

Indice

- *L'imprenditore commerciale*
 - ❖ *Chi è l'imprenditore commerciale?*
 - ❖ *Obiettivi generali*

- *L'importanza di un Business Plan*
 - ❖ *Analisi SWOT*
 - ❖ *Quando redigere un business plan?*
 - ❖ *Come si articola un business plan?*
 - ❖ *La ricerca dei finanziamenti*

- *Conoscenza materie prime*

- *Aspetti normativi*

L'imprenditore commerciale.

L'imprenditore commerciale, secondo l'art. 2195 del Codice civile, è chi esercita: iale diretta alla produzione di beni o servizi, in cui le materie prime vengono trasformate nel processo;

- un'attività intermediaria nella circolazione dei beni. Si tratta dell'attività del commerciante che acquista beni e li rivende ad altri intermediari o all'ingrosso;
- un'attività di trasporto per terra, per acqua o per aria, vale a dire servizi che consistono nello spostamento di persone o cose da un luogo a un altro;
- un'attività bancaria o assicurativa, ovvero un'attività di intermediazione che ha per oggetto la raccolta del risparmio e l'esercizio del credito;
- altre attività ausiliarie delle precedenti, come ad esempio attività di agenzia, mediazione, deposito o marketing.

La definizione di imprenditore commerciale è importante perché sta alla base per chi vuole aprire un'azienda; difatti il primo punto è capire che tipo di imprenditore si vuole essere.

Per capire ciò occorre avere una conoscenza del mercato: qual è il nostro target? Come si comporta la concorrenza? Posso imparare dalle esperienze di altri che si sono trovati nella mia posizione e non commettere gli stessi errori?

Una volta gettate le basi teoriche dell'azienda si passa alla "realizzabilità" del progetto.

Un'idea è imprenditoriale quando è economicamente valida e sostenibile, vale a dire quando può essere trasformata in un'opportunità di business e renderla concreta in termini di:

- realizzazione di prodotti/servizi da offrire in risposta ai bisogni da soddisfare di clienti

individuati in un determinato territorio di riferimento;

- ottenimento di ricavi superiori ai costi.

Quali sono i requisiti di un'idea di successo? In un mondo già saturo di idee, risulta sempre più difficile avere "l'idea da un milione", ecco quindi una serie di caratteristiche che ti possono essere d'aiuto:

- L'innovatività risulta ormai fondamentale per differenziarsi dalla concorrenza;
- L'attrattività serve per conquistare subito una fetta di mercato;
- La competitività su un mercato saturo di idee
- Realizzabilità: l'idea deve essere realizzabile.

Una volta definito il modello di business bisogna eseguire una serie di analisi di pre-fattibilità per verificare il grado di realizzabilità del progetto.

Uno degli strumenti più utile è l'Analisi SWOT, uno strumento di pianificazione strategica che permette di identificare le variabili di un progetto; più in particolare, ne evidenzia punti di forza e di debolezza (variabili intrinseche, e quindi controllabili), opportunità e minacce (variabili estrinseche, e, in quanto tali, incontrollabili).



L'analisi SWOT consente di guardare agli elementi interni di un'impresa (o progetto imprenditoriale) nel contesto in cui operano, mettendo in luce aspetti positivi e negativi e aiutando quindi a capire se sia opportuno lanciare l'iniziativa.

L'analisi viene rappresentata graficamente sotto forma di matrice.

Per realizzare un'analisi SWOT si parte definendo l'obiettivo strategico che si vuole raggiungere, per poi analizzare:

- **Punti di forza:** elementi che apportano un beneficio al raggiungimento dell'obiettivo prefissato, come ad esempio il prezzo competitivo, particolari competenze del team imprenditoriale, il possesso di un brevetto o di un particolare know-how, ecc. Nel riflettere sui punti di forza, ci si dovrà chiedere ad esempio cosa porta il progetto d'impresa o l'azienda a distinguersi nel mercato, cosa il cliente apprezza della proposta di valore e quali sono i vantaggi che la proposta ha rispetto alla concorrenza.
- **Punti di debolezza:** elementi che apportano un danno al raggiungimento dell'obiettivo prefissato. Possono essere costituiti da fattori che andranno migliorati o mitigati, quali ad esempio abitudini dei consumatori, prezzi elevati, scarsa competitività, ecc. Nell'analizzare i punti di debolezza, ci si dovrà chiedere se esistono prodotti/servizi o processi che possono essere affinati, quali risorse mancano o sono insufficienti e come questo si riflette sulla proposta di valore.
- **Opportunità:** si riferiscono ad elementi esterni ad esempio la disponibilità di nuove tecnologie,

l'eliminazione di barriere commerciali o piuttosto occasioni di finanziamento.

Bisognerà chiedersi se il contesto in cui si opera offre degli ambiti di miglioramento, o piuttosto se esistono bisogni di mercato non ancora soddisfatti che potrebbero andare a beneficio dell'azienda.

- **Minacce:** Ne sono esempi l'incertezza politica e l'instabilità dei mercati, ma soprattutto la concorrenza da parte di altre aziende. Sarà quindi necessario domandarsi se nel mercato esistono ostacoli o concorrenti (e quanto bene li si conoscono), o piuttosto se ci sono fattori esterni all'azienda che potrebbero portare a un calo delle vendite conseguente a una minore attenzione della clientela verso il prodotto o servizio.

Il primo passo per la realizzabilità di un progetto è la creazione di un business plan.

Il Business Plan (o piano industriale) è un documento che descrive un progetto imprenditoriale. Comprende: obiettivi, strategie, vendite, marketing e previsioni finanziarie e può aiutare a chiarire la tua idea di business.

Si articola in 2 fasi:

- una Descrittiva nella quale viene spiegato il progetto, il mercato competitivo e le risorse necessarie per raggiungere gli obiettivi del piano.
- una parte numerica nella quale vengono presentate le proiezioni economico patrimoniali e finanziarie prese in esame nella parte descrittiva.

Quando redigere il Business Plan?

Il Business Plan andrebbe redatto prima dell'avvio di una nuova attività, per far sì che il progetto parta dopo aver eseguito un'attenta pianificazione. Il Business Plan, inoltre, deve essere aggiornato in modo tale da rappresentare uno strumento di lavoro dinamico. Per aggiornamento si intende la registrazione dei dati relativi al volume delle vendite, al fatturato, ai costi di produzione/gestione e al fabbisogno di personale.

In particolare, è opportuno aggiornare il documento a consuntivo (guardando cioè ai risultati del periodo appena trascorso e al preventivo del periodo successivo) e tutte le volte che si apportano cambiamenti al modello di business.

Come si articola il Business Plan?

Si inizia con un "abstract", ovvero una sintesi di una, massimo due pagine delle informazioni più importanti contenute nel documento.

Successivamente il Business Plan si compone di:

- una parte introduttiva che descrive l'idea imprenditoriale, la genesi dell'idea e i soci promotori dell'iniziativa;
- una parte tecnico-operativa che analizza la fattibilità dell'idea imprenditoriale sul mercato e l'organizzazione dell'attività;
- una parte quantitativo-monetaria che sviluppa le previsioni economico-finanziarie dell'impresa.

Avere un business plan pronto serve anche per la ricerca dei finanziamenti; sulla base dell'idea progettuale si valuta la possibile fonte di finanziamento nell'ambito delle politiche nazionali e comunitarie oppure da fonti private come le banche.

Una formazione in campo è necessaria ma non indispensabile; infatti se da un lato è importante conoscere quantomeno le materie prime, dall'altro vi sono numerosi corsi di formazione professionale che ti offrono la possibilità di acquisire le competenze necessarie, restare sempre aggiornati e di tessere una rete importanti con altri colleghi.

Non si può pensare di aprire un'azienda senza fare i conti con gli aspetti burocratici.

In seguito una breve carrellata per chi vuole aprire un'azienda del settore agro-alimentare:

- aprire una partita IVA
- registrare l'attività presso la Camera di Commercio, nel Registro delle Imprese
- aprire una posizione INPS per il pagamento dei contributi
- se necessario, richiedere un permesso ASL: chiedi ad un consulente agrario o al tuo commercialista di fiducia.