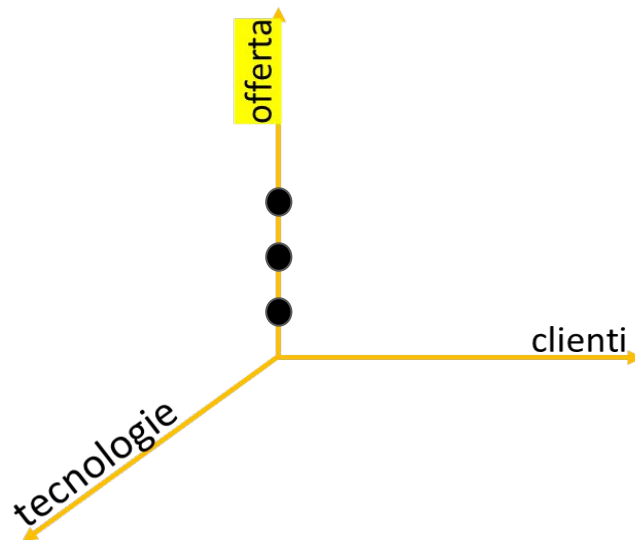




## Il modello di Abell <sup>2</sup>

### ➤ Cosa offriamo?

- E-commerce settoriale: avere la possibilità di trovare i gioielli di lusso in un unico e-commerce che confronta i prodotti e i prezzi.
- Saldi e coupon: ogni mese vengono generati coupon e/o saldi personalizzati in base ad ogni cliente e vi è la possibilità di iscriversi ad una newsletter personalizzabile con le marche d'interesse.
- Assicurazione sui prodotti: evitiamo i rischi di smarrimento o rottura dei prodotti offrendo un'assicurazione completa su ogni acquisto.

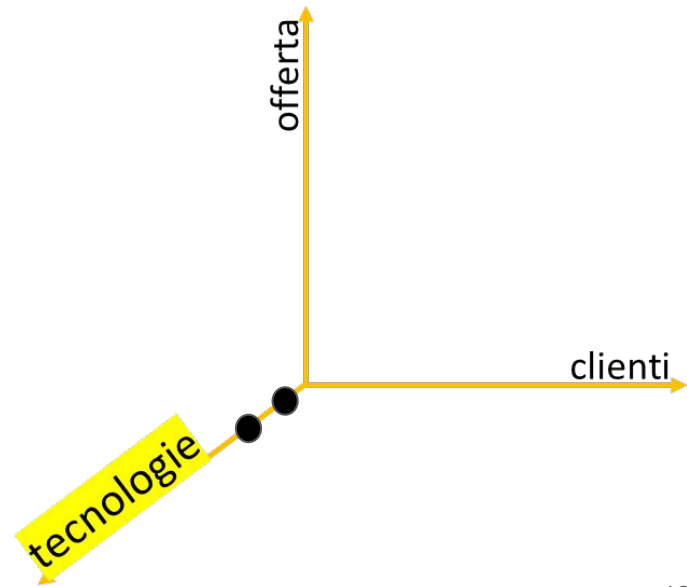




## Il modello di Abell <sup>3</sup>

### ➤ In che modo?

- Tramite una programmazione web, verrà creato il sito, che avrà anche una pagina social dedicata
- Si richiederà al cliente un'autorizzazione per una migliore accuratezza per la visualizzazione dei prodotti e delle offerte





## Analisi del settore 1

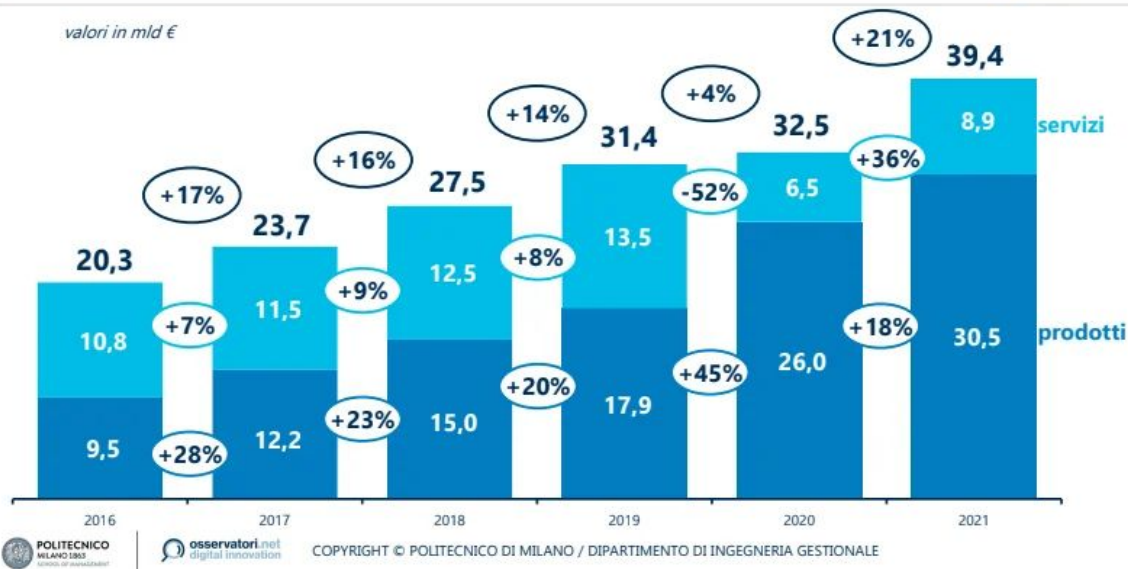
Nüwa è un progetto facente parte del settore ICT (Information and Communications Technology), che stima circa 4 trilioni di dollari in denaro speso nel mondo.

In Italia si è notato un aumento di fatturato nel settore dell'e-commerce nel 2021 del 21% rispetto al 2020, grazie anche alla pandemia.

Gli acquisti eCommerce B2c tra prodotti e servizi

Osservatorio eCommerce B2c  
19.10.21 #OEC21

valori in mld €

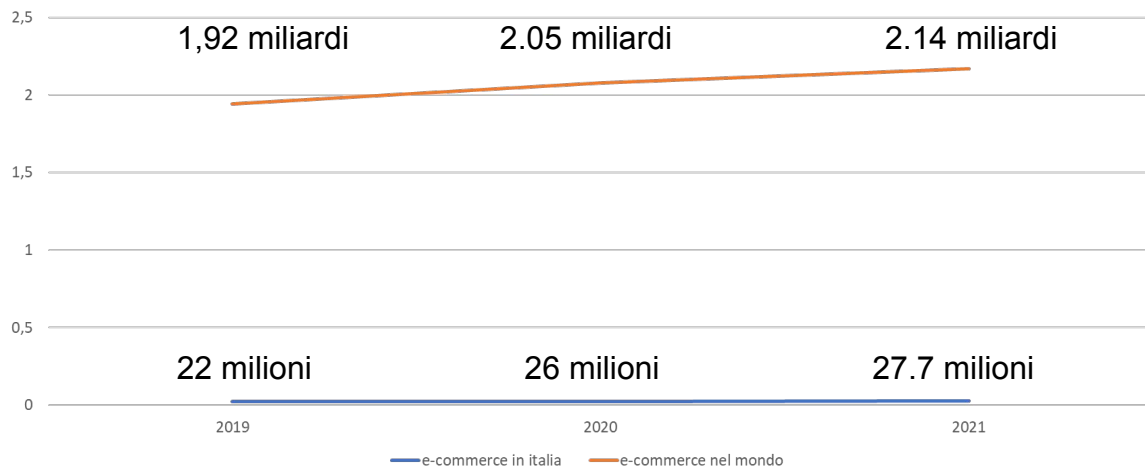




## Analisi del settore 2

Grazie al sostanziale aumento post covid, gli utenti italiani che hanno acquistato online periodicamente nel 2021, servendosi di e-commerce, sono 27.7 milioni, quasi metà della popolazione!

Nonostante i numeri non troppo alti rispetto alla statistica globale, si è comunque notato un incremento, e le previsioni dicono che continueranno ad aumentare.





## Competitors diretti

# FARFETCH

Farfetch è una piattaforma britannico-portoghese attiva nel settore delle vendite online di beni di moda, lusso e design.

### Punti di forza:

- Ampio catalogo di brand
- Vasta possibilità di sconti

### Punti deboli:

- Vendita di prodotti pre-owned
- Resi e rimborsi poco affidabili
- Garanzia assente



## Competitors indiretti



ReLusso nasce come negozio fisico dedicato alla vendita di alta gioielleria rigenerata, solo dopo ha creato un e-commerce.

### Punti di forza:

- Spedizioni affidabili
- Alta gamma di brand
- Sconti e coupon personalizzati

### Punti deboli:

- Gioielleria rigenerata



Tabacco Gioielli è uno shop di alta gioielleria artigianale.

### Punti di forza:

- Spedizione express
- Professionalità




### Punti deboli:

- Artigianalità
- Sconti e coupon non personalizzati





## Competitors a confronto

		<b>FARFETCH</b>	 <b>ReLUSO</b> <small>— ALTA GIOIELLERIA RIGENERATA —</small>	
Ampio catalogo di brand	✓	✓	✓	✓
Gioielleria di lusso nuova	✓	✓ X	X	X
Spedizioni affidabili e veloc	✓	X	✓	✓
sconti personalizzati	✓	✓	✓	X
Assicurazione sui gioielli	✓	X	X	X



## Mercato Target



Nüwa si rivolge a tutti coloro che del lusso ne fanno la propria vita.

Noi vendiamo gioielli esclusivi, di brand ricercati e selezionati per fornire al cliente la miglior esperienza possibile.

Per questo, nel nostro store abbiamo collezioni e set in edizione limitata dei migliori gioielli delle migliori marche di lusso internazionale.



## Cosa Offriamo?



Proponiamo gioielli e accessori di: **Cartier, Tiffany & Co, Dior, Harry Winston** per tutte le fasce di prezzo a partire da: 500 euro

Creiamo appositamente dei set di collane, bracciali e orecchini per fornire il migliore abbinamento a prezzi vantaggiosi

Inoltre grazie al nostro ampio catalogo offriamo la possibilità comparare i migliori brand e di scegliere il gioiello più adatto



# Analisi PEST

**P**

Political

In quanto **Start-Up Innovativa**, siamo promotori dell'innovazione e contribuiamo alla crescita economica.

Proprio per questo otteniamo una serie di agevolazioni tra cui:

- Costituzione societaria gratuita ed esonero da diritti camerali
- Facilità ripianamento
- Incentivi all'investimento
- Accesso preferenziale al Fondo di Garanzia per le PMI
- Finanziamenti agevolati

**E**

Economic

Il mercato dei gioielli di lusso è in continua crescita, soprattutto il mercato delle vendite online.

L'e-Commerce del lusso rappresenta il punto di svolta per le imprese del settore in Italia.

Le stime del Altagamma Retail Insight prevedono un incremento di fatturato nei prossimi tre anni per un totale compreso tra 105 e 115 miliardi.

**S**

Sociological

Millennial e GenZ rappresentano il 60% del mercato del lusso.

**Nuwa** s'impegna a **migliorare continuamente** i propri risultati nell'ambito della Tutela Ambientale, fattore che considera fondamentale per l'esercizio delle proprie attività e intende proseguire lo sviluppo del lavoro svolto in modo sostenibile per l'Ambiente, dedicando il massimo impegno per la prevenzione e la riduzione dell'inquinamento. Ad esempio utilizzando risorse rinnovabili e utilizzando packaging con materiale riciclabile.

**T**

Technological

Il web è la casa di Nuwa, il più possibile rintracciabile e aperto a tutti, settore in continua crescita e evoluzione.

L'industria dell'e-commerce utilizza la tecnologia più recente per rendere l'esperienza dell'utente più amichevole. Inoltre, poiché l'accesso a Internet aumenta di giorno in giorno, aumenta anche la base di consumatori del settore dell'e-commerce.



# Strategie di vendita

Secondo il report della McKinsey & company le vendite online di gioielli potrebbero rappresentare entro il 2025 il 18-21% del mercato. Con un mercato in continua crescita, la strategia di vendita consisterà:



Grande campagna pubblicitaria, soprattutto utilizzando i social network.



Attenzione ai dettagli e all'esperienza del cliente:



Cura del design

Varie possibilità di pagamento

Possibilità di personalizzare le newsletters in base alle preferenze

Assicurazione all risk

Assistenza clienti online (attivo dalle 8 alle 20)



## Alleanze strategiche



L'alleanza strategica ha un impatto significativo nella creazione dell'immagine del marchio. A volte si dimostra più potente dell'immagine creata dalle sole campagne pubblicitarie.

Proponiamo una o più alleanze con **società di finanziamento** per aumentare l'immagine e la capacità di spesa dei clienti.

Inoltre, tratto distintivo di Nuwa, è l'alleanza con “**Allianz Assicurazioni**”:

il cliente ha l'opportunità di aggiungere una copertura assicurativa “all risk” al momento dell'acquisto.



## Previsioni di vendita



Il primo anno sarà dedicato alla ricerca e allo sviluppo, perfezionando il design e l'esperienza del potenziale cliente.

A partire dal sesto mese inizieremo la campagna pubblicitaria del sito web, al fine di arrivare al maggior numero di utenti.

Dopo un'approfondita analisi del mercato, prevediamo che l'attività di vendita inizierà dal secondo anno, aumentando gradualmente.

Nuwa offrirà sconti in vari periodi dell'anno per uniformare la stagionalità e costruire la consapevolezza iniziale del sito web.



## Piani di ricerca

Considerando che non sono previste spese per la costruzione dei prodotti, essendo un'azienda che si occupa di reselling, i server di Nuwa entro il 5 anno puntano ad investire nell'alimentazione sostenibile, utilizzando energia rinnovabile per diventare un'azienda green a tutti gli effetti.







# Chi fa parte del team di sviluppo del prodotto?

Il **product manager** sovrintende a tutte le attività relative all'ideazione, alla ricerca, allo sviluppo e al lancio del prodotto.

**Gestione prodotto:** il product manager supervisiona tutte le aree del ciclo di vita di un prodotto e assicura che ci sia una comunicazione proficua tra i vari team interni ed esterni. Ha il compito di avviare il lancio di nuovi prodotti, la fase di ideazione e le ricerche di mercato.

**Gestione dei progetti:** un project manager potrebbe essere coinvolto nel processo di sviluppo di un prodotto per assistere nella comunicazione interdipartimentale. Potrebbe anche aiutare nel delegare le attività e monitorare gli obiettivi

Who is part of the product development team?





# Organizzazione vendite e strategie



- **Progettazione:** il team di progettazione aiuta durante la fase di creazione dei prototipi e quella di progettazione, al fine di realizzare visivamente l'idea del prodotto. È importante collegare i design del prodotto con le linee guida del marchio.
- **Sviluppo:** il team di sviluppo aiuta a implementare un prodotto sul sito web. Più comunemente, un team di sviluppatori lavorerà insieme per creare la nuova offerta di prodotti a seconda della complessità dell'idea.
- **Marketing:** il team di marketing fornirà supporto nello sviluppo e nel test delle strategie pubblicitarie prima che un prodotto venga lanciato e misurerà il successo delle iniziative .
- **Vendite:** il product manager lavora con il team di vendita per elaborare una strategia efficace e riferire sulle metriche di successo dopo che un prodotto è stato implementato.
- **Direzione aziendale:** il responsabile del reparto marketing del reparto vendite dovrà fornire l'approvazione finale del progetto, prima che un prodotto possa essere lanciato.



## Rifornimento

Grazie a membri dello staff che si occupano dei rapporti con i partner, tramite la redazione di contratti ufficiali, riusciamo ad ottenere grandi quantità di gioielli di lusso. Nei contratti sono presenti elementi essenziali previsti dal Codice Civile:

- obiettivi del progetto di collaborazione
- durata e risoluzione dell'accordo
- ruoli e responsabilità delle parti in causa
- indicazioni delle parti: capo progetto e partner
- adesione, sospensione e rinuncia dei partner
- qual è la legge di riferimento e qual è il forum competente in caso di non rispetto dell'accordo



## Distribuzione

Vogliamo che i nostri clienti si sentano sicuri a comprare dal nostro sito. Per questo motivo collaboriamo con la società “UPS” che si occupa di spedizioni globali.

Abbiamo stipulato un accordo ferreo affinché diano estrema attenzione ai nostri pacchi, possano arrivare nelle vostre mani in perfette condizioni.

Inoltre è tutto a carico nostro!





## Come ci finanziamo?

Il team ha previsto una spesa iniziale di 560.000€ per l'avviamento della società.

Per cui ogni socio si obbliga a contribuire con una spesa iniziale di 80.000€ ciascuno.

Per il primo anno non sono previste vendite.

Mentre, per gli anni futuri, i finanziamenti saranno costituiti da una parte del ricavato delle vendite.





## CONTO ECONOMICO FINANZIARIO

### [Anno 2024 (1° anno)]

#### Ricavi

Nei primi 6 mesi saremo in fase di sviluppo instaurando rapporti commerciali con i primi brand di lusso.

Il sesto mese metteremo il sito online; ciò servirà per testare la nostra piattaforma e raccogliere consensi e feedback.

Il Ricavo principale è rappresentato dai ricavi secondari tramite Google AdSense: su 25.000 visite mensili, prevediamo 250 click, sapendo che il ricavo medio per click è 0,25/cent alla fine nella formula di ricavi avremo mensilmente:

Ricavi vendite: 0

Rimanenze prodotti: 100.000€

Altri ricavi e proventi :  $(62,5€ \times 6) + = 375€$

#### Costi

Office 365 Pacchetto Business Essentials: 37,40  
€/mese per singolo Account  
Totale annuo: 448,8€

Acquisto merce: 100.000€

Costo Magazzini: 5.000€/annuo

Costo della struttura: 2.500€/annuo

Costo distributori: 0€/annuo



## CONTO ECONOMICO FINANZIARIO

### [Anno 2026 (3°anno)]

#### Ricavi

Ricavi vendita: 732.000 €/annuo

Rimanenza prodotti: 115.000€ in gioielli

Altri ricavi e proventi: 1000€

#### Costi

Office 365 Pacchetto Business Essentials: 37,40€/mese  
per singolo Account, Totale annuo: 448,8€

Acquisto merce: 300.000€/annuo

Costo Magazzini: 5.000€/annuo

Costo della struttura: 2.500€/annuo

Costo distributori: 10.500€/annuo

Manutenzione sito: 1.500€/annuo

Licenze: 3.000€

IVA: 22%/vendita



## CONTO ECONOMICO FINANZIARIO

### [Anno 2027 (4°anno)]

#### Ricavi

Ricavi vendita: 1.220.000 €/annuo

Rimanenza prodotti: 115.000€ in gioielli

Altri ricavi e proventi: 2000€

#### Costi

Office 365 Pacchetto Business Essentials: 37,40€/mese  
per singolo Account, Totale annuo: 448,8€

Acquisto merce: 500.000€/annuo

Costo Magazzini: 8.000€/annuo

Costo della struttura: 2.500€/annuo

Costo distributori: 15.000€/annuo

Manutenzione sito: 1.500€/annuo

Licenze: 3.000€

IVA: 22%/vendita





## CONTO ECONOMICO FINANZIARIO

### [Anno 2028 (5°anno)]

#### Ricavi

Ricavi vendita: 2.400.000 €/annuo

Altri ricavi e proventi: 3500€

#### Costi

Office 365 Pacchetto Business Essentials: 37,40€/mese  
per singolo Account, Totale annuo: 448,8€

Acquisto merce: 1.000.000€/annuo

Costo Magazzini: 8.000€/annuo

Costo della struttura: 2.500€/annuo

Costo distributori: 30.000€/annuo

Manutenzione sito: 1.500€/annuo

Licenze: 3.000€

IVA: 22%/vendita

Anni	2024	2025	2026	2027	2028
Ricavi di vendita	0	280.000	732.000	1.220.000	2.400.000
Altri ricavi	100.375	150.600	116.000	117.000	3.500
<b>Totale ricavi</b>	<b>100.375</b>	<b>430.600</b>	<b>848.000</b>	<b>1.337.000</b>	<b>2.403.500</b>
Costi tecnico-produttivi	100.448	153.500	313.500	518.000	1.018.000
Costi di produzione	0	0	0	0	0
Costi di struttura	7.500	8.500	8.500	14.000	14.000
<b>Totale costi</b>	<b>107.948</b>	<b>162.000</b>	<b>322.000</b>	<b>532.000</b>	<b>1.032.000</b>
<b>Reddito operativo</b>	<b>-7.573</b>	<b>268.600</b>	<b>526.000</b>	<b>805.000</b>	<b>1.371.500</b>
Gestione fiscale	0	61.000	161.040	268.400	528.000
<b>Risultato d'esercizio</b>	<b>-7.573</b>	<b>207.600</b>	<b>364.960</b>	<b>536.600</b>	<b>843.500</b>



## Stato Patrimoniale

Attività	2024	2025	2026	2027	2028
Crediti verso i soci	560.000	560.000	560.000	560.000	560.000
Immobilizzazioni	9.000	10.000	11.000	20.000	30.000
Attivo Circolante	543.427	750.027	1.413.987	1.941.587	2.775.087
Totale Attività	552.427	760.027	1.424.987	1.961.587	2.805.087
Passività	2024	2025	2026	2027	2028
Patrimonio Totale	552.427	760.027	1.424.987	1.961.587	2.805.087



## I costi per l'apertura e la gestione dell'E-commerce

I costi da sostenere sono di varia natura, tipologia e tempistica:

- investimenti iniziali che parteciperanno al conto economico con le relative quote di ammortamento;
- costi fissi di gestione che possiamo prevedere agevolmente e che saranno spalmati mese per mese in maniera costante;
- i **costi variabili di acquisto e produzione** che sono direttamente connessi ai volumi di acquisto e produzione della merce.
- Uno dei costi fissi principali della nostra attività di vendita online sarà quello della pubblicità. Le spese pubblicitarie saranno direttamente relazionate con le vendite e cercheremo di selezionare nel tempo le campagne che ci daranno un maggior tasso di conversione.



## Gli investimenti sostenuti per avviare il negozio on-line

Gli investimenti in beni materiali ed immateriali che si ritiene necessario effettuare consistono in:

- costituzione della società;
- sistemazione del magazzino, in particolare per quanto riguarda l'impianto elettrico;
- gli arredi, necessari a rendere funzionale il magazzino;
- PC portatili ed i relativi software, stampanti e macchina fotografica.



## Il team



Dott. Vacirca



Dott.ssa Previtera



Dott.ssa Palumbo



Dott. Rinaudo



Dott. Sicali



Dott. Suriani



Dott.ssa Virzì