



TRASFERIMENTO TECNOLOGICO
INNOVAZIONE
SISTEMA CAMERALE VENETO

QUI SI FA

GUIDA PER L'ASPIRANTE IMPRENDITORE

Interreg
CENTRAL EUROPE



ARTISTIC

European Union
European Regional
Development Fund

Guida per l'aspirante imprenditore

Sapere e saper fare

Il progetto Artistic

Quali sono i nostri obiettivi?

Mettersi in proprio

Il progetto per l'attività in proprio

01 Introduzione

01.1 Scrivere un business plan è fondamentale.

02 Come prepararlo

03 I contenuti

03.1 Chi è la persona che si mette in proprio?

03.2 L'idea di partenza.

03.3 La ricerca: saperne di più.

04 La pianificazione

04.1 Il rapporto con il mercato.

04.2 L'organizzazione.

04.3 La forma giuridica.

04.4 Il piano economico-finanziario.

05 Completare un progetto

06 Schema sintetico

07 Aspetti pratici

07.1 Il lavoro autonomo: «Come fare per “aprire” la partita Iva?»

07.2 Quanto costa avviare un'impresa individuale?

08 Agevolazioni e finanziamenti

08.1 I regimi fiscali agevolati: il regime forfetario

08.2 La finanza agevolata

09 Altre forme di finanziamento

09.1 Il Microcredito: che cos'è e cosa serve

09.2 Il Crowdfunding

10 La tutela della proprietà intellettuale: marchi e brevetti

11 Startup e innovazione

11.1 Startup innovative

11.2 Incubatore Certificato

t2i e i suoi servizi

A cura di Rita Bonucchi e del Servizio Nuova Impresa di t2i

Saperi e saper fare per l'avvio di impresa

Esiste un profondo legame tra la nostra economia e il capitale culturale immateriale, cioè le tradizioni, le conoscenze, le competenze, le abilità e le tecniche che caratterizzano, in maniera unica ed univoca, l'identità di un territorio e le persone che lo animano.

I saperi e le tradizioni trasmesse di generazione in generazione, costantemente rinnovate, si ritrovano in mestieri che rappresentano un patrimonio irrinunciabile per la nostra regione. Valorizzare e aggiornare tradizioni tipiche e mestieri, qualsiasi sia il settore merceologico e d'interesse, si traduce molto spesso in attività imprenditoriali che generano manufatti e prodotti noti in tutto il mondo. La *digital transformation*, assieme a opportune leve organizzative, permette di mantenere e rinnovare le tradizioni e rilanciare quei settori produttivi poco noti o in fase di declino, in modo che possano restare al passo con i tempi e affrontare il mercato in modo nuovo e più consapevole.

Questa pubblicazione contiene le informazioni e gli strumenti necessari per chi vuole trasformare in realtà la propria idea imprenditoriale. È compito dei futuri imprenditori trasformare le competenze del passato in know-how e in prodotti che li distinguano sui mercati di oggi e di domani. È nostro compito supportarli in quest'*impresa*.

Questa guida è realizzata da t²i – trasferimento tecnologico e innovazione, società consortile per l'innovazione delle Camere di Commercio di Treviso-Belluno Dolomiti, di Verona e di Venezia - Rovigo, che ha come fiore all'occhiello l'avvio d'impresa. Si parte dalla definizione dell'idea, valorizzando un sogno, fino al processo di incubazione e di accelerazione. Questo tipo di attività sono realizzate in via continuativa presso le nostre sedi di Treviso, Rovigo e Verona, per ogni tipologia di utenza, basta che vi sia un sano spirito imprenditoriale e la voglia di mettersi in gioco. Il resto lo fa t²i con il proprio staff di esperti che mettono in campo le proprie competenze per attività di informazione, consulenza, formazione, coaching.

Roberto Santolamazza
Direttore Generale
t²i trasferimento tecnologico e innovazione

ARTISTIC

progetto europeo per la valorizzazione del capitale culturale immateriale

L'obiettivo principale del progetto ARTISTIC è il patrimonio culturale immateriale e la sua valorizzazione. ARTISTIC mira al miglioramento delle relazioni tra operatori culturali, l'opinione pubblica in generale e gli operatori pubblici e finanziari, in particolare. Nell'ambito del progetto ARTISTIC, le istituzioni partner hanno sviluppato un modello che aiuta i detentori del patrimonio culturale a sviluppare competenze di *project management* e *project financing* a supporto dell'imprenditorialità e nell'adeguamento di idee creative alle aspettative dei potenziali investitori, unendo cultura ad aspetti di marketing e di comunicazione innovativa.

t2i – trasferimento tecnologico e innovazione è capofila di progetto. Assieme a Regione del Veneto – Direzione Industria, Artigianato, Commercio e Servizi, ha attivato presso la propria sede un ICH desk dove gli aspiranti imprenditori e imprenditrici trovano adeguate professionalità e risposte alla loro esigenza di sostegno all'avvio d'impresa. Maggiori informazioni sul progetto e sull'ICH desk presso t2i e presso Regione del Veneto si trovano sul portale www.entribu.eu



entribú

Le attività dell'ICH desk sono rivolte principalmente a:

- giovani e potenziali nuovi imprenditori, interessati a saperne di più in merito all'avvio di impresa;
- imprenditori e persone già operanti nel settore, perché possano imparare a valorizzare il proprio lavoro attraverso innovative tecniche di comunicazione e di gestione aziendale.

Il progetto “ARTISTIC Valorizzazione del patrimonio culturale immateriale (ICH). Attività per lo sviluppo locale sostenibile nelle regioni dell'Europa Centrale” è supportato dal programma Interreg CENTRAL EUROPE, cofinanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale.

Quali sono i nostri obiettivi?

L'obiettivo è rivitalizzare antiche tradizioni anche grazie alla tecnologia digitale e a nuovi modelli di business, per creare occasioni di formazione, lavoro e nuova imprenditorialità. È importante infatti far capire che il patrimonio culturale può e deve essere una leva strategica per lo sviluppo dell'economia del territorio.

Mettersi in proprio

Favorire la nascita e la sopravvivenza delle start-up è la missione del Servizio Nuova Impresa, che quotidianamente fornisce informazione e formazione per chi vuole mettersi in proprio.

Mettersi in proprio è un'espressione riferita a qualsiasi "attività di lavoro non dipendente" e le motivazioni che spingono in questa direzione sono tante, spesso legate alla mancanza di un lavoro dipendente, oppure al desiderio di realizzare un sogno, di creare e di vedere crescere qualcosa in cui crediamo.

Ti piacerebbe fare qualcosa di tuo, decidere ogni giorno tutto ciò che riguarda lo svolgimento delle attività, l'organizzazione, la cura dei clienti e il livello qualitativo? Tutto questo è affascinante: significa avviare e organizzare un'attività, cioè creare valore, con le proprie forze. Ma richiede molto impegno e molte risorse, personali, tecniche e finanziarie. Significa, prima di tutto, prendersi responsabilità. Sei tu che scegli di metterti in proprio, con quale idea, in che modo. Sei tu che risponderai delle tue decisioni, giuste o sbagliate.

Sono due le figure tipiche del mettersi in proprio: l'imprenditore e il lavoratore autonomo (definito nel nostro sistema come chi esercita arti o professioni, art. 2222 c.c.). Per entrambe le figure è necessario uno strumento specifico per descrivere l'idea imprenditoriale, i tempi e i modi dell'avviamento di un'attività, le decisioni principali. Di seguito trovi le indicazioni per impostare un progetto di piccola attività in proprio, cioè un business plan limitato e commisurato alle esigenze di chi si mette in proprio aprendo un'attività autonoma, consulenti e prestatori di servizi, artigiani e microimprenditori: il tuo passaporto per l'autonomia.

Il progetto per l'attività in proprio.

01 / Introduzione

Il business plan è un documento scritto nel quale vengono espresse tutte le informazioni sul futuro imprenditore, valuta il progetto imprenditoriale e le caratteristiche dell'ambiente in cui si intende sviluppare il progetto.

I motivi per cui anche i lavoratori autonomi dovrebbero preparare scrivere un business plan sono tanti. Il più importante è l'aiuto che dà nella valutazione e realizzazione del progetto, permettendo di seguire un percorso già definito, che consente di chiarirsi le idee su molti aspetti che altrimenti non sarebbero stati considerati e anticipare l'analisi di problemi che si presentano dopo l'avvio dell'attività.

Le analisi e le considerazioni effettuate sulla decisione di mettersi in proprio e sull'attività da iniziare assumono una concretezza che non potrebbero avere se rimanessero espresse solo nella nostra mente. Avere un punto di riferimento scritto, inoltre, ti permette di essere sempre cosciente di quello che avevi deciso di fare e confrontare l'effettiva realtà. Il progetto scritto permetterà di effettuare dei cambiamenti se le condizioni del mercato lo richiedono.

Il business plan ti servirà non solo nella fase della creazione d'impresa, ma anche nella gestione successiva.

01.1 / Scrivere un business plan è fondamentale

I futuro lavoratore autonomo / artigiano / microimprenditore:

- per verificare la reale convenienza del progetto di lavoro autonomo, dal punto di vista commerciale, economico e finanziario;
- per evidenziare i punti di forza e di debolezza del progetto;
- per avere una guida nella gestione successiva all'apertura.

Ai potenziali finanziatori (banche, ecc.):

- per decidere il finanziamento di un'impresa;
- per l'ammissione a leggi di finanziamento agevolato (proposte da Regione, Provincia o Comune).

02 / Come prepararlo

Non è necessario attenersi a uno schema rigido, ma è meglio che un progetto segua un' impostazione logica e risponda ad una serie di interrogativi.

Prendi appunti sin dall'inizio, meglio se sul computer, perché è molto facile fare confusione tra tanti materiali che si raccolgono. Il documento dovrà essere chiaro e completo; sarebbe opportuno inserire eventuali fotografie, documentazione o articoli di giornale che potrebbero essere utili per illustrare meglio il proprio progetto imprenditoriale a chi dovrà esaminarlo. Non spaventarti, lo sforzo che fai oggi per scrivere il business plan sarà ampiamente ripagato durante l'attività d'impresa.

03 / I contenuti

03.1 / Scrivere un business plan è fondamentale

Anche se hai definito bene l'idea, non è possibile valutarla senza collegarla alla persona che la realizzerà. Nel lavoro autonomo la persona è fondamentale, la definizione stessa contenuta nel Codice Civile specifica che la professione o l'arte viene esercitata direttamente dalla persona che promuove l'attività. Ma per un consulente, un artigiano o una microimpresa avviene esattamente lo stesso: il fattore umano è fondamentale e il successo dipende dalle persone. Dovrai, quindi, descrivere le tue conoscenze, competenze, attitudini, esperienze,

deve essere chiaro perché sei tu la persona adatta a svolgere l'attività.

Chi sono? Cosa so fare? Cosa ho fatto finora?
Cosa mi riesce bene? Per cosa sono portato?

03.2 / L'idea di partenza

Forse ci pensi da anni, o forse ti è venuta in mente improvvisamente. È la tua idea. Una volta individuata, dovrà essere sviluppata con un certo metodo. Non basta che piaccia o sia di moda, deve essere analizzata rispetto al mercato di riferimento. È necessario acquisire tutte le informazioni possibili per capire se l'idea è valida, realizzabile e adatta al territorio.

È meglio studiare attentamente tutti gli aspetti che riguardano l'attività che si vuole intraprendere prima dell'avvio, per verificare se la nostra attività non è solo frutto della nostra voglia di "metterci in proprio", ma una fonte di guadagni e di soddisfazioni personali.

Dovrai definire:

Qual è l'idea che intendo sviluppare?
Perché quest'idea?

Quali sono le motivazioni che mi
spingono verso quella particolare idea?

Quali sono gli obiettivi che vorrei
raggiungere in futuro?

03.3 / La ricerca: saperne di più

A questo punto hai chiarito bene l'idea che vuoi realizzare e la persona che la sostiene, ma non basta. Per capire se un'attività può avere successo, bisogna analizzarla nell'ambiente e nel contesto dove effettivamente verrà realizzata.

Raccogli informazioni su concorrenti e clienti, ti serviranno anche in altre sezioni del business plan. Per compiere questa ricerca puoi farti aiutare dai servizi per la creazione d'impresa, ma dovrai metterti in gioco anche personalmente. Alla fine di questo lavoro conoscerai meglio il settore nel quale stai per entrare, le caratteristiche della concorrenza, i comportamenti dei clienti.

La ricerca sulla concorrenza

Stai per entrare in un ambiente e devi conoscerlo bene. Questo significa conoscere i concorrenti e le loro caratteristiche, le normative e l'evoluzione del settore. La presenza di concorrenti non deve spaventarti, è una caratteristica normale dei mercati maturi.

- Quali sono i concorrenti diretti? Quanti sono in totale?
- Dove sono localizzati?
- Che prezzi praticano? Che qualità offrono?
- Come promuovono il loro prodotto/servizio?
- Quali sono i loro punti di forza e i loro punti di debolezza?
- Esiste un'associazione di categoria?
- Il settore di attività in cui intendo inserirmi è in fase di sviluppo?
- Come prevedo il futuro del mio settore di attività? Si prevedono delle normative che limiteranno la mia attività futura?

Prova a identificare i concorrenti e le loro politiche, magari attraverso l'acquisto dei loro prodotti e l'osservazione dei loro negozi. Non dimenticare che può essere interessante osservare anche realtà fuori dalla nostra zona, perché possono mostrare innovazioni e soluzioni interessanti. Inoltre, il collega di un'altra provincia non ti riterrà propriamente un concorrente e magari ti racconterà qualcosa della sua impresa.

Oltre a questo, naturalmente, potrai studiare la concorrenza attraverso i materiali di comunicazione (la pubblicità, un depliant, un profilo su un social network...) e pubblicazioni specializzate.

La ricerca sui clienti

Le imprese traggono i loro profitti dalla soddisfazione di clienti e consumatori, dai loro bisogni. Ma chi sono questi clienti? Devi studiare l'ambiente dove l'impresa opererà, per capire:

- Chi e quanti sono i potenziali clienti?
- Che tipo di bisogni sentono?
- Quanto sono disposti a spendere per soddisfarli?
- Dove comprano?
- Come raccolgono informazioni e come prendono le decisioni?

Ricorda che non basta avere buoni prodotti per avere successo, nel nostro mercato è necessario trovare una formula vincente tagliata su misura per i clienti. Hai provato a studiare le attività esistenti fingendoti un potenziale cliente? Controlla se esistono ricerche sui comportamenti dei clienti nel tuo settore, molte sono consultabili gratuitamente.

A cosa serve: a prendere decisioni, aumentare la competitività e la rapidità di azione, diminuire i costi a medio termine (rifacimenti, sanzioni, adeguamenti). Come si fa: raccogliere le informazioni e scegliere una modalità di classificazione, dedicare ogni settimana un po' di tempo alla lettura e all'aggiornamento, preferire la forma digitale per le informazioni. Partecipare a conferenze e seminari, a corsi di aggiornamento e specializzazione, selezionare fonti di informazione su internet come newsletter e forum professionali, identificare una serie di soggetti detentori di informazioni e inserirli nel network. Utilizzare i servizi per il supporto alla creazione d'impresa, gli sportelli informativi, le associazioni professionali e di imprenditori. Un esempio: sottoscrivere siti web e blog per seguirne gli aggiornamenti. Un consiglio: non smettere mai di cercare informazioni, non fermarsi dopo l'avvio dell'attività, la ricerca non finisce mai. E perché, ogni tanto, non fare ricerca anche sulla propria impresa? Controlla la visibilità e la reputazione sul web.

04 / La pianificazione

A cosa serve

Ottimizzazione delle risorse, diminuzione dello stress, identificazione anticipata dei fattori critici di rischio.

Come si fa

Formalizzare un sistema di pianificazione prima dell'apertura dell'impresa e mantenerlo aggiornato.

Esempio

Scrivere il business plan secondo i modelli forniti dai servizi di supporto alla creazione d'impresa. In alcuni casi può essere utile ampliare l'orizzonte temporale della pianificazione.

Il consiglio

Anche se si parte da dimensioni ridotte, immaginare e progettare anche i passi successivi, una dimensione diversa, con più scenari.

04.1 / La ricerca: saperne di più

Probabilmente ti sei posto sin dall'inizio alcuni interrogativi, sui prodotti o servizi da proporre, oppure sui prezzi da praticare. Ora è il momento di legare gli elementi che hai raccolto durante la ricerca con le decisioni di marketing. Si tratta di decidere cosa offri, a che prezzo, tramite quali canali e con quale comunicazione.

Ricorda che i clienti non arrivano da soli e che è importante che la tua impresa abbia un avvio rapido. Descrivi i prodotti o il servizio che vuoi fornire e i prezzi a cui prevedi di vendere. Cosa chiarire?

La tipologia di clientela a cui ci si rivolgerà e come si cercherà di farli diventare "clienti".

Qual è il servizio che offro?

Quali sono le sue caratteristiche distintive?

Quali bisogni soddisfa?

Quali sono le differenze più importanti tra il nostro servizio e quello della concorrenza (prezzo, qualità, tecnologia, novità, ecc.)?

Perché dovrebbero venire ad acquistare da me invece di andare dai concorrenti?

Che cosa li attira?

Dove intendo stabilire la sede della mia attività? Perché ho scelto quel particolare luogo per il mio prodotto/servizio?

Quale sarà il prezzo a cui intendo vendere il mio prodotto/servizio?

Il mio prezzo è coerente con la tipologia di clientela a cui mi rivolgerò?

Come prevedo di distribuire il mio prodotto/servizio (con consegna a domicilio, con costi di spedizione o trasporto a mio carico, direttamente presso il cliente, ecc.)?

Come penso di far conoscere il mio prodotto/servizio?

Che tipo di comunicazione prevedo di utilizzare (insegna, il passaparola, cartelli, messaggio televisivo o radiofonico, ecc.)?

04.2 / L'organizzazione

Ma chi farà tutte queste cose che stai scrivendo nel business plan? Tu, la tua famiglia, dei collaboratori?

Conviene descrivere bene la divisione del lavoro tra il futuro imprenditore, gli eventuali collaboratori, gli eventuali soci.

Come prevedo di strutturarmi? • Penso di utilizzare del personale esterno? Con quale forma contrattuale (collaboratori coordinati continuativi, prestatori occasionali, dipendenti a tempo determinato, indeterminato, part-time, ecc.)? • Quali saranno i compiti di ognuno?

04.3 / La forma giuridica

La forma giuridica determina costi e adempimenti, è quindi una decisione importante per la quale vale la pena di farsi consigliare dagli appositi servizi delle Camere di Commercio (Servizio Nuova Impresa) oppure dal proprio commercialista. Per prendere una decisione appropriata è necessario aver già chiarito, grazie alla redazione del progetto d'impresa, il presunto volume d'affari, i rischi, le responsabilità verso i terzi, i rapporti con eventuali colleghi e collaboratori.

Le forme giuridiche del lavoro autonomo sono varie. La più diffusa è la forma individuale: un artigiano, un programmatore di software, un ristoratore o una decoratrice floreale possono esercitare la loro attività in forma individuale. Ricorda che la legge determina per quali professioni intellettuali è poi necessaria l'iscrizione in appositi albi o elenchi. Alternative alla forma individuale sono l'associazione professionale e la società tra professionisti.

Di seguito una panoramica di sintesi delle forme giuridiche previste dal nostro ordinamento.

	Impresa individuale		Società di persone		Società cooperative
	Impresa individuale	Impresa Familiare	Società in nome collettivo	Società in accomandita semplice	
Atto costitutivo	Apertura partita IVA	Atto notarile (o scrittura privata autenticata)	Atto notarile (o scrittura privata autenticata)	Atto notarile (o scrittura privata autenticata)	Atto notarile
Numero soci	Titolare	Titolare e familiari	Almeno 2	Almeno 2 di cui 1 accomandatario	Minimo 3 soci
Capitale sociale minimo	Nessun limite	Nessun limite	Nessun limite	Nessun limite	Nessun limite
Responsabilità dei soci	Personale e illimitata	Personale e illimitata del titolare	Illimitata	Illimitata per i soci accomandatari	Limitata alla quota apportata
Amministratori	Non previsti	Non previsti	Solo soci	Solo accomandatari	Soci o Terzi
Assemblea	Non prevista	Non prevista	No organo obbligatorio ma forma di attività decisionale	No organo obbligatorio ma forma di attività decisionale	Obbligatoria
Collegio Sindacale (SPA) Organo di Controllo (SRL)	Non previsto	Non previsto	Non previsto	Non previsto	Obbligatorio con capitale sociale > € 120.000 o se previsto da atto costitutivo o con determinate dimensioni

	Società di capitali				
	Società a responsabilità limitata	SRL unipersonale	Società a responsabilità semplificata	Società per azioni	Società in accomandita per azioni
Atto costitutivo	Atto notarile	Atto notarile	Atto notarile	Atto notarile	Atto notarile
Numero soci	Almeno 2	Un solo socio	Almeno 2 o unipersonale	Almeno 2	Almeno 2 di cui 1 accomandatario
Capitale sociale minimo	€ 10.000	€ 10.000	Minimo 1 euro e < € 10.000	€ 120.000	€ 120.000
Responsabilità dei soci	Limitata alla quota apportata	Limitata alla quota apportata	Limitata alla quota apportata	Limitata alle azioni sottoscritte	Illimitata per i soci accomandatari
Amministratori	Soci o Terzi	Soci o Terzi	Soci o Terzi	Soci o Terzi	
Assemblea	Obbligatoria	Obbligatoria	Obbligatoria	Obbligatoria	Obbligatoria
Collegio Sindacale (SPA) Organo di Controllo (SRL)	Obbligatorio con capitale sociale > € 120.000 o se previsto da atto costitutivo o con determinate dimensioni	Obbligatorio con capitale sociale > € 120.000 o se previsto da atto costitutivo o con determinate dimensioni	Non previsto dal modello standard	Obbligatorio: durata 3 anni rinnovabile	Obbligatorio

Impresa sociale

Individuata dal Dlgs 155/06, non rappresenta un soggetto giuridico a sé, ma una nuova qualificazione che può essere assunta da soggetti costituiti con qualsiasi forma giuridica, in presenza di queste condizioni: 1. Operatività nei settori considerati ad utilità sociale (art. 2 Dlgs 155/06): istruzione, educazione e formazione (anche extra-scolastica); tutela dell'ambiente e dell'ecosistema, valorizzazione del patrimonio culturale; trismo sociale; formazione universitaria e post-universitaria; ricerca ed erogazione di servizi culturali; servizi strumentali alle imprese sociali; assistenza sociale, sanitaria e socio-sanitaria. 2. Divieto di distribuzione degli utili ai soci, dal momento che l'arricchimento che si persegue con l'impresa sociale è l'incremento del ben-essere delle collettività in cui si opera.

Start up innovativa

È una società di capitali di diritto italiano, costituita anche in forma cooperativa, o società europea avente sede fiscale in Italia, che risponde a determinati requisiti e ha come oggetto sociale esclusivo o prevalente: lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico. La normativa prevede poi una serie di requisiti particolari affinché una società possa qualificarsi come start-up innovativa. Verifica l'elenco dei requisiti su startup.registroimprese.it.

04.4 / Il piano economico-finanziario

Prima o poi bisogna parlare di denaro.

La descrizione degli investimenti necessari per avviare l'attività, le risorse finanziarie (denaro) e le fonti di finanziamento a cui rivolgersi, i costi e i ricavi dell'attività con il relativo profitto (guadagno) o perdita. Le informazioni di carattere economico-finanziarie devono essere previste per i primi tre anni di attività.

- Quali beni di investimento (ristrutturazione di locali, arredamento, impianti, automezzi, computer, stampante, tel./fax, insegna per i negozi, ecc.) mi servono per l'attività (Piano degli investimenti)? In che tempi?
- Ho definito il mio capitale che prevedo di destinare alla mia attività?
- Ho previsto i ricavi che dovrebbero derivare dalla vendita dei miei prodotti/servizi (Conto Economico)?
- Ho previsto i costi necessari per avviare e gestire l'attività (acquisti di merce, stipendi ai dipendenti, affitto, utenze, consulenze, pubblicità, tasse varie, ammortamento dei beni d'investimento, interessi sui prestiti di denaro, spese varie, ecc.) (Conto Economico)?
- Ho previsto le uscite di denaro a fronte dell'acquisto dei beni di investimento e dei costi (Piano finanziario)?
- Ho previsto le entrate di denaro date dal mio capitale e dai ricavi dell'attività (Piano finanziario)? Quante altre risorse finanziarie (denaro) mi serviranno oltre al mio capitale?
- Quali sono le fonti di finanziamento meno costose?

Dopo aver predisposto il proprio business plan, si suggerisce di valutare attentamente se le informazioni che sono state inserite sono complete, credibili e precise; essendo il progetto ancora "sulla carta" sarà così possibile intervenire dove si ritiene che si possa migliorarlo, per renderlo realizzabile se non vi convince, o più economicamente vantaggioso, se i risultati della gestione sembrano scarsi.

05 / Completare un progetto

Ogni progetto è una storia, questa guida vuole solo aiutare con uno schema, e può essere completato con dati e informazioni più specifiche rispetto all'attività che si vuole esercitare e ai mercati che si vogliono toccare.

Può essere utile aggiungere qualche nota rispetto ai fattori di rischio che contraddistinguono l'attività che si è scelta oppure una collezione di immagini relativa alle realizzazioni già compiute. Per le decisioni e attività più cruciali tra quelle citate nel progetto è consigliabile approfondire descrivendo "chi fa, che cosa, entro quando, con quali risorse".

06 / Schema sintetico

Chi sono (chi siamo)	Quali competenze, realmente, mi porto dietro dal mio precedente lavoro, dalle mie esperienze di vita, dai miei hobby? Qual è il mio livello professionale? Sono preparato?	Se ho frequentato corsi di cucina e sempre cucinato per le feste di tutti gli amici mi porto dietro delle competenze per l'avvio di una attività di chef a domicilio.
L'idea di business	Come si esprime, come si definisce l'idea? Quali bisogni del mercato andiamo a soddisfare? Qual è la missione dell'impresa (la sua ragione d'essere)?	Per una organizzatrice di matrimoni: la mia attività permette ai futuri sposi di rilassarsi e godersi una cerimonia di gusto, organizzata nei minimi particolari, con un occhio al risparmio
La ricerca	Cosa conosco dell'ambiente competitivo?	Per un consulente web: i miei concorrenti sono gli appassionati che costruiscono siti web a tempo perso e le web agency. Nella mia zona la più conosciuta è Future Web, che produce siti e si occupa del loro posizionamento sui motori di ricerca (...)
La ricerca	Cosa so dei potenziali clienti?	Per una decoratrice d'interni: i miei potenziali clienti sono architetti e privati. I primi (...)
Piano di marketing: la segmentazione	Chi sono i potenziali clienti e come essere classificati e descritti?	-
Piano di marketing: la politica di prodotto	Quanti prodotti terremo in assortimento? Con quale struttura dell'assortimento?	Attenzione alle conseguenze su fornitori, magazzino, produzione, investimenti, scorte... Il nostro amico ha atteso un prodotto perché si trattava di un favore, il futuro cliente non si comporterà così e ci giudicherà anche comparando il nostro assortimento con quello della concorrenza
Piano di marketing: la politica di prezzo	Quanto valgono per i clienti i nostri prodotti e servizi? Quali livelli di prezzo sono applicati dalla concorrenza?	è necessario che i prodotti e servizi vengano remunerati esattamente secondo il valore che significano per i clienti
Piano di marketing: la distribuzione	Come avviene l'incontro tra domanda e offerta? C'è qualcuno che mi aiuta a promuovere le vendite?	Un laboratorio di pasta fresca può vendere direttamente ai clienti, magari ad alcuni ristoranti, ma anche a negozi di pasta fresca che a loro volta venderanno il prodotto ai consumatori finali
Piano di marketing: la comunicazione	Cosa faremo per far sapere non solo che esistiamo e abbiamo una certa offerta? Come si chiama l'attività? Come ne diffonderemo la notorietà?	Per un consulente di informatica è utile inserirsi in un social network di tipo professionale (LinkedIn)
Previsioni economico finanziarie	Quali costi e ricavi, entrate e uscite verranno generati dall'impresa? Quali investimenti sono necessari?	Probabilmente non ci siamo preoccupati finora dei costi, non erano significativi. Ora abbiamo bisogno di conoscerli per prendere le decisioni
Organizzazione	Qual è la suddivisione delle responsabilità? Quali sono le competenze in gioco? Chi si aiuta/o affianca?	Non è detto che ce la facciamo da soli!
Programmazione	Dettagliamo esattamente chi fa, cosa fa, entro quando, con quali risorse	Una decoratrice guadagna di più se riesce a organizzare gli incarichi in modo da risparmiare spostamenti

07 / Aspetti pratici

07.1 / Il lavoro autonomo: «Come fare per “aprire” la partita Iva?»

Eccoti arrivato alla meta! Il tuo progetto è stato verificato e validato con la stesura del business plan, gli ingredienti della tua idea ci sono ormai tutti e la tua motivazione è ancora più forte. Manca soltanto un passo fondamentale: la nascita dell'impresa. Ma da dove si parte? Tanti ti suggeriscono “Devi aprire partita Iva!”.

Ancora oggi nel gergo abituale chiunque intenda avviare un'impresa parla di apertura della partita Iva. Fino a qualche anno fa l'apertura, o meglio, la richiesta del numero di partita Iva costituiva a tutti gli effetti il primo e principale passo di tutto l'iter burocratico necessario. Attualmente costituisce uno degli adempimenti di avvio del lavoro autonomo, sicuramente importante, ma non il solo. Il numero di partita Iva viene assegnato sia alle imprese che ai liberi professionisti.

Imprese.

Le imprese svolgono attività di: Artigianato, Commercio, Servizi, Agricoltura, Industria. Come abbiamo visto le imprese possono costituirsi in forma individuale o in società. Parlando di microimprese gestite da un'unica persona, la forma giuridica di riferimento è senza dubbio quella dell'impresa individuale. L'artigiano ne costituisce un esempio per eccellenza. In questo caso per richiedere il numero di partita Iva e avviare l'impresa dal 2010 si utilizza la procedura della Comunicazione Unica telematica. In un'unica soluzione via web si procede:

- alla richiesta del numero di Partita Iva
- all'iscrizione in Camera di Commercio: al Registro delle Imprese e nel caso di artigiani all'Albo degli Artigiani
- all'iscrizione all'INPS
- all'iscrizione all'INAIL: obbligatoria per gli artigiani
- all'invio al SUAP – Sportello Unico Attività Produttive del Comune competente di eventuali comunicazioni se previste.

Nel caso di società invece sarà necessario rivolgersi ad un notaio per tutti gli adempimenti (tranne nel caso delle start up innovative). Per fare la Comunicazione Unica si segue la procedura prevista indicata su www.registroimprese.it: utilizzare il programma ComunicaStarweb, avere a portata di mano la propria firma digitale (contenuta nella CNS-Carta Nazionale Servizi o nella SmartCard) e posta elettronica certificata, possedere le credenziali di Telemaco con un fondo da alimentare con carta di credito o altri sistemi bancari da utilizzare per il versamento di diritti e imposte della pratica e infine sottoscrivere un contratto gratuito con la Camera di Commercio per avere l'abilitazione alla trasmissione telematica.

La pratica telematica Com.Unica quindi può essere fatta:

- da soli collegandosi al sito www.registroimprese.it;
- attraverso sportelli convenzionati;
- rivolgendosi al professionista di fiducia (commercialista).

Liberi professionisti.

Sviluppare un'attività di lavoro autonomo mirata esclusivamente a valorizzare la propria professionalità in una modalità che non preveda l'utilizzo di mezzi e di un'organizzazione, significa esercitare una libera professione.

I liberi professionisti svolgono un'attività esclusivamente artistica o di tipo intellettuale come ad esempio un'attività di consulenza. Non si iscrivono alla Camera di Commercio. Denunciano l'inizio dell'attività con la richiesta del numero di Partita Iva direttamente allo sportello dell'Agenzia delle Entrate compilando il modello AA9/11 o inviandolo telematicamente (autonomamente registrandosi sul sito dell'Agenzia delle Entrate, scaricando l'apposito programma, oppure avvalendosi della consulenza di un professionista).

Per quanto riguarda la gestione previdenziale, se esiste un albo professionale versano i contributi alla propria cassa professionale altrimenti se non esiste un albo versano i contributi all'INPS, in quella che viene chiamata gestione separata.

07.2 / Quanto costa avviare un'impresa individuale?

Se ti sei appena riconosciuto nella categoria del microimprenditore/trice e hai verificato che l'impresa individuale è la via giusta per sviluppare la tua idea è arrivato il momento di rivedere leggermente le tue previsioni economico-finanziarie alla luce dei costi degli adempimenti burocratici e amministrativi.

Innanzitutto al momento della pratica di comunicazione unica bisogna mettere in conto il compenso per l'invio della pratica telematica se ci si avvale di un professionista o di uno sportello dedicato. Il costo varia a seconda della pratica compresi diritti di segreteria e imposte di iscrizione alla Camera di Commercio. Al momento della pratica o entro i 30 giorni successivi all'iscrizione alla Camera di Commercio è obbligatorio versare il diritto

annuo della Camera di Commercio. Tutte le imprese hanno l'obbligo di avere un proprio indirizzo PEC di Posta Elettronica Certificata, che viene comunicato alla Camera di Commercio. Per attivare una casella PEC è necessario rivolgersi ad uno dei Gestori, l'elenco è consultabile sul sito <http://www.digitpa.gov.it>. L'attivazione avviene online. Il servizio di PEC ha un costo annuo variabile in base all'ente gestore.

La partita iva in sé non ha costi fissi ma variabili connessi agli adempimenti e al mantenimento della documentazione obbligatoria previsti. Al momento della richiesta della partita iva all'Agenzia delle Entrate va indicata eventualmente la scelta per il regime contabile e fiscale forfetario se si soddisfano le condizioni previste.

Successivamente, inizia l'abituale gestione contabile e fiscale dell'impresa. Nelle scadenze prefissate vanno presentate le dichiarazioni iva e dei redditi e fatti i versamenti delle imposte. Inoltre se ci affideremo ad una struttura di servizi o ad un consulente, oltre che per l'avvio, anche per la gestione degli adempimenti successivi ci sarà da corrispondere un compenso. Non è possibile quantificare una cifra standard a priori, quindi è importante richiedere un preventivo dei compensi per i vari servizi.

L'INPS (Istituto Nazionale di Previdenza Sociale) richiede il versamento dei contributi previdenziali dalla data di iscrizione alla Camera di Commercio e per tutti gli anni successivi di attività

dell'impresa e prevede un minimale di versamento, che è fissato di anno in anno, di circa 3.800,00€ annui per artigiani e commercianti.

Il pagamento non si fa al momento dell'iscrizione ma alle scadenze prestabilite, in 4 rate trimestrali, tramite il modello F24. Per le quote di reddito che superano il reddito minimale il soggetto sarà chiamato a versare un contributo integrativo calcolato applicando una percentuale alla parte di reddito eccedente di circa il 24% per artigiani e commercianti.

Il pagamento del premio assicurativo per gli infortuni sul lavoro dell'INAIL (Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni) è obbligatorio, per tutta la durata dell'attività dell'impresa, per le imprese artigiane e per tutte le imprese nel caso in cui ci sia presenza di collaboratori e dipendenti. Come per l'INPS, il pagamento del premio non è richiesto al momento dell'iscrizione, l'INAIL invia una comunicazione con i termini di pagamento, da effettuarsi sempre tramite il modello F24. L'ammontare varia a seconda della tipologia di attività esercitata.

Se è previsto anche l'invio di comunicazioni al SUAP – Sportello Unico delle Attività produttive del Comune, come per esempio nel caso di attività per il commercio al dettaglio, questo adempimento può prevedere il pagamento di diritti e imposte da verificare caso per caso.

Nel procedimento, a seconda del tipo di attività esercitata, possono essere coinvolti anche altri enti (es. ULSS, Provincia, ...) in base all'attività esercitata e pertanto possono aggiungersi altri costi.

Per la ricerca normativa per l'inizio dell'attività d'impresa consulta il sito ateco.infocamere.it

08 / Agevolazioni e finanziamenti

08.1 / I regimi fiscali agevolati: il regime forfetario (2020)

Se sei un microimprenditore il sistema fiscale italiano ti permette di usufruire di alcune agevolazioni fiscali. Verifica i tuoi requisiti, ti potrebbero interessare.

Questa è una sintesi dove vengono citate alcune terminologie di tipo tecnico e potresti trovare riferimenti sintetici a particolari adempimenti, averli delineati nel dettaglio avrebbe aumentato la complessità di questa parte. Per approfondimenti ti invitiamo a prendere contatti con il Servizio Nuova Impresa o direttamente agli sportelli informativi dell'agenzia delle entrate.

Requisiti per l'accesso al "regime forfetario"

È un regime fiscale agevolato, destinato alle persone fisiche esercenti attività d'impresa, arti o professioni.

L'accesso al regime è consentito a condizione che nell'anno precedente i soggetti abbiano, contemporaneamente:

- conseguito ricavi o percepito compensi, ragguagliati ad anno, non superiori a 65.000 euro (se si esercitano più attività, contraddistinte da codici Ateco differenti, occorre considerare la somma dei ricavi e dei compensi relativi alle diverse attività esercitate);
- sostenuto spese per un ammontare complessivamente non superiore a 20.000 euro lordi per lavoro accessorio, lavoro dipendente e compensi a collaboratori, anche a progetto, comprese le somme erogate sotto forma di utili da partecipazione agli associati con apporto costituito da solo lavoro e quelle corrisposte per le prestazioni di lavoro rese dall'imprenditore o dai suoi familiari;
- Anche chi inizia un'attività può accedere al regime forfetario, comunicando nella relativa dichiarazione ai fini Iva di presumere la sussistenza dei requisiti.

Gruppo di settore	Codice attività ATECO 2007	Limite ricavi / compensi	Coefficiente redditività
Industrie alimentari e delle bevande	(10 – 11)	65.000	40%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	45 – (da 46.2 a 46.9) – (da 47.1 a 47.7) – 47.9	65.000	40%
Commercio ambulante e di prodotti alimentari e bevande	47.81	65.000	40%
Commercio ambulante di altri prodotti	47.82 – 47.89	65.000	54%
Costruzioni e attività immobiliari	(41 – 42 – 43) – (68)	65.000	86%
Intermediari del commercio	46.1	65.000	62%
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	(55 – 56)	65.000	40%
Attività professionali, scientifiche, tecniche, sanitarie, di istruzione, servizi finanziari ed assicurativi	(64 – 65 – 66) – (69 – 70 – 71 – 72 – 73 – 74 – 75) – (85) – (86 – 87 – 88)	65.000	78%
Altre attività economiche	(01 – 02 – 03) – (05 – 06 – 07 – 08 – 09) – (12 – 13 – 14 – 15 – 16 – 17 – 18 – 19 – 20 – 21 – 22 – 23 – 24 – 25 – 26 – 27 – 28 – 29 – 30 – 31 – 32 – 33) – (35) – (36 – 37 – 38 – 39) – (49 – 50 – 51 – 52 – 53) – (58 – 59 – 60 – 61 – 62 – 63) – (77 – 78 – 79 – 80 – 81 – 82) – (84) – (90 – 91 – 92 – 93) – (94 – 95 – 96) – (97 – 98) – (99)	65.000	67%

Le esclusioni

Non possono avvalersi del regime forfetario:

- le persone fisiche che si avvalgono di regimi speciali ai fini Iva o di regimi forfetari di determinazione del reddito
- i non residenti, ad eccezione di coloro che risiedono in uno degli Stati membri dell'Unione europea o in uno Stato aderente all'Accordo sullo Spazio economico europeo che assicurano un adeguato scambio di informazioni e che producono in Italia almeno il 75% del reddito complessivamente realizzato
- i soggetti che effettuano, in via esclusiva o prevalente, operazioni di cessione di fabbricati o porzioni di fabbricato, di terreni edificabili o di mezzi di trasporto nuovi
- gli esercenti attività d'impresa, arti o professioni che partecipano contemporaneamente a società di persone, associazioni professionali o imprese familiari ovvero che controllano direttamente o indirettamente società a responsabilità limitata o associazioni in partecipazione, le quali esercitano attività economiche direttamente o indirettamente riconducibili a quelle svolte individualmente
- le persone fisiche la cui attività sia esercitata prevalentemente nei confronti di datori di lavoro con i quali sono in corso rapporti di lavoro o erano intercorsi rapporti di lavoro nei due precedenti periodi d'imposta ovvero nei confronti di soggetti direttamente o indirettamente riconducibili a tali datori di lavoro, fatta eccezione per chi inizia una nuova attività dopo aver svolto il periodo di pratica obbligatoria ai fini dell'esercizio di arti o professioni
- coloro che nell'anno precedente hanno percepito redditi di lavoro dipendente e/o assimilati di importo superiore a 30.000 euro, tranne nel caso in cui il rapporto di lavoro dipendente nell'anno precedente sia cessato (sempre che in quello stesso anno non sia stato percepito un reddito di pensione o un reddito di lavoro dipendente derivante da un altro rapporto di lavoro)

Il regime forfetario cessa di avere applicazione a partire dall'anno successivo a quello in cui viene meno anche uno solo dei requisiti di accesso oppure si verifica una delle cause di esclusione.

Caratteristiche del regime

Il reddito imponibile è determinato applicando all'ammontare dei ricavi o dei compensi percepiti un coefficiente di redditività, diversificato a seconda del codice ATECO che contraddistingue l'attività esercitata.

Sul reddito imponibile, ridotto dei contributi previdenziali versati, si applica un'imposta sostitutiva dell'Irpef, delle addizionali regionali e comunali e dell'Irap, pari al 15%.

Il regime in esame è un regime naturale, è applicabile a coloro che rispettano i requisiti di seguito evidenziati e quindi non è riservato soltanto ai soggetti che intraprendono una nuova attività.

Per il regime in esame non è previsto alcun limite di durata, con la conseguenza che lo stesso può essere applicato finché permangono i requisiti richiesti.

Per i forfettari “Start-up” aliquota ridotta per 5 anni.

Per i soggetti che iniziano una nuova attività è altresì stabilito che, per il periodo d'imposta di inizio dell'attività e i 4 successivi, l'aliquota è stabilita nella misura del 5%, a condizione che:

- il contribuente non abbia esercitato, nei tre anni precedenti l'inizio, attività artistica, professionale o d'impresa, anche in forma associata o familiare;
- l'attività da esercitare non costituisca, in nessun modo, mera prosecuzione di altra attività precedentemente svolta sotto forma di lavoro dipendente o autonomo, escluso il caso in cui l'attività precedentemente svolta consista nel periodo di pratica obbligatoria ai fini dell'esercizio di arti o professioni;
- qualora venga proseguita un'attività svolta in precedenza da altro soggetto, l'ammontare dei relativi ricavi e compensi, realizzati nel periodo d'imposta precedente quello di riconoscimento del beneficio, non sia superiore ai limiti che, a seconda dell'attività, consentono l'accesso al regime.

Ai soli contribuenti esercenti attività d'impresa, che applicano il regime forfetario, si applica la contribuzione a livello previdenziale, minimale INPS iscritti alla Gestione IVS artigiani e commercianti, ridotta del 35% su domanda.

Semplificazioni contabili

Fermo restando l'obbligo di conservare i documenti ricevuti ed emessi, i contribuenti che applicano il regime forfetario:

- sono esonerati dagli obblighi di registrazione e di tenuta delle scritture contabili;
- sono esonerati dal versamento (con alcune eccezioni) dell'iva e da tutti gli obblighi previsti in materia di imposta sul valore aggiunto (ad eccezione degli obblighi di numerazione e di conservazione delle fatture di acquisto e delle bollette doganali, di certificazione dei corrispettivi e di conservazione dei relativi documenti);
- non sono tenuti a operare le ritenute (occorrerà solo indicare in dichiarazione il codice fiscale del percettore dei redditi per i quali all'atto del pagamento degli stessi non è stata operata la ritenuta e l'ammontare dei redditi stessi), così come alle stesse non sono assoggettati (rilasciando un'apposita dichiarazione dalla quale risulti che il reddito cui le somme afferiscono è soggetto ad imposta sostitutiva) i propri ricavi e compensi;
- in più, i contribuenti che applicano il regime forfetario sono esclusi dall'applicazione degli studi di settore e dai parametri.

8.2 / La finanza agevolata

La finanza agevolata comprende una serie di forme di finanziamento: contributi a fondo perduto come contributi in conto capitale e in conto interessi, mutui agevolati, voucher, forme di garanzia pubbliche e altre tipologie.

L'accesso alla finanza agevolata avviene attraverso la partecipazione a bandi emanati periodicamente, che dettano tutto il regolamento dell'agevolazione.

Le diverse tipologie possono essere di origine comunitaria, statale, regionale e/o locale.

Le principali tipologie

- **Contributo in conto capitale a fondo perduto:** agevolazione che non prevede alcuna restituzione e consiste in una percentuale sui costi dell'investimento ammissibile dal bando.
È importante sottolineare che nella maggior parte dei casi il contributo a fondo perduto viene effettivamente erogato solo a fronte della presentazione di tutte le fatture relative alle spese sostenute e pagate per la realizzazione effettiva del progetto. Ciò significa che il beneficiario di un contributo a fondo perduto dovrà prima sostenere le spese ammesse dal bando, poi, una volta consegnate e verificate tutte le fatture con le attestazioni di pagamento, riceverà effettivamente il contributo.
- **Finanziamenti/Mutui a tasso agevolato e/o contributi in conto interessi:** contributi erogati a fronte di prestiti e/o per oneri finanziari relativi ad un finanziamento erogato da una banca o da un ente pubblico. Si tratta di un prestito da restituire con un tasso di interesse agevolato.
- **Credito d'imposta:** credito concesso nei confronti dell'Erario a fronte del sostenimento di alcune spese;
- **Voucher:** bonus una tantum per la realizzazione di progetti specifici;
- **Garanzie Pubbliche:** La finalità è quella di favorire l'accesso alle fonti finanziarie delle imprese mediante la concessione di una garanzia pubblica che si affianca e spesso si sostituisce alle garanzie portate dalle imprese.

A queste tipologie se ne possono aggiungere altre in funzione delle finalità stabilite di volta in volta nei bandi.

Suggerimenti

Monitorare costantemente i siti di interesse degli enti di riferimento (Camera di Commercio, Regione, Ministeri, UE)

Programmare gli investimenti per poter essere in grado di scegliere la misura più adatta di finanziamento, mettendo insieme un mix di fonti di finanziamento in grado di determinare un ottimale equilibrio finanziario dell'impresa.

Stendere in via preventiva il Business Plan o Piano d'Impresa, che dovrà essere allegato alla domanda di finanziamento. Il piano d'impresa è il documento in cui viene descritto il progetto imprenditoriale e devono essere messi in evidenza gli obiettivi, gli aspetti produttivi, organizzativi, di marketing, economici e finanziari dell'impresa e i tempi di realizzazione del progetto.

09 / Altre forme di finanziamento

09.1 / Il Microcredito: che cos'è e a chi serve

Se parliamo di microimprese possiamo parlare anche di microcredito.

Il microcredito è un'attività di prestito di denaro rivolta a persona e microimprese che non trovano risposte al loro bisogno di credito nel circuito bancario tradizionale.

L'esclusione dal credito può essere il frutto di molteplici fattori quali per esempio:

- La mancanza delle garanzie richieste abitualmente dalla banca;
- La richiesta di cifre di piccole entità;
- La rigidità delle procedure bancarie che non considerano la complessità delle situazioni umane;

Questi limiti del normale sistema creditizio comportano l'esclusione di una parte della popolazione residente sul territorio, che va ad aumentare le file dei richiedenti sussidi ai servizi sociali. Il microcredito rappresenta una risposta affinché gli esclusi dal credito possano accedere grazie a modalità diverse dalle tradizionali e possano, pertanto, risolvere in modo felice una situazione problematica di vita, di lavoro e di impresa.

Sicuramente nel tuo territorio esistono uno o più soggetti che gestiscono strumenti di microcredito, verifica con i servizi della tua Camera di Commercio o rintracciali attraverso www.microcreditoitalia.org.

09.2 / Il Crowdfunding

Il crowdfunding è il processo con cui più persone (folla o crowd) conferiscono delle somme di denaro, anche di importo modesto, per finanziare un progetto attraverso siti internet specializzati (piattaforme) con a sostegno una campagna informativa e promozionale. Si tratta di una forma di finanziamento non nuova ma negli ultimi anni ha avuto una notevole espansione.

I principali tipi di crowdfunding:

- 1) **Donation:** si tratta della classica raccolta fondi attraverso donazioni online in cui una pluralità di soggetti devolvono denaro a sostegno di un progetto soprattutto di tipo sociale e culturale (no profit);
- 2) **Reward:** simile al modello Donation, si differenzia per la presenza di una ricompensa, costituita da un prodotto o un servizio sulla base dell'importo investito;
- 3) **Equity o crowd-investing:** si ottiene il finanziamento di un'iniziativa commerciale fornendo in cambio una partecipazione nella società;
- 4) **Lending o Peer to Peer Lending:** in questo caso si effettua un prestito (con interesse) al promotore dell'idea imprenditoriale, a seguito di una valutazione del rischio-credito della singola azienda. Questo canale favorisce il credito tra privati eliminando in particolare il tradizionale circuito bancario.

Punti di attenzione per il successo della campagna di crowdfunding:

La campagna ha l'obiettivo di convincere le persone a fidarsi e a investire in ciò che gli viene offerto. Quali sono gli elementi fondamentali per far funzionare la campagna?

- a) **L'idea:** Non si ha la possibilità di spiegare di persona se non in casi particolari, c'è l'universo internet. Se la vostra idea non è chiara a voi, figuratevi per gli altri. Domandatevi: la mia idea a chi serve e a cosa serve? Chi potrebbe essere interessato a sostenermi? Partiamo facendo una lista 'offline' dei nostri contatti, parenti e amici e conoscenti;
- b) **Il racconto:** la storia deve essere appassionante, convincente e credibile. Scrivete 5 righe, che si leggono in 45 secondi, per conquistare i vostri destinatari. Raccogliete foto e un breve video per presentare e valorizzare il progetto. Metteteci la vostra faccia, spendetevi in prima persona;
- c) **Le scelte:** sono fondamentali le scelte della tipologia di crowdfunding, della cifra che si vuole raccogliere, su quale piattaforma appoggiarsi, di quale eventuale ricompensa offrire, dei tempi di realizzazione della campagna e dell'avvio concreto del progetto. Iniziate con una vera e propria pianificazione della campagna.

10 / La tutela della proprietà intellettuale: marchi e brevetti

È importante tutelare le idee innovative, frutto di creatività e inventività, attraverso gli strumenti previsti dalle norme, conferendo in questo modo all'idea stessa un valore economico e commerciale. La tutela della proprietà intellettuale consente in particolare un duplice vantaggio per le imprese: permette di difendersi da eventuali contraffattori e di sostenere la competitività delle imprese stesse nei mercati nazionali, europei e internazionali.

Queste le principali forme di tutela:

Marchio

Un marchio è una parola, una frase, un simbolo o un disegno, o una combinazione di tutto questo che identifica e distingue l'origine delle merci di un operatore da quelle di altri.

La funzione principale di un marchio è quella di permettere al consumatore di riconoscere un prodotto (una merce o un servizio) di una particolare società in modo da distinguerlo da prodotti identici o simili forniti da concorrenti.

Brevetto e Modello di Utilità

Un brevetto è un diritto concesso per ogni dispositivo, sostanza, metodo o processo nuovo, che preveda un'attività inventiva e che sia utile. Un brevetto è esecutivo per legge e concede al titolare il diritto esclusivo allo sfruttamento commerciale dell'invenzione per tutta la sua durata. Non è automatico: è necessario depositare una domanda di brevetto per ottenere i diritti esclusivi di sfruttamento dell'invenzione. I brevetti offrono una protezione effettiva qualora si abbia inventato una nuova tecnologia che possa portare alla creazione di un prodotto, composto o processo con un significativo guadagno commerciale sul lungo termine. In cambio i richiedenti del brevetto devono condividere il loro know-how fornendo una descrizione dettagliata del funzionamento dell'invenzione. Questa informazione diventa pubblica e può rappresentare la base per ulteriori ricerche intraprese da altri.

Un'invenzione viene generalmente definita come una soluzione nuova e inventiva ad un problema tecnico.

Disegno o Modello Industriale

Un disegno è la forma visibile di un oggetto bi-dimensionale (schemi) o tri-dimensionale (modelli). La forma viene definita attraverso l'uso di linee, contorni, colori, superfici o materiali.

In altre parole il disegno si riferisce solo all'apparenza del prodotto; sebbene possa avere caratteristiche tecniche o funzionali, il disegno industriale, come categoria della legge sulla proprietà intellettuale, si riferisce solo alla natura estetica di un prodotto finito e va distinto da ogni aspetto tecnico o funzionale.

Un disegno può essere protetto quando è nuovo, originale, ha un carattere individuale e non è contrario all'ordine pubblico e al buon costume. Inoltre la forma di un modello deve essere più di quello che sarebbe necessario per l'oggetto dal punto di vista funzionale.

11 / Startup e innovazione

Con l'obiettivo di promuovere la crescita sostenibile, lo sviluppo tecnologico e l'occupazione, dal 2012 sono state introdotte una serie di nuove norme volte a sostenere la nascita e la crescita dimensionale di imprese innovative ad alto valore tecnologico di nuova o recente costituzione e, in generale, lo sviluppo di una cultura di impresa orientata all'innovazione.

11.1 / Startup Innovative

Le startup innovative sono società di capitali costituite anche in forma cooperativa che hanno come oggetto sociale esclusivo o prevalente lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico, in possesso dei seguenti requisiti:

- sono di nuova costituzione o comunque costituite da non più di 60 mesi;
- sede principale in Italia o in uno Stato UE o EEA (spazio economico europeo) con sede produttiva o filiale in Italia;
- ultimo bilancio non superiore a 5 milioni di euro;
- non distribuire utili;
- non nascere da fusione scissione o cessione di ramo di azienda.

Devono inoltre avere almeno una di queste caratteristiche:

- spese in ricerca e sviluppo maggiori o uguali al 15 per cento del maggiore valore tra costo e valore totale della produzione;
- almeno i 2/3 dei dipendenti o collaboratori con laurea magistrale oppure 1/3 di dottorati, dottorandi o laureati con almeno tre anni di attività di ricerca certificata;
- almeno un brevetto o privativa industriale.

E le PMI Innovative? Si tratta di PMI (Piccole e Medie Imprese) caratterizzate sempre da una componente innovativa, ma non hanno vincoli anagrafici.

Le startup innovative possono godere di una serie di vantaggi fiscali, finanziari e burocratici.

In particolare è prevista una procedura semplificata per la costituzione e la modifica statutaria di startup innovative in forma di srl che prevede un contratto standard tipizzato per la costituzione e la modifica statutaria di startup innovativa, che può essere stipulato online o direttamente in Camera di commercio presso l'ufficio di Assistenza Qualificata Imprese (AQI), senza rivolgersi ad un notaio.

Consulta il sito startup.registroimprese.it

11.2 / Incubatore Certificato

L'incubatore certificato d'impresa offre uno spazio fisico ed una serie di servizi integrati per avviare la propria startup innovativa riducendo il rischio e i costi, per massimizzare il guadagno ed il successo. Fornisce spazi, attrezzature e servizi a condizioni agevolate, allo scopo di ridurre gli oneri derivanti dall'avvio dell'attività, fungendo da acceleratore del cammino d'impresa, affiancando gli startupper in un percorso di mentoring e tutoring.

Ogni startup è diversa dall'altra e diversi sono anche i bisogni che ogni azienda ha; esiste per questo la possibilità di usufruire dei servizi di incubazione domiciliare.

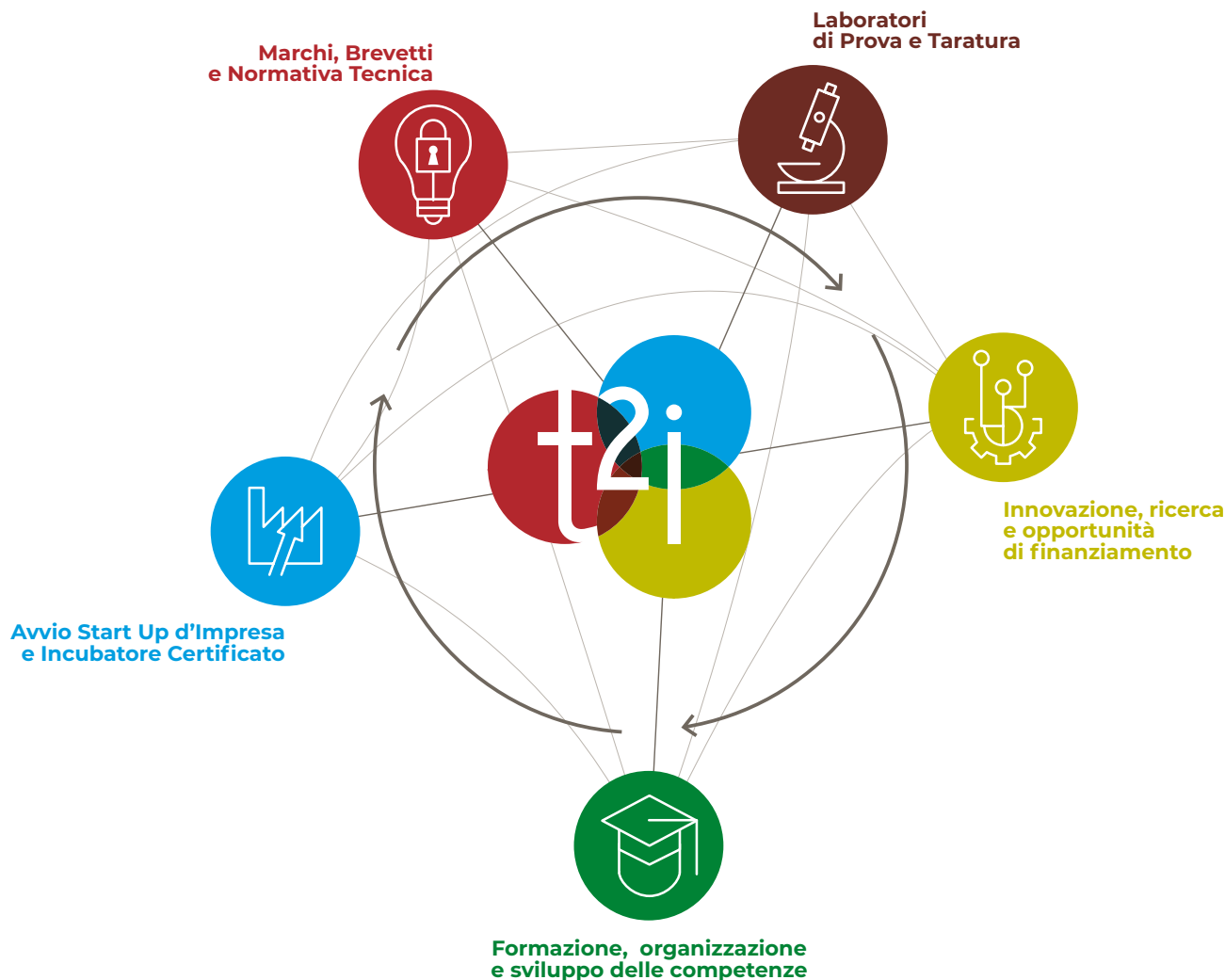
Alcune startup soprattutto nella prima fase della loro vita, non richiedono l'uso di spazi fisici, ma necessitano comunque di servizi consulenziali di supporto allo sviluppo dell'attività d'impresa. L'incubatore offre l'incubazione domiciliare che si traduce nei medesimi servizi della reale, eccetto l'uso dell'ufficio. Per alcune startup l'incubazione domiciliare diventa lo step precedente ad una incubazione reale, per altre che invece già sono dotate di ufficio altrove, è un importante strumento di supporto.

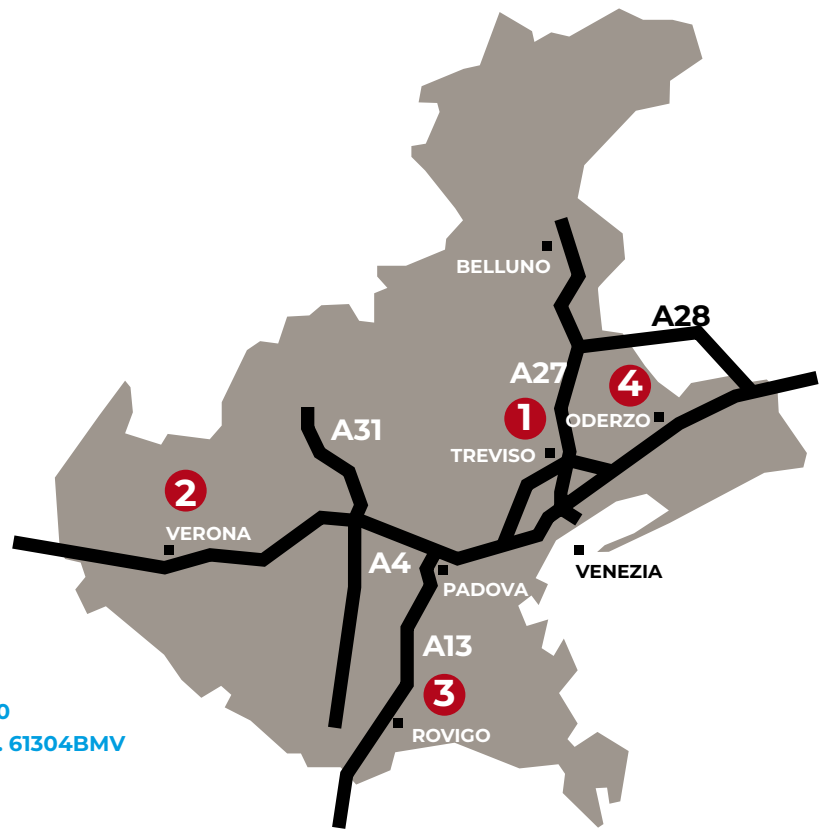


T2i e i suoi servizi

t2i – trasferimento tecnologico e innovazione Scarl è la società consortile per l'innovazione, promossa dalle Camere di Commercio di Treviso Belluno, Verona e Venezia Rovigo Delta Lagunare. Nasce nel 2014 dall'integrazione di attività, progetti, risorse umane e infrastrutture di Treviso Tecnologia e Polesine Innovazione. Nel 2016 entra a far parte di t2i anche Verona Innovazione, ampliando così l'offerta di servizi anche nel territorio veronese.

t2i sostiene le imprese nella definizione e sviluppo di percorsi di innovazione, mediante la creazione di reti collaborative di trasferimento tecnologico e l'offerta di servizi a valore aggiunto per il business e l'organizzazione aziendale, utilizzando anche strumenti e iniziative su scala locale ed europea.





Organismo notificato per il CPR N° 1600
 Anagrafe Nazionale delle Ricerche cod. 61304BMV
 Incubatore certificato d'impresa

1 Sede principale e operativa / **Headquarter**
 Piazza delle Istituzioni 34/a | 31100 Treviso (TV)
 Tel. +39 0422 1742100 | Fax +39 0422 608866
 E-mail: info@t2i.it

2 Sede operativa / **Executive office**
 Corso Porta Nuova, 96 | 37122 Verona (VR)
 Tel. +39 045 8766940
 E-mail: info.verona@t2i.it

3 Sede operativa / **Executive office**
 Viale Porta Adige, 45 (loc. Censer)
 45100 Rovigo (RO)
 Tel. +39 0425 471067 | Fax +39 0425 471574
 E-mail: info.rovigo@t2i.it

Laboratori Cert / **Cert Laboratories**
 Via Pezza Alta, 34 | 31046 Rustignè di Oderzo (TV)
 Tel.+39 0422 852016 | Fax +39 0422 852058
 E-mail: cert@t2i.it



CAMERA DI COMMERCIO
 TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
 bellezza e impresa



CAMERA DI COMMERCIO
 VENEZIA ROVIGO



CAMERA DI COMMERCIO
 INDUSTRIA ARTIGIANATO
 AGRICOLTURA VERONA



www.t2i.it

Seguici anche su / Follow us

