

LOCALBOOST

Start Up nel settore del marketing territoriale e nella digitalizzazione

EXECUTIVE SOMMARIO

LocalBoost è una start-up innovativa e creativa che si propone di affiancare gli enti locali nella valorizzazione del territorio e delle loro attività, offrendo soluzioni comunicative e su misura per il destination marketing. Allo stesso tempo, l'azienda intende supportare le PMI nella transizione digitale e nella costruzione di un brand forte e riconoscibile online.

In molte realtà dell'Abruzzo e del Centro-Sud Italia, i comuni e le piccole-medie imprese (PMI) faticano a competere nella promozione turistica del territorio e nell'economia digitale a causa di un limitato utilizzo delle risorse digitali e di una strategia di marketing online. In particolare, nella maggior parte dei casi, i comuni soffrono la totale assenza di strategie di destination marketing, mentre le PMI incontrano difficoltà nell'accesso a servizi digitale e pubblicitari personalizzati e radicati nel contesto locale.

Pertanto, Local Boost intende offrire una gamma selezionata e personalizzabile di servizi digitali, tra cui lo sviluppo di siti web, la gestione dei social media per il turismo e le imprese; nonché corsi di formazione per il personale di aziende ed enti locali, in modo da valorizzare le aree interne e ampliare il ricorso al marketing digitale per lo sviluppo locale e il turismo.

Infine, Local Boost si distinguerà per l'offerta specifica indirizzata a comuni, enti locali e piccole imprese delle aree marginali. La nostra mission e vision saranno allineate agli obiettivi dei clienti e delle realtà locali, garantendo soluzioni su misura che rispondano alle esigenze del territorio.

Mission: La nostra azienda si propone di aiutare le realtà locali di territori marginali (enti locali, imprese e liberi professionisti) a sviluppare il proprio brand e il proprio potenziale attraverso marketing digitale, storytelling territoriale e formazione.

Vision: La nostra azienda si propone diventare nei prossimi dieci anni il punto di riferimento per la promozione delle aree marginali, centri di provincia e piccoli borghi e per la digitalizzazione delle PMI locali.

Valori aziendali: L'azienda si fonda su valori solidi, tra cui la sostenibilità ambientale e sociale, la responsabilità verso i territori, l'amore per la natura e la valorizzazione delle culture locali. Al centro della sua missione vi sono la passione per il proprio lavoro e la collaborazione con gli attori locali, con l'obiettivo di promuovere e arricchire il territorio

L'IMPRESA

Local Boost avrà sede operativa a Chieti e sarà costituita sotto forma di **Società a Responsabilità Limitata (S.r.l.)** con un capitale sociale iniziale di **70.000€**. Sarà regolarmente iscritta al Registro delle Imprese con il codice ATECO **73.11.02**. L'azienda sarà specializzata in servizi integrati di comunicazione e marketing, offrendo soluzioni avanzate per la pianificazione strategica, la gestione dei social media, il rafforzamento della brand reputation e della destination reputation.

Inoltre, **Local Boost** proporrà pacchetti di corsi di formazione in **digital strategist** e **destination marketing**, rivolti ad aziende, associazioni culturali e pro loco, agenzie di viaggio e pubbliche amministrazioni, per accrescere le competenze in ambito digitale e promuovere la valorizzazione del territorio.

Local Boost, in particolare, si avvarrà di fonti di finanziamento diversificate, tra cui:

- **Prestiti bancari:** Richiesta di **30.000€** per coprire parte dei costi operativi e iniziali.
- **Crowdfunding:** Obiettivo di raccogliere **50.000€** per finanziare la crescita e lo sviluppo delle attività.

Queste attività contribuiranno ad accrescere il portafoglio di servizi di Local Boost, garantendo sostenibilità ed un approccio orientato alla crescita, sia per le PMI che per le pubbliche amministrazioni e le associazioni territoriali.

Composizione della società:

- **Armando Travaglini – CEO e Digital Strategist**
 - **Ruolo:** Fondatore e CEO con la responsabilità di definire la visione strategica e guidare l'attività aziendale. Sarà anche Communication strategies sovrintendendo le strategie di marketing digitale e destination reputation.
 - **Età:** 36 anni
- **Lucrezia Paolucci – Digital Marketing Specialist**
 - **Ruolo:** Gestirà le attività di marketing digitale, incluse la pianificazione delle strategie, la gestione dei canali social, la creazione di contenuti e il monitoraggio delle performance.
 - **Età:** 28 anni
- **Francesco Colanzi – Social Media Manager**
 - **Ruolo:** Responsabile della gestione dei canali social, creazione di contenuti visivi e video, e sviluppo di strategie di comunicazione visiva.
 - **Età:** 26 anni
- **Giada Norscia – Social Media Manager**

- **Ruolo:** Responsabile della gestione dei canali social, creazione di contenuti visivi e video, e sviluppo di strategie di comunicazione visiva.
- **Età:** 23 anni
- **Andrea Marchetti – Europrogettista**
 - **Ruolo:** Andrea sarà responsabile della scrittura di proposte progettuali per l'accesso ai fondi europei, nazionali e regionali, supportando i comuni e le PMI nella pianificazione e gestione di finanziamenti. Si occuperà anche della rendicontazione e del monitoraggio dei progetti approvati.
 - **Età:** 28 anni

Collaborazioni Esterne

1. Web Designer (Collaboratore Esterno)

Per la realizzazione di siti web e la gestione di piattaforme digitali più complesse, Local Boost si avvarrà di collaborazioni con professionisti esterni esperti nel web design. Questi collaboratori esterni saranno coinvolti principalmente per:

- Sviluppo e personalizzazione di siti web e piattaforme digitali per enti locali, PMI e associazioni territoriali.
- Ottimizzazione dei siti esistenti, soprattutto per enti pubblici con piattaforme già standardizzate.

Il coinvolgimento di un web designer esterno consente all'azienda di offrire servizi avanzati senza doverli internalizzare, mantenendo flessibilità e controllo sui costi.

2. Commercialista (Collaboratore Esterno)

Il commercialista collaborerà esclusivamente con Local Boost che condurrà le classiche attività di tenuta della contabilità aziendale, incluse la redazione dei bilanci, la gestione delle dichiarazioni fiscali e degli adempimenti normativi.

Questa figura garantisce la compliance fiscale e normativa dell'azienda, permettendo a Local Boost di concentrarsi sulle attività operative e strategiche.

Partner strategici di LocalBoost

La nostra rete di partnership si articola in cinque categorie principali:

1. **Enti pubblici e istituzioni locali** (Comuni, Province, enti di sviluppo turistico): oltre ad essere clienti, il loro supporto sarà fondamentale per promuovere i nostri servizi presso le associazioni e imprese del territorio. La loro collaborazione rafforzerà la credibilità di aziendale, andando ad ampliare la rete di rapporti dell'impresa.
2. **Associazioni di categoria e confederazioni** (Confartigianato, Coldiretti, CNA, Confcommercio): la loro partnership sarà vitale per facilitare il contatto con le PMI locali e la diffusione dei nostri servizi, contribuendo alla costruzione di un ampio network.

3. **Fornitori di tecnologia e piattaforme digitali** (Google, Meta, strumenti di CRM e di gestione dei social media): forniscono soluzioni tecnologiche avanzate, assicurando l'utilizzo di strumenti innovativi per le attività di marketing e comunicazione.
4. **Freelance** (fotografi e videomaker): l'azienda intende appoggiarsi a soggetti locali per la produzione di foto e riprese video dei territori più lontani per campagne pubblicitarie e la gestione dei social media, permettendo di gestire progetti complessi senza incrementare i costi di trasferta dei propri dipendenti.

IL MERCATO

Descrizione del contesto

LocalBoost si focalizzerà su borghi, piccole città e PMI situati nelle aree interne e marginali del Centro-Sud Italia, caratterizzate da bassa densità demografica e un'economia prevalentemente rurale.

L'area di riferimento include circa 2.500 comuni con popolazione inferiore ai 15.000 abitanti, dove predominano piccole e microimprese familiari, attività artigianali, agriturismi e settori legati al turismo e all'agroalimentare.

In questo contesto operano anche **51 comunità montane**, **58 unioni di comuni** e **36 consorzi ed enti di gestione di parchi e aree protette**, che svolgono un ruolo importante nella valorizzazione del territorio, nel coordinamento delle politiche territoriali e nella promozione di iniziative legate a turismo sostenibile, cultura e ambiente.

Sul fronte della pubblicità digitale e non, il mercato pubblicitario italiano ha raggiunto i 10,2 miliardi di euro nel 2023, con la pubblicità digitale che rappresenta il 48% di questa cifra. Le previsioni per il 2024 indicavano una crescita del 10% per l'Internet advertising, che avrebbe dovuto raggiungere i 5,4 miliardi di euro..

Analisi del Target

- **Enti Pubblici (Comuni, enti territoriali e consorzi)**: I comuni con meno di 10.000 abitanti, insieme a comunità montane, unioni di comuni e consorzi di gestione di parchi, hanno un crescente bisogno di promuovere il turismo locale, valorizzare eventi e politiche comunali, preservare le risorse naturali e migliorare la comunicazione istituzionale. L'attenzione al turismo sostenibile e l'accesso a finanziamenti esterni rendono questo segmento particolarmente interessante.
- **Piccole e Medie Imprese (PMI)**: il segmento d'interesse riguarda principalmente le aziende nei settori del turismo, agroalimentare e artigianato, con necessità di visibilità online, espansione delle vendite digitali e costruzione di una forte brand identity. La digitalizzazione delle PMI è sostenuta da incentivi statali ed europei, con un mercato in crescita per i prodotti locali autentici.

ANALISI COMPETITIVA

Per un'analisi competitiva dell'azienda abbiamo preso in considerazione vari fattori come la minaccia di nuovi entranti e la barriera all'entrata, la presenza o meno di switch cost, il potere contrattuale di clienti e fornitori, la minaccia di prodotti sostitutivi e la concorrenza intra settoriale.

1. Minaccia di nuovi entranti

La minaccia di nuovi operatori nel mercato del web marketing e della pubblicità digitale è moderata per i seguenti motivi:

- **Barriere all'ingresso basse:** La tecnologia necessaria per operare nel settore è facilmente accessibile. I software di gestione delle campagne pubblicitarie, strumenti di analisi e piattaforme di social media sono disponibili a costi contenuti.
- **Competenza e know-how:** Anche se le barriere tecnologiche sono ridotte, la vera barriera all'ingresso è rappresentata dalla necessità di competenze avanzate in digital marketing, SEO, analisi dei dati e gestione delle campagne pubblicitarie.
- **Brand reputation dell'agenzia:** Le agenzie già presenti nel mercato vantano una reputazione solida ed una rete di relazioni con clienti di lungo termine, da qui hanno un vantaggio competitivo rispetto ai nuovi entranti.

2. Potere contrattuale dei fornitori

Il potere contrattuale dei fornitori è basso:

- **Numerosità dei fornitori:** Le piattaforme digitali utilizzate per la realizzazione delle campagne pubblicitarie (Google, Facebook, Instagram) sono molteplici e offrono alternative simili.
- **Intermediazione diretta:** LocalBoost può interagire direttamente con le principali piattaforme di advertising, riducendo la dipendenza da intermediari.
- **Standardizzazione dei servizi:** I servizi offerti dai fornitori, come strumenti di analisi e gestione delle campagne, sono relativamente standardizzati e sostituibili senza switch cost rilevanti.

3. Potere contrattuale dei clienti

Al contrario il potere contrattuale dei clienti risulta essere medio-alto a causa dei seguenti motivi:

- **Numerosità dei clienti e dei concorrenti:** Il mercato è altamente frammentato e composto da enti pubblici e PMI, che possono scegliere tra molteplici fornitori di servizi.
- **Sensibilità al prezzo:** Sia gli enti pubblici che le PMI hanno spesso budget limitati per il marketing, il che li rende molto attenti ai prezzi e alle condizioni offerte. Gli enti locali hanno rigide normative da seguire per l'assegnazione di servizi alle stazioni appaltanti. Il nuovo codice degli appalti però in alza a 140mila euro la soglia di denaro per l'affidamento diretto di servizi.
- **Possibilità di integrazione interna:** Alcune PMI più grandi potrebbero decidere di internalizzare i servizi di marketing assumendo un proprio social media manager o creando team interni, riducendo la dipendenza da agenzie esterne.

4. Minaccia di prodotti o servizi sostitutivi

La minaccia di servizi sostitutivi è moderatamente bassa:

- **Soluzioni fai-da-te:** Esistono piattaforme che permettono alle PMI di gestire autonomamente le campagne pubblicitarie (ad esempio, Google Ads e Facebook Business), ma l'efficacia di tali soluzioni dipende dalle competenze specifiche del personale interno.
- **Valore aggiunto:** Le competenze di un'agenzia come LocalBoost, che offre strategie specifiche per il territorio e personalizzate, è difficilmente sostituibile da strumenti automatici e agenzie generiche.
- **Necessità di consulenza:** Molte PMI ed enti pubblici necessitano di supporto consulenziale continuo, che non può essere fornito da soluzioni standardizzate.

5. Competizione intra-settoriale

Infine, la competizione intra-settoriale è molto alta a causa di:

- **Numerosi concorrenti:** Il mercato del web marketing è altamente competitivo, con la presenza di molte agenzie locali, nazionali e freelance.
- **Bassa differenziazione:** Molti operatori offrono servizi simili, come gestione social, campagne pubblicitarie e SEO, rendendo difficile differenziarsi.
- **Specializzazione:** LocalBoost può distinguersi grazie alla specializzazione territoriale e alla conoscenza delle peculiarità delle PMI e degli enti pubblici delle aree marginali.

Attrattività delle Attività Aziendali

- **Digital strategist, web marketing e social media manager:** Altamente attrattivi, grazie alla crescente espansione del mercato dell'Internet advertising.
- **Public relations:** Moderatamente attrattive, in particolare per enti pubblici e PMI che cercano di migliorare la loro immagine istituzionale.
- **Formazione su destination e web marketing:** Alta attrattività, data la necessità degli operatori istituzionali, non profit e profit di acquisire nuove competenze digitali per la promozione delle proprie politiche, del territorio, di prodotti e servizi.
- **Campagne pubblicitarie sui social:** Molto attrattive, grazie alla crescente domanda di contenuti multimediali come video e audio advertising.

Analisi VRIO

1. Servizi di web marketing territoriale per comuni e PMI

- **Valore:** Sì. Aiuta i comuni e le PMI a migliorare la loro visibilità, attrarre turisti e clienti, e accedere a fondi pubblici, rispondendo a bisogni chiari e crescenti.
- **Rarità:** Moderatamente. Poche agenzie sono specializzate nel marketing territoriale per le aree marginali del Centro-Sud Italia.

- **Inimitabile:** Parzialmente. Le competenze e il know-how di LocalBoost sono replicabili, ma il suo focus specifico su aree marginali e la personalizzazione dei servizi rappresentano un vantaggio competitivo.
- **Organizzazione.** La struttura aziendale (con esperti come il digital strategist, il social media manager e l'europrogettista) consente di fornire un servizio integrato e altamente mirato.
- **Vantaggio competitivo:** Temporaneo, con potenziale che può diventare permanente se rafforzato il know-how e le relazioni locali.

2. Europrogettazione per ottenere fondi pubblici

- **Valore:** Sì. Permette all'azienda di supportare gli enti locali nel reperimento di risorse per attività di marketing e digitalizzazione, riducendo la pressione sui bilanci delle singole organizzazioni.
- **Rarità:** Sì. Poche agenzie offrono anche servizi di europrogettazione, specialmente con focus su enti locali e PMI.
- **Inimitabile:** Sì. La combinazione di competenze in europrogettazione e marketing territoriale è difficile da replicare, soprattutto quando dedicato.
- **Organizzazione:** Sì. L'integrazione con gli altri servizi di LocalBoost massimizza l'efficacia di questo servizio.
- **Vantaggio competitivo:** Sostenibile

3. Formazione su digital marketing e marketing territoriale

- **Valore:** Sì. Risponde al bisogno crescente di competenze digitali nelle PMI e nei comuni.
- **Rarità:** Moderatamente. Esistono altri corsi di formazione, ma pochi sono specializzati nel marketing territoriale e adattati alle specificità delle aree marginali.
- **Inimitabile:** Parzialmente. I contenuti possono essere copiati, ma l'adattamento alle esigenze locali e l'esperienza del team di LocalBoost sono più difficili da replicare.
- **Organizzazione:** Sì. L'offerta formativa è complementare agli altri servizi di LocalBoost, creando così sinergie e rete di relazioni.
- **Vantaggio competitivo:** Temporaneo, ma può essere rafforzato migliorando la qualità degli insegnamenti, la durata dei corsi e lo studio di case history.

4. Campagne di marketing digitale per PMI

- **Valore:** Sì. Aiuta le PMI a raggiungere nuovi mercati e migliorare la propria presenza online, incrementando il fatturato.
- **Rarità:** No. Questo è un servizio comune nel settore del marketing digitale.
- **Inimitabile:** No. Le campagne digitali sono facilmente replicabili da altre agenzie.
- **Organizzazione:** Sì. LocalBoost può integrare le campagne con la conoscenza del territorio e delle specificità locali.
- **Vantaggio competitivo:** Temporaneo, ma potenziabile attraverso strategie di personalizzazione e integrazione con altri servizi e partnership tra i diversi attori del territorio.

Stima della domanda potenziale, di mercato e specifica

Per valutare la sostenibilità e le opportunità economiche del business di LocalBoost, abbiamo stimato tre diversi tipi di domanda: potenziale, di mercato e specifica. Queste stime sono fondamentali per definire il potenziale di crescita e il fatturato atteso nei primi anni di attività.

1. Stima della Domanda Potenziale

Secondo il rapporto Cerved, nel 2021 nel Sud Italia erano presenti 33.440 PMI, di cui il 21,5% operanti nel settore dei servizi non finanziari, pari a circa 7.190 PMI.

Considerando che solo una parte di queste aziende possa essere interessata ai servizi di web marketing proposti da LocalBoost, abbiamo ipotizzato che circa il 30% delle PMI nel settore dei servizi non finanziari possa avere una propensione all'acquisto di tali servizi, per un totale di 2.157 PMI potenzialmente interessate.

Per quanto riguarda gli enti locali, l'area di riferimento include circa 2.500 comuni con popolazione inferiore ai 15.000 abitanti. Stimiamo che circa il 20% di questi comuni possa essere interessato ai servizi di LocalBoost, per un totale di 500 enti locali.

Con un prezzo medio di 8.000 euro per campagna, che include sia campagne base sia avanzate, la domanda potenziale complessiva è stata calcolata come:

- **PMI:**
 $2.157 \text{ PMI} \times 7.000 \text{ € per campagna} = 15.099.000$
- **Enti locali:**
 $500 \text{ enti locali} \times 7.000 \text{ € per campagna} = 3.500.000 \text{ €}$
- **Domanda potenziale totale:**
 $15.099.000 \text{ €} + 3.500.000 \text{ €} = 18.599.000 \text{ €}$

Questa stima riflette il massimo teorico raggiungibile, considerando che tutte le aziende e gli enti locali interessati acquistino almeno una campagna durante l'anno.

2. Stima della Domanda di Mercato

Abbiamo ipotizzato che, in una fase iniziale, LocalBoost possa acquisire circa il 10% delle PMI potenzialmente interessate, pari a 216 PMI, e circa il 10% degli enti locali potenzialmente interessati, pari a 50 enti locali.

Il valore della domanda di mercato è stato stimato come:

- **PMI:**
 $216 \text{ PMI} \times 7.000 \text{ € per campagna} = 1.512.000 \text{ €}$
- **Enti locali:**
 $50 \text{ enti locali} \times 7.000 \text{ € per campagna} = 350.000 \text{ €}$
- **Domanda di mercato totale:**
 $1.512.000 \text{ €} + 350.000 \text{ €} = 1.862.000$

Questa stima rappresenta un obiettivo realistico nel medio termine, assumendo un buon posizionamento dell'azienda e una strategia efficace di acquisizione clienti.

3. Stima della Domanda Specifica

Considerando la struttura organizzativa e la capacità operativa dell'azienda, stimiamo che LocalBoost possa gestire 40 campagne per PMI e 10 campagne per enti locali nel primo anno.

Il valore della domanda specifica è stato calcolato come:

- **PMI:**
40 PMI×7.000 € per campagna=280.000 €
- **Enti locali:**
10 enti locali×7.000 € per campagna=70.000
- **Domanda specifica totale:**
280.000 €+70.000 €=350.000 €

Questa stima tiene conto delle risorse disponibili e del numero di clienti gestibili (tenendo conto che l'agenzia riesca a piazzare solo campagne pubblicitarie) senza compromettere la qualità del servizio.

Per quanto riguarda la stima dei ricavi dei corsi aziendali si stima di poter portare a termine almeno 3 dei quattro corsi di formazione indetti all'anno: due sul destination marketing e uno sul digital marketing (in quest'ultimo settore la concorrenza è più forte). Quindi si stimano ricavi per **60.000** euro nel primo anno.

Conclusioni

Le stime effettuate mostrano un potenziale di mercato interessante per LocalBoost, con una domanda potenziale di oltre 21 milioni di euro, una domanda di mercato di circa 2,1 milioni di euro e un obiettivo realistico di fatturato nel primo anno pari a 410.000 euro.

LA CONCORRENZA

Il settore delle agenzie di comunicazione in Italia e in Europa è altamente competitivo e frammentato, dominato da grandi player nazionali e internazionali come Leo Burnett Italia, Saatchi & Saatchi, DDB Italia, Armando Testa e J. Walter Thompson, affiancati da una miriade di agenzie indipendenti e freelance.

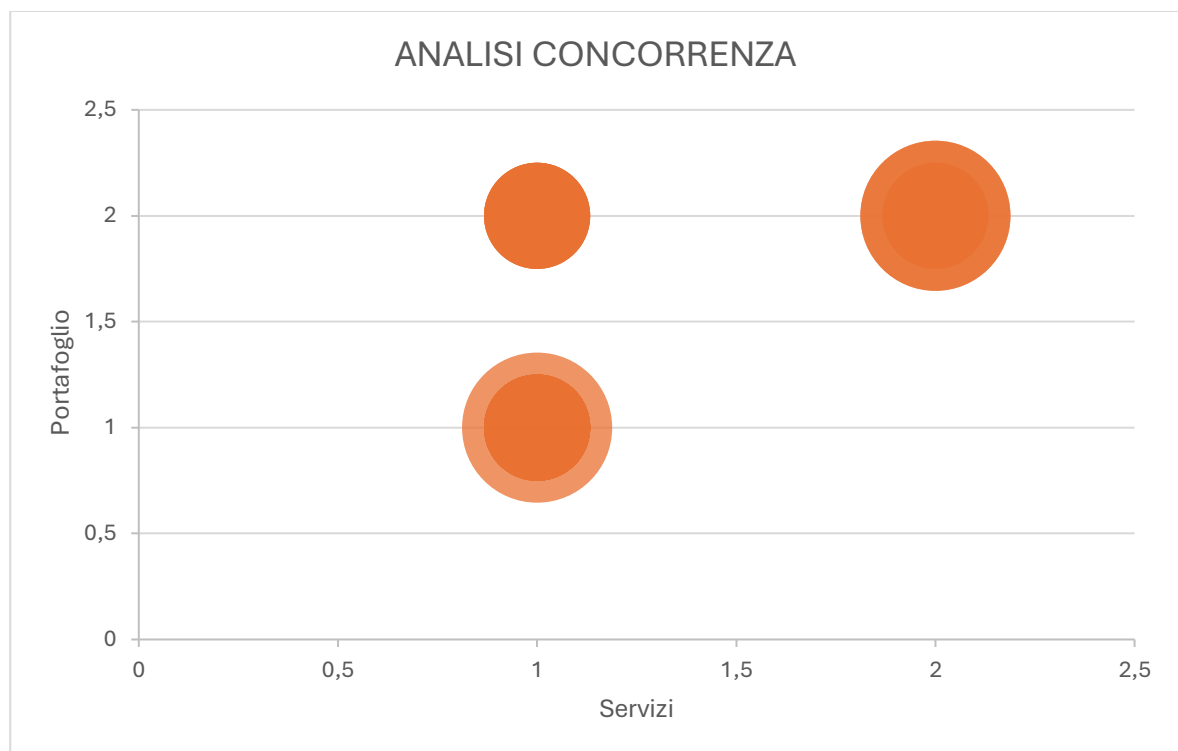
In particolare, nel nostro paese il settore è in continua espansione, grazie alle oltre 40.000 imprese attive, di cui circa 18.000 specializzate in marketing puro. La crescita riflette un mercato dinamico e competitivo, guidato dall'adozione di nuove tecnologie innovative come l'intelligenza artificiale, implementata in oltre il 50% delle agenzie. Le campagne mirate sui social media, in particolare su Instagram, rappresentano una parte significativa del budget pubblicitario, con il 45% investito in contenuti promossi nelle stories.

In termini di fatturato, 1.334 agenzie superano il milione di euro di entrate, mentre quasi il 49% genera oltre 100.000 euro. Le città di Milano e Roma dominano il settore, seguite da Napoli, Torino e Brescia. Tuttavia, il mercato è fortemente ostacolato dalla scarsa cultura del marketing tra gli imprenditori italiani e da una gestione imprenditoriale poco strutturata, limitando gli investimenti complessivi a 8,5 miliardi di euro, pari allo 0,47% del PIL, una percentuale bassa rispetto agli standard internazionali.

Oltre a ciò, un ruolo crescente lo svolgono le Media Company Digitali (come Freeda, Factanza, Visit Italy), che offrono opportunità di campagne di branded content capaci di aumentare la visibilità e raggiungere target specifici.

Nel settore la competizione si gioca su elementi chiave come la creatività, l'integrazione di strategie multicanale, la specializzazione in settori specifici e l'adozione di tecnologie avanzate per analisi dei dati e automazione.

Il grafico, di seguito, rappresenta il panorama delle imprese concorrenti in Abruzzo e nel Sud Italia, includendo anche agenzie situate al Nord ma operative nel Meridione. L'asse delle x descrive i servizi offerti: il valore 1 indica agenzie che si occupano esclusivamente di comunicazione, mentre il valore 2 segnala realtà che affiancano a questi servizi anche la formazione aziendale. L'asse delle y rappresenta il portafoglio clienti: il valore 1 identifica agenzie con clienti privati, mentre il valore 2 include quelle che collaborano anche con enti pubblici. La dimensione delle bolle, infine, riflette il grado di specializzazione: il valore 1 rappresenta agenzie attive su più settori, mentre il valore 2 è attribuito a quelle focalizzate sul marketing turistico e territoriale.



SISTEMA DELL'OFFERTA

Il sistema di offerta di LocalBoost si basa su una gamma di pacchetti progettati per rispondere alle specifiche esigenze dei centri delle aree target e delle piccole e medie imprese. In particolare, l'offerta include sei pacchetti dedicati alle campagne pubblicitarie sul web: tre pensati per gli enti pubblici e tre per le PMI. Inoltre, sono stati sviluppati tre pacchetti specifici per la gestione annuale della reputazione digitale sui social media, con la possibilità di pagamento a rate. Questo sistema consente di garantire un flusso costante di cassa per l'agenzia, rendendo i servizi più accessibili per i clienti.

I pacchetti (dettagliati di seguito) devono essere considerati esenti da IVA e non includono i costi di sponsorizzazione sui social media, che rimangono a carico del cliente. LocalBoost si impegna a

fornire un report previsionale dettagliato sui costi delle sponsorizzazioni prima dell'inizio delle campagne pubblicitarie e, in caso di gestione annuale dei social, aggiornamenti periodici ogni tre mesi.

A completare l'offerta, LocalBoost integrerà corsi di formazione in presenza, da tenersi presso la sede dell'associazione, rivolti a privati, agenzie di viaggio, titolari di PMI, funzionari pubblici e associazioni.

Infine, l'agenzia offrirà anche brevi corsi online, strutturati in due moduli ciascuno, dedicati al digital marketing, al destination marketing e al destination management.

Il confronto con i principali competitor risulta essere particolarmente complesso, principalmente a causa della mancanza di trasparenza sui prezzi e dell'impossibilità di riconoscere immediatamente il valore distintivo del servizio, che risiede nella creatività e nelle competenze dei nostri dipendenti.

La nostra azienda, invece, può vantare un'organizzazione unica e ben strutturata, in cui l'europrogettista interno collabora direttamente con il CEO e il digital strategist, apportando il suo contributo esclusivamente sulle tematiche di sua competenza. La struttura aziendale prevede che il CEO sia a capo dell'intero team, con l'europrogettista che ha autonomia nelle decisioni relative alla progettazione, ma lavora in sinergia con il commercialista esterno.

Il digital strategist gestisce invece i due social media manager, supportati occasionalmente dal grafico e fotografo esterno, creando una rete di competenze diversificate che ci permette di offrire un servizio di alta qualità e differenziato.

OFFERTA DELL'AZIENDA

Pacchetti Campagne marketing per Enti locali

- **Pacchetto Base (3.500€):** Strategia base, social media per 2 piattaforme, 2 campagne pubblicitaria.
- **Pacchetto Intermedio (7.000€):** Strategia avanzata, social media per 3 piattaforme, 2 campagne pubblicitarie, creazione contenuti visivi.
- **Pacchetto Avanzato (18.000€):** Strategia completa di marketing territoriale, social media per 3 piattaforme, 3-4 campagne pubblicitarie, contenuti professionali, influencer marketing.

Pacchetti Campagne marketing per Piccole Medie Imprese

- **Pacchetto Base (3.500€):** Strategia base, social media per 1 piattaforma, 1 campagna pubblicitaria.
- **Pacchetto Intermedio (7.000€):** Strategia avanzata, social media per 2 piattaforme, 2 campagne pubblicitarie, contenuti visivi e video.
- **Pacchetto Avanzato (18.000€):** Strategia completa, social media per 3 piattaforme, 3-4 campagne pubblicitarie, contenuti professionali, influencer marketing, SEO/SEM.

Pacchetti per la Gestione annuale dei Social

1. Pacchetto Base: "Essential"

Prezzo indicativo: 12.000€ all'anno

Servizi inclusi:

- **Gestione di 2 piattaforma social** (Facebook, Instagram o LinkedIn, a seconda delle necessità).
- **2 post a settimana** (contenuti creati internamente, grafiche semplici e testi brevi).
- **Monitoraggio e gestione commenti e messaggi** (risposta a commenti e messaggi generali).
- **Report mensile** (con analisi delle metriche base: crescita dei follower, engagement).
- **Strategia base:** creazione di un piano editoriale personalizzato per il cliente, orientato agli obiettivi di visibilità e coinvolgimento del pubblico locale.
- **Assistenza alla gestione della reputazione:** risposte tempestive alle interazioni online.

Pagamento: sei rate da € 2.000 (facoltativo)

2. Pacchetto Intermedio: "Growth"

Prezzo indicativo: 20.000€ all'anno

Servizi inclusi:

- **Gestione di 3 piattaforme social** (Facebook, Instagram, LinkedIn, o altra piattaforma scelta dal cliente).
- **3-4 post a settimana** (contenuti visivi moderati, grafiche, foto e video semplici).
- **Gestione interazioni:** risposte a commenti, messaggi diretti e interazione con la community.
- **Report settimanale e mensile:** analisi approfondita delle performance e suggerimenti per migliorare la comunicazione.
- **Campagne sponsorizzate base:** creazione e gestione di 1 campagna al mese, con obiettivi chiari (aumento di visibilità, lead generation).
- **Strategia di coinvolgimento locale:** ottimizzazione dei contenuti per raggiungere il pubblico locale e la community di riferimento.

Pagamento: 4 rate trimestrali da €5.000 (facoltativo)

3. Pacchetto Avanzato: "Premium"

Prezzo indicativo: 30.000€ all'anno

Servizi inclusi:

- **Gestione di piattaforme social** a scelta (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter o altro).

- **5-6 post a settimana** (contenuti visivi avanzati, foto professionali, video brevi, grafiche animate).
- **Gestione avanzata delle interazioni:** risposte personalizzate, monitoraggio attivo, creazione di contenuti generati dagli utenti (UGC).
- **Report settimanale e mensile con analisi approfondita:** insight avanzati sul comportamento della community, tendenze, e performance.
- **Campagne sponsorizzate avanzate:** 2-3 campagne al mese, con ottimizzazione del budget e targeting preciso.
- **Strategia di marketing territoriale e community building:** contenuti creati per coinvolgere la comunità locale e attrarre turismo o nuove opportunità.
- **Supporto alla gestione di eventi locali:** promozione di eventi, attività o iniziative locali sui social media.
- **Strategia di crisi e reputazione online:** monitoraggio avanzato e gestione tempestiva delle problematiche reputazionali.

I pacchetti base sono studiati appositamente per rientrare nelle soglie minime dell'affidamento diretto dei servizi con il vecchio codice degli appalti qualora le normative attuali dovessero presentare interpretazioni problematiche per azienda e clienti.

Pagamento: 4 rate trimestrali da **€7.500** (facoltativo)

Corsi di formazione offerti da LocalBoost

Intendiamo arricchire la nostra offerta proponendo corsi di formazione professionale per enti locali, PMI e associazioni territoriali. Ogni anno saranno organizzati:

- **2 corsi di Destination Marketing** al costo di **1.500 € per partecipante**, con un massimo di **15 partecipanti per corso**.
- **2 corsi di Digital Marketing** al costo di **1.000 € per partecipante**, con un massimo di **15 partecipanti per corso**.

Questi corsi mirano a potenziare le competenze dei partecipanti nel campo della promozione territoriale e del marketing digitale, fornendo strumenti pratici e strategie efficaci per migliorare la visibilità online e offline delle realtà locali.

PIANO DI MARKETING

L'azienda intende sviluppare un piano di marketing che metta al centro la diffusione del brand e la visione autentica dei valori aziendali. Attraverso uno storytelling strutturato, LocalBoost vuole posizionarsi come alleato del territorio e degli enti locali per promuovere lo sviluppo del turismo e dell'economia locale.

Nei primi tre anni verranno realizzate campagne pubblicitarie digitali basate sull'utilizzo strategico di strumenti come l'e-mail marketing e il social media marketing, con una presenza attiva sui canali Facebook, Instagram e LinkedIn. Sarà valutata inoltre l'apertura di un canale sulla piattaforma TikTok, in considerazione del suo potenziale per raggiungere un pubblico più giovane e dinamico.

Parallelamente, l'azienda si propone di organizzare eventi promozionali sul tema del destination marketing e del digital marketing, coinvolgendo comuni, province, enti camerali e associazioni imprenditoriali legate ai settori dell'agricoltura, dell'artigianato e del turismo. Questi eventi avranno l'obiettivo di sensibilizzare i partecipanti sulle opportunità offerte dal marketing territoriale e digitale per lo sviluppo delle loro attività.

È fondamentale per LocalBoost accrescere la consapevolezza e la conoscenza delle potenzialità del destination marketing e del digital marketing nelle aree e nei settori di interesse dell'azienda. Per questo motivo, sarà prioritario avviare contatti diretti e campagne mirate per sindaci, assessori, consiglieri comunali e funzionari pubblici. Questi interlocutori potranno essere sensibilizzati non solo sull'impatto economico positivo che le campagne possono generare per i loro territori e comunità, ma anche sui benefici elettorali per le amministrazioni locali.

Un ulteriore canale di comunicazione sarà rappresentato dai webinar dedicati alle piccole e medie imprese, alle associazioni e cooperative attive nella promozione territoriale, e alle agenzie di viaggio italiane ed estere. Questi incontri, organizzati a costi praticamente nulli, avranno il compito di evidenziare l'importanza del digital marketing nel settore turistico e dei viaggi.

Infine, LocalBoost punterà anche sul passaparola e sulla fidelizzazione dei clienti come leve strategiche per consolidare la propria posizione sul mercato e stimolare ulteriori opportunità di collaborazione.

Costi di Comunicazione e Marketing

Il piano di comunicazione prevede una spesa totale di 6.700 euro, suddivisa tra attività di marketing e organizzazione dell'evento. Per quanto riguarda il marketing, sono stanziati 500 euro per la promozione sui social Meta (Facebook e Instagram) e 200 euro per le campagne su LinkedIn, con l'obiettivo di coinvolgere amministratori locali e titolari di PMI delle aree interne.

L'organizzazione dell'evento prevede un costo di 500 euro per l'affitto di una sala pubblica, mentre il servizio di catering per un massimo di 100 partecipanti è stimato in 4.000 euro. Le attrezzature audio-visive necessarie per le presentazioni e la gestione tecnica dell'evento richiedono un budget di 500 euro, a cui si aggiungono 500 euro per la realizzazione di materiale promozionale, come brochure, cartellonistica e gadget personalizzati per i partecipanti.

Infine a questi vanno aggiunti 500 euro per la promozione dei corsi di formazione indetti dall'agenzia e indirizzati alle pmi e enti locali.

Questa distribuzione dei costi punta a garantire un'efficace promozione dell'evento e una gestione curata nei minimi dettagli, offrendo ai partecipanti un'esperienza di alta qualità.

STRUTTURA TECNICA, R&S, LOGISTICA E COMMERCIALE DI LOCAL BOOST

Le agenzie di comunicazione e pubblicità si caratterizzano per una struttura dei costi complessa, articolata in cinque principali categorie. La voce predominante è rappresentata dai costi del personale, che costituiscono tra il 40% e il 60% del totale, comprendendo figure come creativi, strategist, account manager ed esperti digitali.

A seguire ci sono i costi operativi, pari al 20-30%, che includono spese per uffici, software, tecnologia e utilities, indispensabili per garantire l'erogazione dei servizi. I costi di produzione, che incidono per il 10-20%, coprono attività quali la creazione di contenuti, la stampa e le collaborazioni esterne. Inoltre, per far fronte alla competizione, è necessario investire nel marketing interno e nei pitch, una voce che rappresenta il 5-10% del totale.

Infine, i costi amministrativi e finanziari, tra il 5% e il 10%, comprendono consulenze legali, contabili e altre spese di gestione. Questa struttura, dominata da costi fissi significativi, rende cruciale un'attenta pianificazione del pricing, che può variare tra abbonamenti mensili, costi per progetto, commissioni sui media o tariffe orarie, in base al modello di business adottato.

In LocalBoost

La definizione dei costi fissi e variabili garantisce all'azienda una certa sostenibilità economica dell'attività e permette di mantenere un buon livello di flessibilità operativa.

Di seguito, viene illustrata la suddivisione delle relative voci di costo.

Struttura tecnica e Ricerca & Sviluppo (R&S)

Innanzitutto, LocalBoost si avvale di un giovane team che costituiscono una delle principali voci di costo fisso. Il personale specializzato rappresenta un asset strategico per garantire la qualità dei servizi offerti.

Il costo annuo complessivo per i dipendenti ammonta a **124.596,94 €**, una voce importante che riflette l'investimento continuo nello sviluppo delle competenze interne e nella creazione di valore per i clienti.

Per quanto riguarda i software necessari alle attività operative, Local Boost abbiamo scelto una mix di abbonamenti annuali e mensili, a seconda della loro importanza strategica e della possibilità di sostituirli in caso di necessità. Tra gli abbonamenti più rilevanti troviamo:

- **Adobe Suite** per la grafica e la produzione di contenuti multimediali, con un costo annuo di **2.789,64 €**.
- **Post Pick** per la gestione dei social media (**1.908 € annui**).
- **Canva** per la creazione di contenuti visuali più semplici (**270 € annui**).
- **Software CRM** per la gestione delle relazioni con i clienti (**168 € annui**).
- **Suite Microsoft e Google Meet** per la produttività e la comunicazione interna (**1.131 € + 138 € annui**).
- **Notion**, utilizzato per la gestione dei progetti e l'organizzazione delle attività operative (**570 € annui**).

Logistica

La sede operativa di LocalBoost si trova a Chieti, con un costo di affitto annuo pari a **7.200 €**, a cui si aggiunge una cauzione iniziale di **1.000 €**. Le spese per energia e utenze ammontano a **2.160 € annui**, mentre i costi per cancelleria e materiale d'ufficio sono stimati in **1.300 € annui**. Per garantire una connessione stabile e veloce, fondamentale per le attività digitali, l'azienda ha sottoscritto un abbonamento per telefonia e Wi-Fi, con un costo annuo di **366 €**.

Servizi esterni: fotografia e video

Per i servizi fotografici e di riprese video necessari a campagne pubblicitarie e contenuti di alta qualità, Local Boost si avvarrà di freelance locali, riducendo al minimo i costi di trasferta nei luoghi più lontani dalla sede operativa. La collaborazione con professionisti esterni permetterà di ottenere contenuti visivi personalizzati e professionali senza gravare sulla struttura interna.

- **Stima dei costi per servizi fotografici e video:** i costi potranno aggirarsi mediamente intorno ai **300-500 € per giornata di lavoro**, a cui si aggiungono eventuali spese di post-produzione. Considerando una media di **10 campagne all'anno** nelle quali si potrà fare ricorso a servizi di fotografici o video, il costo complessivo stimato è di **4.000-5.000 € annui**.

Struttura commerciale

Per la parte commerciale, Local Boost ha previsto un budget per il marketing e la promozione del brand pari a **6.700 € annui**, suddivisi tra campagne pubblicitarie online, eventi promozionali e materiali di comunicazione. Inoltre, l'azienda collabora con un commercialista esterno per la gestione fiscale e contabile, con un costo annuo di **2.500 €**.

Corsi di formazione

Per integrare l'offerta aziendale con corsi di formazione sul web marketing territoriale, è stata aggiornata la seguente struttura dei costi:

- **Affitto della sala per i corsi:** 6.000 € annui.
- **Materiale didattico:** 1.200 € annui.
- **Catering per i partecipanti:** 4.000 € annui.

ASPETTI ORGANIZZATIVI

La nostra struttura organizzativa è guidata da un modello gerarchico chiaro e funzionale, volto a garantire una gestione efficace delle attività. Al vertice, il CEO coordina l'intera organizzazione e supervisiona le decisioni strategiche e operative. Sotto di lui operano due figure chiave: l'europrogettista e il digital strategist.

L'europrogettista è responsabile della redazione dei progetti europei di finanziamento, in supporto delle pmi e degli enti locali, e delle procedure burocratiche. Sebbene abbia la facoltà di interfacciarsi direttamente con il commercialista esterno, è tenuto a relazionare costantemente al CEO.

Il digital strategist, invece, guida le strategie di comunicazione online e coordina il lavoro di due social media manager. Questa figura ha anche il compito di collaborare con fotografi e freelance esterni per la produzione di contenuti, ma è obbligata a informare il CEO riguardo alle strategie

implementate per i clienti, ai risultati ottenuti, ai contenuti di natura ambigua o sensibile e alle attività svolte in collaborazione con risorse esterne. I social media manager, infine, operano sotto la supervisione diretta del digital strategist, occupandosi della gestione operativa dei canali social, sempre nel rispetto delle linee guida strategiche aziendali.

CONSIDERAZIONI LEGALI

Lavorare con la Pubblica Amministrazione (PA)

Collaborare con enti pubblici richiede l'osservanza di normative specifiche, tra cui il Codice degli Appalti, che regola l'assegnazione di contratti per servizi e forniture. Grazie all'aumento della soglia per l'affidamento diretto a 140.000€, LocalBoost potrà proporsi in modo più competitivo. Tuttavia, sarà necessario rispettare i principi di trasparenza, pubblicità e tracciabilità delle procedure, garantendo sempre la conformità ai criteri di economicità e legalità richiesti dalla PA.

Trasparenza e anticorruzione

La trasparenza rappresenta un valore centrale per LocalBoost, in piena sintonia con le normative italiane ed europee. Verranno adottate misure efficaci per monitorare le attività, rispettare le scadenze e assicurare una rendicontazione chiara, consolidando così la fiducia di clienti pubblici e privati.

Europrogettazione

Offrire supporto per l'accesso ai fondi europei implica una profonda conoscenza dei regolamenti UE e delle procedure di rendicontazione. Grazie alla figura dell'europrogettista, LocalBoost garantirà il pieno rispetto delle normative, affiancando i clienti nella gestione dei finanziamenti. Questo include la stesura di progetti conformi, il rispetto dei termini contrattuali e la preparazione di una documentazione completa per eventuali audit.

Protezione dei dati personali (GDPR)

Nel fornire servizi digitali, LocalBoost assicurerà la totale conformità al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR), adottando tutte le misure necessarie per tutelare le informazioni sensibili dei clienti e dei loro utenti.

CONCLUSIONE

LocalBoost si distingue come un partner strategico e innovativo, capace di rispondere in maniera efficace alle esigenze delle realtà locali del Sud Italia, sfruttando le opportunità offerte dal marketing territoriale e digitale. Con una team giovane e qualificato, l'azienda potrà offrire soluzioni integrate e personalizzate, rivolte sia agli enti pubblici sia alle piccole-medie imprese.

La specificità dei servizi di digital marketing, europrogettazione e formazione costituisce un vantaggio competitivo unico in un mercato frammentato e caratterizzato da elevata concorrenza.

Con un obiettivo di ricavi di 410.000€ nel primo anno e prospettive di crescita consistenti, LocalBoost poggia su solide basi economiche e mantiene un forte impegno verso la sostenibilità e la valorizzazione del territorio. Il supporto finanziario richiesto rappresenta un elemento chiave per accelerare lo sviluppo e consolidare la posizione dell'azienda come leader nel marketing territoriale e nella digitalizzazione delle aree marginali.

Investire in LocalBoost significa contribuire attivamente al rilancio economico di territori poco valorizzati, sostenendo al contempo la creazione di un modello di sviluppo inclusivo e sostenibile!