

Executive Summary

Descrizione Sintetica dell'Idea Imprenditoriale

Proponenti

Elencare il numero e le cariche dei soggetti proponenti il progetto imprenditoriale

Localizzazione

Indicare (brevemente) dove si intende localizzare l'attività di impresa

Settore

Tempo di avvio del progetto

Effettuare una stima indicativa dei tempi necessari per l'avvio del progetto imprenditoriale

Modalità/funzionamento dei prodotti/servizi che si intendono fornire/grado di innovatività

Elencare i prodotti e servizi che si intendono fornire

Esistenza del mercato

Indicare se esiste già un mercato o se si tratta di un nuovo mercato

Fattori potenziali di successo

Indicare minacce e opportunità ambientali, i punti di forza e di debolezza del progetto

Sbocchi commerciali

Indicare le aree dove si intende commercializzare (locali, nazionali, estere)

Canali di vendita

Organizzazione/Investimenti

Descrivere e quantificare le strutture e gli impianti aziendali necessari. Indicare le particolarità tecnologiche dell'investimento. Indicare quali risorse umane verranno impiegate per lo svolgimento dell'attività

I capitali necessari

Indicare l'entità di capitale proprio e di capitale di terzi.

Le informazioni finanziarie

Informazioni sui principali risultati previsti nel triennio, in termini di fatturato, di break even e di grado di indebitamento

Progetto di Impresa

Origine e motivazioni strategiche del progetto di impresa

Indicare le motivazioni strategiche che spingono a ritenere profittevole dar vita a tale progetto

Fattori potenziali di successo e grado di innovatività

Descrivere i fattori che potenzialmente possono condurre al successo il progetto (ad esempio fattori legati al processo produttivo, all'offerta di un prodotto non coperto da competitor, a particolari competenze disponibili internamente, ...) ed il grado di innovazione apportato dal progetto in questione nel campo di riferimento

Struttura della Compagine Societaria

Oggetto sociale e forma giuridica della società

Sede legale ed operativa

Indicare tutte le sedi in cui si prevede avrà luogo l'attività imprenditoriale

Ammontare del capitale sociale e ripartizione fra i soci

Indicare l'ammontare inizialmente previsto del capitale sociale, e la ripartizione in quote; per ciascun socio deve essere anche indicata la qualificazione come socio proponente o socio partecipante.

(Eventuale) Previsione e modalità di ingresso di ulteriori soggetti (enti finanziatori, imprese, ...)

Nel caso in cui si preveda l'ingresso di ulteriori soggetti nella compagine sociale in un periodo successivo, si descrivano le modalità con cui tale ingresso avrà luogo.

L'Organizzazione e le Risorse Umane

Breve descrizione dell'organigramma aziendale, delle funzioni manageriali previste e da chi sono occupate tali cariche

Rappresentazione dell'organigramma aziendale nella maniera più completa possibile, vale a dire indicando tutte le funzioni manageriali previste e opportune per un corretto svolgimento dell'attività d'impresa

Descrizione dei soggetti con funzioni manageriali

Approfondire alcune informazioni, in genere difficilmente reperibili in un curriculum vitae, riguardanti i soggetti con funzioni manageriali; (focalizzarsi su competenze attinenti lo sviluppo della business idea, l'esperienza operativa e manageriale, le precedenti collaborazioni tra questi soggetti, i rispettivi network di relazioni attivi – come e quanti soggetti esterni sono conosciuti dai membri – e passivi – come e quanto i membri sono conosciuti da soggetti esterni -, ...)

Modalità di reperimento delle competenze

Indicare quali competenze risultano o si prospettano mancanti nell'attuale compagine manageriale e le modalità attraverso le quali si prevede di reperire tali competenze, sia per ciò che riguarda assunzioni interne che consulenze esterne.

Prodotti e/o Servizi

Descrizione dettagliata dei prodotti/servizi e loro caratteristiche distintive

Considerando l'elenco dei prodotti/servizi che si intende fornire indicato nella descrizione dell'idea imprenditoriale, spiegare quali sono le caratteristiche di ogni singolo prodotto/servizio, fornendo una quantità sufficiente di informazioni al fine di una adeguata comprensione

Bisogni da soddisfare e target di riferimento

Illustrare quali sono i bisogni che si intende soddisfare con i prodotti/servizi ideati ed in base a tali bisogni definire con una certa approssimazione il target di clienti a cui si è intenzionati a rivolgersi, e le caratteristiche di tali soggetti. Se tale target è coperto anche da altri prodotti/servizi con cui entrare in competizione, indicare la diffusione di quest'ultimi

Collocazione geografica

Indicare se si vuole effettuare il lancio e la commercializzazione del prodotto su base nazionale o internazionale, specificando successivamente l'elenco dei paesi.

Tecnologie innovative per la produzione dei prodotti/servizi

Specificare e descrivere le tecnologie innovative create e/o possedute che saranno necessarie durante lo svolgimento del processo produttivo per la creazione dei prodotti/servizi

Disponibilità di brevetti e/o licenze

Elencare i brevetti che sono stati registrati riguardanti i prodotti/servizi che si intende offrire o il processo produttivo necessario per la loro fabbricazione, indicando lo stato di tale brevetto e le nazioni o zone coperte dallo stesso; se possibile indicare anche il valore dei brevetti esistenti. Per ciò che riguarda le licenze, indicare il soggetto che le ha concesse, la durata ed il corrispettivo economico dovuto

Grado di imitabilità e sovrapposizione ai prodotti dei concorrenti

Esprimere valutazioni delle reali possibilità per altri soggetti di attuare lo stesso processo produttivo o di ottenere gli stessi prodotti/servizi, indicando le eventuali differenze conseguibili e i tempi in cui tale imitazione potrebbe essere raggiunta; inoltre specificare in quali aspetti i prodotti/servizi si assimilano a quelli dei concorrenti. Infine, sottolineare adeguatamente il grado di facilità/difficoltà di imitazione da parte dei competitor del nostro prodotto/servizio.

Eventuali barriere (all'entrata, alla produzione e/o al commercio)

Segnalare la presenza di barriere all'entrata in questo mercato, o segmento di mercato, che possano ostacolare il progetto di impresa, consistenti in divieti, minacce, o ostacoli per l'entrata, la produzione e/o il commercio dei prodotti/servizi

Processo Produttivo

Caratteristiche del processo produttivo utilizzato

Descrivere in maniera sufficientemente comprensibile e completa il processo produttivo che deve essere attuato, la sua durata, le tecnologie e gli input utilizzati, e le difficoltà e gli eventuali problemi (di natura tecnica e non) riscontrabili durante lo stesso

Know-how interno e grado di dipendenza dal know-how esterno

Indicare, riferendosi alle capacità necessarie nel corso del processo produttivo, la competenza detenuta dai soggetti proponenti e partecipanti al progetto, e le eventuali carenze che devono essere sopperite rivolgendosi esternamente, oltre alle modalità per l'ottenimento di queste

Tecnologie di produzione, impianti, macchinari e fonti di approvvigionamento

Specificare le tecnologie, gli impianti e i macchinari che verranno utilizzati nel processo, il loro prevedibile utilizzo, la loro durata economico-temporale, e le fonti dalle quali ottenere tali mezzi, evidenziando in maniera particolare se e come si richiede l'assistenza dell'Università di Siena

Materie prime e fonti di approvvigionamento

Specificare le materie prime che verranno utilizzate nel processo, l'ammontare che si prevede di utilizzare nel corso dell'esercizio, e le fonti dalle quali ottenere tali mezzi, evidenziando in maniera particolare se e come si richiede l'assistenza dell'Università di Siena

Ricerca e Sviluppo

N° e caratteristiche degli addetti alla ricerca e sviluppo

Indicare il numero di addetti (e la % sul totale delle risorse umane) dediti alla R&S,

Modalità, ambiti e obiettivi della ricerca e sviluppo

Descrivere in quale ambito si procede alla ricerca e sviluppo, quali sono gli strumenti utilizzati

Collaborazioni esterne

Descrivere eventuali rapporti già definiti (o in corso di definizione) - con enti di ricerca e/o enti universitari - finalizzati allo sviluppo di prodotto/processo, specificando di quale ente si tratti.

Scenario Macroeconomico

Breve descrizione dello scenario di riferimento

Opportunità dall'ambiente esterno

Rischi dall'ambiente esterno

Mercato

Dimensione e dinamica della domanda

Mostrare (aiutandosi con dati numerici, tabelle e grafici) la dimensione e la dinamica della domanda, come quantità vendute e volume d'affari, preferibilmente specificando separatamente i dati riguardanti le aree territoriali ed i segmenti di clientela che si intende servire

Struttura della domanda (frequenza di acquisto, dimensione degli acquisti unitari, stagionalità degli acquisti, ecc.)

Caratteristiche dei consumatori ed eventuale segmentazione

Descrivere le caratteristiche di maggiore interesse dei consumatori di riferimento, quali ad esempio caratteristiche demografiche, reddituali, abitudinarie e di acquisto, effettuando se possibile una segmentazione degli stessi, al fine di evidenziare le peculiarità di ciascun gruppo di clienti

Concorrenza/Offerta

Numero e grandezza media dei concorrenti

Mostrare l'ampiezza dell'offerta in termini di numero di imprese e soggetti concorrenti, e se possibile esporre la grandezza media degli stessi (evidenziando eventuali rendimenti di scala)

Grado e tipologia di competizione nel mercato

Presentare un'analisi del grado e della tipologia di competizione del mercato di riferimento, basandosi sul tipo di strategie generalmente attuate dagli attori presenti (concorrenza sui prezzi o sulla differenziazione, dumping, ecc.)

Analisi dei principali competitor

Descrizione delle caratteristiche dei principali concorrenti, della loro storia, della loro presenza sia in termini geografici che di mercati coperti, della loro quota di mercato, dei volumi di vendita e del fatturato, del numero di unità prodotte, ecc.

Caratteristiche dei prodotti e/o servizi dei concorrenti ed analisi comparativa con i prodotti/ servizi dell'impresa (e rispettivi punti di forza e debolezza)

Indicare, se possibile, le differenziazioni della propria idea imprenditoriale con riguardo ai prodotti/servizi, alle tecnologie utilizzate/incorporate e al know-how rispetto all'offerta attualmente presente sul mercato, evidenziando in particolare i rispettivi punti di forza e di debolezza

Aspetti Strategici

Prezzo

Distribuzione

Descrivere i canali utilizzati per la commercializzazione dei prodotti/servizi, specificando, se possibile, i volumi di vendite e la quantità di clienti raggiungibili con ciascuno di essi

Comunicazione

Esporre gli obiettivi ed i contenuti della comunicazione, oltre agli strumenti che si intende utilizzare per raggiungere lo scopo

Accordi , alleanze commerciali e commesse eventualmente in fase di definizione

Indicare quali accordi, siano essi partnership, commesse o altro, sono in via di determinazione, con quali soggetti dovrebbero essere stipulati, quale sarebbe l'oggetto degli stessi, e quale si prospetta essere la durata e l'impegno economico delle parti.

Aspetti Finanziari

Investimento necessario per l'avvio e lo sviluppo della business idea e relative fonti di finanziamento (Piano degli investimenti e dei finanziamenti)

Dopo aver specificato l'ammontare dell'investimento che si ritiene necessario per l'avvio e lo sviluppo della business idea, indicare di quali strumenti finanziari si è a conoscenza e quali di questi si pensa di utilizzare per avviare l'iniziativa imprenditoriale (strumenti pubblici e privati).

Piano economico-finanziario prospettico su 3 anni

ATTIVO	PASSIVO
A) Crediti v/soci	A) Patrimonio netto
B) Immobilizzazioni	I) Capitale sociale
I) Immobilizzazioni immateriali nette	IV) Riserva legale
II) Immobilizzazioni materiali nette	VIII) Utili (perdite) a nuovo
III) Immobilizzazioni finanziarie	IX) Utile (perdita) dell'esercizio
C) Attivo circolante	B) Fondi per rischi ed oneri
I) Rimanenze	C) T.F.R
II) Crediti	
III) Att.finanz.che non constit.immob.	
IV) Disponibilità liquide	
D) Ratei e risconti attivi	D) Debiti
	E) Ratei e risconti passivi
TOT.ATTIVO	TOT.PASSIVO E P.N.

A) VALORE DELLA PRODUZIONE

- I) Ricavi delle vendite e delle prestazioni
- II) Variazione delle rimanenze
- V) Altri ricavi e proventi

TOTALE

B) COSTI DELLA PRODUZIONE

- VI) per materie prime
- VII) per servizi
- VIII) per godimento di beni di terzi
- IX) per il personale :
 - a) salari e stipendi
 - b) oneri sociali
 - c) trattamento di fine rapporto

- X) Ammortamenti :
 - a) amm.to imm.immateriali
 - b) amm.to imm.materiali
- XI) Variazione delle rimanenze di materie prime, suss. e merci
- XIII) Oneri diversi di gestione

TOTALE

DIFFERENZA TRA VALORE E COSTO DELLA PRODUZIONE (A-B)

C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI

TOTALE

RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE

IMPOSTE

UTILE (PERDITA) DELL'ESERCIZIO

RENDICONTO FINANZIARIO FLUSSO DI CASSA DISPONIBILE

	REDDITO OPERATIVO AL NETTO DELLE IMPOSTE
+	AMMORTAMENTI
+	ACCANTONAMENTI
=	CASH FLOW LORDO (A)
+/-	VARIAZIONE DEL C.C.N. (CASSA-CREDITI/DEBITI COMMERCIALI-MAGAZZINO-RATEI)
+	INVESTIMENTI IN CAPITALE FISSO (AL NETTO DEI DISINVESTIMENTI)
+	INVESTIMENTI IN AVVIAMENTO
+/-	AUMENTO IN ALTRE ATTIVITA'/PASSIVITA' NETTE (ATTIVITA' OPERATIVE E T.F.R.)
=	INVESTIMENTO LORDO (B)
A-B	FREE CASH FLOW (FLUSSO DI CASSA DISPONIBILE OPERATIVO)
+/-	PLUSVALENZE/MINUSVALENZE NON OPERATIVE AL NETTO DI IMPOSTE
+/-	SOPRSVVENIENZE ATTIVE/PASSIVE AL NETTO DI IMPOSTE
+/-	AUMENTO DI ATTIVITA'/PASSIVITA' NETTE (IMMOB./PARTEC.NON OPERATIVE)
=	CASH FLOW COMPLESSIVO PRIMA DELLA GESTIONE FINANZIARIA (D)
+	PROVENTI FINANZIARI AL NETTO DELLE IMPOSTE
-	ONERI FINANZIARI AL NETTO DELLE IMPOSTE
+/-	AUMENTO/DIMINUZIONE DEI DEBITI FINANZIARI ONEROSI
+	INCASSI PER AUMENTI DI CAPITALE
-	PAGAMENTI DI DIVIDENDI
+	EMISSIONI DI PRESTITI OBBLIGAZIONARI
-	RIMBORSI DI PRESTITI OBBLIGAZIONARI
=	CASH FLOW DELLA GESTIONE FINANZIARIA (E)
	CASH FLOW TOTALE= D-E=VARIAZIONE LIQUIDITA' IMMEDIATA

Descrizione delle assunzioni e delle valutazioni alla base di tale prospetto

Descrivere le ipotesi e le informazioni in base alle quali è stato possibile determinare il piano economico-finanziario nel modo appena esposto (tra le quali prezzo di vendita, quantità vendute, stima dei costi di produzione e commercializzazione, ecc)

(Eventuale) Previsione del break-even point

Indicare, nel caso in cui sia possibile effettuare tale calcolo, il break-even point, vale a dire la quantità di prodotti/servizi venduti al prezzo di vendita stabilito per cui si ottiene il pareggio dei costi totali (costi fissi + costi variabili)
