



fondo
sociale europeo

**POR FSE 2014-2020 - ASSE 1 OCCUPAZIONE
PRIORITÀ 8I, OB. SPECIFICO 1 AZIONE 2**

**PROGRAMMA MIP – METTERSI IN PROPRIO
BUSINESS PLAN**

PROGETTO D'IMPRESA

AREA TERRITORIALE RIFERIMENTO

SOGGETTO ATTUATORE

ASPIRANTE IMPRENDITRICE/TORE (NOME COGNOME)

FIRMA _____

ASPIRANTE IMPRENDITRICE/TORE IN RAPPRESENTANZA DI GRUPPO – IMPRESA
COLLETTIVA (NOME COGNOME)

FIRMA _____

TUTOR (NOME COGNOME)

FIRMA _____

Luogo e data

DATA DI VALIDAZIONE DEL BUSINESS PLAN _____

SOMMARIO

1. SCHEDA DI SINTESI DEL PROGETTO

2. SEZIONE DESCRITTIVA

- 2.1 PRESENTAZIONE DELL'IDEA IMPRENDITORIALE**
- 2.2 PROFILO DELL'ASPIRANTE IMPRENDITORE/SOCI**
- 2.3 LA STRUTTURA DELL'IMPRESA**
- 2.4 DESCRIZIONE DEI PRODOTTI E SERVIZI OFFERTI E COMPATIBILITA' CON IL MERCATO DI RIFERIMENTO**
- 2.5 ANALISI DI MERCATO E PIANO DI MARKETING**

3. SEZIONE ECONOMICO FINANZIARIA

- 3.1 PREVISIONE E ANALISI DEI RICAVI**
- 3.2 PREVISIONE E ANALISI DEI COSTI FISSI E VARIABILI**
- 3.3 PREVISIONE DEGLI INVESTIMENTI, FABBISOGNO FINANZIARIO E RISORSE NECESSARIE**
- 3.4 ANALISI EQUILIBRIO ECONOMICO FINANZIARIO**

4. SINTESI ECONOMICA FINANZIARIA E PATRIMONIALE

- 4.1 CONTO ECONOMICO**
- 4.2 PIANO FINANZIARIO: SITUAZIONE FINANZIARIA PREVISIONALE AL TERMINE DEL PRIMO ANNO DI ESERCIZIO**
- 4.3 STATO PATRIMONIALE ATTIVO**
- 4.4 STATO PATRIMONIALE PASSIVO**

5. ALLEGATI

1. SCHEDA DI SINTESI DEL PROGETTO

Progetto d'impresa	
Attività Prevista	
Codice Ateco previsto	
Forma giuridica Prevista	
Titolare/soci	
Recapito telefonico	
Indirizzo e-mail	

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:

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

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.

2.2 Profilo dell'aspirante imprenditore/soci

Dati identificativi: nome e cognome, età, residenza/domicilio e codice fiscale.

- a) Percorsi formativi
- b) Esperienze lavorative

Spiegare come si è arrivati alla scelta di avviare un'impresa 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.)

Nota

Attenzione, questa scheda espone le caratteristiche dell'imprenditore o del singolo socio (in caso di impresa collettiva), pertanto nel caso delle società è necessario riprodurre tante schede per ogni componente della medesima; allegare per l'imprenditore e per ciascun socio il curriculum vitae preferibilmente 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 destinatarie di 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.
- Investimenti necessari al corretto funzionamento dell'impresa, se non individuati in altri parti del progetto.

D. 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.

E. 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).

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.).

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.

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 tradizionale (depliant, affissioni, radio, 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.

3. SEZIONE ECONOMICO FINANZIARIA

Proiezione dei flussi economici e finanziari presumibilmente generati dalla nuova impresa nel primo periodo di attività.

Analisi dei ricavi di vendita e dei costi di produzione presumibili che, rispettivamente, si conseguono e sostengono a fronte del programma di produzione/vendita ipotizzato. Per i costi l'analisi deve distinguere tra "Costi variabili di produzione e vendita" e "Costi fissi di struttura".

3.1 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.

DETTAGLIO RICAVI 1° ANNO DI ESERCIZIO

N°	Prodotti/servizi	Quantità	Prezzo unitario	FATTURATO	Incidenza %

Ipotizzare la crescita annua di fatturato per il 2° e 3° anno:

INCREMENTO FATTURATO	VALORI IMPUTATI
Fatturato complessivo anno 2	Euro
Fatturato complessivo anno 3	Euro

3.2 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. In relazione ai costi fissi si devono fornire indicazioni sull'assetto organizzativo dato alle strutture di produzione, vendita e di servizio necessarie all'impresa, indicando su quali basi sono previsti i volumi di vendita.

COSTI FISSI

DESCRIZIONE	ANNO 1		ANNO 2		ANNO 3	
	IMPORTO	%	IMPORTO	%	IMPORTO	%
Costo lavoro dipendente						
TOTALE COSTO LAVORO DIPENDENTE						
Costo lavoro parasubordinati						
TOTALE COSTO LAVORO PARASUBORDINATI						
Costo lavoro imprenditori/soci						
TOTALE LAVORO IMPRENDITORI/SOCI						
Spese legate al locale						

INVESTIMENTI

DESCRIZIONE	VALORE ACQUISTO			DURATA ANNI			AMMORTAMENTO		
	Anno 1	Anno 2	Anno 3	Anno 1	Anno 2	Anno 3	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Immobilizzazioni immateriali									
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI									
Costi di impianto e ampliamento									
Costituzione società/variazione									
TOTALE COSTI IMPIANTI E AMPLIAMENTO									
Impianti e macchinari									
TOTALE IMPIANTI E MACCHINARI									
Attrezzature industriali e commerciali									
TOTALE ATTREZZATURE INDUSTRIALI E COMMERCIALI									
Attrezzatura informatica									
TOTALE ATTREZZATURE INFORMATICHE									
Arredamento									
TOTALE ARREDAMENTO									
Altri immobilizzi materiali									
TOTALE ALTRI IMMOBILIZZI MATERIALI									
TOTALE INVESTIMENTI									

(La tabella è indicativa e potrà essere adattata a seconda della tipologia di impresa)

3.4 Analisi equilibrio economico e 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 e del capitale investito).
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.

4. SINTESI ECONOMICA FINANZIARIA E PATRIMONIALE

La sintesi economica, finanziaria e patrimoniale dell'iniziativa imprenditoriale è data:

- Dal **Conto Economico**, articolato in modo che evidenzi le grandezze chiave in cui si esprime il risultato d'impresa quali ad esempio: Ricavi Netti, Margine di Contribuzione, Margine Lordo e Netto.
- Da un **"Piano Finanziario"**, che indichi il fabbisogno, la provenienza, il costo e la durata dei mezzi finanziari che verranno impiegati.
- Dallo **Stato Patrimoniale** che indica le fonti da impiegare nel progetto.

Le tre componenti portanti del Business Plan – assetto organizzativo, dimensione economica e dimensione finanziaria – devono avere reciproca compatibilità e coerenza complessiva. Queste condizioni sono assicurate, sul piano formale, dal rispetto delle regole tecniche di funzionamento dei conti economico-finanziari e patrimoniali. Per la verifica immediata delle condizioni di equilibrio tra le componenti del Business Plan e di coerenza complessiva sono in uso Indicatori che consentono di formarsi con immediatezza un'idea dell'assetto di insieme dell'impresa. L'uso dei singoli indicatori può essere suggerito dalla tipologia di impresa.

4.1 Conto economico

DESCRIZIONE	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
+ RICAVI DELLE VENDITE			
- COSTI VARIABILI			
Materie prime/merci			
Materiale di consumo			
Lavorazioni esterne			
Provvigioni			
Altri costi variabili			
TOTALE COSTI VARIABILI			
= MARGINE DI CONTRIBUZIONE			
- COSTO PER SERVIZI, GODIMENTO BENI DI TERZI E COSTI DIVERSI DI GESTIONE			
Spese per locale			
Spese commerciali			
Spese amministrative			
Manutenzione beni			
Altri costi fissi			
TOTALE COSTI SERVIZI, GODIMENTO BENI DI TERZI E COSTI DIVERSI DI GESTIONE			
= VALORE AGGIUNTO			
- COSTO DEL LAVORO			
Costo lavoro dipendente			
Costo lavoro parasubordinati			
Costo lavoro imprenditore/soci			
TOTALE COSTI DEL LAVORO			
= MARGINE OPERATIVO LORDO			
- AMMORTAMENTI			
Ammortamenti beni immateriali			
Ammortamenti beni materiali			
TOTALE AMMORTAMENTO			
= MARGINE OPERATIVO NETTO			
AREA FINANZIARIA			
- ONERI FINANZIARI			
= RISULTATO ECONOMICO AL LORDO DELLE IMPOSTE			
- IMPOSTE SUL REDDITO			
= REDDITO DI ESERCIZIO			

4.2 Situazione finanziaria previsionale al termine del primo anno di esercizio

IMPIEGHI	IMPORTI
Immobilizzazioni (al costo di acquisto)	
Materiali	
Immateriali	
Finanziarie	
Crediti verso Clienti	
Rimanenze finali di magazzino	
Cassa e Banche Attive	
Eventuali altre Attività	
TOTALE IMPIEGHI	
FONTI	
Capitale sociale	
Risultato d'esercizio lordo	
Debiti verso fornitori	
Altri debiti verso banche	
Fondi di ammortamento	
Altri debiti e passività	
TOTALE FONTI	

4.3 Stato patrimoniale attivo

IMPIEGHI	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
IMMOBILIZZI NETTI			
Immobilizzazioni immateriali			
Immobilizzazioni materiali			
Finanziarie			
TOTALE IMMOBILIZZI NETTI			
ATTIVO CIRCOLANTE			
RIMANENZE			
Prodotti finiti			
Materie prime			
TOTALE RIMANENZE			
CREDITI A BREVE			
Crediti verso clienti			
Crediti verso Erario			
Altri crediti			
TOTALE CREDITI A BREVE			
DISPONIBILITA' LIQUIDE			
Titoli			
Banca			
C/c			
Cassa			
TOTALE LIQUIDITA'			
TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE			
TOTALE IMPIEGHI			

4.4 Stato patrimoniale passivo

FONTI	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
CAPITALE PROPRIO			
Capitale sociale			
Finanziamento soci			
Apporti in natura (bene apportati dai soci)			
Riserve			
Perdite esercizi precedenti			
Utile di esercizio			
Perdita di esercizio			
TOTALE CAPITALE PROPRIO			
PASSIVITA' CONSOLIDATE			
Debiti bancari a medio lungo			
TOTALE PASSIVITA' CONSOLIDATE			
PASSIVITA' CORRENTI			
Debiti bancari a breve			
Debiti verso fornitori			
Debiti verso Erario per imposte su reddito			
Altri debiti verso Erario e Istituto previdenziale			
Debiti per compenso dipendenti			
Altri debiti			
TOTALE PASSIVITA' CORRENTI			
TOTALE FONTI			

5. ALLEGATI

Inserire la documentazione utile a completare il progetto, ad esempio:

- curriculum dell'imprenditore/soci preferibilmente in formato Europass, sottoscritto dall'interessato;
- documentazione fotografica eventuale;
- planimetria del locale qualora disponibile;
- brevetti;
- articoli inerenti ricerche di mercato;
- altri schemi economici significativi.