

# PROJECT WORK: “LA MIA START UP” ..... < *TITOLO*>

CLASSE V <sezione> – INDIRIZZO INFORMATICA/TELECOMUNICAZIONI

A.S. 2024/2025

TEAM:

<NOME COGNOME>

.....

<NOME COGNOME>

AMBITO DI APPLICAZIONE: .....

## BUSINESS PLAN

Indice

1. Executive Summary.....	pag....
2. Descrizione dell'azienda.....	pag....
3. Il team .....	pag.....

4. Descrizione del prodotto/servizio .....	pag....
5. Partnership o altri rapporti di collaborazione da attivare.....	
6. Possesso di brevetti o certificazioni .....	
7. Piano strategico .....	
8. Piano di Marketing .....	
9. Piano organizzativo .....	
10. Piano operativo .....	
11. Piano Economico-finanziario .....	
12. Bibliografia .....	
13. Sitografia .....	

Materiale di approfondimento: Lo studio di fattibilità o *business plan*

Nella fase di avvio di una nuova impresa, nelle scelte di investimento di start up o nelle scelte di switching, il BUSINESS PLAN rappresenta uno strumento di supporto alle decisioni per comprendere in anticipo come esse possano svilupparsi, con quali conseguenze e rischi, che a medio o lungo termine possono provocare allocazioni inefficienti di risorse, con elevati costi di implementazione ed insuccessi. Il BP non garantisce il successo ma un'occasione di riduzione dell'aleatorietà perché fornisce una visione completa, obiettiva e critica di tutti gli aspetti del progetto. Inoltre esso costituisce un documento indispensabile per accedere a qualsiasi fonte di finanziamento pubblico e/o privato. In effetti evidenzia gli obiettivi strategici e le modalità proposte per la loro realizzazione, oltre ad essere un utile mezzo di comunicazione tra soci e finanziatori.

Non è possibile avere una metodologia universale per l'attuazione di un progetto: i progetti sono tutti diversi tra loro, le realtà aziendali sono multiformi, mutevoli così come i mercati, per cui è impossibile prevedere con esattezza gli andamenti futuri. L'azienda è inserita in un sistema aperto le cui variabili sono diverse e complesse. Occorre prima di tutto studiarlo questo sistema, prima all'esterno e poi

adattarne l'interno: analizzare prima di tutto l'ambiente esterno per coglierne opportunità ed vincoli. I tre ambiti di interesse di questa indagine sono: il mercato, la tecnologia e l'organizzazione. Per cui si parlerà di

- FATTIBILITA' DI MARKETING (l'area, il segmento, i trend della domanda su un orizzonte temporale triennale o quinquennale, la concorrenza),
- di FATTIBILITA' TECNICA (le opportunità ed i vincoli),
- di FATTIBILITA' ORGANIZZATIVA (per indagare sulla filiera tecnologico-produttiva e delle risorse umane coinvolte)
- e di FATTIBILITA' ECONOMICO-FINANZIARIA (per apprezzarne la convenienza).

## 1. Executive Summary

Il sommario è opportuno per indicare le principali informazioni del BP in modo sintetico come la denominazione dell'azienda, le finalità del piano, i destinatari, la sua struttura, i contenuti. Poi nelle successive sezioni si passerà al dettaglio specifico.

*“Qui si deve soprattutto mettere in evidenza **l'esigenza individuata**, in un particolare segmento di mercato. Si presenta a tale proposito l'oggetto sociale, il core business su cui la nostra società punta la sua strategia. Attraverso la mostra di dati statistici ottenuta dall'analisi del mercato (grafici, andamenti, richieste, ..) si mette in evidenza la bontà della proposta nel perseguire i propri obiettivi, quantificandoli anche economicamente in ricavi sul prossimo triennio/quinquennio. Questo allo scopo anche di trovare investitori interessati.”*

2. Descrizione dell'azienda .....le informazioni relative alla struttura proprietaria, la localizzazione produttiva e commerciale, la mission, gli obiettivi economico-finanziari.

*“ Nel 202... nasce la ..... s..... costituita da quattro soci che..... La mission è quella di .....Dato che ci si trova in un contesto competitivo in cui ....allora adotteremo una strategia in cui .....per marcare il nostro approccio innovativo basato su..... per arrivare ad abbracciare una più vasta gamma di utenti.”*

*Punti di forza e debolezza, opportunità e minacce del settore.....*

### 3. Il team

*“La distribuzione delle quote societarie del capitale è così ripartita.... tra:*

*Nome Cognome Laureato in ..... responsabile di.....le cui competenze sono quelle di.....*

### 4. Descrizione del prodotto/servizio

*L'idea innovativa, le funzionalità, le prestazioni significative, la struttura, i materiali, le esigenze da soddisfare, l'utilizzo, la manutenzione, lo smaltimento, la formazione, l'assistenza.*

#### 4.1Prestazione, prezzo, ricavi/costi e margine di ciascuna linea di prodotto/servizio

*L'Azienda grazie alla presenza nel team di fondatori che includono sviluppatori di software(?) e esperti in (?) e alla collaborazione con (?) forniti dalla partnership con le diverse (?), offre prestazioni significative, che si riflettono sul mercato con prezzi competitivi, sia attraverso (?). Questo approccio permette di raggiungere degli obiettivi importanti considerati in termini di ricavi, che (?) nel primo anno e aumentano gradualmente negli anni successivi.*

*Esempio in excel si realizza una tabella....in cui si riportano le varie voci di costo che abbiamo studiato al fine di calcolare il costo totale del prodotto/servizio.....da uno studio del mercato, della competitività e dagli obiettivi aziendali si calcola il surplus da aggiungere...viene fuori il prezzo ..... le ipotesi dei volumi di vendita.....le ipotesi di ricavo.....così che si può stilare una previsione triennale*

#### 4.2 Composizione del portafoglio clienti

*L'approccio che l'Azienda ha adottato per comporre il portafoglio clienti è guidato dalla ricerca di una soluzione mirata, per ..... Per questo motivo ha cercato di rivolgersi a più ambiti possibili, differenziano i .... come (?). Inoltre, si impegna a mantenere un equilibrio tra clienti a lungo termine e nuove opportunità di business, sviluppando nuovi prodotti da offrire alla clientela, al fine di garantire una crescita sostenibile nel tempo. Attraverso una costante attenzione alle esigenze dei clienti e un servizio personalizzato, mira a stabilire relazioni solide e durature che possano generare valore nel lungo termine.*

#### 4.3 Evoluzione prevista di vendite nel tempo

*(?)Prevediamo un'evoluzione significativa delle vendite nel corso del tempo, riflettendo una crescita costante e sostenuta del nostro business. Dall'anno iniziale, dove le vendite raggiungono i (?)euro, prevediamo un raddoppio(?) delle entrate nel secondo anno, portando le vendite a (?)euro. Questo trend positivo continua nel terzo anno, con una prevista crescita del (%) rispetto all'anno precedente, portando le vendite a un totale di (?)euro. Questa evoluzione riflette il nostro impegno nel fornire prodotti e servizi di qualità, la nostra capacità di penetrare nuovi mercati e l'efficacia delle nostre strategie di marketing e vendita(?).*

#### 5. Partnership o altri rapporti di collaborazione da attivare

*La strategia di (?) per consolidare la sua posizione nel mercato ha individuato una serie di leve .... per garantire una crescita sostenibile e duratura dell'azienda. Una delle principali direttrici di questa strategia è rappresentata dalle partnership strategiche, che sono state individuate come un mezzo efficace per ampliare le competenze, accedere a risorse complementari e penetrare nuovi mercati.*

*La partnership con le istituzioni (?).....attraverso programmi di ricerca congiunta.....*

*La partnership con la (?).....l'opportunità di integrare le proprie soluzioni con quella della (?)*

*Inoltre, l'associazione con un marchio di tale prestigio conferisce un'immediata credibilità e visibilità, consentendole di accedere a clienti di alto livello e progetti di portata internazionale.*

*In conclusione, queste alleanze caratterizzate da un'impronta di lungimiranza e collaborazione, non solo rafforzano la posizione competitiva dell'azienda sul mercato, ma contribuiscono anche in modo significativo allo sviluppo dell'ecosistema tecnologico e all'innovazione nel campo del .....(?).*

## **6. Possesso di brevetti o certificazioni**

*“Prima di dare vita all'entità aziendale, risulta imperativo affrontare con prudenza e competenza le sfide legali e normative che potrebbero impattare sul suo sviluppo futuro. A tale scopo, nell'anno precedente alla fondazione, sono state diligentemente intraprese diverse iniziative, comprendenti la presentazione di domande finalizzate all'ottenimento di certificazioni, brevetti e licenze. Tra le varie iniziative intraprese, spicca la richiesta di brevetto per (?)...presentata presso l'Ufficio di Brevetti e Marchi (USPYO negli Stati Uniti ed EPO in Europa) (?).....*

*Riguardo alle certificazioni, è stato avviato il processo per ottenere la Certificazione ISO 9001 presso Harpo Consulting di Napoli (?)....., al fine di attestare la qualità delle pratiche aziendali. ....*

*In sintesi, le certificazioni e i brevetti rivestono una considerevole importanza per la reputazione e la credibilità aziendale, contribuendo alla costruzione di fiducia tra i diversi stakeholders, quali clienti, fornitori, investitori e la comunità locale.*

## 7. Piano strategico

*Analisi esterna (?), attrattività del business (?), strategia competitiva(?), analisi interna(?)*

*“Ci sono diversi aspetti da considerare: tendenze del settore...(?)....., concorrenza...(?)....., target della clientela...(?)....., normative e regolamentazioni...(?)....., canali di distribuzione e marketing...(?)....*

*Comprendere a fondo la propria clientela, rispettare le normative e regolamentazioni vigenti, adottare tecnologie emergenti e sfruttare canali di distribuzione e marketing appropriati sono elementi chiave per garantire la competitività e la crescita ...(?)....*

7.1. Piano di marketing: gli aspetti del mercato e dell’ambiente connessi al business, i mercati da aggredire, i prodotti da offrire, le modalità di collocamento commerciale, le combinazioni migliori tra prodotto/mercato perseguibili.

*Definizione e segmentazione del mercato (?), strategia di marketing(?), stima della domanda(?)*

*POLITICA DI PREZZO (?).....PRODOTTO/SERVIZIO (?).....PROMOTION (?) .....POSTO (?).....*

8. Piano organizzativo in cui si evidenziano le risorse tecniche, economiche, finanziarie ed umane, fasi e tempi, modalità di controllo più opportune per seguire i processi attivati. Sarebbe utile prevedere anche un piano di emergenza alternativo nel caso di andamenti poco soddisfacenti o gravi difficoltà.

*Organigramma e Tabella RACI La matrice di assegnazione di responsabilità viene realizzata per indicare il grado di responsabilità, operativa e decisionale di ciascuno dei quattro soci nel processo di realizzazione e lancio dell'(?). Questi ultimi, nonostante ricoprono già ruoli manageriali all'interno dell'Azienda, incarnano anche figure di responsabilità in ogni parte del percorso sulla base delle proprie specializzazioni precedentemente descritte.*

9. Piano operativo che rappresenta la fattibilità tecnica con lo sviluppo operativo del progetto, le tipologie di investimento ed il loro ammontare, i processi tecnologici e produttivi da adottare, i modelli di rapporto con fornitori e distributori. Nel caso di Start Up si fa anche la descrizione delle principali spese necessarie alla partenza dell'iniziativa e delle fonti finanziarie necessarie.

*ATTIVITA' PRIMARIE (?) cosa si fa.....ATTIVITA' di SUPPORTO cosa si fa*

*FASI DEL CICLO DI VITA DEL NOSTRO PRODOTTO/SERVIZIO*

10. Piano economico-finanziario in cui le strategie presentate prima si devono raccordare con i volumi di vendita e di profitto desiderate, le necessità del pareggio economico (tra entrate ed uscite) al fine di testarne la convenienza.

*Il piano economico-finanziario include la struttura finanziaria e le previsioni future*

*come nell'esempio*



Ipotesi	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Volumi	20,000	50,000	100,000
Prezzo	18	20	22
Incidenza materiali (sui ricavi)	0%	0%	0%
Provvigioni	10%	10%	10%
Fatturato realizzabile con 1 addetto diretto	100,000	100,000	100,000
Costo annuo di 1 addetto diretto:	20,000	20,000	20,000
Addetti indiretti	2	5	10
Costo annuo di 1 addetto indiretto	30,000	30,000	30,000
Incidenza TFR sul costo del lavoro	5.556%	5.556%	5.556%
Costi fissi di struttura	1,500	1,500	1,500
Costi di ricerca e sviluppo	50,000	35,000	25,000
Immobilizzazioni (investimento nell'anno)	100,000	350,000	500,000
Periodo di ammortamento (anni)	5	5	5
Tempi pagamento clienti (mesi)	3	1	1
Tempi pagamento fornitori (mesi)	3	1	1
Tempi rotazione scorte materie prime (mesi)	1	1	1
% oneri finanziari su debiti onerosi	10%	10%	10%
% imposte su reddito a.i. (acconto 100%)	40%	40%	40%
% IVA su Vendite, Acquisti e Immobilizzazioni	20%	20%	20%
Acconto sulle imposte	100%		
Capitale sociale	10,000	10,000	10,000
Riserve	20,000		

## 12. Struttura finanziaria

*“L’analisi della struttura finanziaria consta di tre blocchi principali: 1. Forma giuridica e capitale sociale 2. Fabbisogno finanziario dell’impresa 3. Fonti di finanziamento*

*Forma giuridica e capitale sociale: • Forma giuridica: L’azienda è una società per azioni (S.P.A), che è una forma giuridica comune per le piccole e medie imprese. Questa forma giuridica offre protezione ai soci di poter fare una gestione ben*

organizzata dell'azienda. • *Capitale sociale*: L'azienda possiede capitale sociale iniziale di 10.000€, costituito dai fondatori dell'impresa e potrebbe successivamente aumentare attraverso l'ingresso di nuovi investitori o reinvestimenti dei profit

L'azienda potrebbe aver identificato un fabbisogno finanziario per espandere la sua capacità produttiva, ad esempio acquisendo nuove attrezzature, ampliando lo spazio produttivo o creando una nuova formula di promozione per attirare clienti. Inoltre, potrebbe esserci una necessità di capitale, che potrebbe includere la gestione dei costi del personale, le spese generali e amministrative.

Fonti di finanziamento: • *Capitale proprio*: L'azienda potrebbe utilizzare parte dei suoi utili o il capitale sociale come fonte di finanziamento interno per soddisfare parte del suo fabbisogno finanziario. • *Prestiti bancari*: Potrebbe ricorrere a prestiti bancari per finanziare investimenti di capitale o per gestire i suoi flussi di cassa. • *Finanziamenti agevolati*: Potrebbe beneficiare di finanziamenti agevolati offerti da istituti finanziari o enti pubblici per progetti specifici, come investimenti in ricerca e sviluppo o per l'adozione di tecnologie sostenibili. • *Investitori esterni*: L'azienda potrebbe attrarre investitori esterni, che forniscono capitale in cambio di una partecipazione azionaria o di un ritorno sull'investimento”

#### 14. CONCLUSIONE

#### **MARGINI DI CRESCITA E SVILUPPO**

#### **PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA .....**

**N.B. FARE UNA PRESENTAZIONE IN PPT, PREZI O UN SITO WEB per l'illustrazione del progetto.**