**INVITALIA – O.N.**

Per presentare domanda sono necessari SPID (legale rappresentante), firma digitale (legale rappresentante) e PEC (aziendale)

*PROGRAMMA DI SPESA RICHIESTO ALLE AGEVOLAZIONI*

b) Macchinari, impianti ed attrezzature:

*SOCI / PERSONE FISICHE IN PROCINTO DI AVVIARE L’ATTIVITÀ*

* Documento di identità e tessera sanitaria del rappresentante/i legale/i e dei soci;
* Titolo di studio rappresentante/i legale/i e dei soci;
* Condizione attuale rappresentante/i legale/i e dei soci (*studente, lavoratore dipendente a tempo indeterminato, lavoratore interinale, lavoratore a tempo determinato, lavoratore autonomo, imprenditore, dirigente, consulente, ricercatore, disoccupato, inoccupato (neet);*
* Recapiti azienda;
* e-mail azienda;
* PEC azienda;

*PROGRAMMA DI INVESTIMENTO*

* Stima dei tempi di realizzazione del programma di investimento *(in mesi)*;

*PROFILO E OBIETTIVI D’IMPRESA*

* Breve descrizione della storia aziendale:
1. *Quali sono le motivazioni che legano le figure sociali coinvolte?*
2. *Quali sono le figure manageriali/chiave dell’organizzazione aziendale?*
3. *Quali sono i prodotti/servizi attualmente offerti dall’azienda?*
4. *A quale target di clientela si rivolge l’offerta aziendale e qual è l’attuale posizionamento dell’azienda in termini di quota di mercato (per le società attive)?*
* Sintesi dell’idea imprenditoriale (*In funzione della finalità del progetto, descrivere l’idea imprenditoriale evidenziando lo stadio di sviluppo e il percorso evolutivo del progetto);*
* Team imprenditoriale coinvolto nel progetto *(Nome e cognome, Esperienze lavorative e formative significative, Ruolo all’interno dell’iniziativa, Forma di partecipazione interna/esterna);*

*PROPOSTA DI VALORE*

* Profilo del cliente: per chi creiamo valore:
1. *Quali sono i bisogni specifici di ciascun segmento di clientela?*
2. *Quali sono le caratteristiche qualitative e quantitative dei diversi gruppi di clienti (segmenti) a cui offrire i prodotti/servizi?*
3. *Quali sono i comportamenti di acquisto e di consumo per ciascun segmento di clientela (es. quando acquistano, con quale frequenza, dove comprano, in base a quali criteri scelgono, per chi comprano, quanto sono disposti a spendere)?*
* Descrivere ed elencare i prodotti/servizi proposti per soddisfare i bisogni/esigenze del target di clientela individuato, specificando le fasi di sviluppo del prodotto nel mercato di riferimento (sviluppo, crescita, maturità, declino);
* Descrivere come l’offerta proposta genera valore per i clienti in termini di maggiori benefici o di minori oneri *(es. offrendo un servizio nuovo o innovativo, migliorando il design o le performance di un prodotto, migliorando la fruizione di un servizio, rendendo il prodotto/servizio più conveniente, accessibile o sicuro)*;
* Descrivere come l’offerta imprenditoriale si distingue da quella dei concorrenti, specificando la motivazione che induce i clienti a preferire i nostri prodotti/servizi (vantaggi percepiti, punti di forza e di debolezza) e la difendibilità di tali vantaggi nel tempo.
1. *Perché i clienti dovrebbero scegliere il tuo prodotto/servizio, quali vantaggi si offrono?*
2. *Rispetto alle soluzioni attualmente in uso nel mercato di riferimento, perché il tuo prodotto/servizio assume un carattere migliorativo o sostitutivo?*
3. *Quali sono i vantaggi competitivi, i punti di forza e di debolezza e le caratteristiche del prodotto/servizio rispetto a quelli della concorrenza?*

*CARATTERISTICHE DEL MERCATO*

* Perimetrare e definire i criteri di individuazione del mercato di riferimento (es. area geografica e clientela target di interesse) e le motivazioni alla base delle scelte effettuate (citare le fonti utilizzate);
* Descrivere il mercato di riferimento (situazione attuale e trend), i fattori critici di successo, le barriere all’ingresso e le minacce/opportunità, il volume d’affari e la marginalità (citare le fonti utilizzate);
* Descrivere le caratteristiche dei concorrenti diretti e indiretti, il grado di saturazione del mercato di riferimento (rapporto tra domanda e offerta) e la distribuzione delle quote di mercato (es. un solo player/più players) (citare le fonti utilizzate);
* Descrivere i criteri di individuazione dei concorrenti diretti e indiretti in base al posizionamento sul mercato (politica di prezzo, caratteristiche del prodotto/servizio, segmento target della clientela), i punti di forza e di debolezza, la dimensione aziendale, il fatturato, la marginalità e i dati di occupazione (citare le fonti utilizzate);
* Definire, in relazione all’idea progettuale proposta, il posizionamento della società proponente rispetto al mercato di riferimento (ad es. in termini di politiche di prezzo, caratteristiche del prodotto/servizio) e la quota di mercato conquistabile nel breve periodo in termini di fatturato e di clientela:
1. *Qual è la politica di prezzo adottata rispetto al mercato di riferimento?*
2. *Quali sono le caratteristiche del prodotto/servizio in termini distintivi?*
3. *Qual è la quota percentuale della clientela intercettata rispetto alla clientela target individuata nella sezione “2.1. Profilo del cliente: per chi creiamo valore”?*
4. *Qual è il volume di fatturato stimato nel breve periodo?*

*STRATEGIE AZIENDALI*

* Descrivere come l’azienda raggiunge il proprio target di clientela per fornire i propri prodotti/servizi, specificando eventuali accordi/contratti in essere:
1. *Quale tipologia di canale/i di vendita utilizza o utilizzerà?*
2. *Quale modalità/mix di distribuzione utilizza o utilizzerà?*
3. *Quali strategie di comunicazione e promozione si prevede di utilizzare (specificando se è già stato predisposto un piano)?*
4. *Quanto si prevede di investire in pubblicità e pubbliche relazioni?*

Descrivere il tipo di relazione che l’azienda stabilisce con i diversi segmenti di clienti, indicando le modalità attraverso le quali l’impresa acquisisce la clientela (strategie di traction), fidelizza i clienti già acquisiti, aumenta le vendite:

1. *Come viene gestito il rapporto con il cliente nella fase pre e post vendita?*
2. *Quali strumenti e risorse sono impiegate?*
3. *Quali sono i canali di traction utilizzati e come incrementa la base utenti?*
4. *Quanto costa acquisire il cliente?*

*RISORSE /ATTIVITA’ CHIAVE*

* Descrivere le risorse chiave che identificano ciò di cui ha bisogno l’azienda affinché il modello di business funzioni;
* Indicare tutte le risorse fisiche funzionali alla produzione e alla vendita di un determinato prodotto/servizio:
	1. *È stato individuato l’immobile?*
	2. *Quali attrezzature, macchinari, arredi, impianti e tecnologie sono necessarie per l’esercizio dell’attività?*
* Indicare il know-how presente in azienda, eventuali brevetti, marchi, copyright, partnership di R&S o database clienti:
* Descrivere l’assetto organizzativo e tutte le figure/enti professionali interne o esterne alla struttura societaria, necessarie ad implementare il modello di business:
	1. *Quanti collaboratori sono previsti e in quali ruoli?*
	2. *Quanti dipendenti sono previsti e in quali ruoli?*
* Descrivere le modalità di impiego delle risorse tecnico produttive e delle risorse umane sopra indicate e la loro funzionalità all’interno del ciclo produttivo:
1. *Esplicitare le motivazioni sottostanti le scelte effettuate (es. esternalizzazione)*
2. *Descrivere le fasi del processo produttivo*
3. *Sono necessari corsi di formazione per il personale?*
* Descrivere i partner (fornitori, distributori, intermediari, dealers ecc.) necessari al funzionamento del modello di business aziendale, ovvero gli attori esterni strategici che permettono all’azienda di realizzare pienamente il modello di business e di aumentare le possibilità di successo nel mercato:
	1. *Esistono accordi di collaborazione in essere o sono previsti?*
	2. *Quali sono gli scopi di eventuali accordi?*
	3. *Quali sono le modalità e tempistiche di svolgimento?*
	4. *Quali sono le funzioni aziendali coinvolte dagli accordi partnership?*

*ADEMPIMENTI E VINCOLI*

* Descrivere le autorizzazioni e le certificazioni necessarie alla realizzazione e all’avvio dell’iniziativa:
1. *Quali sono gli eventuali vincoli normativi alla realizzazione dell’iniziativa?*
2. *Sono necessarie autorizzazioni e/o certificazioni per lo svolgimento dell’attività proposta (citare normativa di riferimento)?*
3. *Qual è lo stato di avanzamento dell’iter autorizzativo (es. non avviato, avviato, concluso) e il termine previsto per il rilascio delle autorizzazioni?*

*ASPETTI ECONOMICI*

* Individuare le categorie dei costi da sostenere, definendo la loro natura e la loro evoluzione:
1. *Quali sono i costi fissi e i costi variabili da sostenere?*
2. *Quali sono i costi diretti e indiretti da sostenere rispetto all’attività “core” del progetto?*
* Descrivere e quantificare i flussi di ricavi che l’azienda ottiene dalla vendita dei prodotti/servizi a un determinato segmento di clientela definendo il prezzo e la modalità di pagamento:
1. *Quali sono le linee di revenue?*
2. *In che misura incidono le singole linee di revenue sul totale del fatturato?*
3. *Come avviene il pagamento? (Vendita del prodotto/servizio, quote di iscrizioni, canone d’uso, noleggio, royalties, commissioni di intermediazione ecc.)*
4. *Qual è il margine di profitto per ogni linea di prodotto/servizio?*
5. *Qual è la marginalità del progetto?*
* Descrivere le strategie volte a difendere, consolidare e/o ampliare le quote di mercato stimate:
1. *Quale modello si intende adottare per acquisire e far crescere la base clienti nel tempo (es. partnership, rete commerciale propria, passaparola e social networking, contatti diretti, comunicazione pubblicitaria)?*
2. *Sono previsti ulteriori investimenti volti a potenziare la competitività dell’impresa?*
3. *Qual è il tasso di crescita del fatturato nei cinque anni successivi alla conclusione dell’investimento (evoluzione politiche di prezzo e marginalità)?*

*EVENTUALI SOLUZIONI INNOVATIVE*

* Il piano d’impresa prevede l’adozione di soluzioni tecniche, organizzative e/o produttive nuove rispetto al mercato di riferimento dell’impresa proponente, anche in chiave di riduzione dell’impatto ambientale. *SI/NO* *(Se si: breve descrizione);*
* Il piano d’impresa prevede lo sviluppo e la vendita di prodotti-servizi innovativi o migliorativi rispetto ai bisogni dei clienti e/o destinati ad intercettare nuovi bisogni e/o rivolti a innovative combinazioni prodotto-servizio/mercato. *SI/NO* *(Se si: breve descrizione);*
* Il piano d’impresa prevede l’adozione di modelli di business orientati all’innovazione sociale, anche attraverso l’offerta di prodotti-servizi volti ad intercettare bisogni sociali o ambientali *SI/NO* *(Se si: breve descrizione)*