



# Guida all'elaborazione del Business Plan



**GUIDA  
ALL'ELABORAZIONE  
DEL  
BUSINESS PLAN**

<b>Titolo progetto</b>	Dare un titolo al progetto che si intende sviluppare (di norma contraddistingue il prodotto/servizio che si intende realizzare)
<b>Proponente</b>	Nome e cognome del soggetto proponente o dei soggetti proponenti di un gruppo che propone l'idea di impresa.

<b>Scheda</b>	<b>1. L'IDEA IMPRENDITORIALE</b>
<b>Data consegna</b>	
<b>Revisione</b>	

## 1. L'IDEA IMPRENDITORIALE

### 1.1 Descrizione dell'idea imprenditoriale

**Obiettivo:**

- Introdurre la successiva illustrazione di dettaglio del progetto d'impresa fornendo un'overview degli aspetti di maggiore interesse

**Descrivere:**

- oggetto dell'iniziativa
- come è nata l'idea
- composizione dell'offerta
- tecnologie che coinvolge
- stadio di sviluppo
- potenziali clienti
- settore in cui si inserisce
- collegamento con il proprio profilo/attività professionale (nel caso di società il collegamento è riferito alle attività svolte: prodotti e servizi erogati, progetti speciali,..)
- quali sono quali sono i fattori di potenziale successo e gli sbocchi commerciali
- partnership attivate o da attivare

### 1.2 Obiettivi e mission dell'impresa

**Obiettivo:**

- Dare un'anticipazione di quelli che sono gli obiettivi che la nuova iniziativa di prefigge, qualitativi e/o quantitativi, se ritenuto opportuno

**Descrivere:**

- Obiettivi di mercato
- Altro

**GUIDA  
ALL'ELABORAZIONE  
DEL  
BUSINESS PLAN**

Titolo progetto	Dare un titolo al progetto che si intende sviluppare (di norma contraddistingue il prodotto/servizio che si intende realizzare)
Proponente	Nome e cognome del soggetto proponente o dei soggetti proponenti di un gruppo che propone l'idea di impresa.

Scheda	<b>2. IL SOGGETTO PROPONENTE</b>
Data consegna	
Revisione	

## 2. IL SOGGETTO PROPONENTE

### 2.1 I promotori del progetto

**Obiettivo:**

- Fornire elementi di valutazione della coerenza tra il progetto d'impresa e le competenze (background professionale in genere) possedute dai promotori.

(Nel caso di società, la valutazione di coerenza andrà effettuata con riferimento alle attività finora svolte dalla stessa.)

**Descrivere:**

- formazione
- profilo professionale: principali esperienze lavorative svolte, specificando incarichi, responsabilità, partecipazione a progetti di ricerca rilevanti per lo sviluppo dell'idea
- conoscenze acquisite nel corso di attività di studio e/o ricerca
- qualità personali potenzialmente critiche per il buon esito del progetto
- attuale occupazione

(Nel caso di società, illustrare le aree di business della società, progetti svolti, prodotti/servizi realizzati, iniziative di ricerca avviate,..)

### 2.2 Business Angel e/o altre partecipazioni finanziarie

**Obiettivo:**

- Fornire un quadro completo della compagine che si occuperà di avviare e gestire il progetto.

**Descrivere:**

- tipo di società
- motivazioni della partecipazione
- ruolo che si pensa di svolgere

**GUIDA  
ALL'ELABORAZIONE  
DEL  
BUSINESS PLAN**

<b>Titolo progetto</b>	Dare un titolo al progetto che si intende sviluppare (di norma contraddistingue il prodotto/servizio che si intende realizzare)
<b>Proponente</b>	Nome e cognome del soggetto proponente o dei soggetti proponenti di un gruppo che propone l'idea di impresa.

<b>Scheda</b>	<b>3. L'OFFERTA</b>
<b>Data consegna</b>	
<b>Revisione</b>	

### 3. L'OFFERTA

#### 3.1 Innovazione scientifica/tecnologica sviluppata

Obiettivo:

- Trasferire i contenuti dell'innovazione scientifica/tecnologica alla base del progetto di creazione d'impresa

Descrivere:

- contenuti dell'innovazione
- settore di riferimento
- brevettabilità

#### 3.2 Prodotti/servizi offerti

Obiettivo:

- Descrivere le caratteristiche dei prodotti/servizi che l'innovazione sviluppata consente di offrire

Descrivere:

- caratteristiche fisiche e funzionali dei prodotti/servizi
- servizi accessori
- bisogni soddisfatti
- principali modalità di utilizzo

TABELLA DI RIEPILOGO PRODOTTI/SERVIZI E BISOGNI SODDISFATTI

Prodotto/servizio	Bisogni soddisfatti

### 3.3 Componenti di innovazione e di differenziazione dei prodotti/servizi

Obiettivo:

- mettere in evidenza gli aspetti di innovazione dei prodotti/servizi offerti

Descrivere:

- componenti/funzionalità innovative dei prodotti/servizi (cosa hanno/fanno di nuovo)
- quali bisogni vengono soddisfatti meglio dei prodotti analoghi già presenti sul mercato (cosa fanno meglio degli altri)
- quantificazione economica dei vantaggi offerti ai clienti: cosa/quanto i clienti risparmiano oppure quanto valgono i vantaggi aggiuntivi che i clienti ottengono utilizzando il prodotto/servizio in oggetto rispetto ad altri equivalenti

TABELLA DI RIEPILOGO COMPONENTI DI INNOVAZIONE DEI PRODOTTI/SERVIZI

Prodotto/servizio	Componenti di innovazione

### 3.4 Stadio di sviluppo del prodotto/servizio

Obiettivo:

- fornire elementi per valutare la cantierabilità dell'idea imprenditoriale e di conseguenza i passi fondamentali e la durata attesa della fase pre-competitiva

Descrivere:

- stadio di sviluppo del prodotto/servizio: embrionale, documentazione cartacea, prototipazione di laboratorio, commerciale, ..
- descrizione dei miglioramenti da apportare all'applicazione e risorse necessarie tempi necessari
- eventuale deposito di domande per brevetti
- eventuali certificazioni ottenute
- eventuali clienti già acquisiti

TABELLA DI RIEPILOGO PIANO DI SVILUPPO DELL'OFFERTA

Prodotto/servizio	Miglioramenti da apportare	Risorse necessarie	Tempi attesi

**GUIDA  
ALL'ELABORAZIONE  
DEL  
BUSINESS PLAN**

Titolo progetto	Dare un titolo al progetto che si intende sviluppare (di norma contraddistingue il prodotto/servizio che si intende realizzare)
Proponente	Nome e cognome del soggetto proponente o dei soggetti proponenti di un gruppo che propone l'idea di impresa.

Scheda	<b>4. L'AMBIENTE COMPETITIVO</b>
Data consegna	
Revisione	

## 4. L'AMBIENTE COMPETITIVO

### 4.1 Minacce e opportunità

Obiettivo:

- presentare il settore in cui si inserisce l'iniziativa e descrivere le principali minacce ed opportunità che presenta per il successo del progetto.

Descrivere:

- caratteristiche e trend del settore
- minacce e opportunità che presenta

TABELLA DI RIEPILOGO DELLE MINACCE E DELLE OPPORTUNITÀ

Minacce	Livello di intensità		
	basso	medio	alto
1			
2			
3			
Opportunità	Livello di intensità		
	basso	medio	alto
1			
2			
3			

## 4.2 Analisi dei clienti

Obiettivo:

- descrivere il mercato a cui i prodotti/servizi si rivolgono

Descrivere:

- caratteristiche dei segmenti di clienti:
  1. se clienti business specificare: pubblici/privati, area d'attività, area geografica, bisogni espressi, motivazioni d'acquisto (caratteristiche prodotto/servizio, costo, funzionalità specifiche, affidabilità,...), modalità di acquisto (procedure, frequenza, dimensione media), fattori critici di successo, area geografica di localizzazione
  2. se clienti consumer specificare: profilo socio-economico, reddito, professione, area geografica di localizzazione, altre caratteristiche psicografiche, fattori critici di successo
- quali prodotti/servizi di pensa di vendere ai diversi segmenti di clienti
- dimensionamento della domanda

TABELLA DI RIEPILOGO CLIENTI

Segmenti di clienti	Principali bisogni espressi	Area geografica di localizzazione	Potenziale di mercato
1			
2			
3			
4			

MATRICE PRODOTTI/MERCATI

CLIENTI	Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4
PRODOTTI/SERVIZI				
1.				
2.				
3.				
4.				

DIMENSIONAMENTO DELLA DOMANDA

Prodotti/servizi	Numero clienti potenziali	Acquisti medi x cliente	Acquisti totali
1.			
2.			
3.			
4.			
totale			

#### 4.3 Prodotti sostitutivi

Obiettivo:

- individuare i prodotti/servizi che svolgono la medesima funzione d'uso di quelli proposti e quindi concorrenziali

Descrivere:

- quali sono
- caratteristiche fisiche e funzionali
- punti di forza e di debolezza

TABELLA DI RIEPILOGO PRODOTTI SOSTITUTIVI

Prodotti sostitutivi	Concorrenti con prodotti/servizi	Caratteristiche
1.		
2.		
3.		
4.		

#### 4.4 Analisi dei concorrenti

Obiettivo:

- descrivere le caratteristiche dei concorrenti diretti e indiretti dell'iniziativa

Descrivere:

- segmentazione dei concorrenti: caratteristiche distintive delle diverse categorie di concorrenti: es. gamma di offerta, strategia di mercato, punti di forza e di debolezza
- descrizione puntuale delle principali aziende concorrenti, rientranti nella segmentazione effettuata: dimensione, anzianità di mercato, gamma di offerta, localizzazione, punti di forza e di debolezza specifici, tipologie di clienti serviti, quota di mercato (se rilevante)

TABELLA DI RIEPILOGO CONCORRENTI

TIP.	Concorrente	Offerta	Clienti	PDF e PDD

#### 4.5 Punti di forza e punti di debolezza del progetto

**Obiettivo:**

- illustrare i punti di forza e di debolezza del progetto nel suo complesso alla luce dei risultati dell'analisi dei clienti e dei concorrenti

**Descrivere:**

- aspetti dell'iniziativa che consentono di soddisfare in modo più economico, efficace, completo.... dei concorrenti bisogni/aspettative dei clienti (PDF)
- aspetti dell'iniziativa che ostacolano la capacità di rispondere meglio dei concorrenti a bisogni/aspettative dei clienti (PDD) Esempi:
  - o carenza di capitali
  - o mancanza di competenze chiave: mktg, commerciali, organizzative, finanziarie, amministrative, tecnologiche
  - o problemi localizzativi
  - o mancanza di relazioni con partner strategici

TABELLA DI RIEPILOGO PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

Punti di forza	Modalità per sfruttarli
Punti di debolezza	Interventi per correggerli

#### 4.6 Posizione dell'iniziativa nell'ambito delle filiere produttive d'interesse

**Obiettivo:**

- indicare come l'iniziativa si inserisce nelle filiere produttive di interesse

**Descrivere:**

- posizione dell'iniziativa lungo le filiere
- l'eventuale capacità di favorire il completamento di filiere produttive locali o di creare/sviluppare eventuali ulteriori attività a "valle"

**GUIDA  
ALL'ELABORAZIONE  
DEL  
BUSINESS PLAN**

Titolo progetto	Dare un titolo al progetto che si intende sviluppare (di norma contraddistingue il prodotto/servizio che si intende realizzare)
Proponente	Nome e cognome del soggetto proponente o dei soggetti proponenti di un gruppo che propone l'idea di impresa.

Scheda	<b>5. LE STRATEGIE</b>
Data consegna	
Revisione	

## 5. LE STRATEGIE

### 5.1 La strategia pre-competitiva

Obiettivo:

- descrivere le scelte strategiche che guideranno la fase pre-competitiva , adottate sulla base dei risultati dell'analisi dei clienti e dei concorrenti, che avranno la funzione di orientare la pianificazione operativa dell'iniziativa

Descrivere gli aspetti fondamentali della strategia in termini di:

- attività da svolgere e obiettivi da ottenere
- partnership da attivare/attivate (soggetti, obiettivi e contenuti, modalità di formalizzazione e stadio): tecnologiche, produttive,...
- durata
- livello degli investimenti da effettuare
- localizzazione

### 5.2 La strategia competitiva

Obiettivo:

- descrivere le scelte strategiche che orienteranno le modalità di ingresso sul mercato dell'iniziativa e le conseguenti scelte operative

Descrivere:

- strategie commerciali (di costo, di differenziazione, di focalizzazione,..)
- partnership da attivare/attivate (soggetti, obiettivi e contenuti, modalità di formalizzazione e stadio): tecnologiche, produttive, commerciali, finanziarie,..
- scelte organizzative: forma giuridica, localizzazione, politica delle risorse umane

TABELLA DI RIEPILOGO PARTNERSHIP

azienda/ente partner	forma di partnership	attività e finalità della partnership	stato dell'accordo

**GUIDA  
ALL'ELABORAZIONE  
DEL  
BUSINESS PLAN**

<b>Titolo progetto</b>	Dare un titolo al progetto che si intende sviluppare (di norma contraddistingue il prodotto/servizio che si intende realizzare)
<b>Proponente</b>	Nome e cognome del soggetto proponente o dei soggetti proponenti di un gruppo che propone l'idea di impresa.

<b>Scheda</b>	<b>6. LE SCELTE OPERATIVE - 6.A SCELTE DI MARKETING</b>
<b>Data consegna</b>	
<b>Revisione</b>	

## 6. LE SCELTE OPERATIVE

### 6.1 Piano di marketing

Obiettivo:

- Descrivere le scelte operative necessarie per promuovere i nuovi prodotti/servizi

Descrivere:

- I canali di vendita selezionati per la distribuzione dei prodotti/servizi
- Le iniziative di comunicazione per la promozione dei prodotti/servizi, specificando per ciascuna:
  1. target
  2. obiettivi
  3. messaggio
  4. costo

Possibili strumenti/iniziative di comunicazione sono

<i>Supporti di comunicazione</i>	<i>Direct marketing</i>	<i>Iniziative pubblicitarie</i>	<i>Altre iniziative</i>
Catalogo/brochure	Mailing	Inserzioni stampa	Convegno
Sito web	Numero verde	Spot televisivo	Spettacoli
	E-mailing	Spot radiofonico	DVD
	Incontri diretti	Affissioni	Altre manifestazioni
		Banner su siti WEB	
		PED. Pubblicità esterna dinamica	

TABELLA DI RIEPILOGO COSTI DI COMUNICAZIONE

Iniziativa	Target	Obiettivi	Costo (€)		
			fase .....	fase .....	fase .....
			anno 1	anno 2	anno 3
		Totale costi			

## 6.2 Piano commerciale

### Obiettivo:

- Descrivere le scelte operative per l'organizzazione delle attività di vendita e stimare i ricavi attesi per i primi anni del progetto.

### Descrivere:

- organizzazione di vendita e motivazioni della scelta: prodotti-servizi/canali, eventuale differenziazione di prezzo per canale, ..
- previsioni di fatturato per i primi 3 anni di attività, specificando le ipotesi che sono alla base delle stime effettuate
- costi commerciali (costi dei canali e in generale da sostenere per la vendita dei prodotti/servizi: fee commerciali, trasporti,..) spe
- clienti già acquisiti

TABELLA DI RIEPILOGO DELLE PREVISIONI DI FATTURATO

(inserire valori in euro)	Anno 1		Anno 2		Anno 3		Anno 4	
	fase .....		fase .....		fase .....		fase .....	
	qu. vendite	fatturato	qu. vendite	fatturato	qu. vendite	fatturato	qu. vendite	fatturato
Prodotto/servizio 1								
Prodotto/servizio 2								
Prodotto/servizio 3								
Prodotto/servizio 4								
Totale fatturato previsionale	anno 1		anno 2		anno 3		anno 4	

TABELLA DI RIEPILOGO COSTI COMMERCIALI

Tipologia costo	Inserire i dati IVA esclusa		
	fase .....	fase .....	fase .....
	<b>Costi anno 1</b>	Costi anno 2	Costi anno 3
Totale costi			

**GUIDA  
ALL'ELABORAZIONE  
DEL  
BUSINESS PLAN**

Titolo progetto	Dare un titolo al progetto che si intende sviluppare (di norma contraddistingue il prodotto/servizio che si intende realizzare)
Proponente	Nome e cognome del soggetto proponente o dei soggetti proponenti di un gruppo che propone l'idea di impresa.

Scheda	<b>6. LE SCELTE OPERATIVE – 6.B SCELTE PRODUTTIVE</b>
Data consegna	
Revisione	

### 6.3 Piano produzione/erogazione

Obiettivo:

- Illustrare le modalità con cui vengono realizzati i prodotti/servizi e le fasi di eventuale criticità

Descrivere:

- Processi di produzione/erogazione dei diversi prodotti/servizi, indicando le fasi di attività, la loro durata e i soggetti coinvolti.
- Distinta base di ciascun prodotto/servizio
- Piano delle scorte dei materiali

Prodotto/servizio 1

Descrizione del processo di produzione/erogazione

DISTINTA BASE PARTE 1: TABELLA DI RIEPILOGO DEI COSTI DIRETTI VARIABILI NECESSARI PER LA PRODUZIONE/EROGAZIONE DI UN'UNITÀ DEL PRODOTTO/SERVIZIO 1

<i>(indicare tipologia, unità di misura, costo unitario, quantità necessaria per la produzione di un'unità di prodotto, costo totale)</i>				
Materiali e semilavorati	Unità di misura	<i>Costo unitario</i>	Quantità	Costo totale
Totale costo materiali necessari per la produzione di un'unità di prodotto				

DISTINTA BASE PARTE 2: TABELLA DI RIEPILOGO DEI COSTI DIRETTI VARIABILI NECESSARI PER LA PRODUZIONE/EROGAZIONE DI UN'UNITÀ DEL PRODOTTO/SERVIZIO 1

<i>(indicare tipologia, unità di misura, costo unitario, quantità necessaria per la produzione di un'unità di prodotto, costo totale)</i>				
Servizi	Unità di misura	<i>Costo unitario</i>	Quantità	Costo totale
Totale costo dei servizi necessari per la produzione di un'unità di prodotto				

**TABELLA DI RIEPILOGO SCORTE DI MATERIALI**

<i>Indicare il numero di servizi di autonomia per l'erogazione dei quali è opportuno avere scorte di materiali</i>	
Materiali in scorta per poter erogare n° servizi	

**GUIDA  
ALL'ELABORAZIONE  
DEL  
BUSINESS PLAN**

<b>Titolo progetto</b>	Dare un titolo al progetto che si intende sviluppare (di norma contraddistingue il prodotto/servizio che si intende realizzare)
<b>Proponente</b>	Nome e cognome del soggetto proponente o dei soggetti proponenti di un gruppo che propone l'idea di impresa.

<b>Scheda</b>	<b>6. LE SCELTE OPERATIVE – 6.C SCELTE D'INVESTIMENTO</b>
<b>Data consegna</b>	
<b>Revisione</b>	

## 6. LE SCELTE OPERATIVE

### 6.4 Piano degli investimenti

Obiettivo:

- Valutare gli investimenti necessari per l'avvio dell'iniziativa e l'esborso finanziario risultante

Descrivere:

- Investimenti materiali, spiegando la funzione e il raccordo con l'iniziativa
- Investimenti immateriali, spiegando le motivazioni della loro previsione

TABELLA INVESTIMENTI MATERIALI

Investimenti materiali	importo IVA esclusa	IVA	totale	anno previsto di realizzazione		
				fase .....	fase .....	fase .....
				1	2	3
Immobili						
Impianti e macchinari						
Mobili e macchine d'ufficio						
Attrezzature						
Altro: specificare						
Totale investimenti materiali						

Commento alle scelte effettuate nel piano degli investimenti materiali

TABELLA INVESTIMENTI IMMATERIALI

Investimenti immateriali	importo IVA esclusa	IVA	totale	anno previsto di realizzazione		
				fase .....	fase .....	fase .....
				1	2	3
Spese d'impianto						
Brevetti						
Ricerca e sviluppo						
Licenze						
Pubblicità e altri investimenti immateriali						
Totale investimenti immateriali						

Commento alle scelte effettuate nel piano degli investimenti immateriali

Totale generale investimenti	Importo IVA esclusa	IVA	Totale

**GUIDA  
ALL'ELABORAZIONE  
DEL  
BUSINESS PLAN**

<b>Titolo progetto</b>	Dare un titolo al progetto che si intende sviluppare (di norma contraddistingue il prodotto/servizio che si intende realizzare)
<b>Proponente</b>	Nome e cognome del soggetto proponente o dei soggetti proponenti di un gruppo che propone l'idea di impresa.

<b>Scheda</b>	<b>6. LE SCELTE OPERATIVE – 6.D SCELTE ORGANIZZATIVE</b>
<b>Data consegna</b>	
<b>Revisione</b>	

## 6.5 Piano organizzativo

### Obiettivo:

- Esplicitare le scelte operative relative all'organizzazione dell'iniziativa

### Descrivere:

- Le caratteristiche della sede e il layout interno (se rilevante ai fini del successo dell'iniziativa)
- L'organizzazione delle risorse umane coinvolte nell'iniziativa: profilo professionale richiesto, mansioni da svolgere, inquadramento contrattuale, impegno temporale, costi,
- Il ruolo dei proponenti e ripartizione del loro impegno sull'iniziativa
- I costi amministrativi e generali da sostenere per lo svolgimento dell'iniziativa

### 6.5.1 Piano delle risorse umane

TABELLA RIEPILOGO PROPONENTI

Proponenti	Ruolo da svolgere	Remunerazione annua attesa

TABELLA RIEPILOGO DELLE RISORSE UMANE NECESSARIE PER L'AVVIO E LA GESTIONE DELL'INIZIATIVA

Profilo richiesto	Requisiti	Ruolo da svolgere	Costo stimato (specificare se: gg, annuo, orario,..)	Inquadramento contrattuale offerto

TABELLA RIEPILOGO ORGANIZZAZIONE RISORSE UMANE NEL 1° ANNO DI GESTIONE DELL'INIZIATIVA

Fase: .....							
Risorse umane (proponenti + altre risorse)	Totale impegno annuale (specificare se espresso in gg/ore) e costi associati		Percentuale di impegno nelle diverse aree				
	impegno	costi	produzione	mktg/comm	amministr.	ricerca e sv.	tot
			%	%	%	%	100%
Totale costi risorse umane anno 1							
<p>Commento alle scelte effettuate in termini di ripartizione dei compiti.</p>							

TABELLA RIEPILOGO ORGANIZZAZIONE RISORSE UMANE NEL 2° ANNO DI GESTIONE DELL'INIZIATIVA

Fase: .....							
Risorse umane (proponenti + altre risorse)	Totale impegno annuale (specificare se espresso in gg/ore) e costi associati		Percentuale di impegno nelle diverse aree				
			produzione	mktg/comm	amministr.	ricerca e sv.	tot
	impegno	costi	%	%	%	%	100%
Totale costi risorse umane anno 2							
Commento alle scelte effettuate in termini di ripartizione dei compiti, spiegando in particolare le differenze rispetto all'anno precedente							

TABELLA RIEPILOGO ORGANIZZAZIONE RISORSE UMANE NEL 3° ANNO DI GESTIONE DELL'INIZIATIVA

Fase: .....							
Risorse umane (proponenti + altre risorse)	Totale impegno annuale (specificare se espresso in gg/ore) e costi associati		Percentuale di impegno nelle diverse aree				
			produzione	mktg/comm	amministr.	ricerca e sv.	tot
	impegno	costi	%	%	%	%	100%
Totale costi risorse umane anno 3							
Commento alle scelte effettuate in termini di ripartizione dei compiti, spiegando in particolare le differenze rispetto all'anno precedente							

## 6.5.2 Piano dei costi amministrativi e generali

TABELLA DI RIEPILOGO DEI COSTI AMMINISTRATIVI E GENERALI

Tipologia costo	<i>Inserire i dati IVA esclusa</i>		
	<i>fase .....</i>	<i>fase .....</i>	<i>fase .....</i>
	<i>Costi anno 1</i>	Costi anno 2	Costi anno 3
Canoni di locazione			
Consulenze (legali, fiscali,...)			
Assicurazioni			
Materiali di consumo			
Altri servizi (specificare)			
Totale costi			

**GUIDA  
ALL'ELABORAZIONE  
DEL  
BUSINESS PLAN**

Titolo progetto	Dare un titolo al progetto che si intende sviluppare (di norma contraddistingue il prodotto/servizio che si intende realizzare)
Proponente	Nome e cognome del soggetto proponente o dei soggetti proponenti di un gruppo che propone l'idea di impresa.

Scheda	<b>7. PIANO ECONOMICO-FINANZIARIO</b>
Data consegna	
Revisione	

## 7. PIANO ECONOMICO-FINANZIARIO

### Obiettivo:

- Verificare le condizioni di sostenibilità economico-finanziaria dell'iniziativa, vale a dire a quali condizioni (di organizzazione, di fatturato, ..) l'iniziativa produce ritorni economici e finanziari interessanti.

### Descrivere:

- Tipologia e consistenza delle fonti necessarie per la copertura del fabbisogno finanziario
- Fonti di finanziamento individuate, eventuali contatti con soggetti finanziatori, stato accordi per l'acquisizione dei fondi
- Le ipotesi effettuate per la produzione dei documenti previsionali (politica degli ammortamenti, tempi medi dei pagamenti ai fornitori e delle dilazioni ai clienti, aliquota fiscale attesa, tassi di interesse, aliquota IVA su acquisti e vendite, ..)
- I risultati economico-finanziari previsionali ottenuti come conseguenza delle scelte strategiche ed operative effettuate a monte

### 7.1 Ipotesi di pianificazione

TABELLA DI RIEPILOGO DELLE IPOTESI DI PIANIFICAZIONE

Ipotesi di base	specificare
<b>Aliquota di ammortamento</b>	
Immobili	%
Impianti e macchinari	%
Mobili	%
Macchine d'ufficio	%
Brevetti e sw	%
Spese di impianto	%
Altre immobilizzazioni immateriali	%
<b>Cicli del capitale circolante</b>	
Tempi medi previsti di incasso crediti	gg
Tempi medi previsti di pagamento fornitori	gg
Tempi medi previsti di giacenza delle rimanenza in magazzino	gg
<b>Tassi di interesse</b>	
Tasso di interesse passivo a breve	%
Tasso di interesse passivo a medio/lungo termine	%
Tasso di interesse attivo sui depositi bancari	%
<b>Aliquota IVA</b>	
IVA acquisti	%
IVA vendite	%

PIANO DI COPERTURA FINANZIARIA

Fonti finanziarie	importo in euro
Totale fonti	

## 7.2 Risultati economici previsionali

Output del modello di pianificazione economico-finanziaria

Commento ai risultati

## 7.3 Risultati finanziari previsionali

Output del modello di pianificazione economico-finanziaria

Commento ai risultati

## 7.4 Situazione patrimoniale previsionale

Output del modello di pianificazione economico-finanziaria

Commento ai risultati