



TREvents www.theringevents.com

Proponenti: Gabriel Griffa

Progetto Presentato al « Premio 2007 per i Business Plan di imprese innovative »

Executive Summary

Premesse e stadio di sviluppo dell'idea:

The Ring di Gabriel Griffa è una nuova società specializzata nell'organizzazione di eventi. Nasce nel 2006 da un'idea di Gabriel Griffa, giovane professionista con esperienza internazionale in grandi catene alberghiere (Hilton, Sheraton ed altri), proponendo le idee più adeguate ed i migliori fornitori per ogni occasione.

The Ring è una ditta individuale con un anno di vita. Con grande lavoro e un apporto di capitale minimo d'investimento è entrata nel mercato degli eventi e del *wedding planning*. E' un mercato ampio, di concorrenza molto elevata, diretta e indiretta, per la presenza di società di tutti i tipi (organizzatori eventi, *catering*, decorazione, *wedding planner* e liberi professionisti, ecc).

Da Gennaio 2007 ha deciso di convertire il processo di organizzazioni di eventi in SERVIZI CHE CONTRIBUISCANO ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE, creando "SOSTAINABLE EVENTS AND WEDDINGS". Ciò vuol dire che tutti gli eventi che organizza coinvolgono al meno nel 70% delle sue fasi, attività, fornitori, prodotti ed altro che contribuiscono allo sviluppo sostenibile. Cercando di arrivare al 100% sempre che possibile.

Il motivo di questa scelta è il notevole aumento degli interessati in attività sperimentali e concrete per lo sviluppo sostenibile, attraverso il turismo sostenibile, gli incontri sociali in ambienti eco-compatibili, attività culturali che salvaguardano le tradizioni, ecc.

L'organizzazione di Eventi e Nozze coinvolge grandi numeri di persone che s'incontrano per diversi motivi: un bisogno di tradizione, di formazione, di lavoro, ecc; creando un luogo per sensibilizzare ed effettivamente svolgere delle attività per lo sviluppo sostenibile salvaguardando l'ambiente, il territorio locale, le economie regionali ed assicurare un futuro migliore, generando un affare di nicchia in questo senso, per un mercato di medio ed alto livello socio-economico.

Il Mercato "MICE" che si descrive all'interno del Business Plan gestisce eventi a livello nazionale per oltre 10 milioni di persone soltanto nella nicchia degli eventi di piccole e medie dimensioni, va da 2 alle 300 persone. E' un momento di piena crescita, specialmente per il prodotto "*Wedding Planner*", che offre servizi di coordinazione integrale di servizi ai futuri sposi per la loro cerimonia e tutte le attività collegate.

Nel primo periodo del 2006, Gabriel Griffa è riuscito ad avviare l'attività e supportare gli investimenti recuperando il capitale investito in un periodo di 8 mesi.

A Gennaio 2007 ha iniziato un nuovo ciclo di lavoro con piani ambiziosi per aprire nuovi mercati, generare i primi clienti aziendali di durata nel tempo ed affermare la presenza nel



mercato locale.

Per raggiungere gli obiettivi di questo business plan, G. Griffa ha il prodotto/servizio a un periodo di prova del prodotto nel 2006. Alla buona riuscita della prova sta apportando la breve esperienza come imprenditore, completandola attraverso il Progetto E2BLab dell'Università di Tor Vergata per la creazione di Aziende, e la sua esperienza professionale da più di 10 anni in diversi paesi con diverse realtà operative ed economiche.

La messa in pieno funzionamento di The Ring si adegua costantemente dietro un mercato che cambia velocemente, ci sono presenti diverse nuove aziende sul mercato e per raggiungere gli obiettivi operativi e di vendita c'è soltanto una persona.

Tutto questo comporta un piano di lavoro per raggiungere gli obiettivi aziendali descritto nel Business Plan e con il quale si cerca di consolidare la fiducia e soddisfazione dei clienti, così come dei potenziali investitori che vorranno aggiungersi all'impresa per aiutare il finanziamento della sua crescita nei prossimi anni.

Fattori Critici di Successo.

- Diversità di lingue per interagire con i diversi mercati internazionali interessati a servizi di piccoli e medi eventi a Roma e Lazio.
- Creazione di prodotti innovativi di base che attirano il cliente e poi aumentare il guadagno con *l'upselling* degli extras.
- Velocità di reazione per cambiare qualsiasi strategia presa per entrare nei mercati.
- Strategia di Marketing Mix nei diversi paesi e mercati: privati, aziende e MICE.
- Fornitura di servizi totali o parziali per poter entrare nel mercato.

Risultati 2006

L'azienda ha iniziato le sue attività a Luglio 2006, partendo con risorse basilari (un computer e una scrivania), per la fase di prova dei prodotti e servizi.

Conto Economico 2006

	IN EURO	IN %
TOTALE RICAVI	5.566,00	100%
COSTO DI PRODUZIONE	680,00	12%
SUB TOTALE	4.886,00	88%
COSTI GENERALI & AMMINIST.	4.133,00	74%
MOL (Margine Operativo Lordo)	753,00	14%
<small>EBITDA</small>		
AMMORTAMENTI	82,00	
UTILE EBIT	671,00	12%

Alla fine dell'esercizio 2006 The Ring ha raggiunto un utile EBIT di € 671,00. Sono stati realizzati alcuni modesti investimenti, quali conta un sistema software per il computer aggiornato e un fax, per migliorare le prestazioni dell'anno entrante. Il sito web è stato curato da Gabriel Griffa ed alcuni amici personali, perciò non ci sono spese aggiuntive. La grossa



spesa Gestionale è stata per la stampa di brochures professionali e la pubblicità nei giornali del settore.

L'azienda -sia collaborando con altre agenzie, sia operando per proprio conto- ha realizzato eventi di tipo aziendale e privato, conseguendo i seguenti risultati:

- o 6 prestazioni di servizi,
- o per un totale di 1.650 partecipanti
- o è entrata nel mercato di Roma
- o ha operato con clienti Anglosassoni (USA, UK), sia per eventi aziendali sia per matrimoni a Roma.

I primi risultati hanno generato la curiosità di suo fratello Roberto Griffa, il quale aiuta finanziariamente alla gestione dei diversi progetti, con l'intensione di entrambi di diventare una società di capitale entro il 2007.

The Ring di Gabriel Griffa oggi cerca nuovi soci finanziari per aiutarsi nella crescita strategica e raggiungere gli obiettivi prefissati.