

Il Business Plan: ecco lo strumento ideale per pianificare le strategie aziendali (1°parte)

Autore: Dott. Fabrizio Cianca – Direttore didattico del Centro di formazione Maveco

Che cosa è?

Il business plan è un progetto dettagliato, che prende in esame tutte le aree di attività di un'impresa. E' una sorta di carta d'identità dell'azienda, attraverso la quale si mettono per iscritto tutte le componenti di un piano imprenditoriale: dall'analisi di mercato al progetto finanziario, dal marketing alla gestione delle risorse umane.

Più è dettagliato, più agevola i rapporti dei neo-imprenditori con gli istituti di credito. Ma le sue funzioni vanno oltre a quella di semplice biglietto da visita della società, per ottenere finanziamenti pubblici o privati. Un business plan ben fatto serve per capire i problemi che si dovranno affrontare e gli strumenti a disposizione per farlo.

Preparare il business plan richiede tempo e dedizione. Non si tratta di una semplice descrizione dell'attività che si intende avviare, né di un promemoria sulle principali spese da sostenere e sui fornitori da contattare. Il Business Plan (o Piano d'Impresa) rappresenta uno strumento molto importante per tutti coloro che intendono avviare o sviluppare una nuova attività.

Il Business Plan è un documento sintetico che indica i passi da seguire per creare un'impresa e identifica le principali azioni che verranno intraprese nel primo periodo di attività (solitamente si considera il triennio iniziale). Si tratta, quindi, di uno studio di fattibilità finalizzato alla presentazione di un'idea imprenditoriale e alla valutazione dei risultati economici attesi.

Le informazioni che il Business Plan può contenere sono:

- La presentazione del gruppo imprenditoriale;
- L'analisi del settore dell'attività oggetto d'impresa;
- La descrizione della formula imprenditoriale che si intende realizzare.

I consigli per una buona stesura del documento

Il Business Plan deve avere un taglio professionale, ma deve essere scritto in un linguaggio molto chiaro, perché verrà letto da persone che possono anche non avere alcuna conoscenza tecnica specifica del particolare settore in cui l'impresa intende operare. Deve essere curato e preciso sia nel contenuto e che nella forma di presentazione.

Il Business Plan deve quindi essere:

- **sintetico**, ma esauriente
- **comprensibile** anche ai non esperti
- **credibile**, cioè basato su previsioni realistiche e facilmente verificabili
- **realista**, ossia consapevole delle difficoltà che attendono l'impresa
- **completo** in relazione a tutti i dati economico-finanziari.

I destinatari del Business Plan sono:

- L'aspirante **imprenditore**, che vuole capire quante probabilità di successo ha la sua idea imprenditoriale. L'attenta preparazione del documento rappresenta per l'imprenditore

un'opportunità unica per esaminare tutti gli aspetti della nuova attività, permettendo così di valutare tutte le possibili conseguenze derivanti dalle diverse strategie finanziarie, produttive, organizzative e commerciali.

- Gli **investitori e i finanziatori esterni**, che devono decidere se finanziare la realizzazione dell'idea imprenditoriale.

A cosa serve?

L'attenta preparazione di un piano di impresa rappresenta per l'imprenditore un'ottima opportunità per esaminare i diversi aspetti della nuova attività e permette di definire gli obiettivi, stabilire le strategie finanziarie, produttive, organizzative e commerciali, prevedere i risultati conseguibili.

La stesura di un piano d'impresa preventivo può permettere di:

- Apportare modifiche anche rilevanti alla propria idea imprenditoriale senza per questo dover sostenere costi eccessivi.

- Evitare di avviare attività che richiedano un ingente impiego di capitali senza alcuna prospettiva di rientro.

- Ottenere maggiore facilità di accesso a fonti di finanziamento.

Il piano di impresa, inoltre, è un documento di analisi sul quale i potenziali investitori o finanziatori possono basare la propria valutazione circa la convenienza o meno a partecipare al progetto. Un piano di impresa efficace deve convincere il potenziale investitore o finanziatore di aver individuato una buona opportunità di investimento o un cliente solido che probabilmente non incontrerà problemi strutturali nel corso del progetto.

I principali contenuti

Le fasi di analisi di un piano di impresa possono essere così riassunte:

- Definizione delle **caratteristiche della società e del settore di appartenenza**.

Il piano di impresa deve evidenziare in modo chiaro ed esplicito che tipo di società realizza il progetto o l'intervento e il settore produttivo di riferimento (produzione, servizi, intermediazione, ecc.)

- **Analisi del mercato, obiettivi e strategie di sviluppo**

Si tratta di individuare la business idea, la domanda di mercato, la concorrenza e le strategie competitive più efficaci.

- **Previsioni economico-finanziarie**.

Il piano di impresa deve presentare un prospetto organico degli investimenti che si rendono necessari e dei tempi di rientro stimati di tali investimenti.

- Individuazione dell'**assetto organizzativo**.

L'analisi delle persone coinvolte che ricoprono ruoli chiave all'interno dell'organizzazione aziendale permette all'eventuale investitore o finanziatore di giudicare in modo efficace la qualità dell'organizzazione tecnica che sta alla base del progetto aziendale.

- **Analisi del documento nel suo complesso**.

Solo dopo essere passato dalle fasi sopra elencate il potenziale investitore o finanziatore ha gli strumenti necessari per poter dare un giudizio di merito circa il progetto aziendale decidendo in base a tutte le informazioni che gli sono state fornite.

Esempio di struttura del business plan

Di seguito vi proponiamo la struttura per la realizzazione di un Business Plan:

1. L'IDEA PROGETTO

- 1.1 Notizie sulla società e sui suoi promotori
- 1.2 Descrizione del progetto
- 1.3 Genesi dell'idea
- 1.4 Localizzazione dell'iniziativa
- 1.5 Gamma dei prodotti/servizi offerti

2. IL MERCATO E LE FORZE COMPETITIVE

- 2.1 Il mercato di riferimento
- 2.2 I fornitori
- 2.3 La concorrenza
- 2.4 I clienti

3. STRATEGIE ED OBIETTIVI GENERALI

- 3.1 Il posizionamento competitivo e le strategie aziendali
- 3.2 Punti di forza e di debolezza
- 3.3 Opportunità e minacce
- 3.4 Obiettivi di base

4. LE SCELTE COMMERCIALI

- 4.1 La determinazione del prezzo.
- 4.2 I canali di vendita
- 4.3 Le attività promozionali

5. L'ASSETTO PRODUTTIVO

- 5.1 I fattori di produzione
- 5.2 Il sistema produttivo

6. L'ASSETTO ORGANIZZATIVO

- 6.1 Lo schema organizzativo di base
- 6.2 Le mansioni e le competenze

7. AZIONI SPECIFICHE

- 7.1 Responsabilità, tempi e costi

8. IL PIANO ECONOMICO-FINANZIARIO

- 8.1 Conto economico e stato patrimoniale
- 8.2 Indici di bilancio

ALLEGATI

- a) Curriculum Vitae
- b) Costi di start-up
- c) Programmazione delle attività

L'obiettivo principale di un business plan è di convincere coloro che lo leggono che l'attività imprenditoriale proposta è realizzabile e può generare un reddito sufficiente a remunerare gli investimenti dei soci e dei finanziatori esterni. Pertanto esso deve dimostrare in maniera rigorosa la validità commerciale del progetto proposto