

PR FSE Plus 2021-2027 - Priorità I, Ob. Specifico a, Azione 4
Periodo 2023-2025

PROGRAMMA MIP – METTERSI IN PROPRIO

BUSINESS PLAN

PROGETTO D'IMPRESA

AREA TERRITORIALE RIFERIMENTO

SOGGETTO ATTUATORE

ASPIRANTE IMPRENDITORE (NOME COGNOME)

1

FIRMA _____

ASPIRANTE IMPRENDITORE IN RAPPRESENTANZA DI GRUPPO –IMPRESA COLLETTIVA (NOME
COGNOME)

FIRMA _____

TUTOR (NOME COGNOME)

FIRMA _____

Luogo e data

SOMMARIO

1. SCHEDA DI SINTESI DEL PROGETTO.....	3
2. SEZIONE DESCRITTIVA DEL PROGETTO D'IMPRESA.....	4
2.1 Presentazione dell'idea imprenditoriale.....	4
2.2 Profilo dell'aspirante imprenditore/soci.....	4
2.3 La struttura dell'impresa.....	4
2.4 Descrizione dei prodotti e servizi offerti e compatibilità con il mercato di riferimento.....	5
2.5 Analisi di mercato e piano di marketing.....	6
3. SEZIONE ECONOMICO FINANZIARIA.....	7
3.1 NOTE METODOLOGICHE.....	7
3.1.1 Previsione e analisi dei ricavi.....	7
3.1.2 Previsione e analisi dei costi fissi e variabili.....	8
3.1.3 Previsione degli investimenti, fabbisogno finanziario e risorse necessarie.....	10
3.1.4 Analisi equilibrio economico finanziario.....	11
3.2 . ELABORATI ECONOMICI, PATRIMONIALI E FINANZIARI.....	12
4. ALLEGATI.....	i
4.1 Curriculum dell'imprenditore/soci in formato Europass, datato, sottoscritto dall'interessato e completo di autorizzazione al trattamento dei dati personali.....	i
4.2 Attestati di formazione e di competenza.....	ii
4.3 Documentazione fotografica (eventuale);.....	iii
4.4 Ogni altra documentazione utile a completare il progetto.....	iv

1 PRESENTAZIONE SINTETICA DEL PROGETTO D'IMPRESA

1.1 SCHEDA DI SINTESI DEL PROGETTO

Progetto d'impresa	
Attività Prevista	
Codice Ateco (indicare il principale ed anche eventuali secondari)	
Forma giuridica Prevista	
Titolare/soci	
Recapito telefonico	
Indirizzo e-mail	

3

1.2 SINTESI DEL PROGETTO IMPRENDITORIALE¹

Sintetica presentazione del progetto imprenditoriale, *executive summary*, di poche pagine (2 o 3) da cui emergono gli elementi salienti dell'iniziativa.

- Quale tipologia di attività si intende svolgere e quali sono le motivazioni alla base della scelta del settore
- Chi sono i realizzatori del progetto, le competenze e in quale forma giuridica si organizzano
- A quali tipologie di clienti si rivolge e qual è la dimensione del mercato di riferimento
- Struttura organizzativa dell'impresa
- Fatturato e utile previsti, punto di pareggio e suo raggiungimento, eventuali indicatori di redditività

Riepilogo del percorso di accompagnamento (durata, attività di consulenza, ecc.)

¹ Sviluppare questa scheda dopo aver completato il piano d'impresa, sintetizzando lo stesso

2. SEZIONE DESCRITTIVA DEL PROGETTO D'IMPRESA

2.1 Presentazione dell'idea imprenditoriale

Delineare l'idea imprenditoriale, illustrando le ipotesi fondamentali su cui poggiano le attese di successo ed evidenziando gli elementi che possono diventare critici per il buon esito del progetto. Indicare la data presunta di avvio attività (mese dell'anno).

2.2 Profilo dell'aspirante imprenditore/soci

Dati identificativi: nome e cognome, residenza, età, codice fiscale

- a) Percorsi formativi
- b) Esperienze lavorative
- c) Possesso dei requisiti per lo svolgimento dell'attività

Spiegare come si è arrivati alla scelta di avviare un'impresa (o di subentrare in un'attività già avviata) e ad individuare il settore di intervento.

Occorre fare emergere:

- Conoscenza ed esperienza nel settore (come dipendente, come lavoratore autonomo, esperienza extra lavorativa, ecc.)
- Motivazioni alla base della scelta imprenditoriale (carattere intraprendente, spirito imprenditoriale, capacità organizzative, capacità di relazione, capacità di vendita, desiderio di lavoro indipendente, ricerca stabile di occupazione, ecc.)
- Motivazioni della scelta del settore (esperienza, passione, hobby, studio, contatti, opportunità, ecc.)

4

Nel caso di trasmissione d'impresa, specificare eventuali esigenze di rafforzamento delle competenze specifiche attinenti all'attività oggetto di cessione.

Nota

Attenzione, il Profilo espone le caratteristiche dell'imprenditore o del singolo socio (in caso di impresa collettiva); pertanto, nel caso di società è necessario produrre il profilo per ogni componente della medesima. Allegare per l'imprenditore o per ciascun socio il curriculum vitae in formato EUROPASS.

2.3 La struttura dell'impresa

La finalità è di presentare la struttura complessiva dell'impresa.

A. Forma giuridica e inquadramento

- Indicare la forma giuridica prescelta, motivando eventuali vantaggi rispetto ad altre (responsabilità/rischi, capitali da investire, impegno attivo dei soci, costi di costituzione e di

gestione, livello di conoscenza soci/n° soci, imposizione fiscale, definizione dei compiti ed assegnazione delle cariche).

- Elencare, gli eventuali vincoli di tipo burocratico da assolvere per poter avviare l'attività (autorizzazioni, ispezioni, abilitazioni, licenze o altro).

B. Localizzazione dell'impresa

- Motivare la scelta della localizzazione dell'impresa sia dal punto di vista geografico (vicinanza ai mercati di sbocco o di approvvigionamento, disponibilità di aree attrezzate, aree destinate a interventi da parte dei fondi strutturali, ecc.), che dal punto di vista della tipologia di locale. Indicare sempre l'indirizzo.

C. Organizzazione dell'impresa e descrizione del ciclo produttivo

- Organizzazione della gestione dell'attività (sia la parte gestionale che quella operativa/produttiva), possibili criticità nella gestione dell'impresa e modalità per affrontarle.

D. Risorse umane

Quando opportuno e se non sono già state individuate nella sezione imprenditori/soci, indicare quali competenze sono necessarie per il funzionamento dell'impresa.

Per i dipendenti e/o collaboratori indicare:

- Quali competenze è necessario ricercare all'esterno: individuare sia le figure professionali che il loro costo.
- Quali politiche di sviluppo: previsioni di nuovi inserimenti (in quale anno e tipologie delle figure).
- La necessità di consulenze esterne (commercialista, legale, consulenti del lavoro, altre consulenze tecniche).
- Eventuale organigramma (dove risulta significativo).

E. Fornitori e partner

- Illustrare quali sono i principali fornitori dell'impresa distinguendo fra fornitori di materie prime, semilavorati o prodotti finiti con particolare attenzione a quelli strategici (sono già stati individuati/contattati, quali sono le loro modalità di operare: pagamento, ordini minimi, tempi e modalità di consegna, ecc.) e quelli di servizi: consulenze tecniche, assistenza software o di altro genere.
- Individuare eventuali partner con cui si possono stabilire delle collaborazioni per la realizzazione di prodotti / servizi.

2.4 Descrizione dei prodotti e servizi offerti e compatibilità con il mercato di riferimento

Lo scopo di questa sezione è di presentare il prodotto o servizio offerto, tenendo conto del mercato di riferimento.

- A. Presentazione dettagliata dei servizi / prodotti offerti (dettagliare il sistema prodotto: prodotto + servizi annessi), differenze rispetto ai prodotti/servizi esistenti, ecc... Compatibilità tecnica del prodotto/servizio che si intende vendere rispetto al mercato di riferimento e modalità di funzionamento (ad esempio prodotto artistico artigianale, innovativo, ecc.).

- B. Compatibilità economica del prodotto/servizio rispetto al mercato di riferimento.
- C. Tipologia di bisogni che il prodotto soddisfa, vantaggi offerti al consumatore (ad esempio: assistenza tecnica post vendita, periodo di prova, consegna gratuita, ecc.).

N.B. Se la nuova impresa offre più prodotti o più servizi occorre segnalarli tutti, specificando quali sono i principali. Indicare anche i prodotti/servizi che completano l'offerta commerciale (ad esempio: garanzie, coperture assicurazione, formazione di base sull'utilizzo di particolari supporti, ecc.).

Nel caso di trasmissione d'impresa porre particolare attenzione al riposizionamento di eventuali prodotti e servizi.

2.5 Analisi di mercato e piano di marketing

Settore di riferimento

Analizzare il **settore di riferimento** ed in particolare:

- A. Condizioni generali e trend del settore di interesse (settore maturo o in crescita, numero delle imprese operanti e loro dimensione, prezzi applicati, fatturato del settore, ecc).
- B. Grado di innovatività nel settore: tradizionale, settore soggetto a moda, in continua e rapida evoluzione.

La raccolta di questi dati (attraverso documentazione statistica, giornali specializzati, contatti, interviste, ecc.) può fornire una fotografia del settore in cui andrà a operare l'impresa.

6

Analisi della concorrenza e politica di prezzo

Analisi della concorrenza

- A. Identificare la tipologia e la numerosità dei concorrenti e, se possibile, la quota di mercato da essi detenuta (ricordarsi che oltre ai concorrenti diretti ne possono esistere anche di tipo indiretto).
- B. Individuare quali prodotti/servizi offrono i concorrenti (anche quelli sostitutivi/alternativi a quelli proposti nel presente progetto d'impresa).
- C. Valutare quali sono i punti di forza e di debolezza della concorrenza.

Politica di prezzo

- A. Indicare la fascia di prezzo su cui verrà posizionato il prodotto/servizio offerto e motivare la scelta (allineamento con i prezzi dei concorrenti, opzione per una fascia di prezzo alta, politica aggressiva con prezzi molto bassi).

Clienti, modalità di promozione e canali commerciali

Clienti

- A. Identificazione della tipologia dei clienti: si tratta di consumatori finali (Business to Consumer) e/o di intermediari (Business to Business).
- B. Nel caso di clienti "consumatori finali" specificare: il profilo (età, reddito, formazione, area geografica, abitudini di consumo, ecc.), la numerosità, le motivazioni all'acquisto (bisogno, status, ecc.).

- C. Nel caso di clienti “business”: specificare se sono imprese private o enti pubblici, il numero e la dimensione, l’area geografica in cui operano, la frequenza di acquisto, la consistenza media degli ordini, le caratteristiche ricercate nel prodotto (qualità, affidabilità, prezzo, assistenza e servizi collaterali, consegna, ecc.).
- D. Specificare se si sono già stabiliti relazioni/accordi con possibili clienti.

Modalità di promozione e scelte strategiche

- A. Illustrare come l’impresa intende farsi conoscere: creazione di un marchio/logo, pubblicità (depliant, affissioni, radio, social, ecc.), sito internet, banner, stampa specialistica, partecipazioni a convegni/fiere di settore, direct mailing, sponsor di eventi, ecc..
- B. Indicare come verranno presentati i prodotti/servizi: catalogo (cartaceo/on line, ecc.), book presentazione lavori svolti, ecc.
- C. Quantificare l’investimento in pubblicità (che dovrà essere coerente con quanto indicato nella parte economica).
- D. Indicare se si utilizzerà forza vendita interna o rete di agenti, distributori ecc.
- E. Dettagliare le modalità con cui verranno contattati i clienti: telemarketing, visite dirette presso l’azienda, mailing mirato, organizzazione di meeting, partecipazione ad eventi di settore, ecc.

Analisi SWOT

Analizzare:

- A. Punti di forza dell’iniziativa imprenditoriale.
- B. Punti di debolezza dell’iniziativa imprenditoriale.
- C. Opportunità di mercato e del settore di riferimento.
- D. Minacce di mercato e del settore di riferimento.

7

Nel caso di trasmissione d’impresa evidenziare vantaggi e svantaggi nel subentrare in attività già in essere.

3. SEZIONE ECONOMICO FINANZIARIA

La sezione economico-finanziaria è da elaborare attraverso l'utilizzazione dell'apposito Tool su cartella elettronica volto a uniformare e facilitare la compilazione degli elaborati; la compilazione, secondo le regole di una "buona diligenza pianificatoria", si basa sulle indicazioni di compilazione introduttive presenti nel Tool medesimo.

3.1 NOTE METODOLOGICHE

3.1.1 Previsione e analisi dei ricavi

Indicare come è determinato il volume d'affari che s'intende realizzare per tutti gli anni in cui si effettua la previsione:

- quante tipologie di prodotti/servizi si sono individuate, con quali criteri sono state raggruppate, quanto pesano rispetto al fatturato complessivo;
- cosa fa variare il fatturato all'interno dell'anno (stagionalità) e da un anno all'altro;
- quando viene saturata la capacità produttiva (in termini di ore delle risorse umane, di impianti e macchinari, ecc.);
- quali sono i tempi di dilazione concessi ai clienti.

La tabella prevista per la descrizione delle previsioni di ricavo (**inserita nella sezione 3.2**) ha la forma di seguito rappresentata.

RICAVI				
Esercizio 1				
Prodotto/Servizio	Quantità	Prezzo unitario medio	Ricavi	Incidenza %
				-
				-
				-
Totale Fatturato Esercizio 1				-
Aliquota IVA sulle vendite (media se non unica)				
Giorni di dilazione media sulle vendite				
Totale Fatturato Esercizio 1				
Totale Fatturato Esercizio 2				
Totale Fatturato Esercizio 3				

Nel caso in cui oggetto e natura delle previsioni richiedessero una rappresentazione diversa il pianificatore potrà utilmente rappresentarle nelle Note Metodologiche. In questo ultimo caso potrà inserire nella tabella di input del Tool relativa ai ricavi il dato finale di ciascun esercizio come si trattasse di un unico prodotto il cui prezzo è dato dal totale dei ricavi dell'esercizio (si veda l'esempio seguente).

Prodotto/Servizio	Quantità	Prezzo unitario
Si veda dettaglio nelle note metodologiche	1,00	Ricavi totali

3.1.2 Previsione e analisi dei costi fissi e variabili

Indicare separatamente i costi di struttura (slegati dal volume di produzione/vendita) e quelli variabili (strettamente legati al volume di produzione/vendita) commentando quelli più consistenti.

Costi fissi

In relazione ai costi fissi si devono fornire sommarie indicazioni sull'assetto organizzativo dato alle strutture di produzione, vendita e di servizio necessarie all'impresa. La tabella prevista per la descrizione delle previsioni dei costi fissi (**inserita nella sezione 3.2**) ha la forma di seguito rappresentata.

COSTI VARIABILI Esercizio 1									
PRODOTTI/SERVIZI/ COMMESSE	PUM	MP	MC	LE	SB	ACV	COSTO VARIABILE UNITARIO	Quantità prodotte	TOTALE COSTI VARIABILI
Si veda dettaglio nelle note metodologiche	-						-	-	-

Fonti di finanziamento

Individuare il fabbisogno finanziario dell'impresa, specificando le modalità con cui verrà coperto ed in particolare:

- capitale proprio dell'imprenditore/soci;
- ricorso a finanziamento infruttifero soci o a prestiti sociali;
- ricorso a finanziamenti a medio-lungo termine, specificando la durata del prestito e il relativo tasso di interesse;
- ricorso a finanziamenti a breve termine, specificandone la tipologia.

3.1.4 Analisi equilibrio economico finanziario

- A. Analisi dell'equilibrio finanziario da cui risulti la completa copertura delle immobilizzazioni con capitale proprio e debiti a medio-lungo termine;
- B. Analisi dell'equilibrio economico da cui risulti che il fatturato è superiore ai costi (compresa la remunerazione dell'imprenditore).

L'equilibrio economico non è necessariamente raggiunto nel primo anno, in questo caso è necessario effettuare un'analisi che evidenzi a che punto della vita dell'impresa si verificherà il pareggio economico.

3.2 . ELABORATI ECONOMICI, PATRIMONIALI E FINANZIARI

4. ALLEGATI

4.1 Curriculum dell'imprenditore/soci in formato Europass, datato, sottoscritto dall'interessato e completo di autorizzazione al trattamento dei dati personali

4.2 Attestati di formazione e di competenza

4.3 Documentazione fotografica (eventuale);

4.4 Ogni altra documentazione utile a completare il progetto