

BUSINESS IDEA E BUSINESS PLAN

Università degli studi dell'INSUBRIA
Varese Como

ELEMENTI DI RIFERIMENTO PER LA FRUIZIONE

- ◉ Il documento che segue è stato scaricato da internet www3.unisubria.it
- ◉ La presentazione può essere molto utile per gli studenti che la possono utilizzare a livelli diversi di approfondimento e in relazione alle loro esigenze formative

LE PRINCIPALI CAUSE DI INSUCCESSO

- **Motivazioni personali insufficienti o economicamente non valide**
- **Incapacità di coalizzare un valido gruppo imprenditoriale**
- **Mancato coinvolgimento di collaboratori chiave**
- **Incapacità di realizzare alleanze strategiche**
- **Problemi tecnici sul prodotto**
- **Scarsa attenzione agli aspetti economico-finanziari**
- **Scarsa conoscenza del mercato e del comportamento di acquisto della clientela**
- **Sottovalutazione dei tempi necessari per l'introduzione del prodotto sul mercato**
- **Previsioni di vendita errate**
- **Sottovalutazione del fabbisogno finanziario, in particolare di quello generato dal capitale circolante**
- **Sottovalutazione dei problemi operativi**
- **Controllo finanziario e amministrativo inadeguato**

LA RICERCA DI UN'OPPORTUNITA'

Non si è ancora deciso la direzione da prendere. Si può cominciare a individuare possibili opportunità in modo più sistematico:

- ❖ **Prestando attenzione alle storie di successo**
- ❖ **Lavorando sui propri interessi**



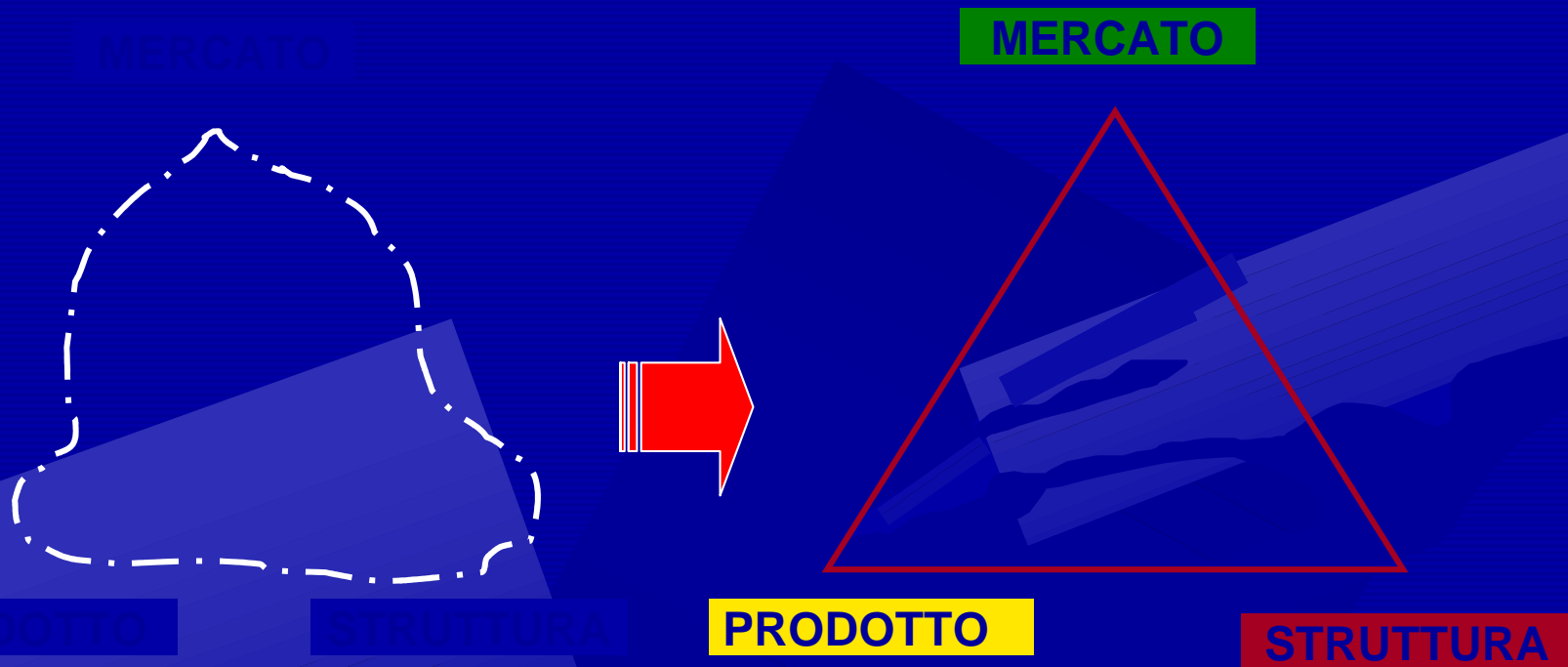
INNOVARE O IMITARE?

Una nuova impresa per avere successo non sempre deve basarsi su idee innovative ed originali anche se la capacità di innovare dà a qualsiasi impresa una marcia in più rispetto alla concorrenza.

LE FONTI DI OPPORTUNITÀ INNOVATIVE

- ❑ L'evoluzione scientifica e tecnologica
- ❑ L'evoluzione demografica e sociale
- ❑ L'evoluzione in atto nelle risorse naturali e ambientali
- ❑ Gli “anelli mancanti”

DALL'IDEA ALLA MISSION



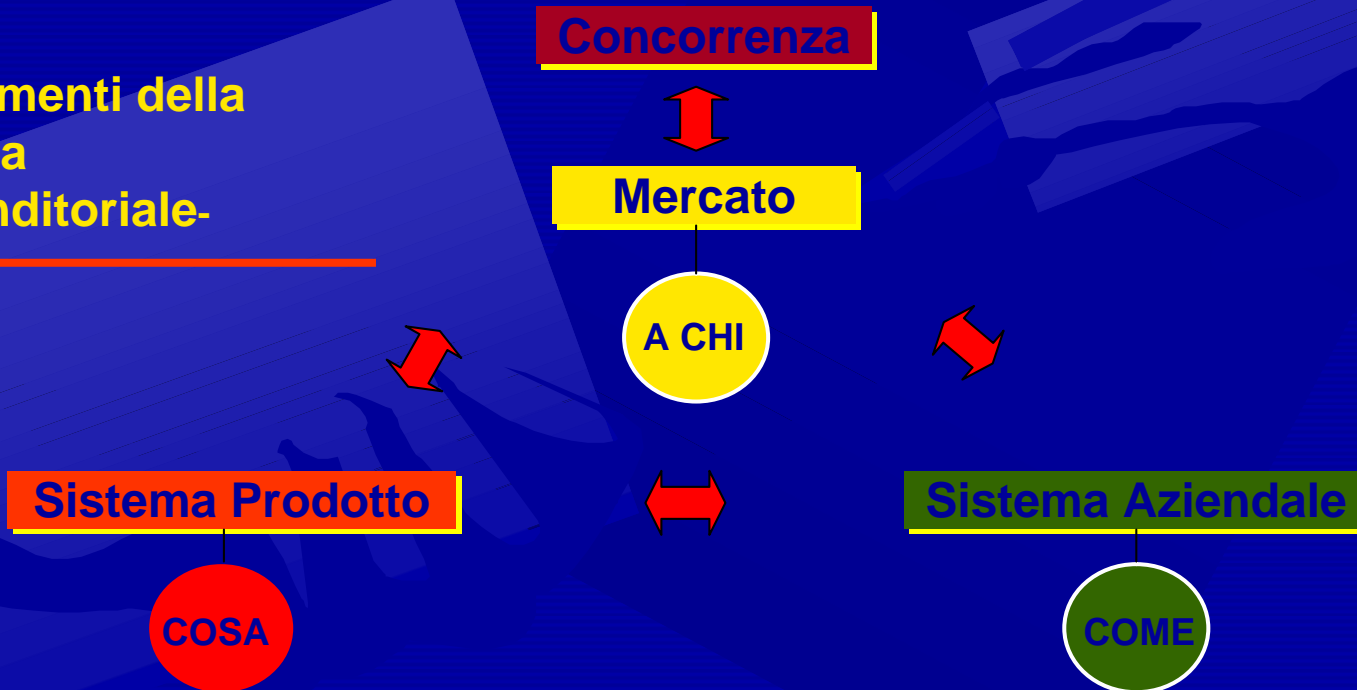
Dalla vision..... alla **Formula imprenditoriale**

LA FORMULA IMPRENDITORIALE

IMPORTANTE!

Per realizzare un progetto d'impresa che possa sperare di avere successo è indispensabile mettere a punto la formula imprenditoriale che sappia mettere insieme con coerenza: quello che intendete offrire (il sistema di prodotto/servizio), a chi lo volete offrire (il mercato prescelto) le modalità per offrirlo (la struttura aziendale).

Gli elementi della formula imprenditoriale-



LA FORMULA IMPRENDITORIALE : IL SISTEMA PRODOTTO

- ☐ **Caratteristiche materiali del prodotto o servizio (qualità intrinseca, livello tecnologico, affidabilità)**
- ☐ **Gamma dei prodotti o servizi offerti**
- ☐ **Livello e modalità di applicazione del prezzo**
- ☐ **Elementi immateriali (prestigio, eleganza, sicurezza)**
- ☐ **Servizi collaterali (tempi di consegna, assistenza pre e post-vendita, altri servizi periferici)**
- ☐ **Tempi e modalità di pagamento**
- ☐ **Condizioni di trasporto**
- ☐ **Garanzie e assicurazioni**

LA FORMULA IMPRENDITORIALE : IL MERCATO

☐ Dimensioni del **MERCATO**: né troppo ampio né troppo ristretto

☐ La quota di **MERCATO**

☐ **MERCATO** e concorrenza

LA FORMULA IMPRENDITORIALE : LA STRUTTURA

☐ Elementi materiali (immobili, macchinari e impianti, automezzi ecc...)

☐ Risorse finanziarie

☐ Variabili organizzative

☐ Competenze e conoscenze

☐ Risorse umane e clima aziendale

☐ Immagine aziendale

☐ Legami con altre imprese

LA STRATEGIA SOCIALE

- ☐ I lavoratori e le loro associazioni
- ☐ I conferenti capitali di prestito e capitale proprio
- ☐ Le associazioni ecologiste
- ☐ Le associazioni dei consumatori
- ☐ Le associazioni religiose
- ☐ I partiti politici
- ☐ Gli enti pubblici
- ☐ La collettività in genere

I FATTORI DELL'AMBIENTE GENERALE

Fattori economici	Fattori sociali	Fattori politici	Fattori normativi	Fattori tecnologici	Fattori fisici	Fattori culturali	Fattori religiosi
Livello Sviluppo economico Prodotto Nazionale Lordo Reddito pro-capite Politica fiscale Inflazione Tassi di interesse Costo del Lavoro	Popolazione Costumi Gruppi sociali Status symbol	Forma di governo Ideologia politica Stabilità di governo Forza dei gruppi di opposizione Clima politico e sindacale Politica estera	Giurisprudenza Efficacia del sistema legale Trattati internazionali Normativa nazionale Normativa regionale	Innovazione di processo Innovazione di prodotto Innovazione Organizzativa	Livello di infrastrutture Risorse naturali Clima	Valori e credenze Linguaggio Sviluppo reti bibliotech e Presenza Circoli culturali	Credenze religiose

GLI ELEMENTI DELL'AMBIENTE INTERNO

Organizzazione	Personale	Marketing	Produzione	Finanza
<ul style="list-style-type: none"> • Rete di comunicazione • Struttura organizzativa • Esempi di successo • Gerarchia degli obiettivi • Politiche, procedure e ruoli • Abilità dei manager 	<ul style="list-style-type: none"> • Relazioni industriali • Criteri di selezione • Programmi di formazione • Sistema di valutazione • Sistema premiante • Turnover e assenteismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentazione • Prezzo • Prodotto • Promozione • Distribuzione 	<ul style="list-style-type: none"> • Layout impianti • Ricerca e sviluppo • Livello tecnologico • Selezione dei materiali • Controllo delle scorte • Utilizzo dei subfornitori 	<ul style="list-style-type: none"> • Liquidità • Profittabilità • Turnover dei capitali • Opportunità di investimento

I CONTENUTI DELLA BUSINESS IDEA

- ❑ **Prodotto/Servizio offerto:** ciò che la nuova iniziativa intende offrire ai propri clienti
- ❑ **Mercato servito:** tipologia di clienti della nuova impresa (segmenti ed aree geografiche)
- ❑ **Tecnologia:** soluzione tecnologica ritenuta più adeguata alla produzione di un bene o alla erogazione del servizio
- ❑ **Obiettivi e filosofia aziendale:** valori e finalità che muovono i promotori verso la creazione della nuova impresa
- ❑ **Immagine aziendale:** messaggio che l'azienda vuole trasmettere al mercato

PERCORSO LOGICO DALL'IDEA AL BUSINESS PLAN

IDEA



PRE-VERIFICA INFORMALE

NO

STOP

SI

ANALISI DEL
SETTORE

DEFINIZIONE
BUSINESS IDEA

CONFIGURAZIONE DEL
PRODOTTO SERVIZIO

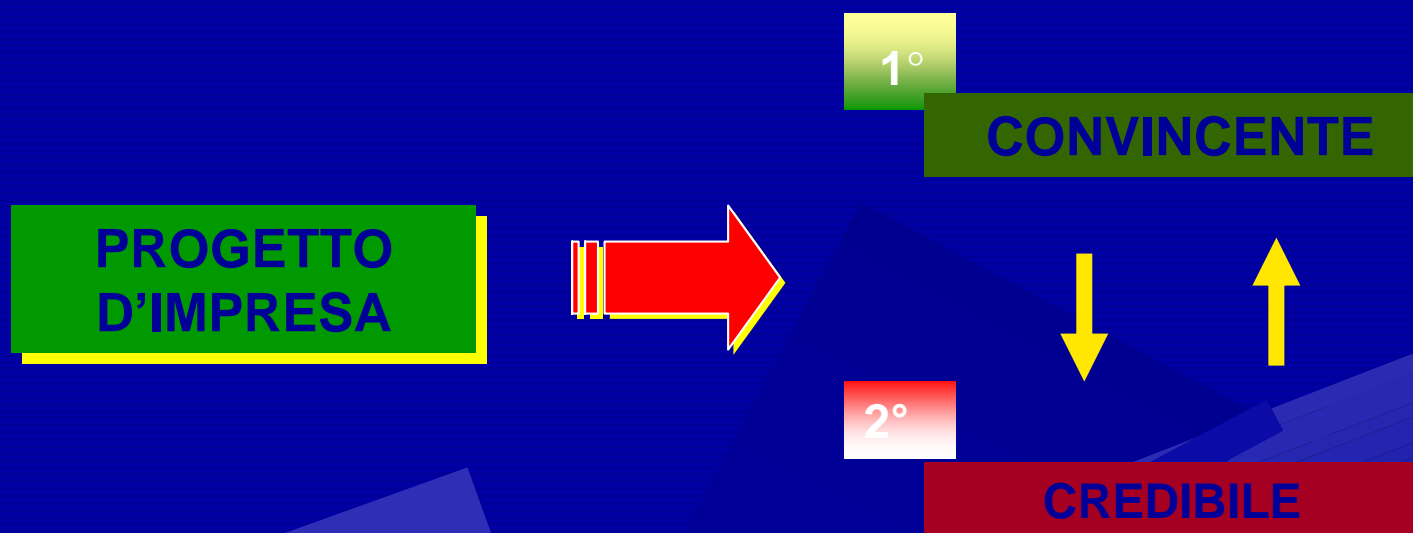
BUSINESS
PLAN



IL BUSINESS PLAN

- ➡ Il Business Plan (definito anche “Studio di fattibilità” o “Piano strategico d’impresa”) rappresenta lo strumento operativo necessario per presentare in maniera organica ed efficace un’idea imprenditoriale, al fine di pianificarla, analizzarla nei suoi punti critici e valutarla in tutte le possibili ricadute.
- ➡ E’ un documento di programmazione da sottoporre ai potenziali soci per convincerli a finanziare l’iniziativa o agli istituti di credito per avviare un rapporto.
- ➡ Come tale la sua stesura deve configurarsi come un processo iterativo che richiede nel tempo una revisione del documento ed un continuo aggiornamento delle strategie adottate.
- ➡ Un Business Plan efficace deve convincere il potenziale investitore che si è individuato un prodotto/servizio ad alto potenziale e che il gruppo imprenditoriale possiede le capacità manageriali necessarie per sviluppare l’iniziativa.

IL PROGETTO D'IMPRESA O BUSINESS PLAN



1. Convincere noi stessi della validità dell'iniziativa
2. Essere credibili nei confronti di eventuali finanziatori

DEVE CONTENERE DATI OGGETTIVI

UTILIZZI DEL BUSINESS PLAN

In generale i vantaggi derivanti dalla formulazione di un business plan possono essere esaminati da due punti di vista:

1. Punto di vista dell'imprenditore
2. Punto di vista del finanziatore

- Nel primo caso consente di valutare ex ante gli effetti delle possibili scelte alternative, nonché di quantificare le risorse umane e finanziarie necessarie per lo sviluppo dell'iniziativa.
- Nel secondo caso è la principale fonte di informazioni su cui basare le decisioni di investimento.
- Ad attività avviata è anche un primo strumento di verifica gestionale in quanto consente di valutare i risultati dell'impresa nel tempo, e di apportare, sulla base degli scostamenti rilevati, le conseguenti azioni correttive.

STRUTTURA DEL BUSINESS PLAN

- ☐ Sintesi del progetto imprenditoriale
- ☐ L'impresa
- ☐ Il gruppo imprenditoriale e le posizioni chiave
- ☐ La formula imprenditoriale
- ☐ Il Mercato di sbocco
- ☐ La concorrenza
- ☐ I Mercati di approvvigionamento
- ☐ Il Prodotto/Servizio
- ☐ La commercializzazione
- ☐ Il Patrimonio tecnico-industriale
- ☐ Aspetti organizzativi
- ☐ Il Network
- ☐ Le proiezioni economico – finanziarie
- ☐ I rapporti con il destinatario del Business Plan
- ☐ Allegati

PERCORSO ITERATIVO DEL BUSINESS PLAN



IL BUSINESS PLAN : L'IDEA

IDEA

**PRODOTT
SERVIZIO**

CLIENTELA

**SETTORE
ECONOMICO**

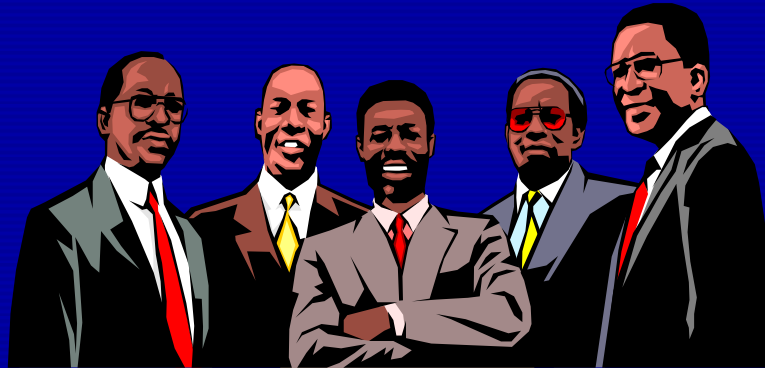
Vengono esaminati tre aspetti:

1. L'Idea

2. La compagine sociale

3. I requisiti di accoglibilità

IL BUSINESS PLAN : LA COMPAGINE SOCIALE



COMPETENZE

Il livello di scolarità e/o le esperienze lavorative dei promotori debbono coprire:

- L'area commerciale e di MKT
- L'area tecnico-produttiva
- L'area amministrativa

MOTIVAZIONI

- Desiderio di raggiungere il benessere economico e di affermare se stessi
- Predilezione per attività che assicurino risultati tangibili
- La necessità di trovare uno sbocco lavorativo
- Bisogno di autonomia
- Fiducia nelle proprie capacità di controllare gli eventi esterni
- Capacità di leadership
- La conoscenza del processo produttivo
- L'opportunità del mercato

IL BUSINESS PLAN : IDEA COMPAGINE



IDEA OK
COMPAGINE OK
REQUISITI OK

Si
prosegue
nel
percorso



Nel caso di:



Carenza di competenze della compagine

Rafforzamento della sua struttura.

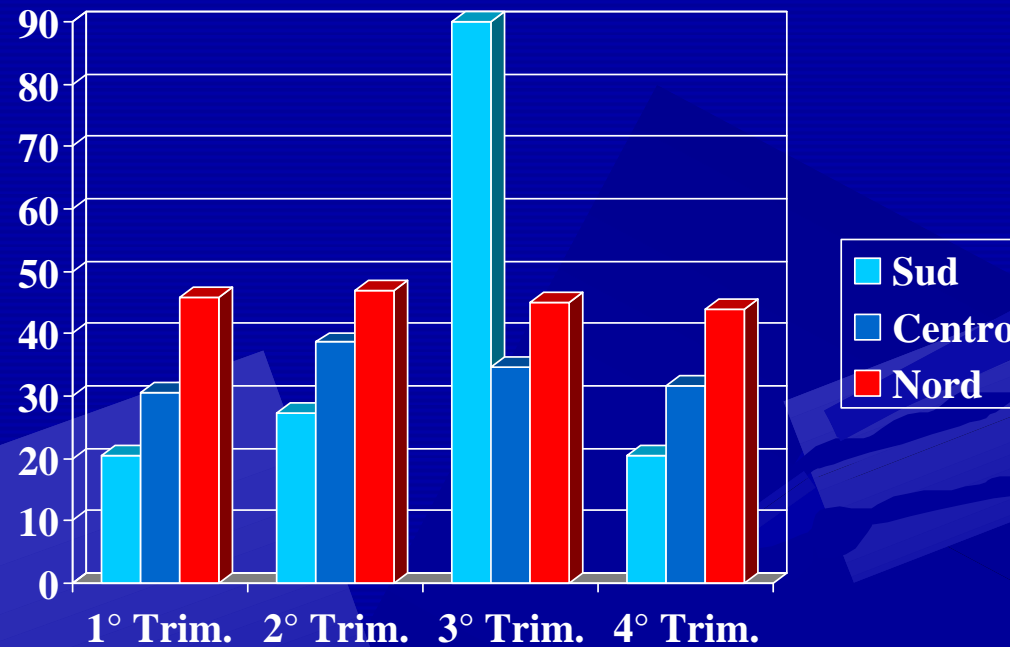


Non rispondenza dei requisiti di accoglibilità per la fonte di finanziamento prescelta

Rivedere la linea strategica dell'iniziativa attraverso la modifica di alcuni aspetti dell'idea di partenza oppure trovare altre fonti di finanziamento.

IL BUSINESS PLAN : IL MERCATO

FATTURATO



E' necessario definire:

- ☐ La gamma dei prodotti /servizi
- ☐ Il Mercato in cui si intende operare e la sua quantificazione
- ☐ La struttura commerciale e le relative attività promozionali

IL BUSINESS PLAN : IL MERCATO

COSA PRODURRÒ

DOVE LO VENDERÒ

PERCHÉ LO VENDERÒ

A CHI LO VENDERÒ



CON CHI MI CONFRONTERÒ

COME LO VENDERÒ

A QUANTO LO VENDERÒ

IL BUSINESS PLAN : IL MERCATO

- Cosa produrrò? (Descrizione del prodotto: tecnologia, innovazione, qualità, applicazioni e funzione d'uso, esigenze che soddisfa, fase del ciclo di vita).
- Dove lo venderò? (Aree geografiche).
- A chi lo venderò? (Destinatari finali, gruppi di clienti e loro tipologia)
- Come lo venderò? (Pubblicità, promozione, distribuzione)
- A quanto lo venderò? (Scelte strategiche per la determinazione del prezzo finale: prezzi orientati al mercato, ai costi o alla concorrenza).
- Con chi mi confronterò? (Analisi dell'offerta: chi sono i concorrenti, quanti sono, dove sono localizzati, le loro caratteristiche, andamento delle loro attività, loro strategia di promozione, pubblicità, distribuzione e prezzo).
- Perché lo venderò? (Descrivere i vantaggi competitivi: cosa offro di più e di diverso rispetto alla concorrenza).

IL BUSINESS PLAN : IL MERCATO – CLASSIFICAZIONE DEI BENI

Prodotti/Servizi

Beni industriali/Beni di consumo

Beni di consumo immediato/Beni durevoli

Commodities/ Beni differenziabili

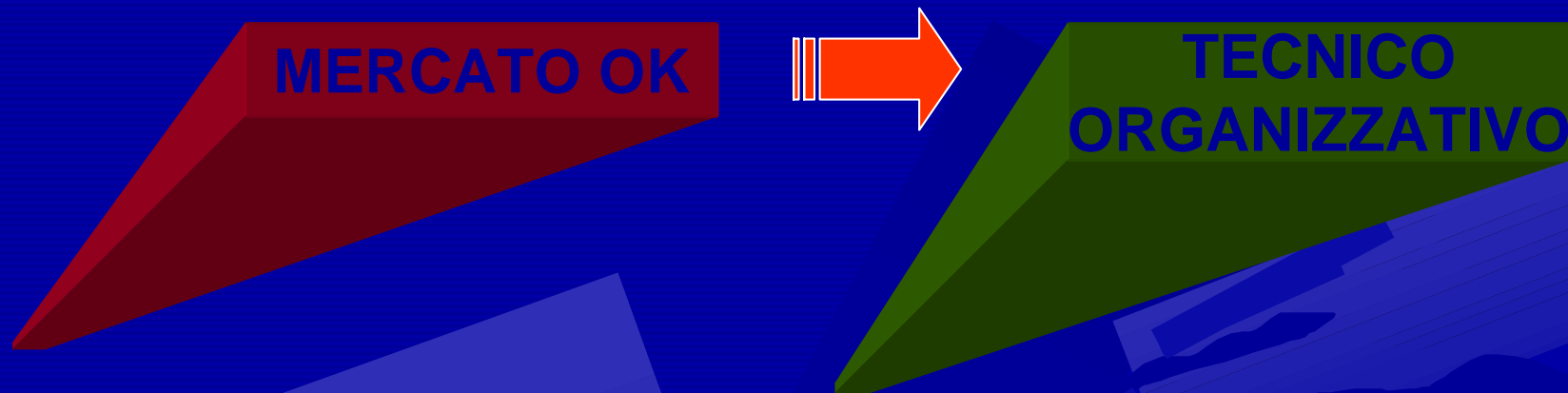
Beni di lusso/ Beni di prima necessità

Beni soggetti/non soggetti alla moda

Beni di recente introduzione/Beni maturi

Beni a consumo costante/Beni stagionali

IL BUSINESS PLAN : IL MERCATO



Nel caso contrario possono esserci delle carenze che richiedono opportune azioni correttive.

Le carenze possono essere di due tipi:

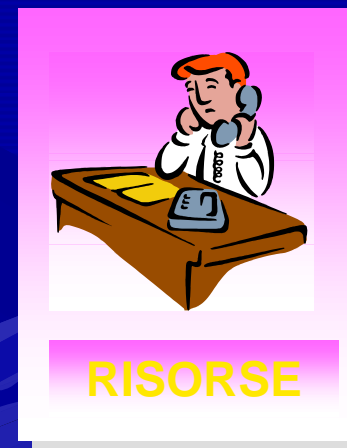
- 1. Carenze legate ai dati provenienti dalla ricerca di mercato**
- 2. Carenze legate alle competenze necessarie per vendere il prodotto.**

OBIETTIVI:

Dimensionamento



Proporzionamento

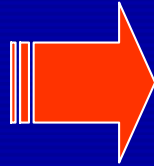


Per realizzare tali obiettivi è necessario rispondere alla seguente serie di domande:

- Quali saranno le mie strategie produttive?
- Quale sarà il ciclo produttivo?
- Quale sarà l'organizzazione della mia azienda?
- A quali costi produrrò?
- Quale sarà il margine che rimarrà?

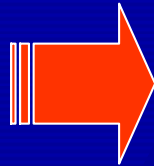
IL BUSINESS PLAN : ASPETTI TECNICO - ORGANIZZATIVI

FLOW CHART



MATERIALI TEMPI

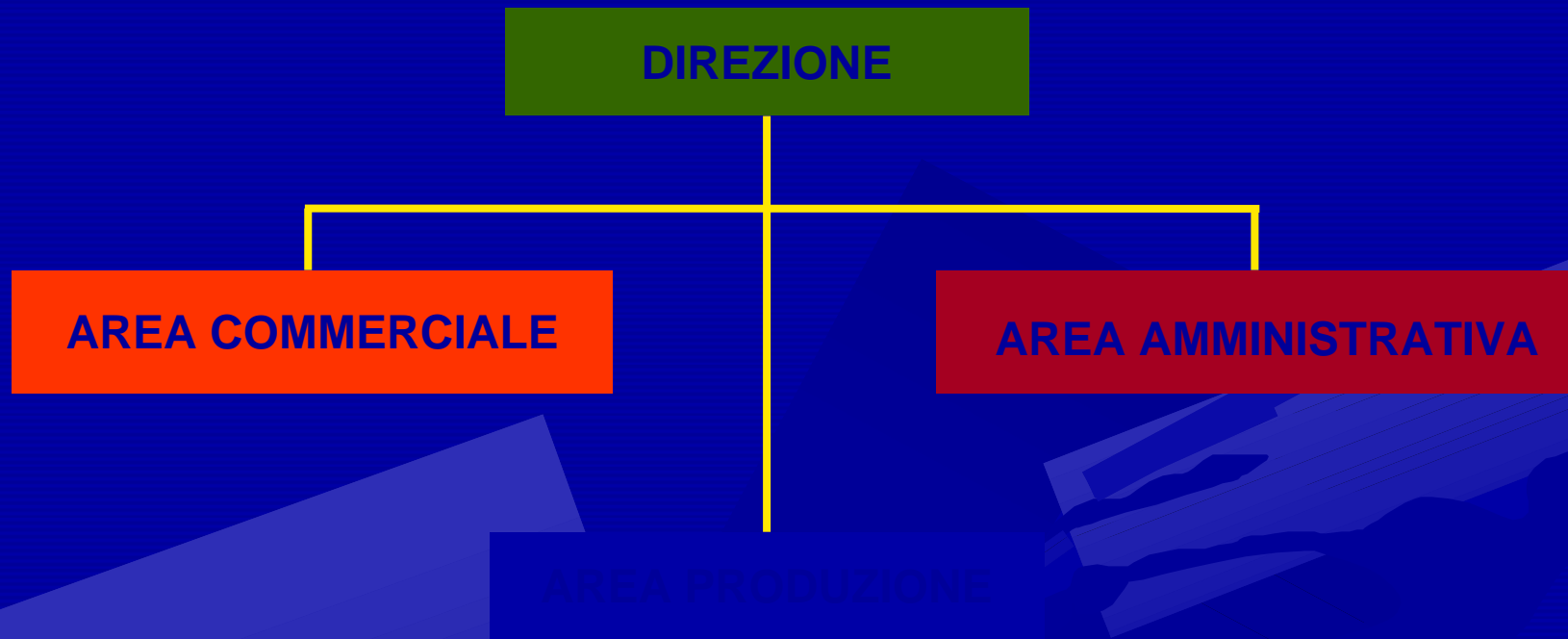
LAY OUT



AMBIENTI MEZZI

- Definizione strategia produttiva: make or buy
- Definizione processo produttivo
- Dislocazione ottimale dei mezzi di lavoro

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI TECNICO - ORGANIZZATIVI



L'organizzazione dell'azienda richiederà un'attenta analisi dello organigramma funzionale, per determinare le risorse sia interne che esterne del sistema aziendale riguardanti le aree:

▪ **Commerciale**

▪ **Tecnico-produttiva**

▪ **Amministrativa**

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI TECNICO - ORGANIZZATIVI

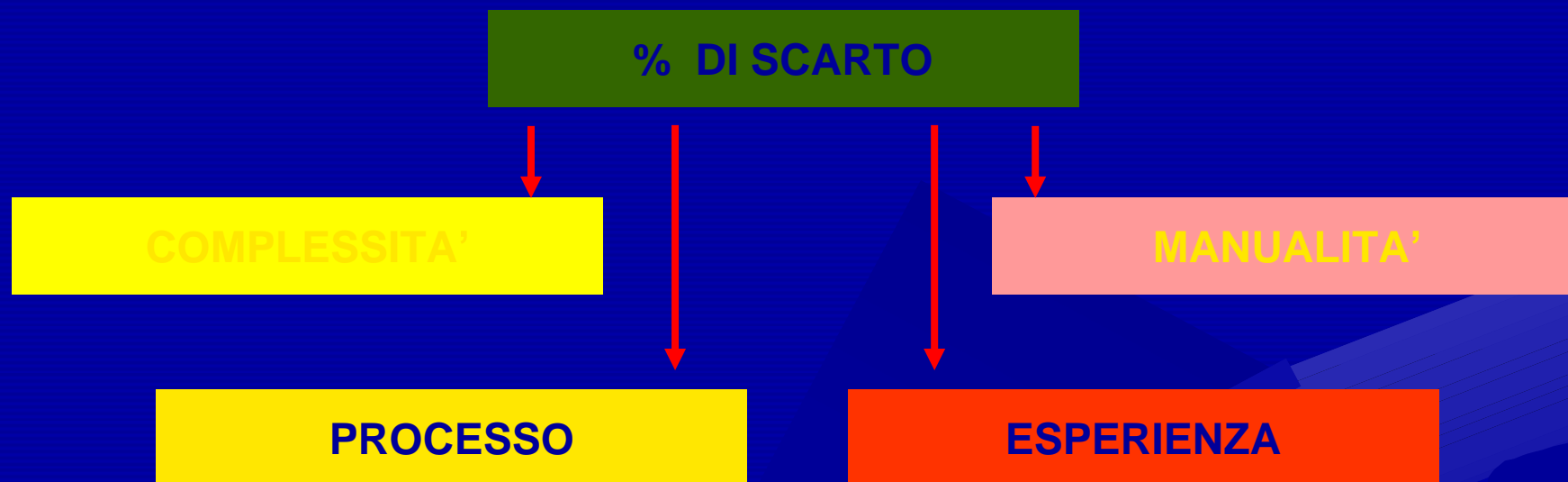


Costi di Produzione:

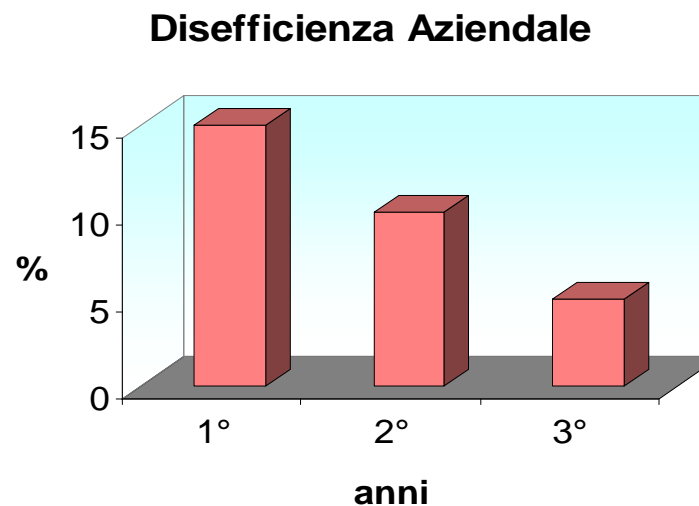
- Quantificare manodopera diretta e indiretta
- Quantificare gli oneri industriali, cioè tutti quei costi aziendali non univocamente addebitabili al singolo prodotto, ripartendoli proporzionalmente su tutta la gamma dei prodotti
- Individuare materiali diretti e indiretti

Identificati i costi di produzione noto il prezzo di vendita avremo il **MARGINE** di ciascun prodotto o servizio, che dovrà avere valore positivo, in modo da coprire anche quei costi esterni al processo produttivo, in questa fase non ancora calcolati (oneri finanziari, ecc.).

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI TECNICO - ORGANIZZATIVI



Occorrerà tener presente che la produttività della manodopera sarà legata all'esperienza acquisita; sarà perciò opportuno stimare una percentuale di disefficienza, tipica dell'avviamento di una nuova attività produttiva.



CARENZE

MARGINE

COMPETENZE

Margine non soddisfacente:

1. Costi del prodotto elevati a causa di:

- volumi di produzione troppo bassi – Attività: Prevedere un incremento di produzione attraverso ulteriore verifica dati sul Mercato.
- inadeguato dimensionamento mezzi e proporzionamento delle risorse – Attività: Rivedere il processo produttivo per contenere i costi. Revisione dati Tecnico - Organizzativi

2. Prezzi di vendita non remunerativi (corretto dimensionamento dei mezzi e delle risorse). Attività: Verifica dati Mercato

Carenti competenze tecnico-organizzative- Attività: rafforzare la compagine sociale

**TECNICO
ORGANIZZATIVO**



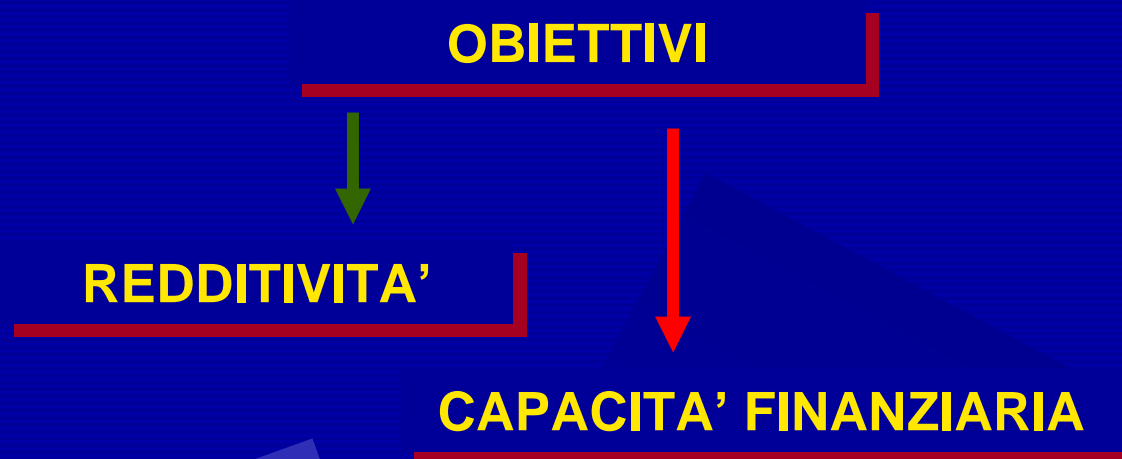
**ECONOMICO
FINANZIARIO**

Si passa al successivo capitolo dopo aver eliminato le carenze rilevate, quantificato correttamente:

- ☐ **i costi di produzione**
- ☐ **gli investimenti necessari**
- ☐ **le risorse umane con i loro profili professionali**

e convalidato il fatturato precedentemente definito nel capitolo del mercato.

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI ECONOMICO - FINANZIARI



La valutazione economico – finanziaria verifica:

- **La redditività dell'iniziativa**
- **La capacità di sostenerla dal punto di vista finanziario**

E' necessario redigere i seguenti documenti:

- **Conto economico previsionale per una serie di anni**
- **Situazione patrimoniale previsionale per una serie di anni**
- **Prospetto del flusso di cassa previsionale per una serie di anni**

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI ECONOMICO – FINANZIARI – Predisposizione del Piano Economico-finanziario Diagramma di flusso

DATI ED IPOTESI DI INPUT

Piani operativi
di 1° livello:

- Piano di MKT
- Piano di produzione

Piani operativi
di 2° livello:

- Piano degli investimenti
- Piano del personale

MODULI DI CALCOLO

✓ Analisi degli
investimenti

✓ Costo del
personale

✓ Ricavi/Costi
operativi

✓ Oneri
finanziari

✓ Imposte e
tasse

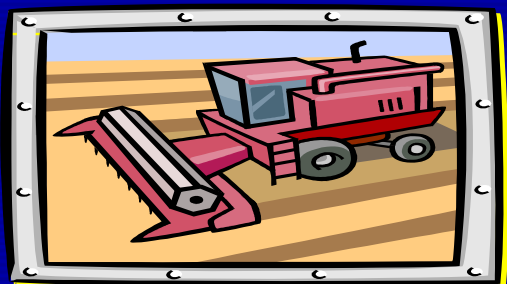
ELABORATI DI OUTPUT

✓ Conto
Economico

✓ Stato
patrimoniale

✓ Flussi di
cassa

✓ Indici di
redditività



STATO PATRIMONIALE

31 Dicembre

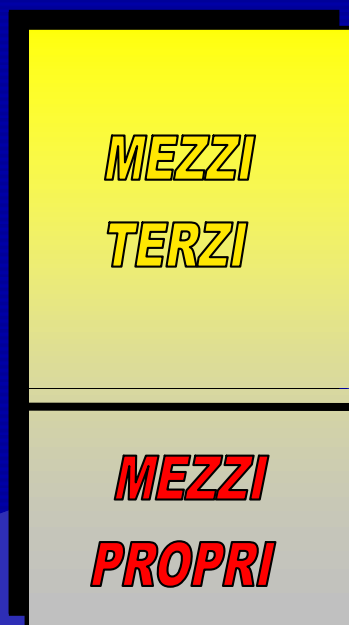
Lo Stato patrimoniale è la fotografia dell'azienda ad una certa data. Riflette le decisioni di investimento e di finanziamento. E' costituito da due sezioni:

1. ATTIVITÀ, tutto quanto l'azienda possiede ad una certa data di riferimento (**Immobilizzazioni, magazzino e crediti, cassa e banca**). Indicano come sono stati investiti i capitali dell'azienda.
2. PASSIVITA', rappresentano i mezzi necessari per possedere i beni riportati nelle attività (**Mezzi di terzi, Mezzi propri**). Indicano le fonti di finanziamento dell'azienda.

Le immobilizzazioni sono beni destinati a permanere in azienda per più esercizi. Possono essere: **tecniche** (terreni, fabbricati, impianti, macchinari, attrezzature); **immateriali** (brevetti, marchi); **finanziarie** (partecipazioni finanziarie in altre attività)

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI ECONOMICO - FINANZIARI

PASSIVITA'



E' necessario che ci sia un giusto equilibrio tra mezzi propri e mezzi di terzi per evitare:

- Proprietà azienda nelle mani dei finanziatori esterni
- Oneri finanziari elevati, quindi ulteriori costi

Verificare la capacità di sostenere finanziariamente l'iniziativa significa accertare che l'insieme dei mezzi propri e dei mezzi di terzi coprano le attività, fermo restando un giusto equilibrio tra questi elementi.

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI ECONOMICO - FINANZIARI

STATO PATRIMONIALE

ATTIVITA'	PASSIVITA'
<ul style="list-style-type: none">•Terreni•Fabbricati•Impianti, Macchinari, Attrezzature•Giacenze M.P.•Giacenze S.L.•Giacenze P.F.•Crediti verso clienti•Banche attive•Cassa	<ul style="list-style-type: none">•Capitale sociale•Riserve•Fondo Ammortamento•Fondo Indennità licenziamento•Fondo imposte e tasse•Mutuo Sviluppo Italia•Debiti verso fornitori•Banche passive•Utile
Totale Attività	Totale Passività

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI ECONOMICO - FINANZIARI

CONTO ECONOMICO – Esercizio 200.

COSTI	RICAVI
<ul style="list-style-type: none">•Materie Prime•Personale•Spese generali industriali•Spese generali amministrativi•Spese generali commerciali•Interessi passivi•Imposte e tasse•Ammortamenti	Ricavi Netti
<ul style="list-style-type: none">•Totale costi•Utile•TOTALE	TOTALE

Il conto economico descrive i **COSTI** sostenuti ed i **RICAVI** conseguiti imputabili all'esercizio, mettendo in evidenza il **RISULTATO ECONOMICO**.
E' rappresentato da due sezioni:

• **Costi**

• **Ricavi**

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI ECONOMICO - FINANZIARI

COSTI

FISSI

- Restano costanti al variare del **Volume di Produzione**
- Sono costi della struttura aziendale
- Non dipendono dalle decisioni *attuali* dell'imprenditore in quanto sono originati da decisioni prese in passato, anche se determinano effetti economici irreversibili sull'esercizio in corso e su quelli futuri (manodopera indiretta, impiegati tecnici, illuminazione, riscaldamento, ammortamenti, impiegati amministrativi e commerciali, spese postali, telefoniche, interessi passivi su mutui, viaggi, rappresentanze, spese pubblicitarie)

VARIABILI

- Variano al variare del **Volume di Produzione**
- Sono costi di prodotto
- Dipendono dalle decisioni *attuali* dell'imprenditore (materie prime, manodopera diretta, materiale di consumo forza motrice, interessi passivi di c/c, provvigioni a rappresentanti, imposte e tasse)

COSTI INDUSTRIALI – strettamente legati al processo produttivo

COSTI COMMERCIALI – legati alla commercializzazione del prodotto.

I costi industriali e commerciali potranno essere fissi e variabili, mentre i costi amministrativi saranno, in genere, fissi.

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI ECONOMICO-FINANZIARI



I ricavi, intesi come proventi dell'attività aziendale, potranno essere costituiti da:

FATTURATO, cioè dai proventi della vendita dei prodotti

INTERESSI BANCARI, cioè dagli investimenti finanziari

CONTRIBUTI PREVISTI PER LEGGE

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI ECONOMICO-FINANZIARI – CONTO ECONOMICO

Confrontando i **COSTI** e i **RICAVI** di ciascun esercizio si potrà verificare:

1° che i **RICAVI** superano i **COSTI**,
la differenza darà l'**UTILE** di
esercizio

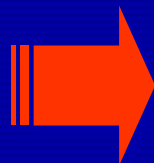


2° che i **COSTI** superano i **RICAVI**,
la differenza darà la **PERDITA** di
esercizio



IL BUSINESS PLAN : ASPETTI ECONOMICO-FINANZIARI

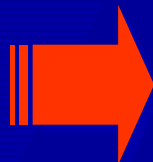
**CONTO
ECONOMICO**



**CRITERIO DI
COMPETENZA**

Il conto economico esamina i costi e i ricavi di esercizio in funzione del **criterio di competenza**.

**FLUSSI
FINANZIARI**



**MOVIMENTI
EFFETTIVI**

I flussi finanziari confrontano le **effettive entrate ed uscite di denaro** che hanno interessato il medesimo esercizio.

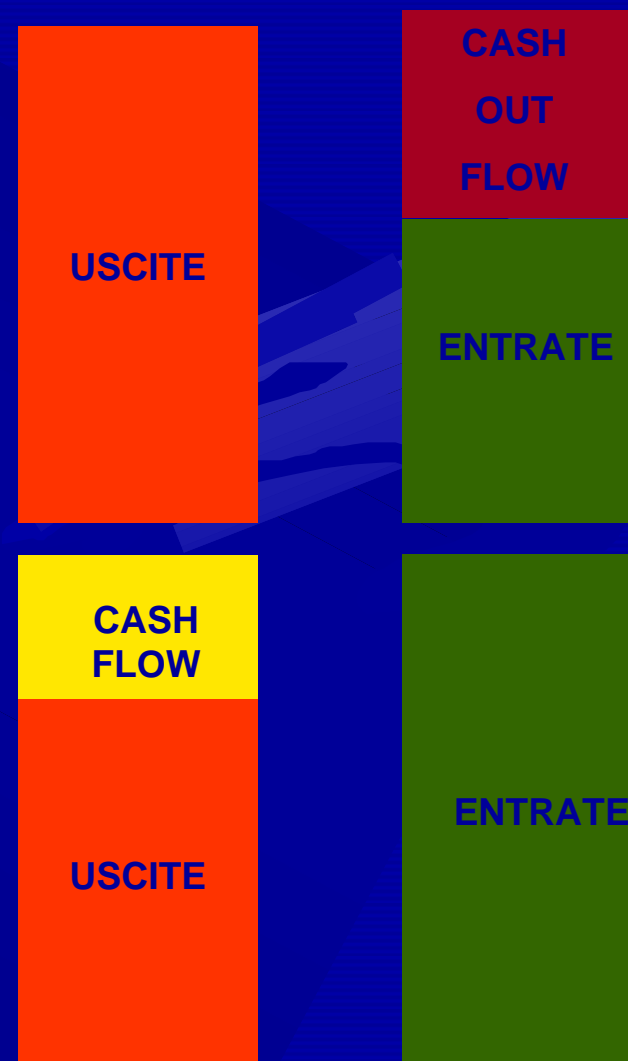
Il costo e le relative uscite di denaro potranno non coincidere temporalmente con le relative **entrate di denaro**.

IL BUSINESS PLAN : ASPETTI ECONOMICO-FINANZIARI – FLUSSI DI CASSA

Dall'analisi dei flussi di cassa e dal confronto tra le entrate e le uscite di ciascun esercizio si potranno verificare due condizioni:

1° se le **USCITE** superano le **ENTRATE** per quell'esercizio, si avrà un **FLUSSO DI CASSA NEGATIVO**(cash out flow)

2° se le **ENTRATE** superano le **USCITE** si avrà un **FLUSSO DI CASSA POSITIVO** (cash flow)



IL BUSINESS PLAN : ASPETTI ECONOMICO - FINANZIARI

Definita la fase di analisi economico-finanziaria, occorrerà verificare se sono stati raggiunti i due obiettivi:

1° REDDITIVITA'

2° CAPACITA' FINANZIARIA

REDDITIVITA' INADEGUATA

Bisognerà porre rimedio:

- Riducendo i costi – Attività: ritornare all'analisi tecnico-economica per modificare gli aspetti già esaminati attraverso l'aumento del Margine di contribuzione;

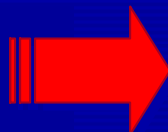
- Nel caso questa modifica non risultasse praticabile, si cercherà di aumentare il fatturato.

Attività: ritornare agli aspetti relativi al Mercato per verificare la sussistenza delle condizioni per un incremento del fatturato, aumentando i prezzi e/o i volumi di vendita.

Ciò obbligherà a rivedere anche gli aspetti tecnico-organizzativi per una verifica delle strategie produttive ed i costi di produzione.

NEL CASO DI :

**REDDITIVITA'
SODDISFACENTE**



CARENZE FINANZIARIE

per eccessivo ricorso a mezzi di terzi (incremento oneri finanziari),
occorrerà:

➤ **ridefinire la compagine sociale o ridimensionare l'iniziativa.**

Se invece i dati e le informazioni elaborate risultassero soddisfacenti, si potrà ritenere conclusa l'analisi di fattibilità e si verificherà se gli scopi prefissati all'inizio del percorso sono stati raggiunti.

La metodologia ed il percorso utilizzato consentiranno una verifica positiva perché:

➤ **saremo convinti della validità dell'iniziativa**

➤ **disporremo di elementi oggettivi e documentati che convinceranno il finanziatore esterno di avere a che fare con persone che, oltre a possedere talento imprenditoriale, hanno anche un piano razionale e credibile per avviare l'attività.**

IL BUSINESS PLAN : PRESENTAZIONE

Siamo ora pronti a presentare il nostro progetto



Un Business Plan deve:

- **Iniziare** con una sintesi di due pagine in modo da catturare immediatamente l'interesse del destinatario e trasmettere una chiara idea della missione aziendale
- **Trasmettere** un senso di professionalità, chiarezza e completezza
- **Non superare** le quaranta pagine ed avere una copertina sulla quale siano indicati titolo, denominazione dell'azienda o del proponente, indirizzo e numero di copie
- **Avere un indice** e le pagine numerate
- **Poter essere presentabile** facilmente ed efficacemente in una esposizione orale
- **Avere** possibilmente una **struttura modulare**.

LEGGE 25 FEBBRAIO 215/92 "IMPRENDITORIA FEMMINILE"

Attenzione!

Sono ammissibili le spese sostenute:

- Dal giorno successivo al termine di chiusura del bando precedente per coloro che optano per il regime "de minimis" (data ultimo bando 31/05/01)
- Dopo la data di presentazione della domanda per chi chiede il contributo secondo la regola ESL ed ESN
- Le spese devono essere al netto dell'IVA e di altre imposte e tasse
- I beni possono essere acquistati direttamente o tramite leasing
- I beni devono essere nuovi di fabbrica, fatta eccezione per quelli rilevati con l'acquisto di un'attività preesistente
- I mezzi propri dell'impresa, esenti da aiuti pubblici, devono essere pari ad almeno il 25% dell'importo complessivo delle spese ammissibili. Tale disposizione non si applica alle richieste di agevolazioni secondo la regola "de minimis".

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.