**AVVISO PUBBLICO**

“Finanziamento di start-up giovanili nell’ambito dell’Avviso Giovani e Impresa”

Progetto “nexTE” – CUP D64D24000290006

Allegato B)

**PROGETTO D’IMPRESA**

**1. ANAGRAFICA RICHIEDENTE**

*Persona fisica o legale rappresentante*

|  |  |
| --- | --- |
| Cognome e nome |  |
| Luogo di nascita |  | Prov. |  |
| Data di Nascita |  |
| C.F. |  |
| Telefono |  | PEC/E-mail |  |

*In caso di impresa già costituita*

|  |  |
| --- | --- |
| Ragione Sociale |  |
| Forma giuridica |  |
| Partita IVA  |  |
| Codice ATECO attività  |  |
| Indirizzo sede legale  |  |

*In caso di impresa costituenda*

|  |  |
| --- | --- |
| Forma giuridica  |  |
| Codice ATECO attività  |  |

**2. IDEA DI BUSINESS**

*Descrivere sinteticamente l’idea di business, in linea con il settore di attività (codice Ateco). Riassumere gli elementi chiave del progetto, evidenziandone unicità e vantaggi competitivi. Indicare il modello di business e le sue specificità, soffermandosi su:*

1. *Prodotti o servizi offerti.*
2. *Target di clientela, identificando gruppi in base a parametri oggettivi (es. età, reddito, localizzazione) e soggettivi (es. preferenze, stili di vita).*
3. *Bisogni soddisfatti e miglioramenti rispetto ai competitor.*
4. *Competenze del team o dell’imprenditore per garantire il successo dell’attività.*

*Max. 1800 caratteri*

**3.ORGANIZZAZIONE**

**3.1) Soggetto richiedente**

Percorso professionale e competenze

*In questa sezione, i richiedenti devono fornire una descrizione del proprio percorso professionale, mettendo in evidenza le esperienze lavorative e formative che li hanno portati a sviluppare le competenze necessarie per avviare l’attività proposta.*

In che modo le esperienze maturate rappresentano un valore aggiunto per il successo dell’iniziativa imprenditoriale?

Titoli di studio e certificazioni professionalizzanti

**3.2) Altri soggetti (soci)**

Cognome e nome\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Percorso professionale e competenze

In che modo le esperienze maturate rappresentano un valore aggiunto per il successo dell’iniziativa imprenditoriale?

Titoli di studio e certificazioni professionalizzanti

*Ripetere per ogni socio*

**3.3) Organizzazione**

*Descrivere l’organizzazione prevista per la produzione e commercializzazione del bene/servizio, indicando le attività chiave. Specificare quali saranno gestite internamente e quali affidate a terzi tramite forniture o consulenze. Per le attività interne, chiarire se saranno svolte esclusivamente dal team imprenditoriale o delegate, in parte o totalmente, a nuovi assunti, consulenti o fornitori, precisando le modalità di coinvolgimento.*

**4. ANALISI DI MERCATO**

**4.1) Opportunità di business**

*Illustrare il bisogno che il progetto intende soddisfare e spiegare in che modo l’offerta proposta rappresenta un miglioramento rispetto alle alternative presenti sul mercato. Descrivere il prodotto o servizio e i fattori che lo rendono competitivo, mettendo in evidenza i benefici per la clientela. Nel caso di un’offerta ampia, suddividere i prodotti/servizi in categorie omogenee.*

*Per ciascun prodotto/servizio, specificare:*

* *Caratteristiche principali, come materiali, tecnologia, qualità, packaging, brand e servizi aggiuntivi;*
* *Clientela di riferimento e necessità soddisfatte;*
* *Elementi innovativi che differenziano l’offerta, sia in termini di prodotto, processo o strategia commerciale;*
* *Stadio di sviluppo all’interno del mercato (introduzione, crescita, maturità o rilancio).*

**4.2) Analisi della concorrenza**

*Descrivere il mercato in cui l’iniziativa si inserisce, evidenziando il settore di riferimento e le dinamiche competitive. Identificare i principali concorrenti, sia diretti (offrono prodotti/servizi simili) sia indiretti (soddisfano lo stesso bisogno in modo diverso), analizzandone le caratteristiche distintive, i punti di forza e le eventuali criticità. È utile mettere in evidenza le strategie adottate dai competitor, il loro posizionamento e il livello di saturazione del mercato, per comprendere le opportunità e le sfide che l’iniziativa dovrà affrontare.*

**4.3) Target di riferimento**

*Definire il pubblico a cui si rivolge il progetto, identificando i principali segmenti di clientela. Per una classificazione efficace, si possono utilizzare criteri di segmentazione:*

* *Oggettivi: basati su caratteristiche misurabili come area geografica, fascia di età, livello di reddito, istruzione o settore professionale.*
* *Soggettivi: legati a fattori culturali e comportamentali, come valori, abitudini di consumo, preferenze di stile di vita e bisogni specifici.*

*Descrivere il target individuato e spiegare in che modo il prodotto/servizio risponde alle loro esigenze, evidenziando i vantaggi competitivi offerti.*

**4.4) Mercato potenziale**

*Definire i confini geografici del mercato e stimare la base di clienti potenziali. Identificare la fetta di mercato che si prevede di acquisire, analizzando la clientela che si intende sottrarre alla concorrenza.*

*Per quantificare i clienti acquisibili, è utile utilizzare criteri come:*

* *Capacità produttiva (o di lavoro) a regime per ogni prodotto/servizio offerto;*
* *Abitudini d’acquisto dei clienti target, comprese la frequenza e la spesa media per beni/servizi simili;*
* *Quote di mercato dei concorrenti, analizzando i loro punti di forza e debolezza.*

*Questa analisi aiuterà a stimare la dimensione del mercato raggiungibile e la competitività dell’impresa.*

**4.5) Prezzo e obiettivi di vendita**

*Indicare il prezzo di vendita per ciascun prodotto/servizio e spiegare i criteri utilizzati per stabilirlo. Se il prezzo è superiore a quello dei concorrenti, giustificare la differenza evidenziando il valore aggiunto offerto, come la qualità superiore del prodotto/servizio, le garanzie incluse, il livello di assistenza clienti, o altri servizi aggiuntivi. Sarà utile confrontare il prezzo con quello dei competitor, sottolineando come l'offerta si posizioni in relazione alla qualità e ai benefici percepiti dai clienti.*

|  |  |
| --- | --- |
| DESCRIZIONE PRODOTTO/SERVIZIO |  |
| CLIENTI TARGET |  |
| CRITERI PER LA DETERMINAZIONE DEL PREZZO |  |
| PREZZO UNITARIO (iva esclusa) | € | QUANTITÀ A REGIME |  | FATTURATO A REGIME | € |

*Ripetere per ogni prodotto/servizio*

*Indicare i criteri utilizzati per stimare le quantità di vendita previste al terzo anno di attività. Le vendite per il terzo anno sono stimate tenendo conto dei segmenti di clientela, delle loro abitudini di acquisto, delle dinamiche competitive e delle quote di mercato dei concorrenti. Inoltre, si considera la capacità produttiva effettiva, inferiore a quella massima, per determinare un volume di vendita realistico.*

**4.6) Vantaggio competitivo**

*Come l’iniziativa punta a ottenere una posizione di vantaggio nel mercato grazie a innovazioni e differenze rispetto alla concorrenza. Il vantaggio competitivo sarà mantenuto tramite azioni strategiche come miglioramenti nei prodotti/servizi, marketing mirato e potenziamento dei canali distributivi, con l’obiettivo di difendere e rafforzare la posizione fino al terzo anno di attività.*

**5. MODELLO DI CRESCITA**

*Indicare le strategie di marketing e comunicazione adottate per attrarre e fidelizzare la clientela target, specificando il budget necessario per ciascuna attività. Inoltre, si valuti la sostenibilità di ogni modalità nel tempo, indicando le condizioni che ne permettono il mantenimento.*

**6. PROGRAMMA**

*Delineare i passaggi fondamentali per l’ingresso sul mercato, evidenziando le principali fasi dello start-up d’impresa. Quantificare tempi e costi relativi allo sviluppo del prototipo, ai test di mercato iniziali e al lancio del prodotto/servizio.*

**7. FABBISOGNI**

*Evidenziare, per ciascuna tappa, gli investimenti necessari in macchinari, attrezzature e beni immateriali, le risorse umane ed economiche richieste, oltre alle principali criticità da affrontare.*

**8. ADEMPIMENTI**

*Descrivere gli adempimenti amministrativi e gestionali necessari per l’avvio dell’attività imprenditoriale, includendo autorizzazioni, certificazioni, apertura della partita IVA, iscrizioni ad albi o associazioni riconosciute, gestione finanziaria e accordi con clienti e fornitori, indicando la relativa tempistica.*

**9) PROGRAMMA DI SPESA**

|  |  |
| --- | --- |
| **DETTAGLIO SPESA** | **IMPORTO (€)IVA esclusa** |
| Costituzione della società (massimo € 5.000) |
|  |  |
|  |  |
| TOTALE |  |
| Acquisizione di materiali, componenti, software (comprese licenze) e hardware nuovi di fabbrica; |
|  |  |
|  |  |
| TOTALE |  |
| Acquisizione di attrezzature |
|  |  |
|  |  |
| TOTALE |  |
| Acquisto di macchinari funzionali alle attività |
|  |  |
|  |  |
| TOTALE |  |
| Acquisto di domini web e relativi servizi (e-mail, cloud, storage, etc.); |
|  |  |
|  |  |
| TOTALE |  |
| Acquisto di materiali e servizi per la comunicazione e il marketing (massimo 5%) |
|  |  |
|  |  |
| TOTALE |  |
| Mezzi mobili |
|  |  |
| TOTALE |  |
| Altre voci |
|  |  |
| TOTALE |  |
| **TOTALE DELLE SPESE** |  |
| FINANZIAMENTO |  |
| COFINANZIAMENTO |  |

**10. PROSPETTO FINANZIARIO**

*Indicare i costi operativi previsti a partire dall'avvio del programma di investimenti, specificando le modalità di finanziamento previste per la loro copertura.*

|  |
| --- |
| **IMPIEGHI** |
|  | Anno 1\* | Anno 2\*\* | Totale |
| Investimenti |  |  |  |
| IVA sugli investimenti |  |  |  |
| Altri costi |  |  |  |
| Totale Impeghi |  |  |  |
|  |
| **FONTI** |
|  | Anno 1\* | Anno 2\*\* | Totale |
| Finanziamento agevolato |  |  |  |
| Contributo in conto capitale |  |  |  |
| Fonti finanziarie aggiuntive |  |  |  |
| Totale Agevolazioni |  |  |  |

(\*) dal 1° al 12° mese di realizzazione

(\*\*) dal 13° al 24° mese di realizzazione

**11. GARANZIE**

*Specificare le eventuali garanzie da prestare a supporto del finanziamento bancario, fino a un massimo del 20% dell'importo finanziato.*

Luogo e data Firma del legale rappresentante

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_