



Creare Impresa

Approfondimento nell'ambito del Progetto NIC NET

Claudia Cevenini
Dottore commercialista Revisore legale

Perché fare l'imprenditore?

- Realizzare un'idea innovativa (un sogno)
- Essere autonomi, non avere padroni
- Sviluppare la propria creatività
- Guadagnare bene
- Migliorare il mondo
- Creare lavoro
- ???

Sembra allettante...perché non lo fanno tutti?

- Impegnativo
- Rischioso
- Esito incerto
- Nessuno stipendio fisso
- Mancanza di orari
- ???

Non ci si deve mai scoraggiare ma allo stesso tempo è molto importante sviluppare con cura il proprio progetto di impresa ed essere realisti.

Le imprese nascono e chiudono

NUOVE IMPRESE CREATIVE

Qualche dato: secondo uno studio della Camera di commercio sulla natalità-mortalità delle imprese bolognesi, al 30 settembre 2016 i sono 448 imprese in più rispetto a gennaio: 4.390 aperture e 3.942 cessazioni.

Un caso: la bolla dei ristoranti a Bologna
<http://corrieredibologna.corriere.it/bologna/notizie/cronaca/2016/21-novembre-2016/cibo-bolla-ristoranti-due-tre-chiudono-5-anni-2401074662755.shtml>

Che cosa occorre per fare impresa?

- Denaro?
- Competenze?
- Dedizione?
- Coraggio?
- Passione?
- Fortuna?
- ???

Le 10 fasi della creazione di impresa

1. Cosa significa mettersi in proprio
2. Hai la stoffa dell'imprenditore?
3. L'idea
4. Lo scenario
5. Verificare l'idea: punti di forza e di debolezza
6. Focalizzare l'idea
7. Scelte di marketing e analisi di mercato
8. Scelte di produzione
9. Organizzare l'azienda
10. Redigere il piano d'impresa

(Fonte: Unioncamere – Guida Web alla creazione d'impresa)

1. Cosa significa mettersi in proprio

Imprenditore: chi esercita professionalmente un'attività economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni e di servizi.

Lavoratore autonomo: chi esercita un'attività lavorativa che prevede:

- l'esecuzione, contro corrispettivo, di un'opera o di un servizio;
- con lavoro prevalentemente proprio;
- senza vincolo di subordinazione nei confronti del committente.

2. Hai la stoffa dell'imprenditore?

- Valutare le proprie attitudini imprenditoriali
- Comprendere le proprie motivazioni
- Verificare di avere il giusto bagaglio di competenze

nichnet

3. L'idea

NUOVE IMPRESE CREATIVE

- Fondamentale avere una buona idea di impresa
- Innovativa
- Realizzabile (interessa ai clienti?)
- Condividere o non condividere l'idea? Con chi?
- Proteggere la propria idea
- Attenzione a non affezionarsi troppo alla propria idea, analizzarla in modo obiettivo

4. Lo scenario

- Studiare e valutare il “macroambiente” (contesto economico e sociale) in cui l’impresa opererà
- Studiare e valutare il “microambiente” (il mercato di interesse dell’impresa: clienti, concorrenti, fornitori, agenti e rappresentanti, grossisti, trasportatori, ecc.)

L’impresa può controllare il macroambiente? E il microambiente?

I clienti

- Molti neoimprenditori sviluppano un prodotto o un servizio e sono convinti che sia così bello, utile e innovativo che tutti vorranno acquistarlo.
- Prima di iniziare è bene riflettere sui potenziali clienti: chi potrebbe essere interessato ad acquistare i nostri prodotti e servizi?
- E' indispensabile conoscere bene la domanda reale e potenziale, il proprio mercato. Pochi lo fanno e sbagliano.

Cosa occorre fare?

- Capire le esigenze dei clienti e cercare di soddisfarle
- Analizzare il mercato potenziale, i concorrenti; capire in quale fase si trova (es. in calo? In espansione?)
- Individuare la tipologia di cliente a cui ci si vuole rivolgere – segmentazione del mercato

I concorrenti

- Alcuni imprenditori pensano di avere un'idea così innovativa da non avere concorrenza.
- Attenzione!!
- Magari qualcuno ha già avuto la stessa idea e l'ha realizzata.
- Anche se il prodotto o servizio di un'impresa è di ottima qualità, molto migliore di quelli già esistenti sul mercato, non è detto che sia preferito a quello della concorrenza. Come mai?

Cosa occorre fare?

- Studiare bene la concorrenza, le imprese che offrono beni o servizi simili (o percepiti come tali dai clienti) o sostituibili
- Ricerca su Internet, banche dati, studi e ricerche delle Camere di Commercio e di altri enti
- Bilanci imprese concorrenti
- Statistiche ISTAT
- Parlare con persone che lavorano nel settore

I fornitori

- Nessuna impresa è totalmente “autarchica”
- Come scegliere i fornitori?
- Rapporto qualità/prezzo
- Condizioni di pagamento (importante per il flusso di cassa)
- Meglio non dipendere da un solo fornitore
- Attenzione ai contratti (o alla loro mancanza)!

5. Verificare l'idea: punti di forza e di debolezza

- Verificare la fattibilità dell'idea di impresa (es. prodotti e servizi offerti, prezzi, domanda, concorrenti, clienti, localizzazione, personale, fondi necessari, ecc.).
- Apportare aggiustamenti se occorre
- Eliminare del tutto il rischio è impossibile: occorre calcolarlo e fare il possibile per prevenirlo
- Punti di forza e di debolezza possono essere oggettivi o soggettivi

SWOT ANALYSIS



Di Xienne - SWOT pt.svg, CC BY-SA 2.5,
<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=2838770>

6. Focalizzare l'idea

Domande fondamentali da porsi:

- 1) che cosa vendere? (prodotti/servizi)
- 2) a chi vendere (il mercato)
- 3) come realizzare i beni e i servizi da offrire (serve una struttura?)

7. Marketing e analisi di mercato

L'offerta combina prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione.

Occorre che siano coerenti tra loro e in relazione alla tipologia di cliente.

Verificare se vi siano ricerche di mercato disponibili.

Può darsi che non facciano al caso nostro e che occorra una analisi di mercato specifica.

In base all'analisi di mercato definiamo l'offerta (es. presumibili volumi di vendita).

Comunicazione

Comunicare è importante

Cosa comunica la vostra impresa?

Come comunica la vostra impresa?

8. Scelte di produzione

- Produrre in proprio (make)
- Acquistare da terzi e rivendere (buy)

Pro e contro:

Make – necessari investimenti elevati, se si produce poco i costi fissi incidono molto e il prezzo dei prodotti rischia di essere alto, occorrono competenze specifiche

Buy – livello qualitativo non è direttamente controllato dall'imprenditore, possibile utilizzo indebito di competenze (know-how), tecnologie e brevetti, possibili difficoltà a reperire soggetti con competenze adeguate.

9. Organizzare l'azienda

Azienda: complesso dei beni organizzati dall'imprenditore per l'esercizio dell'impresa (art. 2555 c.c.)

L'azienda serve per esercitare l'attività di impresa e comprende risorse:

- Materiali (locali dell'impresa, impianti, attrezzature, mobili, materie prime, ecc.)
- Immateriali e tecnologiche (know-how, brevetti, software)
- Umane (personale)
- Finanziarie (capitale, credito presso banche)

Localizzazione

Fattore molto importante, es.:

- Vicinanza ai mercati di approvvigionamento e di sbocco
- Presenza di infrastrutture (es. collegamenti stradali, linee telefoniche, ecc.)
- Presenza di personale qualificato in zona
- Accessibilità a contributi e finanziamenti specifici per determinate aree geografiche
- Disponibilità dei locali

10. Redigere il piano d'impresa

- Evitare l'improvvisazione
- Raccogliere le informazioni necessarie, studiare, riflettere non è una perdita di tempo
- Il progetto di impresa (business plan) permette di scrivere, formalizzare la situazione dell'impresa, le sue scelte
- NON è solo un modulo da compilare per finire il corso o per accedere a contributi!
- Aiuta a capire la reale fattibilità del progetto di impresa sotto diversi punti di vista (es. finanziario, produttivo, commerciale)
- Serve come guida pratica per l'imprenditore nelle fasi di avvio di impresa
- E' fondamentale per presentarsi a possibili investitori
- A cos'altro serve?

Come è composto il Business Plan

- Parte introduttiva
- Parte tecnico-operativa
- Parte quantitativo-monetaria

Business Plan – a cosa fare attenzione 1/2

- Descrizione della parte tecnica (l'impresa, i prodotti, i servizi) – voi conoscete bene il vostro progetto, parlate con tante persone (es. consulenti) ma ricordate che chi valuta il vostro BP (es. una banca, un investitore) ha solo a disposizione ciò che avete scritto, potrebbe non capire
- Mettere in evidenza gli aspetti più rilevanti
- Non dilungarsi sugli aspetti secondari
- Essere schematici
- Attenzione a eventuali concetti molto tecnici che il lettore potrebbe non comprendere

Business Plan – a cosa fare attenzione 1/2

- Non sottovalutare l'analisi del mercato
- Attenzione: pianificare l'avvio di un'impresa è molto più complesso rispetto al definire un prodotto o un servizio.
- Organizzazione dell'impresa (chi gestisce l'attività di produzione, quella commerciale, quella amministrativa?)
- Piano economico-finanziario previsionale realistico

Lo *start up* di impresa

1. Scegliere la forma giuridica
2. Adempimenti e costi per l'avvio dell'iniziativa
3. Accesso al credito
4. Come farsi conoscere: la comunicazione di impresa

(Fonte: Unioncamere – Guida Web alla creazione d'impresa)

Manca qualcosa? Alcune note

- Aspetti legali e contrattuali
- Privacy e protezione dei dati
- Adempimenti fiscali, scadenze, ecc.
- Consulenti esterni (es. commercialista, associazione di categoria)
- Marchio e nome a dominio
- Uso del web, social network e copyright
- Soci e collaboratori