

Modello di Business Plan da allegare all'istanza (allegato "A") del Bando Pubblico per la concessione dei "contributi del fondo comuni marginali" per l'avvio di nuove attività commerciali, artigianali e agricole nel comune di Santa Margherita di Belice

RICHIEDENTE: (nome, cognome e dati anagrafici)

Forma giuridica (solo in caso di società, impresa individuale o attività libero-professionale già costituita)

Codice ATECO: _____

Data

Firma del Legale Rappresentante

o del Referente del Progetto

__/__/__

** Il Referente del Progetto deve essere uno dei soggetti in possesso dei requisiti previsti dalla legge ed è il riferimento amministrativo per l'interlocuzione con Invitalia. Una volta individuato, è l'unico soggetto autorizzato a sottoscrivere la documentazione, anche digitalmente, laddove richiesto.*

NOTA BENE

Il presente modulo è solo un modello da seguire per cui, mantenendone gli elementi fondamentali nella redazione il proprio Business Plain, può essere rimodulato secondo le esigenze di descrizione della propria idea progettuale

A) L'IDEA DI BUSINESS IN SINTESI

Qual è l'idea di business proposta? Riassumere sinteticamente l'idea di business che si intende realizzare, coerentemente all'individuazione del settore di attività (codice Ateco) indicato in precedenza.

Nella sezione A) occorre sintetizzare il progetto, illustrando gli elementi più rilevanti, spiegando quali sono i motivi che lo rendono "unico/vincente". In essa è necessario esplicitare il modello di business e le sue peculiarità; in particolare:

1. Cosa si intende produrre o erogare (prodotti/servizi);
2. A chi è rivolta l'offerta, indicando quali sono le tipologie di clientela (clienti identificati in gruppi di appartenenza, sulla base di parametri oggettivi - es: localizzazione; reddito; età; titolo di studio; etc. - e/o soggettivi - es: preferenze culturali; stili di vita; abitudini di consumo; etc.);
3. Quali sono i bisogni che si intendono soddisfare, facendo emergere le differenze migliorative rispetto a come sono attualmente soddisfatti dai competitor, diretti e/o indiretti, presenti nel mercato di riferimento;
4. Indicare il motivo per cui il team di progetto (o l'imprenditore individuale o il libero professionista) ha le caratteristiche giuste per riuscire nell'attività da realizzare.

B) IL TEAM EL'ORGANIZZAZIONE

B.1.1) I soggetti richiedenti¹

Descrivere il percorso professionale, i titoli di studio acquisiti e le capacità/competenze tecniche, commerciali e gestionali dei soggetti richiedenti (o del soggetto richiedente nel caso di imprenditore individuale o libero professionista)

B.1.2) Le esperienze

Si ritiene che le esperienze descritte nella sezione precedente siano coerenti con l'iniziativa proposta? Se sì, perché? In che modo si ritiene possano essere valorizzate nella realizzazione del progetto

B.2.1) Altri soggetti (soci della società costituita/costituenda – non applicabile per l'impresa Individuale)

Questa sezione deve essere compilata qualora siano presenti in compagine sociale attuale o costituenda soggetti non in possesso dei requisiti di cui all'art. 1, comma 2 del decreto-legge n.91/2017.

Descrivetene il percorso professionale, i titoli di studio acquisiti e le capacità/competenze tecniche, commerciali e gestionali.

¹ Soggetti in possesso dei requisiti previsti dalla legge

B.2.2) Le esperienze

Si ritiene che le esperienze descritte nella sezione precedente siano coerenti con l'iniziativa proposta? Se sì, perché? In che modo si ritiene possano essere valorizzate nella realizzazione del progetto imprenditoriale?

Allegare al presente documento il Curriculum Vitae di ognuno dei soggetti descritti nelle precedenti sezioni B.1 e B.2.

B.3) L'organizzazione

Come sarà organizzata l'impresa?

Descrivere l'organizzazione che si prevede di adottare per produrre e commercializzare il bene/servizio offerto, evidenziando le attività chiave e specificando quali di esse saranno svolte all'interno dell'impresa e quali verranno invece affidate ad altri soggetti, essendo pertanto oggetto di forniture/consulenze esterne. Limitatamente alle attività svolte all'interno dell'impresa, specificare se verranno eseguite sotto la esclusiva responsabilità di soggetti facenti parte del team imprenditoriale iniziale (o dell'imprenditore individuale individuale o del libero professionista) o se saranno, in toto o in quota parte, affidate ad altri soggetti (personale da assumere, consulenti, società fornitrici, etc.), esplicitando le modalità con le quali tali soggetti verranno coinvolti.

Riepilogo soggetti partecipanti

Nella tabella sotto riportata indicare tutti i soggetti presenti in compagine sociale attuale o costituenda (non applicabile per l'impresa individuale).

Nome e cognome	Possesso requisiti (S/N)	Quota di partecipazione %
		100%

N.B. Nel caso di società costituenda, i soggetti sopra elencati dovranno necessariamente essere presenti in compagine una volta costituita la società.

ATTENZIONE: *I soggetti in tabella devono corrispondere **esattamente** ai soggetti indicati nella domanda on line*

C) ANALISI DI MERCATO

C.1) L'opportunità di business

Perché si ritiene che l'idea proposta sia "vincente"?

Focalizzarsi sul bisogno che si intende soddisfare e sui motivi per cui l'offerta proposta è migliorativa/più competitiva rispetto a quelle attualmente disponibili sul mercato locale. Qual è il prodotto/servizio offerto alla clientela?

Quali sono le caratteristiche del prodotto/servizio che si intende collocare sul mercato, con particolare riferimento a quelle che si ritiene possano generare un vantaggio per i clienti rispetto alle soluzioni offerte dai concorrenti?

Se i prodotti/servizi costituenti l'offerta aziendale dovessero essere molto numerosi, si consiglia di raggrupparli in macro classi di appartenenza (ad esempio per: bisogni da soddisfare; caratteristiche intrinseche; processo di produzione/erogazione; etc.).

In particolare, per ciascun prodotto/servizio è necessario mettere in evidenza le componenti più significative:

1. Caratteristiche (es: tecnologiche; fisiche; materie prime utilizzate; tipo di confezione; servizi annessi; garanzie; qualità; design; riconoscibilità del brand; etc.), la cui combinazione determina un insieme di benefici per l'utilizzatore;
2. Target clienti e bisogni da soddisfare;
3. Elementi di innovazione (differenziazione rispetto ai prodotti/servizi dei principali concorrenti) che si intendono introdurre: innovazioni di processo e/o di prodotto/servizio e/o commerciali;
4. Ciclo di vita (rispetto a prodotti/servizi già presenti nel mercato di riferimento, indicare in quale fase si trova il prodotto/servizio offerto: lancio; espansione; maturità; declino; rilancio).

C.2) L'analisi della concorrenza

Qual è l'arena competitiva entro cui l'iniziativa imprenditoriale andrà a collocarsi?

Chi sono e quali sono le caratteristiche dei potenziali concorrenti (diretti e/o indiretti) con i quali l'iniziativa imprenditoriale dovrà contendersi i clienti?

C.3) Il target di riferimento

A chi si rivolge l'iniziativa imprenditoriale proposta?

Identificare e descrivere i principali target di potenziali clienti.

Si consiglia di classificare i target clienti in base all'utilizzo di specifici criteri di segmentazione; ad esempio, con un criterio di tipo OGGETTIVO si aggregano i target clienti in base a comuni caratteristiche geografiche, socio-economiche e demografiche (età, sesso, reddito, classe sociale, grado d'istruzione, etc.); con un criterio di tipo SOGGETTIVO si prendono in considerazione comuni caratteristiche culturali, comportamentali e motivazionali (stile di vita, abitudini di consumo, opzioni valoriali, etc.).

C.4) Il mercato potenziale

Qual è il potenziale mercato dell'impresa?

Identificare i confini geografici del mercato, quantificandone i potenziali clienti e quelli che si ritiene di poter sottrarre alla concorrenza.

Per la definizione quantitativa dei clienti che l'iniziativa ritiene di poter acquisire, si consiglia di esplicitare il criterio utilizzato; ad esempio, tenendo conto: della capacità produttiva (o di lavoro) attesa a regime per ciascun tipo di prodotto/servizio, delle abitudini d'acquisto dei target clienti, della loro spesa media per

prodotti/servizi in grado di soddisfare lo stesso bisogno, delle quote di mercato dei concorrenti e dei loro punti di forza/debolezza, etc.

--

C.5) Il prezzo di vendita

Quantificare il prezzo di vendita per singola tipologia di prodotto/servizio ed i criteri utilizzati per determinarlo, rapportandolo (soprattutto laddove dovesse essere più alto di quello dei competitor) al livello qualitativo dei prodotti/servizi offerti o dei servizi associati (es: garanzie, rete assistenza, ecc.)

A titolo esemplificativo ma non esaustivo, un criterio da utilizzare potrebbe essere quello di partire dai costi di produzione del bene/servizio indicati nella tabella della sezione F.1 (inclusi gli ammortamenti), rapportandoli alle quantità che si prevede di vendere nella stessa annualità; al costo unitario così determinato si somma un margine "fisso", se la strategia aziendale è di mantenerlo invariato per lunghi periodi di tempo, ovvero un margine che può modificarsi in relazione alle eventuali azioni della concorrenza. alla elasticità della domanda. etc.

	Descrizione prodotto/servizio	Clienti target	Prezzo unitario di vendita a regime IVA esclusa (€)
1			
2			
3			

Nella tabella occorre articolare l'offerta di prodotti/servizi, indicando a quali gruppi di clienti è diretto il prodotto/servizio ed il prezzo unitario di vendita al terzo anno di attività.

C.6) Gli Obiettivi di vendita

	Prodotti/servizi	Unità di misura	Prezzo unitario (€)	Quantità a Regime	Fatturato a Regime
1					
2					
3					

Indicare i criteri utilizzati per la determinazione delle quantità che si prevede di vendere nell'esercizio di regime (il terzo anno di attività), anche in relazione ai seguenti aspetti:

1. Segmenti di clientela e loro quantificazione (vedi sezione C.3);
2. Abitudini di acquisto (numerosità degli acquisti in un determinato lasso di tempo);
3. Contesto competitivo e quote di mercato/volume d'affari dei principali competitor;
4. Produzione annua attesa a regime (cioè la capacità produttiva effettiva, inferiore alla capacità produttiva massima).

C.7) Il vantaggio competitivo

Spiegare come l'iniziativa imprenditoriale riuscirà ad assumere, rispetto ai competitor diretti e/o indiretti, una posizione di leadership, o, comunque, competitiva, nel mercato di riferimento; questa posizione di vantaggio competitivo dovrà essere ricondotta agli elementi di innovazione/differenziali che l'iniziativa intende introdurre; è inoltre opportuno indicare quali azioni sono previste a incremento/difesa del proprio vantaggio competitivo (almeno fino all'anno di regime).

D) MODELLO DI CRESCITA

In che modo si intende far conoscere l'iniziativa imprenditoriale nel mercato di riferimento al fine di acquisire un numero sempre maggiore di clienti?

Descrivere le strategie promozionali e di comunicazione che saranno adottate per conquistare/incrementare la clientela target, indicando il budget necessario per perseguire tali strategie e se e a quali condizioni ciascuna delle modalità individuate è sostenibile nel tempo.

E) ASPETTI TECNICI

E.1) Le tappe fondamentali del progetto

Quali sono i passaggi necessari per arrivare sul mercato?

Descrivere le tappe principali dello start up d'impresa, soffermandosi sulla quantificazione dei tempi e dei fabbisogni di spesa relativi ai tre momenti chiave di realizzazione del progetto imprenditoriale: la messa a punto del prodotto/servizio nella sua versione prototipale, l'effettuazione dei primi test di mercato, il lancio del prodotto/servizio.

E.2) I fabbisogni e le criticità di ogni tappa

Per ciascuna tappa descritta in precedenza, è necessario evidenziare i relativi investimenti (macchinari, attrezzature, beni immateriali, ecc.), le risorse umane e le risorse economiche necessarie, nonché identificare le principali criticità da affrontare.

E.3) Gli adempimenti amministrativi e/o gestionali

Quali sono gli aspetti "burocratici" cui adempiere?

Descrivere quali sono gli adempimenti amministrativi e/o gestionali (ad es. autorizzazioni, certificazioni, apertura P.IVA, iscrizione ad albi professionali o attestazione rilasciata ai sensi della legge 14 gennaio 2013, n. 4 attestante l'adesione ad una delle associazioni iscritte nell'elenco tenuto dal Ministero dello sviluppo economico ai sensi della medesima legge, conto corrente bancario, accordi con clienti/fornitori etc.) necessari per l'avvio dell'attività imprenditoriale e la relativa tempistica.

--

E.4) Il programma di spesa

Dettagliare il programma di spesa inserendo, per ogni voce di costo, i relativi importi preventivati

Opere edili per interventi di ristrutturazione e/o manutenzione straordinaria (MAX 50%)	Importo imponibile (€)
--	---------------------------------------

IMPIANTI GENERALI (ad es. idrico, elettrico, ecc.)

OPERE EDILI

TOTALE OPERE VARIE

TOTALE OPERE MURARIE E ASSIMILABILI

Macchinari Impianti e Attrezzature	Importo imponibile (€)
Macchinari (descrizione dei singoli macchinari)	
TOTALE MACCHINARI	
Impianti (descrizione dei singoli impianti)	
TOTALE IMPIANTI	
Attrezzature (descrizione delle singole attrezzature, comprensive di mobili e attrezzature d'ufficio)	
TOTALE ATTREZZATURE	
Mezzi mobili (descrizione volta soprattutto a evidenziarne la stretta correlazione al ciclo produttivo)	
TOTALE MEZZI MOBILI	
TOTALE MACCHINARI IMPIANTI E ATTREZZATURE	

Programmi informatici e TLC	Importo imponibile (€)
------------------------------------	------------------------------

TOTALE

Spese per Capitale Circolante (MAX 10%)	Importo imponibile (€)
MATERIE PRIME	
MATERIALI DI CONSUMO	
SEMILAVORATI E PRODOTTI FINITI	
CANONI DI LEASING	
GARANZIE ASSICURATIVE	
TOTALE	
E.5) Composizione interna delle spese	

Composizione interna delle spese	Importo imponibile (€)	% del totale
Opere edili per interventi di ristrutturazione e/o manutenzione straordinaria		
Macchinari, impianti ed attrezzature		
Programmi informatici e TLC		
TOTALE		

E.6) La tempistica di avvio

Quando si pensa di avviare l'iniziativa imprenditoriale?

Specificare la data presunta di avvio del programma degli investimenti (data della prima spesa ammissibile), la durata in mesi della realizzazione degli investimenti, con esplicita indicazione della data di ultimazione degli stessi.

--

F) ASPETTI ECONOMICI

F.1) Conto economico previsionale

	Anno 1*		Anno 2		Anno 3	
	€	%	€	%	€	%
Fatturato						
Altri ricavi						
Variazione Rimanenze Prod. Fin. Semilav.						
Valore della produzione						
Consumo MP (acquisti +/- Var. rimanenze MP)						
Servizi						
Godimento beni di terzi						
Personale						
MOL						
Ammortamenti						
Risultato Operativo						
(+/-) Gestione Finanziaria						
(+/-) Gestione Straordinaria						
Risultato lordo						
Imposte						
Risultato netto						

(*): per "Anno 1" si intende l'anno in cui si prevede di avviare il programma di investimenti

Il prospetto finanziario

Indicare i costi di esercizio che si prevede di sostenere a partire dall'avvio del programma di investimenti e le relative modalità di copertura finanziaria.

IMPIEGHI (€)			
	Anno 1*	Anno 2**	Totale
Investimenti			
IVA sugli investimenti			
Altri costi			
Totale impieghi (A)			
FONTI (€)			
	Anno 1*	Anno 2**	Totale
Agevolazioni			
Finanziamento agevolato (<i>in coerenza con la tempistica di pagamento delle fatture, di presentazione dei SAL e di erogazione</i>)			
Contributo a fondo perduto			
Fonti finanziarie aggiuntive (indebitamento e/o mezzi propri)			
Totale agevolazioni (B)			

(*): dal 1° al 12° mese di realizzazione

(**): dal 13° al 24° mese di realizzazione

F.2) Flussi di cassa a supporto della sostenibilità finanziaria dell'investimento

Flussi di cassa	Anno 1	Anno 2	Anno (regime)
Margine Operativo Lordo			
+ Accantonamenti (incluso TFR)			
- Imposte			
Flusso di cassa operativo			
- Rata annuale finanziamento agevolato (<i>solo eventuale quota capitale</i>)			
- Rata (capitale + interessi) annuale eventuali altri finanziamenti m/l			
+ Variazioni mezzi propri (al netto degli apporti per gli investimenti)			
Flusso di cassa finanziario			
<i>Avanzo/Disavanzo</i>			

Fornire informazioni sull'attuale e/o futura disponibilità delle risorse finanziarie che i soci, o l'imprenditore individuale, dovranno ulteriormente apportare in società a titolo di capitale proprio, per sostenere la gestione degli esercizi antecedenti l'anno di regime.

--