



LE SLIDE DEL CORSO · IL BUSINESS PLAN

Introduzione al Business Plan

Che cos'è, a che cosa serve e che cosa lo rende credibile — prima di scrivere la tua domanda di microcredito o di autoimpiego.

Corso per aspiranti imprenditori

prof.ssa Claudia Eleonora Stomeo · stampalecce.it/segmenti_di_clientela

Un business plan risponde a tre domande

Tutto il documento — e tutta questa serie di slide — gira intorno a queste. Se una delle tre resta senza risposta, il piano non è pronto.



1 · C'è un mercato?

Chi ha il bisogno che vuoi soddisfare? Quante persone o imprese sono, dove sono, chi le serve già oggi?



2 · Sai come servirlo?

Con quale offerta, a quale prezzo, in quale luogo, con quali mezzi, permessi, persone e fornitori?



3 · I numeri stanno in piedi?

Ricavi realistici, costi completi, e la capacità di restituire il finanziamento che stai chiedendo.

In questo mazzo mettiamo le fondamenta. I prossimi entrano nel merito: il mercato in numeri, il modello economico, il piano economico-finanziario, la presentazione del progetto.

Che cos'è (e che cosa non è)

Il business plan è il documento che racconta il tuo progetto d'impresa e dimostra, con i numeri, che può stare in piedi.

✓ È...

una **verifica dell'idea fatta sulla carta**, prima di spendere sul serio · una storia coerente: chi sei, che cosa offri, a chi, con quali mezzi · la base dei numeri: quanto costa partire, quanto puoi incassare, quando rientri.

× NON È...

un modulo da compilare per accontentare l'ente · una formula magica che garantisce il finanziamento · un esercizio di ottimismo: i numeri gonfiati si riconoscono subito.

Il documento è il risultato. Il valore vero è il percorso per scriverlo: **pianificare ti obbliga a decidere.**

Prima di tutto serve a te

L'uso interno è il più importante, anche se nessuno te lo chiede.



Mettere alla prova l'idea

Sulla carta sbagliare non costa quasi nulla; con l'affitto già firmato costa tutto.



Trovare il punto debole

Quasi sempre è lo stesso: quanti clienti servono davvero, ogni mese, per coprire i costi.



Decidere

Quale cliente, quale offerta, quale prezzo, quale zona, quali attrezzature: un piano è una catena di scelte, non una descrizione.



Darti una rotta

Obiettivi, tappe e scadenze per i primi 12–24 mesi, da confrontare poi con la realtà.

Se il piano non convince te, non convincerà nessun altro.

Poi serve a chiedere fiducia

All'esterno, il piano è il documento con cui chiedi fiducia — e denaro — a chi non ti conosce. Ogni lettore cerca una cosa diversa.



L'ente del microcredito o dell'autoimpiego

Valuta la persona, la solidità dell'idea, la cantierabilità e la capacità di restituire: il piano è il cuore della domanda.



La banca

Guarda i flussi di cassa previsti: l'incasso arriva prima o dopo la rata? Con quale margine?



Soci e partner

Capiscono che cosa porti tu, che cosa chiedi a loro e come vi dividerete impegni e risultati.



Fornitori e proprietari dei locali

Decidono se farti credito, concederti dilazioni o affittarti lo spazio per un'attività appena nata.

Chi legge ha poco tempo: **le prime pagine decidono se leggerà le altre**. Per questo la sintesi si scrive per ultima, quando tutto il resto è chiaro.

La mappa del documento

L'ordine delle sezioni può variare da modello a modello; la logica no: dalla persona all'idea, dall'idea al mercato, dal mercato ai numeri.

- | | |
|---|--|
| 1 Sintesi del progetto
una pagina che riassume tutto — si scrive per ultima. | 2 Chi propone
profilo, esperienze, motivazione: perché proprio tu. |
| 3 L'offerta
il prodotto o servizio e il problema che risolve. | 4 Il mercato
clienti, bacino, concorrenza: chi comprerà, quanti sono. |
| 5 La strategia
come ti fai scegliere: prezzo, canali, promozione. | 6 Il piano operativo
locali, mezzi, permessi, persone, fornitori, tempi. |
| 7 Il piano economico-finanziario
investimenti, costi, ricavi, sostenibilità e rimborso. | |

Nell'app del corso il **percorso guidato** ti porta sezione per sezione proprio in quest'ordine, con le domande giuste per ciascuna.

Un'idea non è ancora un'opportunità

L'entusiasmo è il carburante, non la prova. Un'idea diventa un'opportunità d'impresa quando puoi mostrare che:

- ✓ il **bisogno esiste davvero** — non solo per te e per chi ti vuole bene;
- ✓ i **clienti sono identificabili e raggiungibili**: sai chi sono, dove sono, come incontrarli;
- ✓ sono **disposti a pagare** un prezzo che copre i costi e lascia un margine;
- ✓ tu hai — o puoi procurarti — **mezzi e competenze** per servirli bene.

Esempio. «Apro un B&B perché la casa è grande» è un'idea. «Apro un B&B perché qui i flussi turistici crescono e le camere disponibili non bastano» è un'opportunità: la differenza la fanno i dati sul territorio.

Tre scelte di fondo, una sola coerenza

Prima dei numeri, il piano racconta tre scelte. Ciascuna può essere giusta da sola: è l'insieme che deve tenersi.



Mercato — a chi vendi

Il segmento di clientela, il territorio, il bacino da cui arriveranno i clienti.



Offerta — che cosa vendi

Prodotto o servizio, livello di qualità, gamma, prezzo.



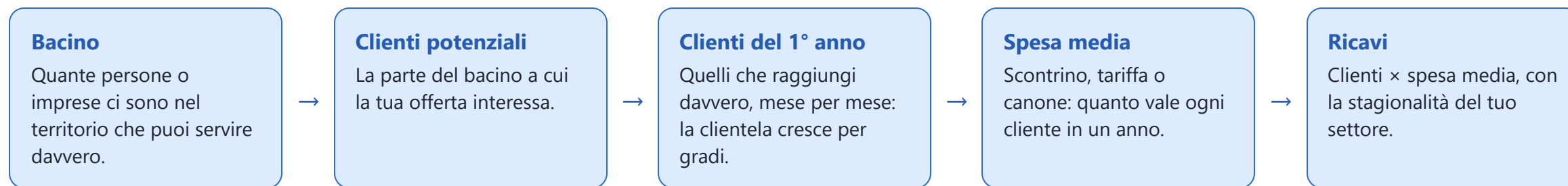
Struttura — come lo produci

Locali, attrezzature, persone, fornitori, orari, capacità produttiva.

Esempio di coerenza. Un autolavaggio «premium, a mano» con listino alto regge se intorno circolano auto di fascia alta e se accetti pochi lavaggi al giorno fatti bene; è incoerente con un piazzale pensato per i grandi volumi. La maggior parte dei piani deboli non sbaglia una scelta: **le combina male**.

I ricavi si costruiscono dal bacino

Un ricavo credibile non nasce da una percentuale ottimista: nasce da una catena di numeri, ognuno con la sua fonte e la sua motivazione.



Nell'app: la **Base statistica** ti dà bacini ufficiali per regione (popolazione, imprese, edifici, impianti); l'**assistente ricavi** del Piano economico costruisce la catena insieme a te.

Costi completi, sostenibilità vera



Investimenti — si pagano una volta

Locali e adeguamenti, attrezzature e mezzi, arredi, sito e avvio, cauzioni, pratiche e consulenze iniziali.



Gestione — tornano ogni mese

Affitto e utenze, materiali e merci, compensi e personale, tasse e contributi previdenziali, assicurazioni, manutenzioni, **rata del finanziamento**.

Sostenibile significa: i ricavi coprono i costi di gestione **e** la rata, con un margine di sicurezza. Se per arrivare a zero ti serve l'incasso dei giorni migliori tutti i giorni, il piano non regge.

I costi dimenticati più spesso nei piani: contributi previdenziali, IVA e imposte, manutenzioni, sostituzioni di attrezzature, imprevisti. Dimenticarli non li elimina: li sposta sul tuo conto corrente.

La regola d'oro: ogni numero ha una fonte



Bacini e mercato

Fonti ufficiali: ISTAT, Unioncamere, registri e dati di settore. Nell'app li trovi già pronti nella Base statistica, citabili nel piano.



Prezzi e costi

Preventivi veri, listini, bozze di contratto: documenti che puoi allegare, non ricordi o sensazioni.



Regole e permessi

Norme citate con precisione: la scheda del tuo settore nell'app elenca quelle da cui partire.

«L'ho letto sul web» non è una fonte. Chi valuta la tua domanda controlla i numeri: **un numero senza origine vale zero** — e toglie credibilità anche a quelli giusti.

Gli errori più comuni (visti da chi valuta)



Ricavi subito al massimo

La clientela cresce per gradi: il primo anno non somiglia al terzo.



Costi dimenticati

Contributi, IVA, manutenzioni, imprevisti: i piani «leggeri» sono i primi a saltare.



Tempi irrealistici

Permessi, lavori, allacci e forniture chiedono mesi, non settimane.



Copia-incolla

Fraasi generiche che varrebbero per qualunque impresa non dicono niente della tua.



Sezioni che si contraddicono

Il mercato racconta una cosa, i ricavi un'altra: l'incoerenza si vede alla prima lettura.



Nessun piano B

Che cosa fai se i clienti arrivano più lentamente del previsto? Dillo tu, prima che lo chiedano.

Che cosa rende credibile un piano

- ✓ **Coerente** — ogni sezione conferma le altre: stessa clientela, stessa capacità produttiva, stessi prezzi dall'inizio alla fine.
- ✓ **Prudente** — ipotesi caute e un margine di sicurezza dichiarato.
- ✓ **Verificabile** — fonti citate, preventivi allegati, calcoli ripercorribili.
- ✓ **Chiaro** — frasi brevi, tabelle leggibili, niente gergo di riempimento.
- ✓ **Onesto sui rischi** — i punti deboli dichiarati, con le contromisure: è il ruolo dell'analisi SWOT che hai visto nel corso.

Per chi ti valuta, la credibilità del piano è la prova generale della **tua** credibilità come imprenditore o imprenditrice.

Il business plan nella domanda di microcredito

Per chi chiede microcredito o incentivi all'autoimpiego il piano non è un allegato: è il cuore della domanda. Chi istruisce la pratica guarda soprattutto qui.



La persona

Competenze, esperienze e motivazione coerenti con l'idea: il progetto deve «somiigliarti».



La cantierabilità

Permessi, requisiti, locali e tempi realistici: l'iniziativa deve poter partire davvero.



La capacità di rimborso

Flussi previsti che coprono la rata con margine, anche negli scenari più lenti.



La completezza

Modulistica e allegati giusti al primo invio: ogni integrazione richiesta allunga i tempi.

Gli enti accompagnano i beneficiari con servizi di tutoraggio: un piano fatto bene è anche la base del dialogo con loro, prima e dopo l'erogazione.

Non parti dal foglio bianco

Nell'app del corso ogni pezzo del piano ha il suo strumento. Usali nell'ordine che preferisci: si parlano tra loro.

- 1 Percorso guidato**
il Business Plan sezione per sezione, con domande semplici e salvataggio dei progressi.
- 2 Base statistica**
i bacini ufficiali — popolazione, imprese, edifici, impianti — per costruire il mercato in numeri.
- 3 Piano economico**
investimenti, gestione, ricavi e l'agevolazione calcolata secondo le regole del programma.
- 4 Roadmap di avvio**
criticità del tuo settore e documenti della domanda, passo per passo.
- 5 Formats della domanda**
i fac-simile ufficiali che si precompilano dal tuo piano.

Da qui si parte: la serie «Il Business Plan»

- 1 Introduzione al Business Plan — questo mazzo**
sei qui
- 2 Il mercato in numeri**
bacini, fonti ufficiali e quote motivate.
- 3 Il modello economico**
prezzo, margini e punto di pareggio.
- 4 Il piano economico-finanziario**
investimenti, fonti, prospetti e rata sostenibile.
- 5 Presentare il progetto**
l'elevator pitch: il piano in due minuti.

Prossimo passo: apri il percorso guidato nell'app e scrivi la tua idea in una frase — a chi serve, che cosa offre, perché scegliere te.