

GUIDA PER L'APERTURA DI UNA ATTIVITÀ ECONOMICA



mip
METTERSI
IN PROPRIO

in collaborazione con



per una crescita intelligente,
sostenibile ed inclusiva

INIZIATIVA CO-FINANZIATA CON FSE

INDICE

Una Guida per Chi?	pag. 3
Che cos'è Mip - Mettersi in Proprio? - Come Partecipare	pag. 4
<i>Misura 1</i> Supporto all'Imprenditorialità e Servizi Consulenziali per la creazione di Impresa e del Lavoro Autonomo (assistenza ex ante)	pag. 5
<i>Misura 2</i> Consulenza Specialistica e Tutoraggio (assistenza ex post)	pag. 5
Il Business Plan - Il Piano di Attività	pag. 6
L'Imprenditore - Il Lavoratore Autonomo - Il Team Proponente: Chi, Come e Perché	pag. 7
I Prodotti - I Servizi - Le Prestazioni Professionali e Il Mercato	pag. 8
La Struttura Dell'Impresa	pag. 9
.....	
La Forma Societaria	pag. 10
I numeri: Per far Quadrare i Conti	pag. 11
I Ricavi	pag. 12
I Costi Fissi	pag. 13
I Costi Variabili - Gli Investimenti	pag. 14
Il Punto di Pareggio: Come Arrivarci?	pag. 16
Il Fabbisogno Finanziario e la sua Copertura	pag. 17
Conclusioni	pag. 18
Lo Sportello InformaMip - Dove	pag. 19

UNA GUIDA PER CHI?

Queste paginette **sono dedicate a chi ha un'idea in mente ma non sa bene da che parte iniziare** o prova interesse per il tema dell'autoimprenditorialità e dell'autoimpiego ma ne ignora gli elementi basilari.

Nelle pagine seguenti sono proposti alcuni spunti per un primo orientamento. Il passo ulteriore, se lo giudicate opportuno, sarà quello di rivolgersi al **Programma Mip**.

Con Mip l'aspirante imprenditore ha l'opportunità di **trasformare l'idea in un vero e proprio progetto**: dopo una prima valutazione delle attitudini è accompagnato in un percorso a tappe dove una rete di professionisti accreditati e di servizi saranno a sua disposizione gratuitamente, per definire, sviluppare e realizzare una impresa o una attività professionale.

La **Regione Piemonte** ha selezionato e mette a disposizione un sistema, diffuso capillarmente sul territorio, che comprende i Centri per l'impiego della Regione Piemonte, un team di esperti regionali, tutor personalizzati e soprattutto una rete di circa 190 sportelli per la creazione d'impresa specializzati, in tutto il Piemonte, pronti ad accompagnare gli aspiranti imprenditori in questo **nuovo percorso**.



CHE COS'È MIP – METTERSI IN PROPRIO?

È un Programma della **Regione Piemonte - finanziato dal Fondo Sociale Europeo 2014-2020** nell'ambito dei Percorsi di sostegno alla creazione d'impresa e al lavoro autonomo - che nasce per promuovere lo spirito imprenditoriale in tutto il territorio regionale, attraverso servizi di accompagnamento dedicati a chi vuole mettersi in proprio.

COME PARTECIPARE

ACCEDI AL SERVIZIO ONLINE DAL SITO:

www.mettersinproprio.it

Scegli l'incontro di pre-accoglienza, selezionando la data dal calendario degli incontri programmati presso i Centri per l'Impiego e iscriviti compilando il modulo di registrazione.

Oppure RECATI AL CENTRO PER L'IMPIEGO PIÙ VICINO A TE

Cerca il Centro per l'Impiego più vicino a te e prendi un appuntamento: un operatore provvederà all'inserimento dei dati necessari nell'area web e ti aiuterà ad iscriverti all'incontro di pre-accoglienza.

CONTROLLA LA TUA E-MAIL

Riceverai il riepilogo dei dati inseriti, le tue credenziali per l'area riservata e le indicazioni per partecipare all'incontro di pre-accoglienza.

PARTECIPA ALL'INCONTRO DI PRE-ACCOGLIENZA COLLETTIVO PRESSO I CPI

Esperti della Regione Piemonte e della Città Metropolitana di Torino ti forniranno tutte le informazioni sul programma Mip e le prime indicazioni di orientamento e di indirizzo su autoimpiego e autoimprenditorialità.

COMPILA IL QUESTIONARIO DI AUTOVALUTAZIONE

Dopo l'incontro, collegati alla tua area riservata e compila il questionario di autovalutazione: compilarlo è obbligatorio ed è importante per conoscere il tuo progetto, le tue attitudini e motivazioni.

RICHIEDI IL PRIMO APPUNTAMENTO CON IL TUTOR

Dalla tua area riservata ti sarà possibile prenotare un appuntamento individuale con un tutor a tua scelta. Puoi contare su una rete di 190 sportelli in tutto il Piemonte.

MISURA 1: SUPPORTO ALL'IMPRENDITORIALITÀ E SERVIZI CONSULENZIALI PER LA CREAZIONE DI IMPRESA E DEL LAVORO AUTONOMO (ASSISTENZA EX ANTE)

40 ore di **PERCORSO DI ASSISTENZA PERSONALIZZATA**

- Accoglienza e prima analisi dell'idea imprenditoriale;
- Esame della fattibilità del progetto;
- Consulenza specialistica: giuridica, commerciale, economica.

È la fase in cui, affiancato da un tutor, riceverai informazioni, consulenza specialistica e assistenza per la verifica di fattibilità dell'idea imprenditoriale o di lavoro autonomo e l'elaborazione del business plan/piano di attività. Il tuo elaborato sarà presentato al Comitato Tecnico .

MISURA 2: CONSULENZA SPECIALISTICA E TUTORAGGIO (ASSISTENZA EX POST)

20 ore di **PERCORSO DI CONSULENZA SPECIALISTICA E TUTORAGGIO**

Monitoraggio post avvio;

- Analisi delle condizioni di mercato e delle opportunità di sviluppo;
- Supporto nella definizione di progetti di crescita;
- Sostegno nell'accesso alle misure di agevolazione.



IL BUSINESS PLAN - IL PIANO DI ATTIVITÀ

È la rappresentazione organica, realizzata in termini prevalentemente economici, finanziari e patrimoniali dell'insieme di attività e di obiettivi che la nuova attività si è data.

Può essere considerato uno strumento di:

- **apprendimento**, che guida nelle attività di ricerca delle informazioni, di analisi e riflessione, indispensabili per definire in modo chiaro, realistico e coerente il tuo progetto;
- **valutazione del grado di rischio dell'idea**, che fa emergere i rischi connessi all'avvio dell'attività (legati agli investimenti iniziali, a incertezze del mercato e ad altre variabili che dovrai considerare) e permette di verificare la fattibilità tecnica, economica e finanziaria della tua iniziativa;
- **comunicazione e presentazione del progetto imprenditoriale** in tutte le sue parti al fine di convincere chi lo legge della sua bontà;
- **controllo dell'andamento delle attività dell'impresa** attraverso l'analisi degli scostamenti tra quanto preventivato e quanto effettivamente si è realizzato, da cui puoi ottenere utili spunti per l'aggiornamento delle strategie e la pianificazione delle prossime azioni da intraprendere.

Il documento è organizzato in tre sezioni, precedute da una breve sintesi in cui sono riportati gli elementi principali del progetto. Le tre parti sono:

- sezione descrittiva
- sezione economico finanziaria
- sintesi economica finanziaria e patrimoniale



L'elaborazione del business plan-piano di attività richiede un approccio proattivo e un'analisi anticipatoria orientata al cambiamento e all'auto-iniziativa. Il progetto prende in esame molti aspetti, descrive ipotesi alternative di assetto, e illustra le ipotesi fondamentali su cui poggiano le attese di successo della nascente impresa/attività di lavoro autonomo. Esaminiamo gli elementi principali.

L'IMPREDITORE/IL LAVORATORE AUTONOMO/IL TEAM PROPONENTE: CHI, COME E PERCHÈ

C'è chi si mette in proprio per passione, c'è chi lo fa per necessità o per realizzare un sogno. Alla base di questa scelta, però, c'è sempre una motivazione che deve essere continuamente alimentata. Ma non basta.

Il potenziale imprenditore/lavoratore autonomo, o il team nel suo insieme, deve possedere le necessarie abilità per gestire la futura attività.

Un fattore di successo è rappresentato dal rapporto tra competenze tecniche, capacità organizzative e gestione dei rapporti interpersonali.

Un buon imprenditore/lavoratore autonomo deve possedere una solida formazione tecnica di base, sviluppare caratteristiche personali come:

- La capacità di estendere e conservare buone relazioni sociali;
- Leadership, motivazione ed automotivazione;
- Flessibilità, immaginazione, problem solving, apertura al cambiamento;
- Fiducia in se stesso, responsabilità, capacità di valutazione;
- Assunzione del rischio, e così via.



I PRODOTTI/I SERVIZI/LE PRESTAZIONI PROFESSIONALI E IL MERCATO

Come fare un'analisi di mercato è uno dei principali quesiti da risolvere quando si valuta un'idea di business e/o ci si appropria alla scrittura di un business plan. Essa serve a comprendere quali possano essere le potenzialità della proposta in un determinato contesto e a stimarne l'effettiva attrattività da un punto di vista economico.

Si tratta fundamentalmente di una valutazione del mercato in termini di quantità e qualità, definendone il volume e il valore, individuando i segmenti di pubblico ed i relativi meccanismi di acquisto, la concorrenza nel settore e l'ambiente economico, le possibili barriere all'entrata e eventuali scogli in termini di regolamentazioni, normative, legislazione. L'obiettivo dell'analisi di mercato è valutare il terreno sul quale l'impresa dovrà muoversi e fare scelte strategiche efficaci e consapevoli. Per farlo, occorre avere una chiara visione dei seguenti elementi:

- **analisi demografica;**
- **dimensioni del mercato;**
- **mercato di riferimento;**
- **bisogni del target di mercato;**
- **concorrenza;**
- **barriere all'entrata;**
- **regolamentazione.**

Dall'esame di questi elementi devono scaturire importanti suggerimenti sui **punti di forza e di debolezza** dell'iniziativa e sulle modalità per promuovere e vendere i prodotti e servizi. Nessuna attività, 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 un'idea di business per la quale sia necessario **"creare il mercato"**.

Una volta messo a fuoco lo scopo fondamentale dell'iniziativa (il cosiddetto **"core business"**), si può passare alla tappa successiva.

LA STRUTTURA DELL'IMPRESA

Un'impresa può essere progettata in base a differenti strutture organizzative. Ciò vale sia nel momento in cui essa sorge che successivamente, quando si può rendere necessario una revisione della struttura precedentemente scelta o un suo adeguamento alle mutate esigenze.

Scelta della Sede: l'individuazione del luogo in cui collocare l'impresa non può essere fatta con leggerezza. La stessa attenzione 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 eventuale sostenibilità delle opere di adeguamento da effettuare (onerosità e tempi).**

Networking: 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.

Competenze: 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.

Condizioni Specifiche: 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; per evitare brutte sorprese, non siate pigri nel chiedere informazioni!



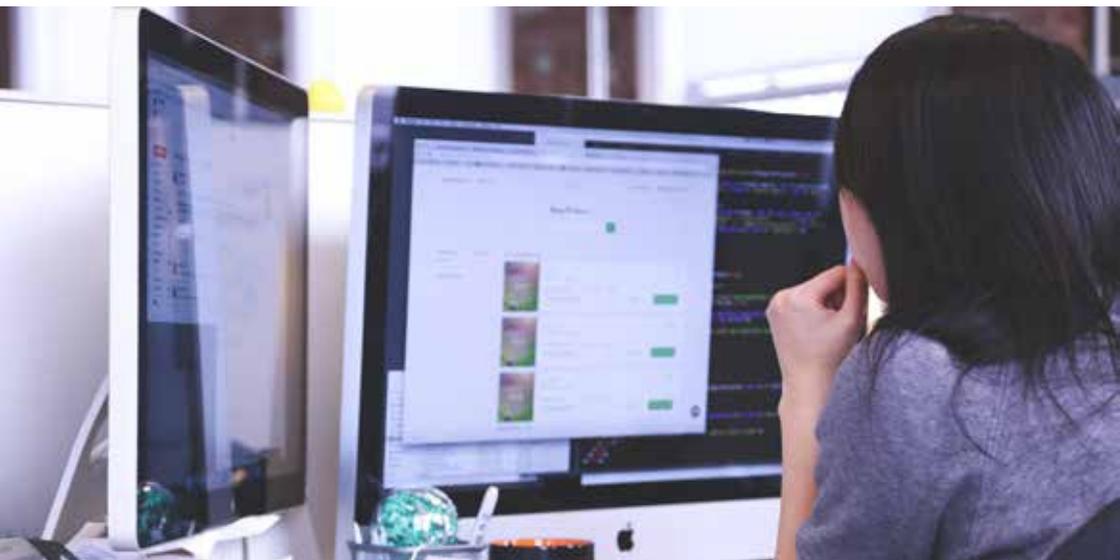
LA FORMA SOCIETARIA

La forma giuridica è una delle prime decisioni che deve prendere chi vuole lavorare in proprio. Tale scelta condiziona l'assetto organizzativo dell'impresa e ne definisce gli obblighi civili, amministrativi e fiscali. La scelta della forma societaria più adatta non è semplice e richiede una serie di valutazioni:

- la presenza di un unico imprenditore o di più soci;
- il grado di rischio che si intende correre;
- la responsabilità patrimoniale;
- le prospettive economiche e finanziarie dell'attività;
- il capitale disponibile;
- la convenienza fiscale.

Il nostro ordinamento giuridico fornisce quattro grandi macro-aree all'interno delle quali è possibile scegliere la forma più conveniente. 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 più persone si accordano per gestire un'attività economica, essi danno vita ad una società. Esistono società di persone, società di capitali e società cooperative.



Le **società di persone** (Società Semplice, Società in nome collettivo, Società in accomandita semplice) sono tali poiché in esse prevale l'elemento soggettivo rispetto a quello patrimoniale e i soci rispondono illimitatamente e solidalmente per tutti i debiti contratti nell'esercizio dell'attività.

Nelle **società di capitali**, come la società a responsabilità limitata e la società per azioni, l'aspetto del capitale (della società) ha una prevalenza sia concettuale che normativa rispetto al capitale dei soci. La gestione risulta essere più complessa e i costi di gestione più alti a fronte di una maggiore flessibilità ed una limitata responsabilità patrimoniale. Sono indicate per imprese con un certo livello di rischio e volumi di investimenti elevati.

Le **società cooperative**, infine, perseguono un fine mutualistico. Le cooperative sociali di tipo A gestiscono servizi socio-sanitari ed educativi come centri sociali, case alloggio, centri rieducativi, strutture sanitarie. Le cooperative sociali di tipo B si occupano dell'inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati.

I NUMERI: FAR QUADRARE I CONTI

Cominciamo a ragionare nelle seguenti pagine sui numeri con l'ausilio di alcuni semplici schemi.



I RICAVI

L'ammontare dei ricavi equivale al fatturato dell'impresa/dell'attività di lavoro autonomo, quindi, in altre parole, al totale degli incassi in denaro che si registrano in un determinato arco temporale (in genere si considera un anno). Il valore dei ricavi si ottiene moltiplicando la **quantità** di beni venduta (o prestazioni di servizi effettuate) per il rispettivo **prezzo**.

Nel fare le prime ipotesi, bisognerà tener conto di tutti i prodotti/servizi proposti dall'attività che incideranno in proporzione diversa sul totale dei ricavi.

È evidente che questa grandezza rappresenta una discriminante fondamentale nella valutazione della capacità di generare reddito: quanto più sono maggiori i ricavi, tanto più è probabile che l'organizzazione economica produca ricchezza. Tuttavia questo è un dato necessario ma non sufficiente.

Il Business Plan è un documento che copre un **periodo prospettico di 3 anni**, mentre il piano di attività ne copre 2.



Prodotti e Servizi	Quantità	Prezzo	Totale
Prodotto/Servizio 1			
Prodotto/Servizio 2			
Prodotto/Servizio 3			
Prodotto/Servizio 4			

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	
Costo lavoro imprenditore/soci	
Ammortamenti *	
Altre spese	

* Cfr. paragrafo relativo agli investimenti

La remunerazione lavoro dei soci appare fra i costi fissi perché l'attività deve "pagare" anche il vostro lavoro!

Il nostro modello lo definisce "Costo lavoro imprenditore/soci".

I COSTI VARIABILI

Sono costi il cui ammontare è **strettamente legato al volume** di produzione e vendita. Questo significa che se la produzione è nulla i costi variabili saranno pari a zero. Più aumenta la produzione e più aumentano i costi variabili **in modo proporzionale**.

Ad esempio, un costo variabile tipico, è la materia prima necessaria per produrre un determinato bene, oppure il costo del prodotto da acquistare per essere commercializzato, oppure ancora il costo da sostenere per affidare all'esterno alcune fasi della produzione, oppure il costo della provvigione all'agente.

Prodotti e Servizi	Costo variabile 1	Costo variabile 2
Prodotto/Servizio 1		
Prodotto/Servizio 2		
Prodotto/Servizio 3		
Prodotto/Servizio 4		

GLI INVESTIMENTI

Sono tutti quei beni, materiali e immateriali, da acquistare per l'esercizio dell'attività la cui **utilità si estende su più esercizi**. Il piano degli investimenti è il documento che descrive, analizza e quantifica l'insieme degli investimenti. Dal piano deve risultare la descrizione tecnica, la tempistica di realizzo e la quantificazione monetaria degli investimenti previsti. 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. Il prospetto che segue riporta le principali voci di investimento.

Gli investimenti hanno una ripercussione sulla struttura dei costi fissi (ammortamento, spese di pulizia, manutenzione, ecc.) e sul fabbisogno finanziario. In alcuni casi, è possibile valutare ipotesi alternative all'acquisto (affitto, leasing, noleggio, ecc.).

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



IL PUNTO DI PAREGGIO: COME ARRIVARCI?

Le informazioni dei paragrafi precedenti forniscono gli elementi per verificare un aspetto basilare, ossia se l'attività proposta possa essere 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).

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

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

Il fabbisogno finanziario è sostanzialmente di due tipi.

- **Il fabbisogno strutturale:** riguarda quegli investimenti che concorrono a definire la struttura, ossia l'ossatura permanente dell'impresa.
- **Il fabbisogno corrente:** riguarda le attività di acquisto, produzione e vendita che dobbiamo svolgere quotidianamente.

Esso deve coprire principalmente:

- Le **scorte** (di materie prime, semilavorati, prodotti...);
- I **crediti** da concedere ai clienti;
- Un minimo di **riserve liquide** che ci permettano di affrontare eventuali difficoltà finanziarie.

Ogni impresa, dunque, ha bisogno di un fondo di capitale che le serve per creare e alimentare la sua struttura permanente (gestione strutturale) e per avviare e alimentare le sue attività operative (gestione corrente). Nelle prime fasi di vita la situazione finanziaria dell'impresa presenta solitamente le seguenti caratteristiche:

- Il fatturato tende a crescere, ma troppo lentamente per coprire, in breve tempo, i costi iniziali;
- Gli investimenti in capitale fisso sono inizialmente piuttosto elevati;
- Gli investimenti in capitale circolante risultano anch'essi, in genere, consistenti;
- La capacità di autofinanziamento è in genere limitata.



Il costo di produzione unitario può essere alto, perché influenzati negativamente dai limitati volumi produttivi. Tutto ciò determina una situazione di rilevante fabbisogno finanziario, tanto più elevato quanto maggiore è il tasso di sviluppo del fatturato.

Individuato il fabbisogno di capitale occorre trovare il modo per soddisfarlo. Vediamo, dunque, quali sono le risorse o «fonti di finanziamento» a cui l'imprenditore può attingere:

- fonti finanziarie **interne** («capitale proprio»);
- fonti finanziarie **esterne** («capitale di terzi» o di credito).

Fabbisogni	Importo	Durata
Investimenti		
Magazzino		
Credito clienti		
Cauzioni		
Risorse	Importo	Durata
Risorse dei soci		
Risorse di terzi		
Fornitori		
Banche		
Finanziamenti pubblici		

CONCLUSIONI

Alla luce di quanto scritto sopra, appare evidente il ruolo che ha la pianificazione economico-finanziaria all'interno del business plan-piano di attività: mettere l'imprenditore/libero professionista o l'aspirante tale nelle condizioni di riflettere attentamente sulla qualità del fabbisogno finanziario e di provvedere alle sue fonti di copertura. Poiché dimenticare anche solo una voce di costo (pluriennale o di gestione che sia), può pregiudicare la fattibilità finanziaria dell'idea di business.



LO SPORTELLO INFORMAMIP

Lo sportello InformaMip – dedicato a chi vuole avviare una propria attività – fornisce agli utenti assistenza per accedere ai servizi di accompagnamento, nonché ottenere le prime informazioni sui passi necessari a “mettersi in proprio”. Lo Sportello fornisce informazioni generali sul funzionamento del Servizio, ma anche nozioni relative alla verifica di fattibilità dell’idea imprenditoriale.

DOVE

L’InformaMip ha sede al **piano terra di Corso Inghilterra n. 7** ed è aperto al pubblico (senza necessità di appuntamento) nei seguenti giorni e orari:

Lunedì: dalle 9 alle 14

Martedì e Giovedì: dalle 14 alle 17.30



Sistema regionale di accompagnamento
alla creazione di impresa e al lavoro autonomo
in Piemonte

Come Funziona?

mip
METTERSI
IN PROPRIO

ACCEDI AL
SERVIZIO
ON LINE

oppure

RECATI
PRESSO IL
CENTRO PER
L'IMPIEGO PIÙ
VICINO A TE



CONTROLLA
LA TUA MAIL



PARTECIPA
ALL'INCONTRO DI
PRE-ACCOGLIENZA



COMPILA IL
QUESTIONARIO DI
AUTOVALUTAZIONE



RICHIEDI IL
PRIMO
APPUNTAMENTO
CON IL TUTOR



www.metttersinproprio.it

Numero Verde
800.146.766

Attivo dal lunedì al venerdì:
09.00/13.00 - 14.00/18.00
Il sabato: 09.00/13.00

Partecipa a MIP
e inizia
l'avventura!



Numero Verde

800.146.766

www.metttersinproprio.it

facebook.com/mipmettersinproprio/
instagram.com/mip_metttersinproprio/