



Università degli Studi di Torino

DIREZIONE AMMINISTRATIVA
"STAFF CULTURA D'IMPRESA E DEL LAVORO"

Il 3 dicembre 2008 si è tenuto il secondo seminario del ciclo "Mettersi in proprio un'impresa possibile!", sul tema "*Caratteristiche e finalità del Business plan*".

Sono intervenuti Eugenio Richiardi coordinatore del ciclo sulla Cultura d'impresa, e il Dott. Flavio Servato Assegnista di Ricerca presso il Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Torino. Eugenio Richiardi ha presentato brevemente ai partecipanti gli argomenti e gli obiettivi del ciclo di formazione ed ha quindi ha passato la parola a Flavio Servato, Assegnista di Ricerca presso la Facoltà di Economia, che ha iniziato il suo intervento spiegando le caratteristiche di un'azienda e lo sviluppo di un Business plan.

Il Business Plan è uno studio che da un lato analizza il mercato, il settore e la concorrenza, e dall'altro il piano sviluppato dall'azienda sui prodotti/servizi da realizzare, sulle strategie da adottare e sulla struttura organizzativa necessaria, proiettando questa visione d'insieme sia nel breve che nel lungo periodo.

Se il business plan viene redatto correttamente, l'aspirante imprenditore può scartare autonomamente le idee che non hanno un equilibrio di impresa, e che, di conseguenza, non consentirebbero un profitto. Prima di iniziare a produrre qualcosa si deve infatti sempre pensare a come può essere realizzata e valutare se il prodotto o servizio che si vorrebbe produrre può avere uno sbocco sul mercato, conoscere il mercato di riferimento ed i propri concorrenti.

Il business plan è la presentazione della propria idea imprenditoriale, ha una dimensione formale estremamente importante: l'idea deve essere adeguatamente descritta, presentata e giustificata ad una controparte che è composta da tecnici: il business plan viene letto da persone abituate a leggere numeri e che quindi esprimono dei giudizi in base ai numeri, anche se questi non rappresentano la realtà, ma un potenziale divenire.

Quando si inizia si sostengono delle spese di avviamento che non sono comprese nell'attività di esercizio ordinario; per questo si deve fare uno studio di fattibilità finanziaria, con un elenco degli investimenti iniziali; i finanziamenti per l'inizio dell'attività possono essere apportati dall'imprenditore, oppure deve chiedere un finanziamento a terzi, costoro potrebbero anche rifiutare il finanziamento, compromettendo quindi la nascita dell'impresa.

Un'alternativa, in alcune tipologie di attività, può essere l'affitto della licenza o della strumentazione, o l'acquisto in leasing. L'affitto permette anche una flessibilità maggiore rispetto alle evoluzioni future dell'azienda.

Questi elementi compongono il piano finanziario, che è una parte del business plan.

Chi lo redige deve considerare la dimensione economica, la situazione finanziaria e la consistenza patrimoniale.

Il business plan è inoltre uno strumento che può essere utilizzato come guida, quindi anche quando l'impresa inizia la sua attività deve essere aggiornato in modo costante, sia per rappresentare la visione dell'imprenditore sul lungo termine, e quindi come base della pianificazione strategica dell'azienda, sia per adattarlo ai mutamenti macroeconomici.

Molti imprenditori non comprendono l'importanza del controllo di gestione, e ritengono di poter controllare la loro attività "a vista", con ciò che percepiscono a livello sensoriale; ad esempio guardando quanti camion escono dal magazzino.

Al termine della lezione Flavio Servato ha proposto ai partecipanti a delle esercitazioni pratiche sulla stesura del business plan, proponendo il caso di una società che intende iniziare la sua attività l'1/1/2010 con un apporto in denaro di 20.000 euro.

Ha quindi invitato i partecipanti a redarre lo Stato Patrimoniale iniziale all'1/1/2010 della società, lo Stato Patrimoniale di previsione, il Conto Economico di previsione e un rendiconto finanziario di previsione, proponendo casistiche differenti per entrate, uscite e tempistiche degli incassi e dei pagamenti, immediati o, come più spesso si verifica nella realtà, differiti, in modo da far comprendere in modo semplice ed efficace la differenza tra un'entrata o un'uscita economiche (che si verificano nel momento della vendita o dell'acquisto) e le entrate e le uscite finanziarie (che corrispondono al momento in cui il denaro entra o esce dalla cassa dell'azienda).