

PICCOLA GUIDA PER FUTURI IMPRENDITORI



mettersi in proprio
DALL'IDEA ALL'IMPRESA

SPORTELLI CREAZIONE IMPRESA D3



mip
**METTERSI
IN PROPRIO**

- ORIENTAMENTO
- ACCOMPAGNAMENTO
- TUTORAGGIO

CHE COS'È MIP – METTERSI IN PROPRIO?

È un servizio gratuito della Provincia di Torino il cui scopo è favorire la nascita e lo sviluppo d'impresa. Mip opera all'interno del P.O.R. ob. 3 (Misura D3) della Regione Piemonte grazie ai finanziamenti dell'Unione europea, dello Stato italiano e della stessa Regione.

Il primo contatto, per valutare l'idea

Telefonando al numero verde 800 146766 o mandando una e-mail all'indirizzo che trovate sul sito www.mettersinproprio.it si entra in contatto con Mip e, se l'idea presentata ha una base di concretezza, viene fissato un primo appuntamento con uno dei tutor del servizio.

L'accompagnamento, per tradurla in realtà

Con l'assistenza del tutor e di consulenti specialistici, l'aspirante imprenditore trasforma la propria idea/progetto in un concreto piano d'impresa (business plan) che descrive cosa si vuol fare e con quali risorse, e la cui validazione da parte della Provincia permette l'accesso a particolari agevolazioni.

Tutoraggio, per superare le prime difficoltà

Il neoimprenditore può avvalersi di un supporto specialistico da parte di Mip sino ad un massimo di due anni dall'avvio. L'obiettivo è il sostegno dell'impresa nell'affrontare le complessità del mercato nel delicato periodo iniziale, quello in cui si creano i presupposti per il futuro sviluppo.



www.mettersinproprio.it



UNA GUIDA PER CHI?



Nel 2001 nella provincia di Torino le imprese da 1 a 9 dipendenti erano 159.475, cioè il 94,4% del totale (fonte: *Istat*). Nello stesso anno i nuovi imprenditori sono stati 6.093. Avete mai pensato che fra questi numeri potrebbe esserci anche la vostra impresa?

Queste paginette sono dedicate a chi:

- ha un’idea in mente ma non sa bene da che parte iniziare;
 - prova interesse al tema del mettersi in proprio ma ne ignora gli elementi basilari;
- ma anche a chi:
- ritiene tale obiettivo per il momento fuori dal proprio orizzonte, ma per il futuro... non si sa mai.

Un punto è certo: avviare un’attività in proprio è una scelta di grande importanza nella vita di una persona e della sua famiglia, da non prendere in alcun modo alla leggera. È indispensabile valutarne i pro e i contro con attenzione e sincerità.

Nelle pagine seguenti trovate alcuni spunti per un primo orientamento. Riteniamo possano aiutarvi nelle vostre riflessioni: il passo ulteriore, se lo giudicate opportuno, sarà quello di rivolgersi ai servizi offerti da Mip.

- Ho un’idea in mente... ma è sufficiente?
- L’importanza del business plan
- Prodotti e servizi, struttura dell’impresa
- La forma societaria più opportuna
- Far quadrare i conti
- Non dimenticare l’aspetto finanziario
- Qualche agevolazione per la vostra impresa

HO UN'IDEA IN MENTE... MA È SUFFICIENTE?



ATTENZIONE!
IDEE IN FASE DI DECOLLO

Non è una domanda banale. Troppi pensano che basti un'idea, un abbozzo di progetto per fare il

salto e trasformarsi in imprenditore. Non è così. Servono capacità e competenze, che nel tempo dovranno essere aggiornate e accresciute, ma soprattutto deve essere presente una forte "motivazione", indispensabile per superare le avversità del percorso.

Molte sono le imprese che si affacciano sul mercato ma parecchie sono anche quelle che cessano l'attività. Molteplici sono i motivi alla base delle chiusure ma, fra questi, gli insuccessi rappresentano una quota considerevole.

Perché ciò accade? L'elenco delle cause sarebbe assai lungo per cui ci limitiamo a qualche esempio:

- Mancanza di esperienza
- Risorse finanziarie insufficienti
- Scarsa capacità di pianificazione
- Collocazione inadeguata dei locali
- Stima ottimistica delle vendite
- Gestione carente
- Investimenti superflui
- Difficoltà nell'accesso al credito
- Problemi fra i soci
- Crescita imprevista

Fare impresa non è, dunque, una passeggiata ma voi siete convinti e determinati. Non è necessaria l'intuizione geniale; anzi, molte imprese di successo nascono da idee semplici che rispondono però sempre ad un bisogno.

La vostra idea deve riguardare un campo che vi interessa, in cui abbiate maturato però un minimo di competenze professionali o formative.

Identificato l'oggetto dell'impresa, dovete definire il profilo del vostro cliente, come produrre e fornirgli il bene/servizio che gli occorre. In poche parole, iniziare a stendere il piano d'impresa, il *business plan*.

L'IMPORTANZA DEL BUSINESS PLAN

Un piano d'impresa ben costruito serve a verificare la validità del vostro progetto e a ridurre il rischio di spiacevoli errori.

Non solo. Rappresenta anche il biglietto da visita della neoimpresa per banche e finanziatori, sia pubblici che privati. È lo strumento di base su cui costruire la vostra iniziativa.

Il documento in genere è suddiviso in due parti, una più descrittiva e l'altra numerica, precedute da una breve sintesi in cui sono riportati gli elementi principali.

La parte *descrittiva* si compone di:

- Presentazione dei proponenti il progetto
- Descrizione dei prodotti e servizi offerti
- Caratteristiche del mercato, clienti e concorrenti
- Struttura dell'impresa: localizzazione, fornitori, risorse umane, forma giuridica

La parte *economico-finanziaria* comprende:

- Previsione dei ricavi
- Previsione dei costi fissi e variabili
- Investimenti e fabbisogno finanziario
- Margine di contribuzione e fatturato di pareggio
- Previsioni di stato patrimoniale e conto economico

L'elaborazione del piano d'impresa prende in esame gli aspetti indicati, formulando ipotesi alternative e cercando di individuare la modalità più corretta di impostare l'attività imprenditoriale. Proprio questa sua caratteristica richiede il diretto e attivo coinvolgimento del proponente il progetto perché è lui, in primo luogo, a dover conoscere l'attività che intende svolgere.

Esaminiamo dunque i punti essenziali del business plan.



ATTENZIONE!
L'IDEA SI FA IMPRESA

L'IMPRESA: CHI, CHE COSA E COME

I FUTURI IMPRENDITORI



Presentare il profilo del futuro imprenditore e degli eventuali soci, illustrando conoscenze, capacità ed esperienze in relazione al progetto, nonché attitudini personali e motivazioni

che spingono verso la scelta del lavoro in proprio. Questa descrizione permette una prima verifica sul possesso, da parte del potenziale imprenditore o del gruppo nel suo insieme, delle necessarie abilità per la gestione dell'impresa. Non è sufficiente saper produrre, ma occorre anche vendere quanto viene prodotto e curare i rapporti con i clienti!

I PRODOTTI/SERVIZI E IL MERCATO

La definizione precisa dei prodotti e servizi che si intende vendere, esige un lavoro accurato. A tale scopo è necessaria un'analisi del settore di riferimento per capire il comportamento del mercato nel suo complesso, le regole del gioco, cosa fanno i concorrenti e come si muovono, le aspettative dei clienti e la loro disponibilità di spesa. Dall'esame di questi elementi devono scaturire importanti suggerimenti sui punti di forza e di debolezza della vostra offerta nonché sulle modalità per promuovere e vendere i prodotti e servizi. Nessuna impresa, per quanto piccola, può pensare di inserirsi in un comparto economico ignorando il modo di agire dei soggetti che vi operano. Questa analisi dovrà essere ancora più approfondita nel caso in cui si intenda presentare una proposta molto innovativa e per la quale sia necessario "creare il mercato".

Una volta messo a fuoco lo scopo fondamentale della vostra impresa (il cosiddetto "core business"), si può passare alla tappa successiva.

LA STRUTTURA DELL'IMPRESA

L'individuazione del luogo¹ in cui collocare l'impresa non può essere fatta con leggerezza, si tratti di un punto vendita oppure di un laboratorio o di un ufficio. La stessa cura è richiesta per la scelta del locale che, spesso, deve possedere caratteristiche ben definite. Dovrete valutare le diverse opportunità, prestando attenzione alla funzionalità della posizione, alla corretta destinazione d'uso e alla sostenibilità delle opere di adeguamento da effettuare (onerosità e tempi).

Tutte le imprese hanno necessità di fornitori di beni e/o di servizi; alcuni possono essere strategici e tali da richiedere vere e proprie alleanze. Approfondite le varie possibilità e motivate le scelte effettuate e le condizioni che le regolano (importo minimo degli ordini, tempi e modalità di consegna, dilazioni di pagamento, ecc.).

Per alcune attività può essere utile illustrare la dotazione tecnologica necessaria e valutare la capacità produttiva complessiva.



Non v'è dubbio che una delle componenti del successo di un'iniziativa imprenditoriale è rappresentata dalle persone che la realizzano. Per tale motivo, occorre considerare con attenzione le competenze necessarie per il buon funzionamento dell'impresa e la suddivisione dei ruoli fra i soggetti coinvolti, siano essi soci o collaboratori.

Lo svolgimento di alcune attività può comportare la presenza di requisiti professionali specifici, il rispetto di normative di sicurezza e igiene, il possesso di autorizzazioni amministrative da parte di Comune, Provincia, Questura, ASL.

Per evitare brutte sorprese, non siate pigri nel chiedere informazioni!

¹ Alcune aree della provincia di Torino godono di particolari agevolazioni.

LA FORMA SOCIETARIA

La scelta della forma societaria² più adatta per la vostra impresa non è semplice e richiede una serie di valutazioni che potrete meglio eseguire quando avrete approfondito le questioni delineate in questa guida.

Siete soli o avete dei soci? Sono vostri familiari?

L'attività d'impresa si caratterizza per l'elevato grado di rischio? Prevedete uno sviluppo importante in termini di fatturato?

Prima di presentare alcuni flash sulle diverse forme in cui si può avviare un'impresa, ricordiamo la definizione di imprenditore.

È colui che esercita professionalmente e abitualmente un'attività economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni e servizi.

La forma societaria più semplice è l'*impresa individuale*, tipologia adatta per attività con rischio ed investimenti contenuti. Se vi è la collaborazione dei familiari, si parla di *impresa familiare*.

Se due o più persone si accordano per gestire un'attività economica, essi danno vita ad una *società*. Esistono società di *persone*, società di *capitali* e *cooperative*.

Le società di persone non richiedono un capitale minimo per la costituzione, vedono prevalere la figura dei soci sul capitale e si distinguono in *società in nome collettivo* e *società in accomandita semplice*.

Le società di capitali, come la *società a responsabilità limitata* e la *società per azioni*, sono forme che richiedono un capitale minimo e sono indicate per imprese con un certo livello di rischio e volumi di investimenti elevati.

Le *società cooperative*, infine, coinvolgono un minimo di tre soci e perseguono finalità mutualistiche.

² In questa guida trattiamo solo di creazione di impresa, ma non va dimenticato che si può lavorare in proprio anche come lavoratore autonomo.

I NUMERI: FAR QUADRARE I CONTI

Siccome non c'è impresa senza conti e l'esperienza dimostra che l'aspetto economico e finanziario è proprio il punto dolente di molti imprenditori, vi proponiamo di cominciare a ragionare sui numeri con l'ausilio di alcuni semplici schemi.

I RICAVI

La formulazione di una stima realistica delle vendite che la nuova impresa potrà realizzare è un passo fondamentale perché consente di quantificare i ricavi. Questi sono determinati moltiplicando le quantità vendute per i relativi prezzi. Le quantità possono essere rappresentate da beni, come libri o computer, oppure da servizi, quali rette per asili o contratti di consulenza.

A seconda della natura dell'impresa, le previsioni potranno essere effettuate su intervalli di tempo differenti. Ad esempio:

- per un bar o una gastronomia si può utilizzare come parametro le vendite giornaliere, formulando ipotesi diverse per i giorni festivi e feriali per poi elaborare delle proiezioni su tutto l'anno;
- per un asilo si può ipotizzare il numero di bambini presenti su base mensile, considerando varie fasce di permanenza nella struttura (5 ore al giorno, 6 ore al giorno, ecc.);
- per una società di progettazione si può fare riferimento alle commesse acquisibili in un anno, magari distinguendole in piccole, medie e grandi.

Dal momento che un'impresa può vendere più di un prodotto/servizio, la tabella su cui fare le prime ipotesi dovrà tenerne conto:

| Prodotti o servizi | Quantità | Prezzo | Totale |
|----------------------------|-----------------|---------------|---------------|
| Prodotto/servizio 1 | | | |
| Prodotto/servizio 2 | | | |
| Prodotto/servizio 3 | | | |
| Prodotto/servizio <i>n</i> | | | |

I COSTI FISSI

Sono quei costi che l'impresa deve sostenere, indipendentemente dal volume di produzione e vendita che realizza. Si raccomanda la massima accuratezza nella loro previsione per non gravare la fase di start-up di spese superflue ma anche per evitare incaute sottostime.

| Descrizione | Importo annuale |
|--|-----------------|
| Affitto | |
| Elettricità, acqua, riscaldamento | |
| Spese telefoniche | |
| Pubblicità | |
| Consulenza fiscale, legale, del lavoro | |
| Aggiornamento professionale | |
| Assicurazioni | |
| Manutenzione beni | |
| Spese postali /cancelleria | |
| Spese auto, carburante, trasporti | |
| Costo lavoro dipendente | |
| Remunerazione lavoro dei soci | |
| Ammortamenti * | |
| Altre spese | |

* vedere paragrafo relativo agli investimenti

Avrete notato che la voce "remunerazione lavoro dei soci" appare fra i costi fissi. Perché? Il motivo è semplice, ma talvolta lo si dimentica: l'attività deve "pagare" anche il vostro lavoro.

I COSTI VARIABILI

Sono costi il cui ammontare è strettamente legato al volume di produzione e vendita.

Tornando agli esempi precedenti: per un bar o una gastronomia sono le materie prime da trasformare e rivendere; in un asilo sono i pasti consumati dai bambini; in una società di progettazione possono essere le prestazioni professionali esterne e i materiali di consumo; in altri casi ancora le provvigioni spettanti agli agenti.

| Prodotti o servizi | Costo variabile 1 | Costo variabile 2 |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| Prodotto/servizio 1 | | |
| Prodotto/servizio 2 | | |
| Prodotto/servizio 3 | | |
| Prodotto/servizio n | | |

GLI INVESTIMENTI

Sono tutti quei beni, materiali e immateriali, da acquistare per l'esercizio dell'attività; differiscono dai costi in quanto hanno un utilizzo ripetuto nel tempo. Pertanto, l'automezzo è da considerarsi un investimento mentre l'assicurazione dello stesso e il carburante sono costi.

Ogni anno, una parte degli investimenti si trasforma in costo: si tratta dell'ammortamento, ossia quella frazione del valore di un bene che è stata "consumata" con l'uso. Un'auto del valore di 10.000 euro, se adoperata per 5 anni genera un ammortamento annuo di 2.000 euro.

Il prospetto che segue riporta le principali voci di investimento.

| Descrizione | Valore acquisto | Durata | Ammortamento |
|------------------------------|-----------------|--------|--------------|
| <i>Immobile</i> | | | |
| <i>Adeguamento locali</i> | | | |
| Ristrutturazione | | | |
| Impianto elettrico | | | |
| Impianto idraulico | | | |
| Antifurto | | | |
| <i>Macchinari (esempi)</i> | | | |
| Tornio / fresa / pressa | | | |
| Impastatrice / forno | | | |
| Levigatrice / sega | | | |
| <i>Attrezzature (esempi)</i> | | | |
| PC / stampante / fax | | | |
| Trapano / scale | | | |
| <i>Arredamento (esempi)</i> | | | |
| Mobili ufficio | | | |
| Arredo negozio | | | |
| <i>Automezzo</i> | | | |
| <i>Beni immateriali</i> | | | |
| Licenze, software | | | |
| Brevetti e marchi | | | |
| <i>Spese di costituzione</i> | | | |

Gli investimenti hanno una ripercussione sulla struttura dei costi fissi (ammortamento, spese di pulizia, manutenzione, ecc.) e sul fabbisogno finanziario. Dunque, prima dell'acquisto valutate anche ipotesi alternative quali l'affitto o il leasing.

IL PUNTO DI PAREGGIO: COME ARRIVARCI?

Perché le informazioni dei paragrafi precedenti sono così importanti? Esse vi forniscono gli elementi per verificare un aspetto basilare, ossia se l'attività che avete in mente è sufficientemente remunerativa.

Dalla differenza fra prezzo di vendita di un prodotto o servizio e costo variabile necessario alla sua realizzazione, si ricava il margine di contribuzione (MdC).

$$\text{MdC} = \text{prezzo di vendita (P)} - \text{costo variabile (CV)}$$



Questo margine fornisce un'informazione economica determinante: ci dice, infatti, quanta parte del prezzo resta a disposizione dell'impresa per la copertura dei costi fissi (CF) e per la generazione dell'utile.

Adesso non resta che individuare la quantità di vendite che consente di raggiungere il pareggio, ossia l'uguaglianza fra costi e ricavi, che deriva dal rapporto fra costi fissi e margine di contribuzione. Il prodotto fra la quantità di pareggio ed il prezzo di vendita rivelerà il fatturato di pareggio.

Ogni quantità venduta in più contribuirà a creare un utile e, ovviamente, ogni vendita in meno manterrà l'azienda in una situazione di perdita.

Non tutte le imprese possono pensare di raggiungere il punto di pareggio (o *break even point*) già nel primo anno di attività: in alcuni casi occorre crearsi un mercato, in altri i volumi da raggiungere per pareggiare sono elevati.

L'assenza di un equilibrio economico iniziale non può, quindi, essere giudicata negativamente a priori; esige però un approfondimento sulla capacità dei soci di far fronte alla perdita con adeguate risorse finanziarie, argomento della pagina successiva.

IL FABBISOGNO FINANZIARIO E LA SUA COPERTURA

È forse la parte più insidiosa e di più difficile comprensione, ma è ineludibile. L'impresa deve essere dotata fin dal suo avvio di adeguate risorse finanziarie per poter gestire le proprie necessità.

Cosa genera il fabbisogno finanziario?

In primo luogo gli investimenti (non scordate l'IVA, che è ininfluente sotto il profilo economico ma certo non sotto quello finanziario!). Segue il magazzino; si pensi, ad esempio, al numero di libri ed al tempo in cui questi giacciono negli scaffali di una libreria prima di essere venduti e trasformati in incassi.

In quale altro modo possono poi essere immobilizzate delle risorse finanziarie?

Probabilmente presso i clienti, a causa delle dilazioni con cui pagano le fatture. Non è sufficiente la vostra volontà di non concedere credito quando gli usi che regolano il settore sono diversi.

Un'ulteriore voce può essere rappresentata dalle cauzioni (su locale, allacciamenti, ecc.).

A fronte di ciò, quali risorse sull'altro piatto della bilancia? I risparmi e il credito che otterrete dalle banche, ma anche le dilazioni nei pagamenti concesse dai fornitori.

Un'attenzione particolare merita il fattore tempo.

Le immobilizzazioni, utilizzate per più anni, richiedono risorse di medio-lungo termine (capitale proprio o mutui), mentre i finanziamenti a breve rispondono alle esigenze correnti.

| Fabbisogni | Importo | Durata |
|------------------------|---------|--------|
| <i>Investimenti</i> | | |
| <i>Magazzino</i> | | |
| <i>Credito clienti</i> | | |
| <i>Cauzioni</i> | | |

| Risorse | Importo | Durata |
|-------------------------|---------|--------|
| <i>Risorse dei soci</i> | | |
| <i>Risorse di terzi</i> | | |
| Fornitori | | |
| Banche | | |
| Finanziamenti pubblici | | |

Il percorso Mip

Informazione e orientamento



Definizione macro elementi del progetto imprenditoriale



Sviluppo del progetto d'impresa e verifica della fattibilità



AVVIO DELL'IMPRESA

Supporto per la crescita dell'impresa

La rete degli sportelli

- **Provincia di Torino**
Via Maria Vittoria 12
- **Comune di Torino**
Via Meucci 4
- **Comune di Torino - Lisem**
Corso Tazzoli 215/13
- **Politecnico di Torino**
(I3P: Incubatore Imprese Innovative)
Via Pier Carlo Boggio 61
- **Università di Torino**
(Funzione DIR. S. e L. - Dal Diritto allo Studio al Mondo del Lavoro)
Via Maria Vittoria 38
- **Comune di Castellamonte**
Piazza Martiri della Libertà 28
- **Comune di Chivasso**
Palazzo Einaudi
Via Lungo Piazza d'Armi 6
- **Comune di Moncalieri**
Via Santa Croce 12
- **Comune di Ivrea**
Palazzo comunale,
Piazza Vittorio Emanuele I
- **Comune di Orbassano**
(ASSOT srl)
Via Alfieri 21
- **Comune di Pinerolo**
Viale Giolitti 7
- **Comune di Rivoli**
Corso Francia 98
- **Comune di Santena**
Via Cavour 39
- **Comune di Settimo Torinese**
Piazza della Libertà 4



Numero Verde
800-146766

www.mettersinproprio.it



Provincia di Torino • CONCERTAZIONE TERRITORIALE
Via Maria Vittoria, 12 – 10123 Torino

