

# UNITA' 3 – Sviluppare un'impresa

CLASSE 5° INFORMATICA

## UNITÀ 3

## SVILUPPARE UN'IMPRESA

### MAPPA CONCETTUALE

#### **1** Che cos'è un'impresa

**1.1** Le caratteristiche dell'impresa

**1.2** La forma giuridica dell'impresa

#### **2** Le startup e le PMI



#### **3** Come si sviluppa un'impresa

**3.1** Dall'idea all'impresa

**3.2** Il settore

**3.3** La vision e la mission

#### **4** Le analisi di mercato

#### **5** Il business plan

#### **6** Il risk management

**6.1** La normativa

**6.2** Le cinque fasi della gestione del rischio

**6.3** La matrice impatto/probabilità



#### **7** L'Agenda 2030 dell'ONU

**7.1** Che cos'è l'Agenda 2030



#### **8** L'economia circolare

**8.1** Definizioni e significato del termine

**8.2** L'economia circolare e l'industria 4.0

**8.3** L'economia circolare e l'Unione Europea

**8.4** L'economia delle 3R

## UNITÀ

# 3

## SVILUPPARE UN'IMPRESA



Guarda  
la **presentazione**  
dell'Unità

### IN QUESTA UNITÀ

- 1 Che cos'è un'impresa
- 2 Le startup e le PMI
- 3 Come si sviluppa un'impresa
- 4 Le analisi di mercato
- 5 Il business plan
- 6 Il risk management
- 7 L'Agenda 2030 dell'ONU
- 8 L'economia circolare



### conoscenze

Conoscere le caratteristiche di un'impresa.

Comprendere il rischio di impresa.

Conoscere le caratteristiche di un business plan.

Sapere che cos'è l'Agenda 2030 dell'ONU per lo sviluppo sostenibile.

Riconoscere le caratteristiche dell'economia circolare.

### abilità

Saper definire le fasi di sviluppo di un'impresa.

Esaminare un'analisi di mercato.

Utilizzare le principali tecniche di sviluppo di un business plan.

Analizzare lo sviluppo delle attività aziendali per determinarne il valore in termini di sostenibilità alla luce dell'Agenda 2030 dell'ONU.

### competenze

Utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi.

Essere in grado di sviluppare un business plan.

Individuare potenziali rischi di impresa.

Sviluppare un progetto di impresa utilizzando l'economia circolare.

## FLIPPED CLASSROOM

### A casa

- Immagina di dover sviluppare un'impresa che vende prodotti in un negozio fisico oppure solo online.
- Prepara una presentazione PowerPoint in 10 slide in cui rispondi a queste domande: che cosa vuoi vendere? Chi sono i tuoi potenziali acquirenti? Come pensi di procurarti i prodotti da vendere? In quali rischi potresti incorrere?

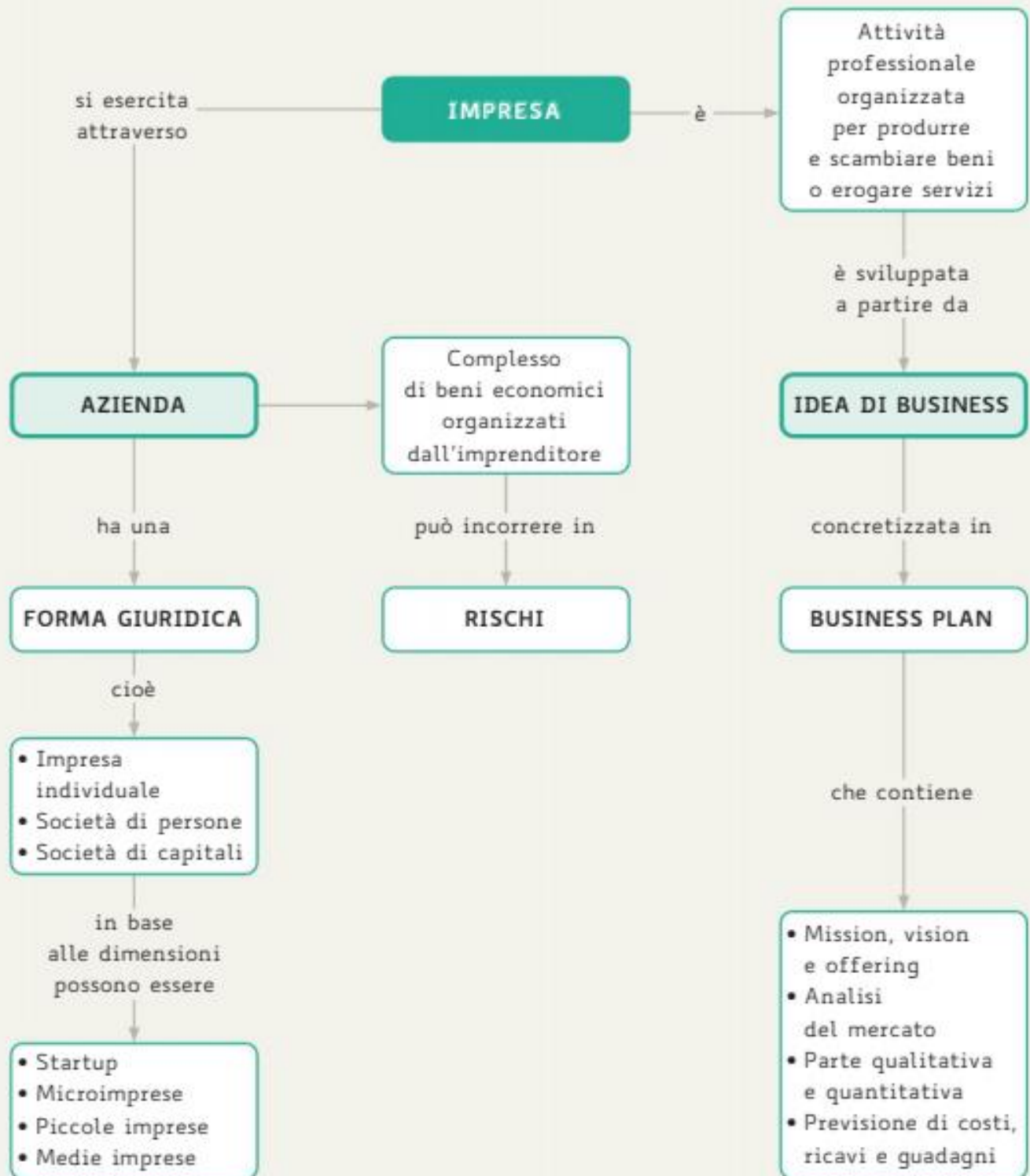
### In classe

- Presenta la tua idea di impresa in classe e confrontala con quella delle compagne e dei compagni.
- Discutete i progetti di impresa presentati: quale vi sembra il progetto migliore e perché? Quale vi sembra quello che potrebbe avere maggiore successo e perché? Quale invece vi sembra il più rischioso e perché?

## MAPPA CONCETTUALE



Lavora  
con la **mapa**  
modificabile



## 1 CHE COS'È UN'IMPRESA

Riprendiamo quanto già visto nelle precedenti Unità e affrontiamo ora aspetti più pratici. Spesso si parla di azienda come sinonimo di impresa. Ma sono la stessa cosa? In realtà esiste una differenza.

L'**impresa** è l'attività professionale organizzata per produrre e scambiare beni o erogare servizi (il cosiddetto core business) e l'imprenditore è colui che esercita professionalmente l'attività, come abbiamo visto in dettaglio nell'Unità 1, Paragrafo 1.1.

L'**azienda** è il mezzo concreto, attraverso immobili, sedi, attrezzature, impianti, personale, metodi, procedure, risorse, con il quale si esercita l'impresa.

### 1.1 Le caratteristiche dell'impresa

Attraverso la produzione e lo scambio, l'impresa punta al raggiungimento di determinati **obiettivi**.

Essa è caratterizzata dalle **modalità** che adotta per il raggiungimento di tali obiettivi, dall'organizzazione di cui si dota per ottenerli e dalla capacità di svolgere la propria attività con competenza ed efficienza (professionalità).

Ogni impresa impiega determinati **fattori produttivi**, ovvero capitale, mezzi di produzione, materie prime e forza lavoro, per ottenere i quali effettua **investimenti**.

In tutte le imprese i ricavi di vendita devono essere sufficienti a superare i costi di produzione, in modo tale che si determini (nel tempo) un **utile** (o profitto o guadagno) (FIGURA 1).

Il guadagno è il risultato economico positivo ottenuto dall'esercizio delle attività aziendali ed è dato dalla differenza (positiva) tra l'ammontare totale dei ricavi e quello dei costi sostenuti per la produzione e la vendita dei beni e servizi prodotti.

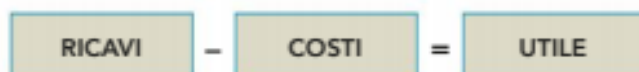


FIGURA 1 Rapporto tra ricavi, costi e utile

### 1.2 La forma giuridica dell'impresa

Quando si inizia un'attività va fatta la scelta della forma giuridica. Non esiste una forma giuridica più conveniente di un'altra: ognuna ha infatti dei punti di forza e di debolezza. Riepiloghiamo le caratteristiche delle tre principali tipologie previste in Italia.

#### ■ L'impresa individuale

L'**impresa individuale** o ditta individuale è un'attività svolta da un unico soggetto, il titolare dell'impresa, che può avvalersi dell'ausilio di collaboratori, anche familiari, oppure di dipendenti. Il titolare è l'unico responsabile della gestione dell'impresa. Il **vantaggio** di costituire un'impresa individuale è che l'imprenditore può gestire la sua attività in piena autonomia e con costi di gestione notevolmente contenuti. Non è previsto un capitale minimo obbligatorio iniziale; non è richiesta alcuna formalità per la costituzione dell'impresa (salvo l'apertura della **#partita Iva**) e l'imprenditore non è tenuto alla predisposizione e al deposito del bilancio annuale. Si potrà accedere a forme di tenuta della contabilità più semplici, quali per esempio la contabilità semplificata o il regime forfettario.

Il **rischio** dell'impresa individuale consiste nel fatto che l'imprenditore è illimitatamente responsabile nei confronti dei terzi creditori e risponde con il suo patrimonio personale dei debiti contratti dall'impresa.

#### #techwords

##### PARTITA IVA

È il numero composto da 11 cifre rilasciato dall'Agenzia delle Entrate a ogni contribuente che esercita un'attività imprenditoriale, professionale o artistica.



## ■ La società di persone

Le società di persone hanno **#autonomia patrimoniale imperfetta** e quindi non hanno **#personalità giuridica**.

La **S.n.c.** (società a nome collettivo) è una società di persone in cui tutti i soci rispondono solidalmente, illimitatamente e personalmente per le obbligazioni sociali.

La **S.a.s.** (società in accomandita semplice) è una società di persone che si caratterizza per la presenza di due figure distinte di soci: il socio accomandatario e il socio accomandante. Il primo risponde in modo illimitato delle obbligazioni sociali, mentre il secondo solo limitatamente alle quote conferite.

Il **vantaggio** di costituire una società di persone è che occorrono capitali in misura ridotta e che vigono in Italia numerose semplificazioni amministrative.

Il **rischio** di costituire una società di persone è che la responsabilità dei soci (di tutti quelli della S.n.c. e degli accomandatari nelle S.a.s.) è illimitata e solidale: essi sono quindi responsabili nei confronti dei terzi creditori anche con il patrimonio personale.

## ■ Le società di capitali

Le **società di capitali** sono quelle in cui la responsabilità del socio e il suo peso nella compagine sociale sono determinati dal **capitale** investito nell'impresa. L'elemento del capitale è prevalente rispetto all'elemento soggettivo dell'essere socio.

Le caratteristiche principali delle società di capitali sono tre.

1. **Personalità giuridica e autonomia patrimoniale perfetta:** la società risponde solo con il suo patrimonio.
2. **Responsabilità limitata dei soci:** essi rispondono per le obbligazioni assunte dalla società solo nei limiti delle quote o azioni sottoscritte. In caso di insolvenza, i creditori non possono rivalersi sul patrimonio personale dei soci.
3. **Potere di amministrazione svincolato:** con questo si intende che i soci possono con il loro voto scegliere gli amministratori (che possono anche non essere soci).

I due tipi principali di **società di capitali** sono: la **S.r.l.** (società a responsabilità limitata) e la **S.p.A.** (società per azioni), che si differenziano per gli obblighi formali di costituzione e per il diverso trattamento delle quote di partecipazione (che nelle S.p.A. sono dette azioni e possono costituire oggetto di investimento).

Il **vantaggio** delle società di capitali è separare il patrimonio aziendale da quello dei soci. Essendo dotata di personalità giuridica e con autonomia patrimoniale perfetta, la società di capitali risponde dei propri debiti esclusivamente con il patrimonio di cui dispone, senza intaccare il patrimonio dei soci.

Il **rischio** è che i soci devono dotare l'impresa di sufficienti mezzi per rispondere nei confronti dei terzi creditori: le società di capitali sono più onerose e i soci devono conferire denaro, eventuali immobili, partecipazioni ad altre società, mezzi e attrezzature con i quali la società può far fronte alle proprie obbligazioni.

### #techwords

#### AUTONOMIA PATRIMONIALE IMPERFETTA

Caratteristica degli enti che rispondono delle proprie obbligazioni tramite il patrimonio dei singoli associati. In altre parole, il patrimonio di una società con autonomia patrimoniale imperfetta coincide con quello dei soci.

#### PERSONALITÀ GIURIDICA

È la caratteristica delle imprese (intese come persone giuridiche), che rispondono delle proprie obbligazioni tramite il proprio patrimonio e non con quello dei singoli associati. Sono cioè quegli enti il cui patrimonio è distinto da quello dei soci e per questo si dice che godono di autonomia patrimoniale perfetta.

## 2 LE STARTUP E LE PMI

Non esiste una definizione univoca e condivisa di startup: ripercorriamo le definizioni date dai più importanti studiosi di economia delle imprese.

Steve Blank, professore dell'Università di Stanford e ricercatore presso la Columbia University di New York, afferma che una **startup** è "un'organizzazione temporanea alla ricerca di un modello di business scalabile, ripetibile e redditizio".

Blank sostiene che le startup devono possedere alcune caratteristiche.

- **Temporaneità:** la fase di startup in un'impresa è transitoria ed è utile per crescere rapidamente e diventare una grande azienda.
- **Sperimentazione:** la startup è alla ricerca di un modello di business efficace, ovvero della formula giusta che consenta di implementare un'innovazione profittevole.
- **Scalabilità:** il modello di business che si implementerà dovrà essere scalabile (in grado cioè di adattarsi nel tempo a eventuali aumenti o cali del business).
- **Ripetibilità:** il modello di business deve poter essere replicato in luoghi e tempi diversi.

Eric Ries, fondatore del movimento **Lean**, definisce la startup "un'istituzione umana studiata per creare un prodotto o servizio nuovo, in condizioni di estrema incertezza". Paul Graham, cofondatore della società **Y Combinator** che si occupa di finanziare il capitale iniziale alle startup, in particolare quelle avviate da giovani interessati a contenuti tecnici, definisce una startup come "una società concepita per crescere velocemente".

Con il **decreto legge 179/2012**, lo Stato italiano ha adottato una normativa per sostenere la nascita e la crescita dimensionale delle imprese innovative (maggiori informazioni sul sito del Ministero dello sviluppo economico: [tiny.cc/finkuz](http://tiny.cc/finkuz)). Il decreto individua i **#requisiti oggettivi** affinché lo Stato riconosca una società come **startup**.

1. Deve essere una società di capitali costituita da meno di 60 mesi, trascorsi i quali diventa una **#PMI** innovativa.
2. Deve avere un fatturato annuo inferiore a 5 milioni di euro.
3. Deve avere sede legale in Italia o in un Paese membro dell'UE, ma sede produttiva principale in Italia.
4. Non deve essere quotata in Borsa.
5. Non deve distribuire utili e non li deve avere distribuiti.
6. Deve avere come oggetto sociale esclusivo o prevalente lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico.
7. Non deve essere costituita a seguito di una fusione o scissione societaria, né a seguito della cessione di azienda o di un ramo di essa.

Infine, una startup può essere definita **innovativa** se rispetta almeno uno dei seguenti tre **#requisiti soggettivi**.

1. Sostiene spese per ricerca, sviluppo e innovazione pari ad almeno il 15% del fatturato o dei costi di produzione.
2. Impiega personale altamente qualificato (almeno 1/3 dottori di ricerca, dottorandi o ricercatori, oppure almeno 2/3 con laurea magistrale).
3. È titolare, depositaria o licenziataria di almeno un brevetto o titolare di un software registrato.

### #techwords

#### REQUISITI OGGETTIVI REQUISITI SOGGETTIVI

Nel linguaggio giuridico sono oggettivi tutti i requisiti che un determinato ente deve obbligatoriamente possedere per essere conforme rispetto a una richiesta, regola o normativa; sono invece soggettivi i requisiti la cui presenza non è strettamente necessaria, perché è sufficiente che anche solo uno di essi si verifichi affinché l'ente sia conforme rispetto alla richiesta, regola o normativa.

#### PMI

Acronimo per Piccole e Medie Imprese, identifica una categoria di aziende dotata di determinate caratteristiche dimensionali.

## ■ Le altre imprese del tessuto produttivo

Al di là delle startup, il sistema economico e produttivo italiano si basa prevalentemente su un tessuto di migliaia di piccolissime, piccole e medie imprese, comprese le entità che esercitano un'attività artigianale e le associazioni che esercitano un'attività economica.

In base alla Raccomandazione n. 2003/361/CE della Commissione Europea del 6 Maggio 2003, le imprese si possono distinguere su base dimensionale a partire dal numero di impiegati, dal fatturato annuo e dal totale di bilancio.

In dettaglio:

- la categoria delle **medie imprese** è costituita da imprese che occupano meno di 250 persone, il cui fatturato annuo non supera i 50 milioni di euro, oppure il cui totale di bilancio annuo non supera i 43 milioni di euro;
- si definisce **piccola impresa** un'impresa che occupa meno di 50 persone e realizza un fatturato annuo o un totale di bilancio annuo non superiori a 10 milioni di euro;
- nella categoria delle **microimprese** rientrano le imprese che occupano meno di 10 persone e realizzano un fatturato annuo o un totale di bilancio annuo non superiore a 2 milioni di euro (FIGURA 2).



FIGURA 2 Le PMI in base alla normativa italiana



## 3 COME SI SVILUPPA UN'IMPRESA

### 3.1 Dall'idea all'impresa

Avere un'idea, un'intuizione, un sogno da realizzare non basta per avere successo. Per sviluppare un'impresa occorre effettuare un'attenta analisi di ciò che succede intorno a noi, di come si muovono gli altri operatori sul mercato e di quali caratteristiche ha l'ambiente socio-economico-politico attuale. Questo consente di **cogliere delle opportunità**, individuando i bisogni che non sono ancora stati soddisfatti.

Tuttavia, per passare da un'idea alla creazione di un'impresa occorre seguire un percorso molto strutturato e definire in quale settore o mercato si intende operare, su quali prodotti o servizi concentrarsi e con quale forma societaria.

### 3.2 Il settore

Le attività economiche sono formalmente suddivise in settori: primario (agricoltura, silvicoltura, pastorizia e miniere), secondario (industrie), terziario (servizi, commercio e telecomunicazioni) e terziario avanzato (cultura e ricerca). In termini più propriamente industriali, invece, per "settore" si intende ogni diversa specializzazione produttiva a seconda della materia trattata o delle tecniche di produzione applicate. Proviamo a seguire un esempio e supponiamo di voler sviluppare un progetto di impresa nel settore della formazione. Prendiamo spunto dall'Obiettivo 4 dell'Agenda 2030 dell'ONU, quello dedicato al conseguimento di un'istruzione di qualità. Possiamo scegliere di concentrarci sul traguardo 4.4 e dare vita a un'attività di formazione professionale specializzata indirizzata agli adulti.



#### Obiettivo 4: Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti

##### Traguardi

**4.1** Garantire entro il 2030 ad ogni ragazza e ragazzo libertà, equità e qualità nel completamento dell'educazione primaria e secondaria che porti a risultati di apprendimento adeguati e concreti.

**4.2** Garantire entro il 2030 che ogni ragazza e ragazzo abbiano uno sviluppo infantile di qualità, ed un accesso a cure ed istruzione pre-scolastiche così da essere pronti alla scuola primaria.

**4.3** Garantire entro il 2030 ad ogni donna e uomo un accesso equo ad un'istruzione tecnica, professionale e terziaria – anche universitaria – che sia economicamente vantaggiosa e di qualità.

**4.4** Aumentare considerevolmente entro il 2030 il numero di giovani e adulti con competenze specifiche – anche tecniche e professionali – per l'occupazione, posti di lavoro dignitosi e per l'imprenditoria.

**4.5** Eliminare entro il 2030 le disparità di genere nell'istruzione e garantire un accesso equo a tutti i livelli di istruzione e formazione

professionale delle categorie protette, tra cui le persone con disabilità, le popolazioni indigene ed i bambini in situazioni di vulnerabilità.

**4.6** Garantire entro il 2030 che tutti i giovani e gran parte degli adulti, sia uomini che donne, abbiano un livello di alfabetizzazione ed una capacità di calcolo.

**4.7** Garantire entro il 2030 che tutti i discenti acquisiscano la conoscenza e le competenze necessarie a promuovere lo sviluppo sostenibile, anche tramite un'educazione volta ad uno sviluppo e uno stile di vita sostenibile, ai diritti umani, alla parità di genere, alla promozione di una cultura pacifica e non violenta, alla cittadinanza globale e alla valorizzazione delle diversità culturali e del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile.

**4.a** Costruire e potenziare le strutture dell'istruzione che siano sensibili ai bisogni dell'infanzia, alle disabilità e alla parità di genere e predisporre ambienti dedicati

all'apprendimento che siano sicuri, non violenti e inclusivi per tutti.

**4.b** Espandere considerevolmente entro il 2020 a livello globale il numero di borse di studio disponibili per i Paesi in via di sviluppo, specialmente nei Paesi meno sviluppati, nei piccoli Stati insulari e negli Stati africani, per garantire l'accesso all'istruzione superiore – compresa la formazione professionale, le tecnologie dell'informazione e della comunicazione e i programmi tecnici, ingegneristici e scientifici – sia nei Paesi sviluppati che in quelli in via di sviluppo.

**4.c** Aumentare considerevolmente entro il 2030 la presenza di insegnanti qualificati, anche grazie alla cooperazione internazionale, per la loro attività di formazione negli Stati in via di sviluppo, specialmente nei Paesi meno sviluppati e i piccoli Stati insulari in via di sviluppo.

Fonte: unric.org

## 3.3 La vision e la mission

Dopo aver individuato il settore entro il quale muoversi, occorre sviluppare l'offerta del prodotto o del servizio che si intende proporre e bisogna dettagliare la **#vision**, la **#mission** e l'**#offering** aziendali.

Vediamole di seguito, rapportandole all'ipotesi di impresa che stiamo analizzando.

### caso

- La **vision** della nuova società, che opererà principalmente in Africa, è occuparsi di formazione specializzata per direttori e specialisti aziendali, sia nel settore privato sia pubblico. L'azienda vuole diventare il punto di riferimento della cultura e dell'eccellenza imprenditoriale africana.
- La **mission** è fornire corsi di formazione finalizzati alla preparazione di tecnici aziendali in grado di dare un supporto evoluto ai programmi di sviluppo di prodotti locali e di servizi alla persona, tenendo conto delle caratteristiche delle aziende e dei mercati dei Paesi in via di sviluppo. Verranno organizzati percorsi formativi per figure professionali da inserire nei contesti aziendali dei Paesi in via di sviluppo: i corsi verranno erogati in diverse lingue, in aule itineranti che permetteranno di portare la formazione direttamente presso la sede in cui vivono i destinatari. La mission aziendale, in sintesi, è essere l'azienda produttrice di formazione tecnico-aziendale più importante in Africa.
- L'**offering** dell'azienda è relativo a pacchetti di formazione rivolti a futuri imprenditori o tecnici delle aziende operanti nei Paesi in via di sviluppo. Le proposte tecniche e operative, con relativo dettaglio economico, possono essere presentate sia alle realtà già attive sia a quelle che verranno costituite grazie ai fondi di cooperazione internazionale messi a disposizione dai diversi enti (Unione Europea, ONU, altri enti).



### #techwords

#### VISION

Identifica l'idea dell'imprenditore, il suo sogno e ciò che l'azienda vuole essere e ottenere.

#### MISSION

È la dichiarazione di intenti di un'impresa, ovvero come si vuole realizzare la vision attraverso azioni concrete. Attraverso la mission si comunica chiaramente che cosa si fa e che cosa i clienti possono aspettarsi dall'attività.

#### OFFERING

È la proposta di vendita di un prodotto o servizio. Attraverso l'offering si comunica al potenziale cliente una proposta contrattuale contenente i dettagli tecnici, un'offerta commerciale e le condizioni contrattuali relative.

### ■ La forma societaria

Dopo aver formulato l'idea, definito il settore e sviluppato il prodotto o servizio occorre definire la compagine societaria, valutando le opzioni disponibili tra quelle che abbiamo analizzato nel Paragrafo 1.2.

Per tornare al caso dell'impresa di cui abbiamo parlato, l'assetto internazionale previsto e l'impegno economico iniziale fanno propendere per una società di capitali che garantisce ai soci di conferire capitali commisurati alle proprie possibilità e non rischiare il proprio patrimonio personale.

## **4** LE ANALISI DI MERCATO

Un'**analisi di mercato** è una ricerca analitica finalizzata a individuare le caratteristiche del mercato in cui l'azienda opera. Le analisi di mercato possono essere svolte tanto dall'impresa, quanto da istituti specializzati in questa attività. Esse forniscono alla dirigenza e ai responsabili del marketing preziosi dati relativi ai **comportamenti** e alle **motivazioni** dei consumatori o alla **struttura di un mercato** o di un settore. Le analisi di mercato fotografano la situazione corrente e, confrontando i risultati con altri simili ottenuti nel passato, consentono di individuare una **tendenza**, ovvero una possibile evoluzione del comportamento dei clienti o della struttura del mercato analizzato. Svolgere un'indagine di mercato è particolarmente importante per creare una startup. Il mercato attuale ha subito profondi mutamenti anche a causa della pandemia da COVID-19 ed è in costante mutamento anche per le imprese già affermate: per questo motivo è fondamentale svolgere periodicamente analisi di mercato per prevedere i possibili fattori di mutamento.

### ■ Le fasi dell'analisi di mercato

Le fasi fondamentali di un'indagine di mercato sono le seguenti.

- **Definizione dell'ambito della ricerca.** In questa prima fase occorre delimitare i confini della ricerca, individuando gli obiettivi che si intendono raggiungere. Per esempio si potrebbe voler individuare se la domanda dei clienti è in aumento o in diminuzione, oppure si potrebbe decidere di valutare quale segmento di mercato sarebbe più adatto per accogliere un determinato prodotto o servizio.
- **Definizione della tipologia di ricerca.** Dopo aver identificato l'ambito occorre scegliere la metodologia, che dipende dall'ambito: se si vogliono analizzare le possibili risposte del mercato all'introduzione di un prodotto sarà preferibile condurre una ricerca di tipo sociologico che indaghi il comportamento e le necessità dei consumatori; se invece l'obiettivo è individuare nuovi mercati commerciali sarà opportuno svolgere una ricerca che raccolga informazioni di carattere geografico.
- **Definizione del campione.** Ogni analisi di mercato prende in considerazione una determinata popolazione di riferimento (per esempio tutte le ragazze e i ragazzi tra i 15 e i 20 anni). Tuttavia l'indagine non viene svolta sull'intera popolazione, ma solo su un campione statistico, ovvero un sottoinsieme che consenta la stima di determinati valori.
- **Raccolta dei dati.** I dati possono essere raccolti in base a due modalità: le interviste, che prevedono l'interazione tra intervistatore e intervistato, e i questionari, che prevedono risposte annotate autonomamente dall'intervistato.
- **Analisi dei risultati.** Terminata la raccolta dei dati occorre analizzarli e interpretarli, per rispondere alle domande che ci si era posti e impostare le proprie strategie.

## 5 IL BUSINESS PLAN

Il business plan (o piano di impresa) è il documento con cui un'impresa descrive e illustra le **modalità per lo sviluppo del suo business**. È un documento particolarmente importante per le startup che per la prima volta si affacciano sul mercato, perché consente loro di rivolgersi a potenziali sponsor o investitori (per esempio le banche o le Pubbliche amministrazioni) per presentare il progetto e ottenere finanziamenti. Per sviluppare un business plan occorre aver già definito l'idea di business, il settore commerciale di appartenenza, il prodotto o il servizio che si intende proporre e la compagine societaria.

Stendendo il business plan occorrerà dettagliare il progetto imprenditoriale dal punto di vista **qualitativo** e **quantitativo**.

### ■ Le macroaree del business plan

Il business plan è articolato in due sezioni: **qualitativa** e **quantitativa**.

- La sezione **qualitativa** accoglie la descrizione dell'idea, del settore nel quale si vuole operare, del prodotto o servizio proposto e della struttura aziendale prevista. In questa parte trova posto anche un idoneo piano di comunicazione che veicoli l'immagine societaria.
- La sezione **quantitativa** approfondisce il piano dell'impresa dal punto di vista economico-finanziario. In questa sezione occorre fornire dati previsionali, ma realistici, che dimostrino al destinatario del business plan che l'impresa sarà in grado di produrre utili e in quanto tempo.

Vediamo sinteticamente lo sviluppo tipico di un business plan proseguendo il caso di studio che abbiamo iniziato. Iniziamo dalla parte qualitativa.

#### caso

##### L'idea

FM60 nasce dall'idea di sviluppare percorsi formativi per imprenditori e tecnici operanti nelle realtà aziendali dei Paesi in via di sviluppo.

| SOCIETÀ        | TIPOLOGIA   |
|----------------|---|
| Il nome e logo | FM60 S.r.l.   |
| La sede        | Torino  |
| I soci         | Antonio, Dario, Elisabetta, Paola                     |
| Il settore     | Formazione professionale per Paesi in via di sviluppo |
| L'attività     | Corsi di formazione tecnica e manageriale             |

##### La vision

FM60 propone percorsi formativi per dirigenti e specialisti aziendali nei Paesi in via di sviluppo per trasmettere la cultura dell'eccellenza imprenditoriale.

##### La mission

FM60 fornisce alle imprese residenti nei Paesi in via di sviluppo pacchetti per la formazione dei professionisti che lavorano in azienda.



# GPOI 24-24 ISS GREPPI

## Il settore di riferimento

FM60 si propone di operare nel settore della formazione professionale e tecnica nei Paesi in via di sviluppo occupandosi del training di dirigenti e specialisti aziendali. L'azienda ha deciso di sviluppare questo progetto nell'ambito della formazione prendendo spunto dall'Obiettivo 4 dell'Agenda 2030 "Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti".



## L'offerta prodotto-servizio

FM60 offre formazione manageriale aziendale per futuri direttori, dirigenti e specialisti di aziende che operano nei Paesi in via di sviluppo.

Il catalogo dei corsi e delle modalità offerte sono dettagliati sul sito web dell'impresa.

## La società

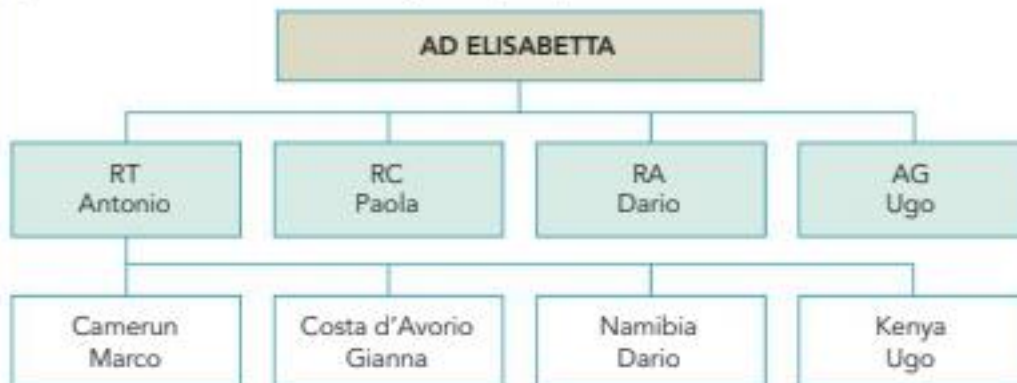
La FM60 sarà strutturata in diverse aree, riassunte nel seguente schema.



La società adotterà il seguente organigramma.



Le risorse umane che faranno parte dell'organizzazione e le rispettive aree di competenza sono evidenziate nel seguente prospetto.



# GPOI 24-24 ISS GREPPI

Nella seconda parte del business plan (sezione **quantitativa**) occorre riportare i flussi di cassa attesi per quanto riguarda gli investimenti, i costi, i ricavi e gli utili previsti, per un arco temporale di 3-5 anni. Nella realizzazione di questi prospetti, la cautela deve essere massima: non è facile per nessuna azienda prevedere l'andamento del mercato, ancora meno per una startup. I valori economici riportati devono quindi essere realistici e prudenti.

Per quanto riguarda gli **investimenti** occorre riportare le spese del programma di investimento, soprattutto nei primi due anni di vita dell'impresa (per es. acquisto strumenti, materiali, strutture). L'impresa normalmente finanzia una parte degli investimenti con il capitale conferito dai soci: la restante parte può essere richiesta ai finanziatori, ma è buona norma chiedere un massimo del 70-75% dell'investimento a una banca.

Per quanto attiene i **costi**, vanno elencate tutte le spese necessarie per la creazione dell'impresa e per il proseguimento dell'attività (spese strutturali, per le risorse strumentali e materiali, spese per il personale).

La voce **ricavi** elenca tutti i ricavi previsionali ipotizzati sulla base della penetrazione attesa sui mercati di riferimento.

Gli **utili**, infine, sono dati, come è noto, dalla differenza tra i ricavi e i costi.



## CASO

### I costi della FM60

|   | Anno 2023           | Anno 2024           | Anno 2025           | Anno 2026           | Anno 2027           |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Costi di avviamento e gestione ordinaria</b> | € 50.000,00         | € 10.000,00         | € 10.000,00         | € 10.000,00         | € 10.000,00         |
| <b>Costi di esercizio</b>                       |                     |                     |                     |                     |                     |
| Viaggi, trasporti, vitto e alloggio             | € 40.000,00         | € 50.000,00         | € 50.000,00         | € 60.000,00         | € 70.000,00         |
| Utenze e Internet                               | € 10.000,00         | € 15.000,00         | € 15.000,00         | € 20.000,00         | € 25.000,00         |
| Assicurazioni                                   | € 5.000,00          | € 5.000,00          | € 5.000,00          | € 5.000,00          | € 5.000,00          |
| Materiali e altre spese                         | € 20.000,00         | € 20.000,00         | € 20.000,00         | € 25.000,00         | € 25.000,00         |
| <b>Totale</b>                                   | <b>€ 75.000,00</b>  | <b>€ 90.000,00</b>  | <b>€ 90.000,00</b>  | <b>€ 110.000,00</b> | <b>€ 125.000,00</b> |
| <b>Risorse strumentali e materiali</b>          |                     |                     |                     |                     |                     |
| Apparecchi elettronici                          | € 30.000,00         | € 10.000,00         | € 4.000,00          | € 4.000,00          | € 20.000,00         |
| Hardware  | € 40.000,00         | € 4.000,00          | € 3.000,00          | € 3.000,00          | € 25.000,00         |
| Software  | € 10.000,00         | € 10.000,00         | € 10.000,00         | € 10.000,00         | € 10.000,00         |
| Manutenzioni e riparazioni                      | € 1.000,00          | € 2.000,00          | € 3.000,00          | € 3.000,00          | € 3.000,00          |
| <b>Totale</b>                                   | <b>€ 81.000,00</b>  | <b>€ 26.000,00</b>  | <b>€ 20.000,00</b>  | <b>€ 20.000,00</b>  | <b>€ 58.000,00</b>  |
| <b>Risorse umane</b>                            | <b>€ 100.000,00</b> | <b>€ 100.000,00</b> | <b>€ 110.000,00</b> | <b>€ 130.000,00</b> | <b>€ 150.000,00</b> |
| <b>Totale costi</b>                             | <b>€ 306.000,00</b> | <b>€ 226.000,00</b> | <b>€ 230.000,00</b> | <b>€ 270.000,00</b> | <b>€ 343.000,00</b> |

# GPOI 24-24 ISS GREPPI

## I ricavi previsti dalla FM60

|                            | Anno 2023         | Anno 2024         | Anno 2025         | Anno 2026         | Anno 2027         |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Formaz. Camerun</b>     |                   |                   |                   |                   |                   |
| F. direzionale             | 10.000,00         | 20.000,00         | 25.000,00         | 35.000,00         | 35.000,00         |
| F. dirigenziale            | 20.000,00         | 20.000,00         | 20.000,00         | 20.000,00         | 20.000,00         |
| F. specialistica           | 20.000,00         | 20.000,00         | 25.000,00         | 25.000,00         | 25.000,00         |
| F. unica                   | 40.000,00         | 40.000,00         | 38.000,00         | 48.000,00         | 48.000,00         |
| <b>Totale</b>              | <b>100.000,00</b> | <b>110.000,00</b> | <b>108.000,00</b> | <b>128.000,00</b> | <b>128.000,00</b> |
| <b>Formaz. C. d'Avorio</b> |                   |                   |                   |                   |                   |
| F. direzionale             | 10.000,00         | 10.000,00         | 10.000,00         | 20.000,00         | 20.000,00         |
| F. dirigenziale            | 5.000,00          | 10.000,00         | 10.000,00         | 20.000,00         | 20.000,00         |
| F. specialistica           | 10.000,00         | 10.000,00         | 10.000,00         | 10.000,00         | 20.000,00         |
| F. unica                   | 50.000,00         | 50.000,00         | 40.000,00         | 50.000,00         | 50.000,00         |
| <b>Totale</b>              | <b>75.000,00</b>  | <b>80.000,00</b>  | <b>70.000,00</b>  | <b>100.000,00</b> | <b>110.000,00</b> |
| <b>Formaz. Namibia</b>     |                   |                   |                   |                   |                   |
| F. direzionale             | 5.000,00          | 19.000,00         | 19.000,00         | 22.000,00         | 22.000,00         |
| F. dirigenziale            | 19.000,00         | 19.000,00         | 19.000,00         | 22.000,00         | 22.000,00         |
| F. specialistica           | 19.000,00         | 19.000,00         | 19.000,00         | 20.000,00         | 20.000,00         |
| F. unica                   | 46.000,00         | 46.000,00         | 26.000,00         | 36.000,00         | 46.000,00         |
| <b>Totale</b>              | <b>89.000,00</b>  | <b>103.000,00</b> | <b>83.000,00</b>  | <b>100.000,00</b> | <b>110.000,00</b> |
| <b>Formaz. Kenya</b>       |                   |                   |                   |                   |                   |
| F. direzionale             | 10.000,00         | 30.000,00         | 30.000,00         | 30.000,00         | 30.000,00         |
| F. dirigenziale            | 0,00              | 30.000,00         | 30.000,00         | 30.000,00         | 30.000,00         |
| F. specialistica           | 30.000,00         | 30.000,00         | 30.000,00         | 30.000,00         | 30.000,00         |
| F. unica                   | 10.000,00         | 20.000,00         | 20.000,00         | 50.000,00         | 50.000,00         |
| <b>Totale</b>              | <b>50.000,00</b>  | <b>110.000,00</b> | <b>110.000,00</b> | <b>140.000,00</b> | <b>140.000,00</b> |
| <b>Totale Ricavi</b>       | <b>314.000,00</b> | <b>403.000,00</b> | <b>371.000,00</b> | <b>468.000,00</b> | <b>488.000,00</b> |

## Gli utili previsti

|               | Anno 2023         | Anno 2024         | Anno 2025         | Anno 2026         | Anno 2027         |
|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Ricavi</b> | 304.000,00        | 393.000,00        | 371.000,00        | 468.000,00        | 488.000,00        |
| <b>Costi</b>  | 306.000,00        | 226.000,00        | 230.000,00        | 270.000,00        | 343.000,00        |
| <b>Utili</b>  | <b>- 2.000,00</b> | <b>167.000,00</b> | <b>141.000,00</b> | <b>198.000,00</b> | <b>145.000,00</b> |

## Conclusione

Sulla base delle previsioni esposte, il business della FM60 risulta redditizio già a partire dal secondo anno di attività. Gli utili sono sufficienti a coprire il rimborso di un eventuale finanziamento bancario a medio-lungo termine.



## 6 IL RISK MANAGEMENT

Il **rischio di impresa** è l'insieme delle responsabilità che gravano sull'impresa in conseguenza delle sue azioni nell'ambiente esterno. Tale rischio ricade direttamente sull'imprenditore e sugli amministratori dell'impresa.

In un contesto socio-economico e di mercato sempre più complesso, alle imprese occorrono strumenti che permettano di gestire strategicamente il rischio per contenere la vulnerabilità aziendale.

Il **risk management** è il processo aziendale che si pone come obiettivo la gestione completa e integrata dei rischi che possono presentarsi nell'attività di impresa; attraverso tutte le attività di risk management, l'impresa identifica, misura e valuta i possibili rischi e individua le procedure idonee a minimizzare tali rischi, che potrebbero comportare perdite o danni, incidere sui profitti o sulle quote di mercato o danneggiare l'immagine aziendale.

Affinché ciò sia possibile, il risk management deve essere un processo continuo e **#proattivo**, integrato nella cultura aziendale.

### #techwords

#### PROATTIVO

Diretto a percepire anticipatamente i problemi, le tendenze o i cambiamenti futuri, in modo da pianificare le azioni opportune.

### 6.1 La normativa

La norma UNI 11230:2017 costituisce il riferimento generale applicabile a tutte le organizzazioni sulla gestione del rischio.

Nella UNI 11230 si legge che il **rischio** è la probabilità che un evento si verifichi e determini conseguenze sull'operatività aziendale e se ne distinguono tre tipologie:

1. i **rischi strategici**, ovvero quelli legati alla strategia generale dell'impresa (per esempio mission e vision, modello di business, prodotti, partnership, ecc.);
2. i **rischi finanziari**, che comprendono tutti gli eventi che potrebbero incidere sulle finanze aziendali;
3. i **rischi operativi**, relativi cioè all'operatività aziendale (per esempio assunzioni e licenziamenti, processi produttivi, metodi di gestione, ecc.).

### 6.2 Le cinque fasi della gestione del rischio

Seguendo le linee guida della UNI 11230 è possibile identificare cinque fasi tipiche del processo di risk management.

1. **Analisi del contesto.** In questa fase si analizza il contesto in cui opera l'impresa per definire l'ambito del rischio e i ruoli coinvolti.
2. **Valutazione dei rischi.** In questa seconda fase i rischi vengono individuati, descritti e ne viene stimato l'impatto sull'attività aziendale.
3. **Trattamento dei rischi.** Questa fase ha come obiettivo la definizione delle procedure con le quali il rischio verrà gestito.
4. **Monitoraggio.** La quarta fase definisce i modi e i tempi con cui analizzare le attività aziendali per determinare se, come e quando un rischio si manifesta.
5. **Aggiornamento, reporting e comunicazione.** Tutte le attività di gestione dei rischi devono subire un aggiornamento continuo per adattarsi alle caratteristiche di mutevolezza del contesto in cui l'impresa opera. Deve inoltre essere previsto un adeguato processo di comunicazione interno e un idoneo sistema di reporting (*incident report*) da attivare quando, nonostante tutto, si verificano eventi rischiosi.



## 6.3 La matrice impatto/probabilità

La matrice impatto/probabilità è lo strumento utilizzato dalle imprese per valutare i rischi durante la fase 2 del processo di risk management.

A ogni rischio vengono assegnati due valori: probabilità e impatto. Il primo definisce l'eventualità che il rischio si verifichi su una scala da 1 (molto improbabile) a 5 (molto probabile), il secondo l'effetto che il suo verificarsi avrebbe sull'impresa, da 1 (insignificante) a 5 (molto grave).

Nella matrice (FIGURA 3) vengono identificati i rischi sui quali l'impresa deve concentrarsi con maggiore attenzione: sono ovviamente quelli che totalizzano un maggior punteggio su entrambe le direttrici (in rosso in figura).

|             |                   | Impatto | Insignificante | Minore | Moderato | Grave | Molto grave |
|-------------|-------------------|---------|----------------|--------|----------|-------|-------------|
| Probabilità | Molto improbabile |         |                |        |          |       |             |
|             | Improbabile       |         |                |        |          |       |             |
|             | Possibile         |         |                |        |          |       |             |
|             | Probabile         |         |                |        |          |       |             |
|             | Molto probabile   |         |                |        |          |       |             |

FIGURA 3 La matrice impatto/probabilità

Il risk management come processo aziendale è utile per individuare e prevenire i possibili rischi concreti che un'impresa può correre durante l'esercizio del core business: per questo motivo si è affermato non solo nelle realtà più grandi, ma anche nelle società di dimensioni medie e piccole, che hanno così un'**arma strategica e competitiva** in più.

È chiaro tuttavia che nessun processo di valutazione dei rischi può prevedere eventi completamente inaspettati, come i terremoti, le alluvioni o la **pandemia da COVID-19**, che ha messo a durissima prova tutte le realtà imprenditoriali italiane ed estere.

Ciononostante, proprio la corretta minimizzazione dei rischi generici consente di ridurre o quantomeno mitigare gli effetti dirompenti di un evento imprevisto come la pandemia.

## **7** L'AGENDA 2030 DELL'ONU

### 7.1 Che cos'è l'Agenda 2030

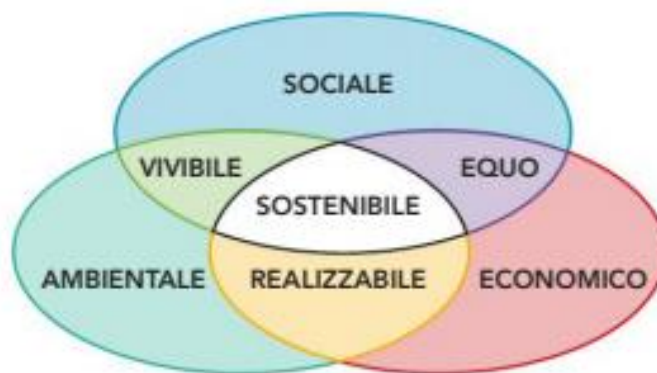
L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile è un **programma di azione** sottoscritto nel settembre 2015 dai governi di 193 Paesi membri dell'ONU.

Questo programma ingloba **17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile**, a loro volta suddivisi in target o traguardi (in totale sono 169) che i Paesi firmatari si sono impegnati a realizzare entro il 2030. I traguardi e gli obiettivi, però, non possono essere raggiunti senza il contributo di tutti gli individui: come si legge nel documento programmatico che illustra l'agenda, nessuno di noi è escluso, né deve essere lasciato indietro lungo il cammino necessario per portare il mondo sulla strada della sostenibilità.

#### ■ Il concetto di sostenibilità

Nel 1987 la Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo, istituita presso l'ONU, ha pubblicato il rapporto *Our common future*, in cui si legge che lo sviluppo economico può essere considerato sostenibile se **"soddisfa i bisogni dell'attuale generazione senza compromettere la capacità di quelle future di rispondere ai loro"**.

Per essere sostenibile, quindi, lo sviluppo economico deve essere indirizzato lungo tre dimensioni: **ambientale, sociale ed economica** (FIGURA 4).



**FIGURA 4** Le tre dimensioni della sostenibilità e i loro intrecci

### 7.2 Le aree di intervento dell'Agenda 2030




I 17 obiettivi in Agenda sono stati sviluppati tenendo conto di cinque pilastri fondamentali (le cosiddette 5P).

- **Persone:** le azioni previste sono dirette a contrastare povertà ed esclusione sociale, promuovere salute e benessere e garantire lo sviluppo della società.
- **Pianeta:** le azioni previste garantiscono una gestione sostenibile delle risorse naturali, contrastando il cambiamento climatico e favorendo lo sviluppo del territorio.
- **Prosperità:** prevede azioni che promuovono modelli sostenibili di produzione e consumo, garantendo occupazione e formazione di qualità.
- **Pace:** prevede azioni utili per realizzare una società equa, giusta, non violenta e inclusiva, senza forme di discriminazione, libera da corruzione e illegalità.
- **Partnership:** individua azioni atte a intervenire in maniera integrata, attraverso solide collaborazioni internazionali.

# GPOI 24-24 ISS GREPPI

A partire dai 5 pilastri sono stati sviluppati i 17 obiettivi ufficiali che sono di seguito riportati (il documento completo relativo agli obiettivi può essere scaricato online da questo link [tiny.cc/65pkuz](http://tiny.cc/65pkuz)).

# Obiettivi per lo sviluppo sostenibile

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p><b>Obiettivo 1.</b> Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo</p>    | <p><b>Obiettivo 7.</b> Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni</p>    | <p><b>Obiettivo 13.</b> Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico</p>                                 |
| <p><b>Obiettivo 2.</b> Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile</p>  | <p><b>Obiettivo 8.</b> Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti</p>  | <p><b>Obiettivo 14.</b> Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile</p>  |
| <p><b>Obiettivo 3.</b> Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età</p>   | <p><b>Obiettivo 9.</b> Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile</p>             | <p><b>Obiettivo 15.</b> Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre</p>                              |
| <p><b>Obiettivo 4.</b> Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti</p>                               | <p><b>Obiettivo 10.</b> Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e tra le nazioni</p>   | <p><b>Obiettivo 16.</b> Promuovere società pacifiche e inclusive per uno sviluppo sostenibile</p>                                        |
| <p><b>Obiettivo 5.</b> Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze</p>    | <p><b>Obiettivo 11.</b> Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili</p>    | <p><b>Obiettivo 17.</b> Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile</p>           |
| <p><b>Obiettivo 6.</b> Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie</p>               | <p><b>Obiettivo 12.</b> Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo</p>   |  |

Fonte: unric.org

Fonte: unric.org

Come abbiamo già avuto modo di vedere all'inizio di questo capitolo, l'Agenda 2030 può offrire alle imprese che operano sul mercato e alle startup interessanti opportunità di business.

Tra le direttrici principali in cui si incanalano gli sforzi degli imprenditori italiani ed esteri, una appare particolarmente rilevante: quella legata all'**economia circolare**, basata essenzialmente sul riciclo e sul riuso.



## #techwords

### SMART FACTORY

Si tratta di una fabbrica intelligente in cui vengono ottimizzati il layout produttivo e la connettività tra i diversi impianti, al fine di migliorare il processo produttivo, minimizzando gli sprechi.

### EFFETTO SERRA

In climatologia l'effetto serra è un fenomeno di regolazione della temperatura della Terra, che consiste nell'accumulo di una parte dell'energia termica proveniente dal Sole per effetto della presenza in atmosfera di alcuni gas, detti appunto "gas serra".

## 8.2 L'economia circolare e l'industria 4.0

L'**economia circolare** ha notevoli punti di contatto con la cosiddetta **industria 4.0**, che è incentrata su due fattori primari: l'automazione e i dati.

L'industria 4.0 (come vedremo in maggiore dettaglio nell'Unità 7) prevede infatti l'adozione di **#smart factory**, stabilimenti di produzione intelligenti che, tra le altre cose, sono in grado di:

- minimizzare lo spreco di energia impiegata;
- ridurre la quantità di emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera (come sappiamo il diossido di carbonio è tra i maggiori responsabili dell'**#effetto serra**);
- ridurre le quantità di scarti.

I punti di contatto sono chiari: anche l'economia circolare si prefigge di ridurre drasticamente la quantità di rifiuti non riutilizzabili e, suggerendo processi di produzione ottimizzati, che per di più adottano energie rinnovabili come principale fonte energetica, promette di ridurre l'inquinamento e l'effetto serra determinati dalle attività di produzione manifatturiera.

## 8.3 L'economia circolare e l'Unione Europea

Nel 2018 l'Unione Europea ha varato il **Pacchetto economia circolare**, che contiene quattro direttive finalizzate a ridurre i rifiuti e incrementare il riciclo.

I pacchetti impongono i seguenti obiettivi:

- riciclo di almeno il 55% dei rifiuti urbani entro il 2025, 60% entro il 2030 e 65% entro il 2035;
- riciclo del 65% degli imballaggi, 70% entro il 2030 (in particolare si punta a riciclare entro il 2030 l'85% della carta e il 55% della plastica);
- raccolta differenziata dei rifiuti domestici pericolosi (come vernici, pesticidi, oli e solventi) entro il 2022, obbligo di differenziare i rifiuti organici entro il 2023 e i tessili entro il 2025;
- entro il 2035 i rifiuti smaltiti in discarica dovranno essere al massimo il 10% del totale dei rifiuti urbani prodotti.

L'11 marzo 2020, a ridosso della pandemia, la Commissione europea ha pubblicato il **Piano d'azione per l'economia circolare**. Il documento (liberamente consultabile a questo link [tiny.cc/lapkuz](https://tiny.cc/lapkuz)) pone l'accento sulla progettazione di prodotti sostenibili: molti prodotti, si legge nel Piano d'azione: «si rompono troppo velocemente, non possono essere facilmente riutilizzati, riparati o riciclati e molti sono monouso. Al tempo stesso, il mercato unico costituisce una massa critica che consente all'UE di fissare norme generali in materia di sostenibilità dei prodotti e di esercitare la propria influenza sulla progettazione dei prodotti».

La Commissione ha quindi individuato i settori verso i quali avvierà azioni di controllo per individuare gli ostacoli all'espansione dei mercati per i prodotti circolari e le modalità per superarli. I mercati individuati sono i seguenti.

- **Elettronica**: si auspica un'iniziativa per un'elettronica circolare per prolungare la vita dei prodotti, migliorare la raccolta e il trattamento dei rifiuti.
- **Batterie e veicoli**: la Commissione prevede un nuovo quadro normativo per le batterie, al fine di migliorarne la riciclabilità, e per i veicoli a diesel e benzina.



- **Imballaggi:** si prevedono disposizioni che definiranno la riduzione degli imballaggi eccessivi e prescriveranno l'uso di imballaggi riciclabili.
- **Plastica:** il Piano d'azione prevede disposizioni relative all'uso di plastica riciclata con particolare attenzione alla limitazione delle **#microplastiche**.
- **Prodotti tessili:** la strategia globale dell'UE promuove il riutilizzo dei prodotti tessili, incentivando le imprese che usano materiali riciclati.
- **Costruzione ed edilizia:** è previsto un regolamento sui prodotti da costruzione, compresa l'eventuale introduzione di requisiti in materia di contenuto riciclato.
- **Prodotti alimentari, acque e nutrienti:** le iniziative in questo campo sono molteplici e vanno dalla riduzione degli sprechi alimentari all'efficientamento idrico.
- **Riduzione dei rifiuti:** al fine di raggiungere l'obiettivo di ridurre la produzione totale di rifiuti e di dimezzare la quantità di rifiuti urbani non riciclati entro il 2030, sono previste numerose azioni a sostegno delle attività di raccolta differenziata.

## #techwords

### MICROPLASTICA

Piccole particelle di materiale plastico (grandi tra un micron e 0,5 mm) che si producono come risultato diretto dell'uso umano della plastica e come risultato della frammentazione di rifiuti plastici di maggiori dimensioni. Le microplastiche persistono nell'ambiente in grandi quantità, soprattutto negli ecosistemi marini e acquatici, da dove possono raggiungere la catena alimentare umana.

## 8.4 L'economia delle 3R

L'economia circolare si basa quindi sulle 3R: ridurre, riusare e riciclare.

- **Ridurre.** Le risorse vanno usate con parsimonia. Occorre ridurre i consumi di materia prima, progettando prodotti con un'obsolescenza a lungo termine e con una manutenzione a costi inferiori.
- **Riusare.** Occorre recuperare il più possibile gli oggetti e i loro componenti, in modo da risparmiare sull'uso di materie prime per la produzione di nuovi oggetti.
- **Riciclare.** Quando riusare un oggetto o le sue parti diventa impossibile, occorre riciclare i materiali che lo compongono, recuperando materie che possono essere usate per produrre nuovi beni.

### I modelli di business di alcune aziende dell'economia circolare

Esaminiamo il core business di alcune aziende dell'economia circolare.

- Le imprese che offrono beni in affitto (per esempio le diverse imprese che si occupano di **car** o **bike sharing**, in generale di **#MaaS**) hanno interesse ad acquistare prodotti durevoli: usare questi servizi può quindi innescare un circolo virtuoso focalizzato più sull'uso che sul possesso del bene. I servizi di car sharing, inoltre, ottimizzano l'uso dei veicoli, perché la stessa automobile può essere usata da più persone: in questo modo non resterà ferma il 90% del tempo, come succede normalmente ai veicoli di proprietà, ma un 60% al massimo.
- Alcune app per smartphone consentono di acquistare a costi molto contenuti **prodotti alimentari** che altrimenti verrebbero gettati dagli esercizi commerciali perché in **scadenza**. In questo modo si minimizzano i rifiuti che, anzi, diventano una fonte di guadagno immediata per gli esercenti.

## #techwords

### MAAS

Mobility as a Service. È un nuovo modello di business per la fornitura di servizi di trasporto. Al concetto di proprietà del mezzo è sostituito quello di mobilità condivisa, un servizio di cui usufruire a seconda delle necessità.