SCHEMA PER LA COSTRUZIONE DEL PROGETTO D'IMPRESA E PER LA RACCOLTA DI DATI PER LA COSTRUZIONE DEL BUSINESS PLAN
" Coop xxxx" - VERSIONE del 19/12/2020

1. L'IDEA

Cosa vorreste fare? Perché? Come? Dove?

- **Cosa vorreste fare?**
- **Perché?**
- **Come?**
- **Dove?**

2. LA COMPAGINE SOCIALE:

Chi è/sarà coinvolto nella costituzione o gestione dell'impresa? Quali sono i percorsi, le esperienze personali di ognuno? Di cosa vorrebbe occuparsi ognuno nell'impresa? Con quale ruolo? Assumendosi quali responsabilità? Con quali aspettative economiche? Quanto tempo mette a disposizione dell'impresa? Quali sono le assunzioni personali del rischio d'impresa (me la sento di diventarne amministratore o preferisco partecipare come lavoratrice, volontaria?)?

- **Chi è/sarà coinvolto nella costituzione o gestione dell'impresa?**
- **Quali sono i percorsi, le esperienze personali di ognuno?**
- **Di cosa vorrebbe occuparsi ognuno nell'impresa?**
- **Con quale ruolo?**
- **Assumendosi quali responsabilità?**
- **Con quali aspettative economiche?**
- **Quanto tempo mette a disposizione dell'impresa?**
- **Quali sono le assunzioni personali del rischio di impresa?**

3. LE RETI CHE APPOGGIANO IL PROGETTO

Quali reti di persone, pur rimanendo in secondo piano rispetto alla gestione, appoggiano questo progetto e potrebbero sostenerne la nascita e lo sviluppo? Di quante persone sono composte? Quali forme di sostegno pensate siano proponibili? Chi è il punto di riferimento per le diverse reti?

- **Quali reti di persone appoggiano questo progetto e potrebbero sostenerne la nascita e lo sviluppo?**

- **Di quante persone sono composte?**

- **Quali forme di sostegno pensate siano proponibili?**

- **Chi è il punto di riferimento del vostro gruppo per le diverse reti?**

4. LA FORMA GIURIDICA OTTIMALE

(Scegliere o confermare la forma giuridica dell'impresa non è cosa da sottovalutare, ha un peso rilevante sia nei confronti del gruppo di lavoro interno che nei confronti dei terzi. È come scegliere l'abito adatto con ciò che si decide di fare, con coerenza con le finalità e i processi ad es decisionali che si decide di scegliere. Per questo oltre agli aspetti fiscali (alcuni degli aspetti da valutare in mezzo agli latri e sicuramente non i principali, vanno fatte altre valutazioni, delegando il meno possibile ad altri (es commercialista, legale, ecc. Un altro aspetto importante è quello dello statuto che è lo strumento con cui ci si presenta all'esterno. Per fare una scelta oculata vi proponiamo una serie di domande che speriamo vi aiutino a fare una scelta non affrettata)

=A= L'impresa è un soggetto collettivo (quindi occorre costituire una società) oppure ha un'unica persona di riferimento (e quindi basta una ditta individuale)?

=B= Nel caso di una società, quante sono le persone coinvolte? 2 – 3 – 5 - .....? Con quale assunzione di responsabilità, paritaria o no (vedi il punto 2)?

=C= A quali criteri/valori prioritari deve rispondere la forma giuridica da scegliere?
(esempio 1: principio di democrazia interna –e quindi società di persone- oppure potere decisionale proporzionale al capitale investito nell'impresa –e quindi società di capitali-)
*(esempio 2: p**uò permettere il fine di lucro –come ad esempio una SNC- oppure lo deve escludere –**come ad esempio una COOP-)*
*(esempio 3: r**endere possibile –o no- a coloro che usufruiranno dell'attività dell'impresa di potervi partecipare in un qualche modo, se lo desiderano – come i soci o soci sovventori per le coop**)*

Dopo avere individuato un paio di ipotesi di forme giuridiche interessanti consigliamo, prima di prendere una decisione definitiva, di individuare per ognuna di esse i VANTAGGI e gli SVANTAGGI presenti, esplicitando il relativo costo economico

5. FINALITÀ SOCIALI E AMBIENTALI DELL'IMPRESA

Quali finalità sociali e ambientali si propone di raggiungere l'impresa?

- **Quali finalità sociali e ambientali si propone di raggiungere l'impresa?**

6. DETTAGLIO DELLE ATTIVITA' DELL'IMPRESA

Quali specifiche attività intende avviare/potenziare l'impresa? (elencarle e presentarle dettagliatamente, evidenziando le attività di servizio, informative, culturali, di produzione o di commercializzazione) Vi è la necessità di permessi? Modi/tempi/costi per ottenerli?

- **Quali specifiche attività intende avviare/potenziare l'impresa? (elencarle e presentarle dettagliatamente, evidenziando le attività di servizio, informative, culturali, di produzione o di commercializzazione)**

- **Vi è la necessità di permessi?**

- **Modi/tempi/costi per ottenerli?**

7. A CHI SI RIVOLGE L'IMPRESA

Chi, secondo voi, dovrebbe essere interessato ad aver accesso alla vostra attività? Perché? Qual è il tipo di rapporto che proponete ai vostri interlocutori? Si caratterizza in un qualche modo rispetto alle altre "offerte" attualmente presenti?

- **Chi dovrebbe essere interessato ad aver accesso alla vostra attività?**

- **Perché?**

- **Qual è il tipo di rapporto che proponete ai vostri interlocutori?**
  di fiducia nell'individuare le soluzioni tecnologiche appropriate

- **Si caratterizza in un qualche modo rispetto alle altre "offerte" attualmente presenti?**

8. ANALISI DI MERCATO GENERALE E LOCALE

Come fare la raccolta delle informazioni? (quantitative e qualitative)
a) Desk research (o ricerca a tavolino) consiste nella ricerca e valutazione di informazioni già raccolte da altri da fonti esterne all'azienda (istituzioni pubbliche,

associazioni di categoria, stampa specializzata, database commerciali, istituti di ricerca di marketing, internet), o da fonti interne alla impresa (come bilanci e statistiche di vendita).

b) Field research (o ricerca sul campo), che consiste nella creazione di nuove informazioni attraverso interviste in profondità, questionari, focus group, etc (ricerca esplorativa, ricerca descrittiva..)

1) Analisi della offerta

Obiettivi

- *Dimensioni del mercato*
- *Tendenza di sviluppo del mercato*
- *Analisi della concorrenza*
- *Quota di mercato della concorrenza*
- *Canali di distribuzione della concorrenza*

Domande utili

- *Nel territorio in cui intendo inserirmi ci sono altri soggetti che propongono gli stessi beni/servizi o beni/servizi simili? Quanti sono?*

  esistono varie realta' sia sul territorio sia a distanza che offrono servizi con la nostra stessa modalita'

- *Quali sono le strategie adottate? (tipologia dei servizi offerti, fascia di prezzo, modalità di erogazione,…)*

- *Qual è il carattere distintivo della loro offerta rispetto a quella degli altri?*

- *Quali sono i loro punti di forza e di debolezza?*

- *Quali sono i limiti del settore? Quali le opportunità?*

  competizione con i monopolisti del mercato, che offrono servizi funzionalmente simili ma a prezzi competitivi perche' fanno della monetizzazione dei dati degli utenti un asset.

2) Analisi della domanda

Obiettivi

- *Stima delle potenzialità di un prodotto/servizio*
- *Descrizione del comportamento di organizzazioni o gruppi di consumatori*
- *Le motivazioni profonde che spingono i comportamenti*

Domande utili

- *Nel luogo in cui ho deciso di avviare la mia impresa ci sono "clienti" interessati ai miei prodotti/servizi? Quanti sono? Quali caratteristiche hanno (età, socio-culturali, potere d'acquisto, etc.)?*

- *Come posso differenziare la mia offerta per venire meglio incontro alle esigenze dei "clienti" a cui ho deciso di rivolgermi? (orari, prezzi, …)*

- A *quali caratteristiche del servizio i clienti riconoscono un'importanza superiore alle altre?*

9.ANALISI DELLE POSSIBILI COLLABORAZIONI

Ci sono altre realtà sul vostro territorio che propongono già un'attività simile o affine alla vostra? Quali e in che ambiti? Ci possono essere piani su cui sviluppare una possibile collaborazione? Si? Quali? No? Perché? Chi potrebbe essere infastidito dalla vostra attività? Cosa potrebbero fare se volessero mettervi in difficoltà? Cosa potreste fare voi per scongiurare questo rischio?

- **Ci sono altre realtà sul vostro territorio che propongono già un'attività simile o affine alla vostra? Quali e in che ambiti?**
- **Ci possono essere piani su cui sviluppare una possibile collaborazione? Si? Quali? No? Perché?**
- **Chi potrebbe essere infastidito dalla vs. attività?**
- **Cosa potrebbero fare se volessero mettervi in difficoltà?**
- **Cosa potreste fare voi per scongiurare questo rischio?**

10.ANALISI DEI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA, MINACCE E OPPORTUNITÀ

A chi si rivolgono oggi i vostri potenziali interlocutori? Perché dovrebbero sceglierví rispetto alle altre proposte presenti? Quali sono gli elementi che caratterizzano positivamente la vs. impresa rispetto alle altre realtà già presenti sul territorio o che potrebbero arrivare dopo di voi? Quali sono i vostri punti deboli? Quali sono possibili opportunità derivanti dal contesto? E minacce che s possono immaginare?

- **A chi si rivolgono oggi i vostri potenziali interlocutori?**
- **Perché dovrebbero sceglierví rispetto alle altre proposte presenti?**
- **Quali sono gli elementi che caratterizzano positivamente la vs. impresa rispetto alle altre realtà già presenti sul territorio o che potrebbero arrivare dopo di voi?**
- **Quali sono i vs. punti deboli?**
- **Quali sono possibili azioni che tengano conto di uno o più punti di forza, debolezza , opportunità e minaccia?**

11.I FORNITORI

Di quali fornitori ha bisogno l'impresa nelle sue diverse attività? In base a quali principi vengono scelti? Sono conosciuti? Affidabili? Quale rapporto avete con loro? C'è un rapporto di "debolezza" nei loro confronti? Quali sono le condizioni economiche per le loro forniture? Ci sono canali di approvvigionamento dove il piano dello scambio non è solo commerciale ma si fonda su maggior empatia e condivisione?

- **Di quali fornitori ha bisogno l'impresa nelle sue diverse attività?**
- **In base a quali principi vengono scelti? Sono conosciuti? Affidabili?**
- **Quale rapporto avete con loro?**
- **C'è un rapporto di "debolezza" nei loro confronti?**
- **Quali sono le condizioni economiche per le loro forniture?**
- **Ci sono canali di approvvigionamento dove il piano dello scambio non è solo commerciale ma si fonda su maggior empatia e condivisione?**

12.STRATEGIE E COMUNICAZIONE

Quali strategie intendete adottare rispetto alla:
=a= politica dei prezzi di vendita
=b= qualità e consolidamento del rapporto con il cliente
=c= comunicazione verso clienti/fornitori/collaboratori/.....
=d= possibili sinergie da proporre a esperienze/reti già esistenti
=e= rapporto col territorio in cui vi troverete (comune/circoscrizione/associazioni/varie.....)
=f= politica dei compensi per il lavoro prestato da voi/collaboratori
=g= altre scelte strategiche rilevanti?.....

- **Quali strategie intendete adottare rispetto alla:**

  =a= politica dei prezzi di vendita

  =b= qualità e consolidamento del rapporto con chi beneficia delle vs. attività

  =c= comunicazione verso clienti/fornitori/collaboratori/.....

  =d= possibili sinergie da proporre a esperienze/reti già esistenti

  =e= rapporto col territorio in cui vi troverete (comune/ circoscrizione/ associazioni/ varie...)

  =f= politica dei compensi per il lavoro prestato da voi/collaboratori

  =g= altre scelte strategiche rilevanti?....

13.AVVIAMENTO

Come avverrà l'avviamento dell'impresa? Con quali tempi è previsto?
Le competenze necessarie sono già tutte acquisite? Quali sono le competenze in vs. possesso e quali sono quelle che dovrete acquistare all'esterno da collaboratori?
Ci sono possibilità di corsi di formazione gratuiti?
Sono previste figure di accompagnamento che hanno esperienza del settore?

- **Come avverrà l'avviamento dell'impresa? Con quali tempi è previsto?**

- **Le competenze necessarie sono già tutte acquisite? Quali sono le competenze in vs. possesso e quali sono quelle che dovrete acquistare all'esterno da collaboratori?**

- **Ci sono possibilità di corsi di formazione gratuiti?**

- **Sono previste figure di accompagnamento che hanno esperienza del settore?**