TRASFORMARE I PROGETTI IN IMPRESE

Il percorso del servizio Mip che va sotto il nome di Azione 2 (servizi consulenziali) prevede una serie di fasi che partono dallo screening iniziale delle motivazioni e delle idee d'impresa, per terminare con il processo di validazione del Business Plan da parte della Provincia di Torino e l'avvio dell'impresa. Esaminiamo in dettaglio le varie attività.

Preaccoglienza

È la fase di filtro e orientamento telefonico in cui gli operatori effettuano una prima verifica. Durante la preaccoglienza viene illustrato in dettaglio il funzionamento del servizio, sono raccolti i primi elementi relativi alle motivazioni e all'idea d'impresa, forniti i motivi sull'ammissibilità o meno alla successiva fase e, infine, fissato l'appuntamento con il tutor per il primo colloquio.
Il potenziale imprenditore contatta il servizio attraverso due canali:

- Modulo sul sito web mettersinproprio.it
- Colloquio telefonico tramite numero verde, operativo nelle seguenti fasce orarie:

giorno	mattino	pomeriggio
lunedì		14.00 - 18.30
martedì mercoledì giovedì	09.00 - 13.00	14.00 - 18.30
venerdì	09.00 - 13.00	

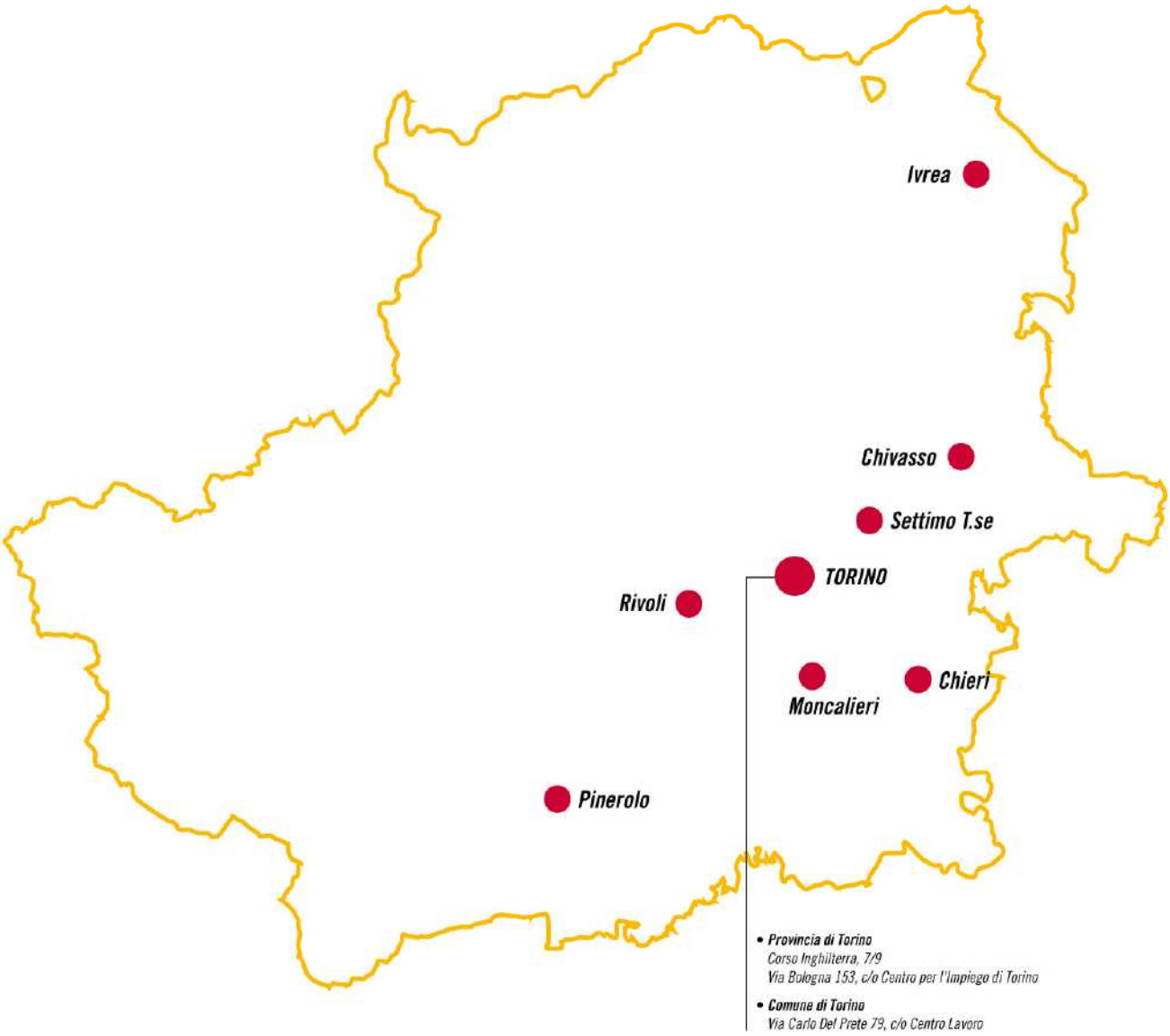
Origine del contatto

Contatti	Totale 1/10/2008-31/12/2011
diretti	**353**
eventi	**4.454**
internet	**2.060**
numero verde	**8.988**
Totali	**15.855**

Accoglienza nel periodo dal 1/10/2008 al 30/04/2010

Sportelli territoriali	Progetti accolti	Utenti accolti
Chieri	**135**	**167**
Chivasso	**205**	**228**
Ivrea	**216**	**280**
Moncalieri	**269**	**343**
Orbassano	**67**	**87**
Pinerolo	**228**	**301**
Rivoli	**432**	**567**
Settimo T.se	**234**	**260**
Torino Comune	**304**	**371**
Torino Centro per l'Impiego	**370**	**434**
Torino Provincia	**2.619**	**3.722**
Totale	**5.079**	**6.760**

LA RETE DEGLI SPORTELLI



Accoglienza

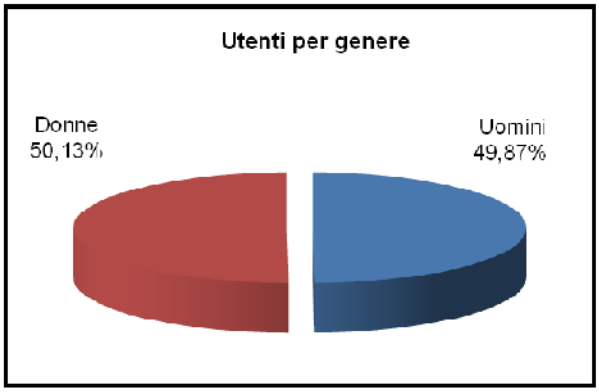
In questa fase gli utenti sono assai eterogenei, spesso senza un'idea precisa o con dubbi e incertezze. Durante il primo colloquio, dopo aver illustrato in dettaglio tutto il percorso, i tempi e la metodologia utilizzata, il tutor deve verificare l'effettivo interesse e impegno a proseguire, le motivazioni del potenziale imprenditore e analizzare gli elementi basilari dell'idea d'impresa presentata. Devono emergere le potenzialità, ma anche le criticità e le debolezze delle idee. Come testimoniano i dati statistici, infatti, gli "abbandoni" dopo il primo colloquio sono una percentuale molto alta: ben il 68% dei progetti si ferma alla prima fase (pari al 63% degli utenti).
In particolar modo, con l'acuirsi della recessione, si è notato come molte persone, espulse dal lavoro dipendente, si rivolgano al servizio come alternativa alla disoccupazione, senza avere alcuna idea delle implicazioni e difficoltà legate alla scelta di aprire un'attività. Questo tipo di utenza viene indirizzata verso gli incontri collettivi di orientamento e in genere non prosegue nel percorso. Questo spiega anche la differenza tra il numero di contatti e quello di chi prosegue nell'accompagnamento.

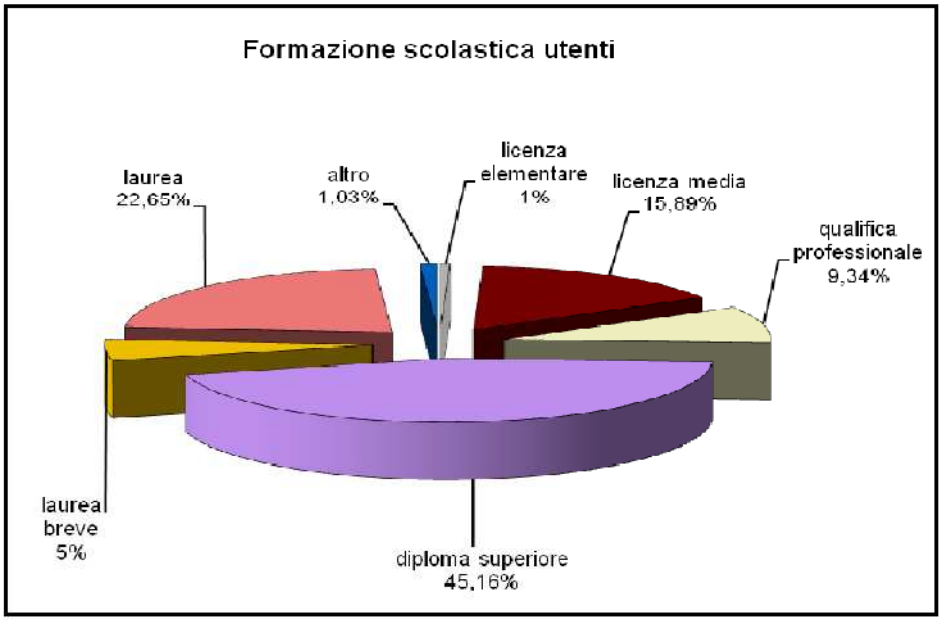
Accolti	**Totale (1/10/2008-31/12/2011)**	**Si fermano dopo l'accoglienza**	**Proseguono con l'accompagnamento**
progetti	**5.079**	3.511	1.568
utenti	**6.760**	4.415	2.345

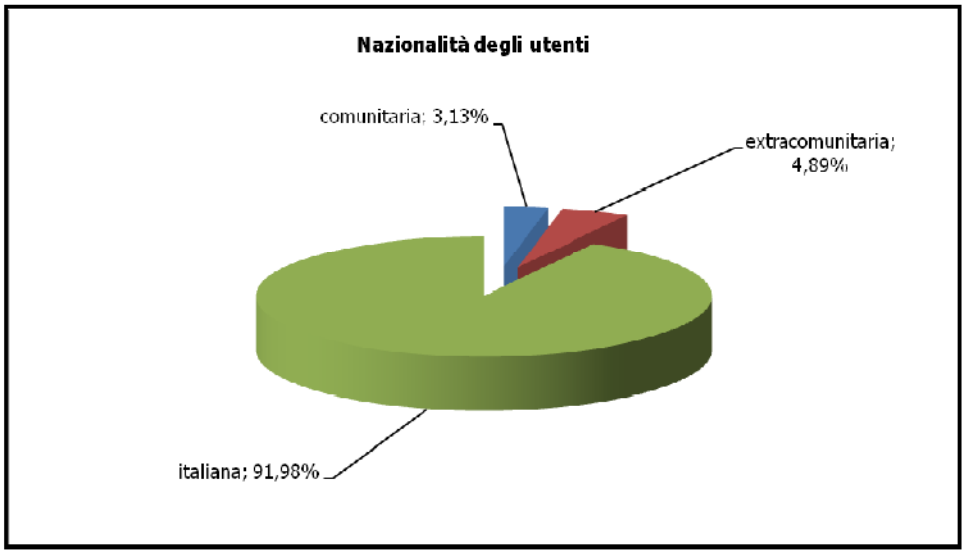
Profilo degli utenti

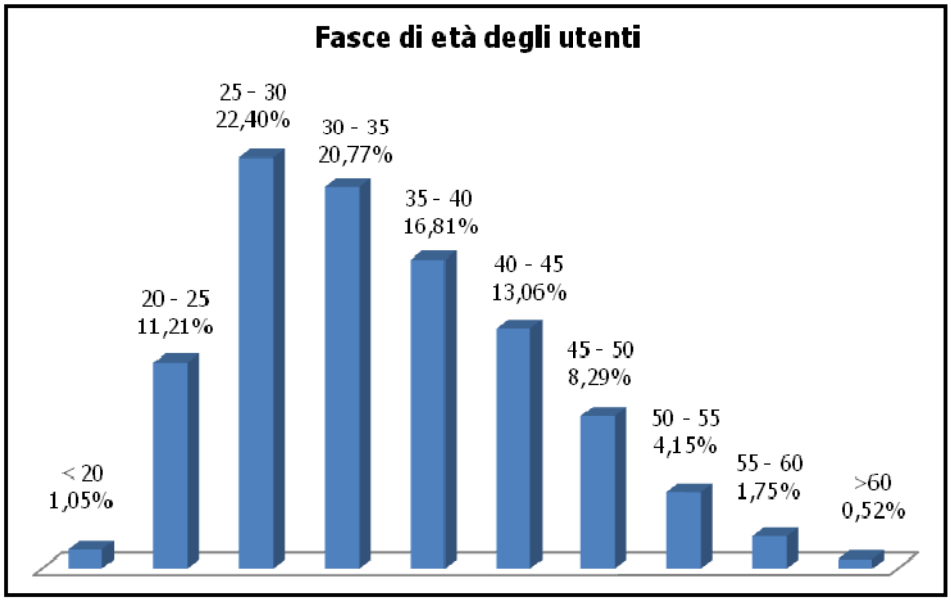
I potenziali imprenditori sono in lieve prevalenza donne (50,13 % contro il 49,87 % degli uomini), ad alta scolarità, oltre il 70% è il diplomato o laureato in materie scientifiche o umanistiche, con un'età tra i 28 e i 45 anni. Si lanciano nell'imprenditoria con poca dimestichezza nel settore in cui aprire l'attività e nessuna familiarità con il mondo dell'impresa. Gli italiani rappresentano la maggioranza, ma il numero degli stranieri è in crescita.
Dal 2010 a causa dell'aggravarsi della crisi sono mutati alcuni dati, in particolare lo status lavorativo al momento del contatto. In netta prevalenza i disoccupati, i lavoratori in Cassa integrazione, in mobilità e occasionali (in totale il 50%) che si rivolgono al Servizio per trovare un'alternativa di qualsiasi genere alla precarietà, mentre diminuiscono drasticamente gli occupati (dal 63% della precedente programmazione all'attuale 35%, che comprende i contratti a tempo indeterminato, determinato e cocopro). Come del resto proprio in questo senso si può interpretare la prevalenza femminile: realizzare una propria attività può essere un ripiego per combattere l'espulsione dal mercato del lavoro in tempi di crisi, piuttosto che rappresentare una maggiore propensione femminile all'imprenditorialità.

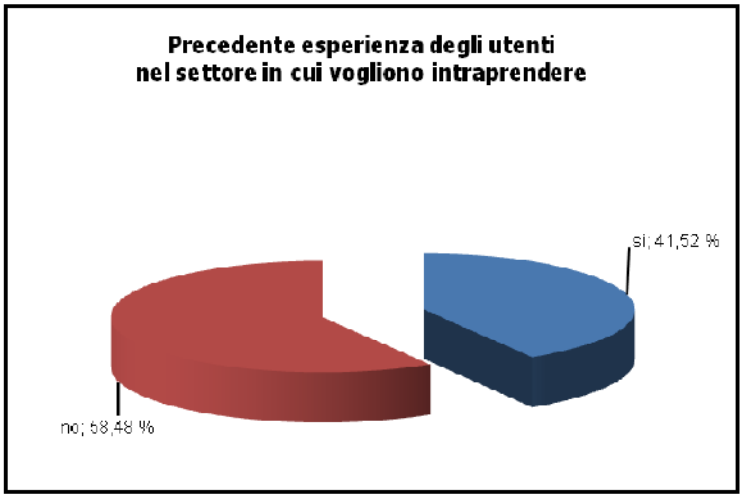
Status lavorativo	percentuale
altro	6,08
autonomo/imprenditore	7,34
azienda in liquidazione	0,13
CIG/CIGS	3,3
CO.CO.PRO.	3,65
dipendente TD	7,48
dipendente TI	25,26
disoccupato / in cerca di occupazione	39,21
in mobilità	2,99
occasionale	3,8
stagista/tirocinante	0,75

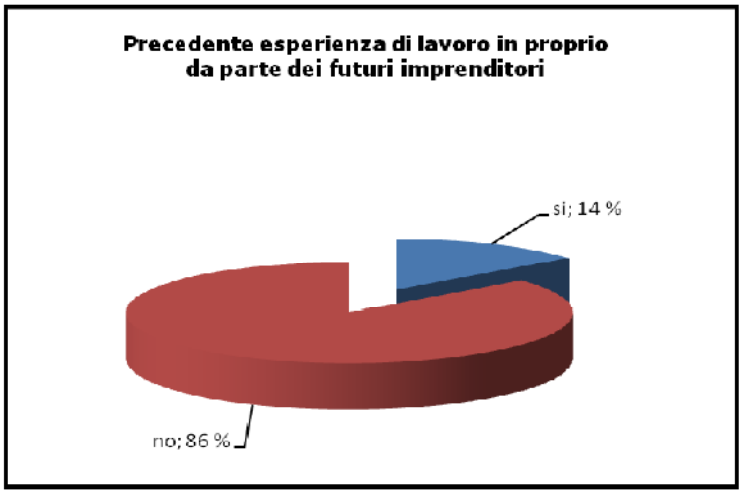


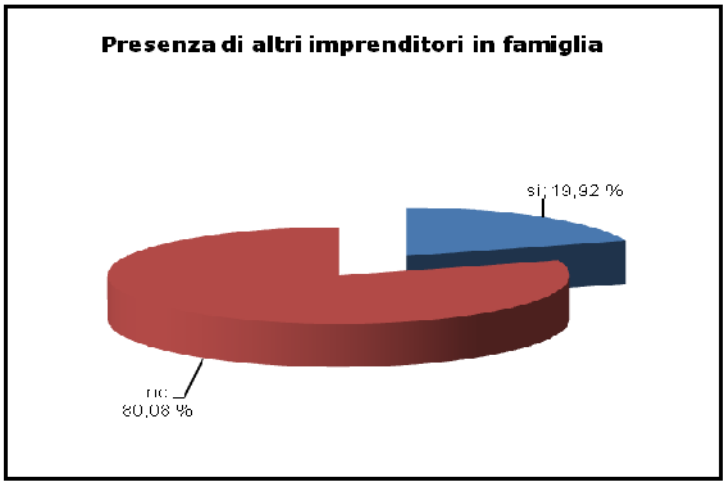



Nazionalità degli utenti
comunitaria; 3,13%
extracomunitaria; 4,89%
italiana; 91,98%


Fasce di età degli utenti
< 20
1,05%
20 - 25
11,21%
25 - 30
22,40%
30 - 35
20,77%
35 - 40
16,81%
40 - 45
13,06%
45 - 50
8,29%
50 - 55
4,15%
55 - 60
1,75%
>60
0,52%


Precedente esperienza degli utenti
nel settore in cui vogliono intraprendere
si; 41,52 %
no; 58,48 %


Precedente esperienza di lavoro in proprio
da parte dei futuri imprenditori
si; 14 %
no; 86 %


Presenza di altri imprenditori in famiglia
si; 19,92 %
no;
80,08 %

Accompagnamento e sviluppo Business Plan

L'accompagnamento ha l'obiettivo di sviluppare il progetto d'impresa e verificarne la fattibilità mediante la redazione di un piano specifico (business plan). La diagnosi è l'inizio del percorso di accompagnamento: sono esaminati gli elementi chiave dell'idea d'impresa partendo dalle informazioni che l'utente ha già a disposizione, le motivazioni, le conoscenze e le esperienze di cui è in possesso. Il confronto con il tutor permette di evidenziare le aree poco chiare o deboli dell'idea progettuale e di far emergere i "falsi miti" rispetto alla scelta di aprire un'attività. Dopo un paio di incontri preliminari e di analisi di fattibilità dell'idea, si passa al lavoro concreto sul progetto oppure lo si abbandona.

Mediante il lavoro di affiancamento da parte del tutor e l'apporto consulenziale di esperti nei vari campi (aspetti societari, fiscali, legali, ecc.) il potenziale imprenditore (singolo o gruppo di persone) costruisce il business plan della futura impresa e ne valuta la fattibilità. A supporto di tale lavoro Mip offre ai potenziali imprenditori momenti formativi, utili per rafforzare le competenze nelle aree individuate come carenti dal tutor. Il piano d'impresa così elaborato è valutato da parte della Provincia di Torino, che esprime il suo giudizio in merito alla fattibilità complessiva del progetto proposto (validazione).

Accompagnamento nel periodo dal 1/10/2008 al 31/12/2011

Tipologia	ore	incontri
Accompagnamento allo sviluppo del BP	14.603	4.682
Consulenza specialistica e formazione	2.173	1.090
Incontri collettivi di supporto alle competenze	752	251

STRUTTURA DEL BUSINESS PLAN

1. Presentazione sintetica del progetto imprenditoriale
2. Sezione descrittiva
    a. Profilo dell'imprenditore/soci
    b. Prodotti e servizi offerti e compatibilità con il mercato
    c. Mercato di interesse e piano di marketing
        - Analisi concorrenza e politica di prezzo
        - Clienti, modalità di promozione e canali commerciali individuati
        - Analisi dei punti di forza e debolezza,opportunità, minacce (SWOT)
    d. Organizzazione dell'impresa
        - Localizzazione
        - Organizzazione e ciclo produttivo
        - Fornitori e partner
        - Risorse umane
        - Forma giuridica e inquadramento
3. Sezione economico-finanziaria
    a. Previsione dei ricavi
    b. Previsione dei costi fissi e variabili
    c. Margine di contribuzione e fatturato di pareggio
    d. Investimenti, fabbisogno finanziario e risorse
    e. Analisi equilibrio economico e finanziario
4. Proiezioni economico-finanziarie
    a. Stato patrimoniale triennale rielaborato con criteri finanziari
    b. Conto economico triennale in forma scalare
    c. Piano finanziario
    d. Indici e margini del triennio
    e. Eventuali flussi di cassa
5. Allegati
    a. Curricula soci, ricerche di mercato, altro

Rafforzare le competenze attraverso la formazione

Temi e obiettivi

Area consapevolezza

L'impresa in italiano!

Fornire agli aspiranti imprenditori stranieri gli strumenti per capire l'ambito in cui si realizza l'attività imprenditoriale, attraverso l'analisi delle principali differenze tra il contesto di origine e quello italiano, partendo dalle parole italiane più comuni del linguaggio aziendale e normativo.

Area fiscale e societaria

E adesso mi metto in proprio... ma proprio da solo?

Presentare il quadro normativo di riferimento delle ditte individuali e delle imprese familiari in relazione agli aspetti civilistici, tributari, contabili e previdenziali.

Sono un capitalista o voglio realizzare un sogno collettivo?

Acquisire una conoscenza più approfondita sotto l'aspetto giuridico, previdenziale e fiscale delle società di persone, di capitali e cooperativa, consente ai partecipanti di ottenere informazioni sulla forma giuridica più adatta rispetto al loro progetto di impresa, alle proprie esigenze ed aspettative.

Area marketing

Passare, vedere, comprare

Rendere il potenziale imprenditore consapevole della necessità di analizzare bene il proprio mercato, i propri punti di forza e di debolezza, di orientare l'offerta sulla clientela target, operando attivamente sul mercato in un'ottica globale e coordinata e "vendendo" l'azienda nel complesso, non solo singoli prodotti e servizi.

Quando il mio cliente è un'impresa

Fornire ai partecipanti le prime basi per un approccio marketing nel mercato Business to Business (B2B).

Quando a scegliere sono le persone

Fornire un quadro sufficientemente esaustivo della metodologia e delle strategie di marketing più idonee alla promozione di servizi alle persone.

Farsi vedere: comunico quindi sono

Saper selezionare i concetti da comunicare. Saper scegliere i linguaggi idonei a raggiungere determinati target.

Ricerche di mercato: come fare?

Fornire gli strumenti necessari per le ricerche di mercato primarie e secondarie nel B2B.

Area: I numeri dell'azienda

Money, money, money!

Illustrare le varie agevolazioni finanziarie di cui può usufruire l'azienda e le loro conseguenze sulla gestione economica dell'azienda.

Vendo, ma quanto guadagno? Dove è finita la cassa?

Introdurre i concetti di base per la valutazione della fattibilità economico-finanziaria di un progetto d'impresa.

Area giuridico legale

Attenzione alle regole e alle norme!

Offrire ai partecipanti la possibilità di capire come e perché sottoscrivere i contratti con i clienti e come comportarsi in caso di mancato pagamento del proprio lavoro, spiegare agli utenti gli adempimenti da effettuare nei confronti dei propri clienti in ambito di tutela della privacy.

Area igiene e sicurezza

Un'azienda clean è sicura di sé

Informare sul quadro normativo, sugli obblighi e gli adempimenti previsti dalla legislazione relativamente alla sicurezza negli ambienti di lavoro.

Area ambiente e energia

Per capirne qualcosa in più... di un tubo!

Presentare, a chi ha progetti legati al mercato delle nuove tecnologie per la salvaguardia dell'energia, in particolare attività artigianale (elettricisti, idraulici, ecc.), le le nozioni base per comprendere quali siano i requisiti normativi, i possibili incentivi economici e le soluzioni tecnologiche che indirizzano l'evoluzione del mercato degli impianti termici ed elettrici nell'ottica dell'efficienza energetica.

Se la casa di paglia fosse l'avvenire?

Fornire a chi ha progetti legati al mercato delle nuove tecnologie del risparmio energetico o attività artigianale (muratori, serramentista, ecc.) una panoramica del settore dell'edilizia ad alte prestazioni ambientali e dei suoi potenziali sviluppi futuri.

Area valorizzazione del patrimonio ambientale-storico-culturale

Produzioni locali di piccola scala che caratterizzano e sono caratterizzate dal territorio

Fornire concetti base relativi al rapporto tra impresa e territorio ed al vantaggio competitivo che può derivarne.

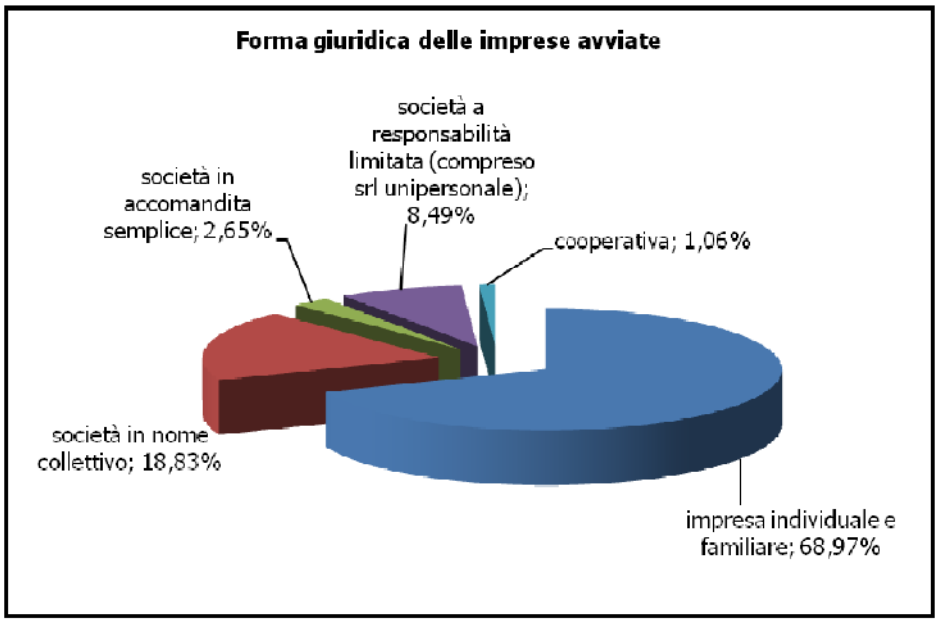
Chi si ferma, chi va avanti

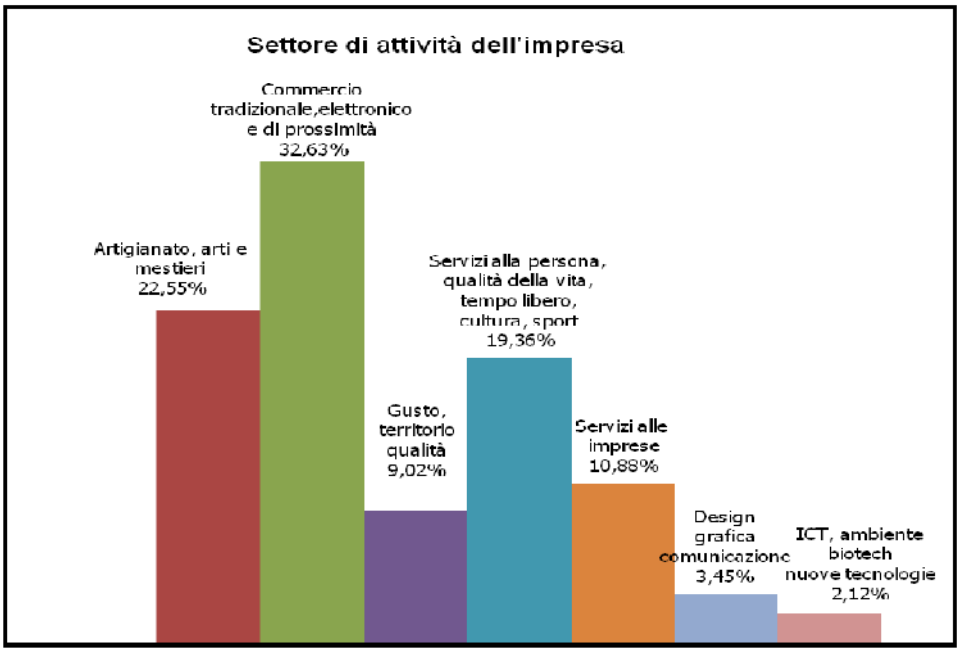
Sui 1.568 progetti (e 2.345 persone) che hanno iniziato l'accompagnamento, 366 si sono trasformati in un'attività. Un numero certamente basso rispetto ai contatti iniziali, ma che indica la grande attenzione che il servizio Mip dedica alla fattibilità e sostenibilità nel tempo dell'idea imprenditoriale.

	Hanno proseguito con l'accompagnamento	**Hanno ottenuto la validazione del BP**	**Hanno avviato l'impresa**
Progetti	1.568	480	366
Persone	2.345	786	545

Come sono le imprese Mip?

Sono prevalenti le imprese individuali (68,97%), seguite dalle società in nome collettivo (18,83%) e da quelle a responsabilità limitata (8,49%). Tra i settori di attività economica spiccano il commercio al dettaglio (32,63%), l'artigianato (22,55%), i servizi alla persona (19,36%). Si tratta per lo più di imprese con uno o due soci.


Forma giuridica delle imprese avviate
società a responsabilità limitata (compreso srl unipersonale); 8,49%
società in accomandita semplice; 2,65%
cooperativa; 1,06%
società in nome collettivo; 18,83%
impresa individuale e familiare; 68,97%


Settore di attività dell'impresa
Commercio tradizionale,elettronico e di prossimità 32,63%
Artigianato, arti e mestieri 22,55%
Servizi alla persona, qualità della vita, tempo libero, cultura, sport 19,36%
Gusto, territorio qualità 9,02%
Servizi alle imprese 10,88%
Design grafica comunicazione 3,45%
ICT, ambiente biotech nuove tecnologie 2,12%

DOPO L'AVVIO

Il tutoraggio e la consulenza post avvio

I primi anni di vita delle imprese sono i più delicati e importanti della neo azienda: quanto progettato nel business plan deve fare i conti con la realtà del mercato. E' una fase di rodaggio di una struttura poco definita e fragile, che richiede un supporto specifico. Chi ha usufruito del Servizio Mip e ha ottenuto la validazione del progetto da parte della Provincia di Torino può contare nei 36 mesi successivi all'avvio di consulenza specialistica, volta a valutare l'andamento dell'impresa, individuarne eventuali criticità per impostare azioni correttive e scovare nuove opportunità di finanziamento. Inoltre la neo impresa può ottenere specifiche agevolazioni erogate a copertura delle spese di avvio e degli investimenti. Queste attività sono da considerarsi sostegni alla nuova impresa e ricadono sotto la normativa comunitaria sugli aiuti di stato, nella categoria "de minimis" (Regolamento CE 1998/2006). Non possono quindi fruire di queste opportunità le aziende che operano nei settori esclusi dall'applicazione del Regolamento CE.
Nell'ambito del tutoraggio sono previste anche attività di formazione e approfondimento su temi specifici (marketing, gestione del personale, budget e finanza), possibilità di networking e animazione.

Tutoraggio nel periodo dal 1/10/2008 al 31/12/2011

Attività	**Ore**	**Incontri**
Tutoraggio	2.870	1.151
Consulenza specialistica	910	414
Accesso finanziamenti	605	209
Imprese tutorate	**448**	

Il Club degli imprenditori

Dal 2003 è un appuntamento consolidato per gli imprenditori Mip. È un momento di scambio, di formazione e di condivisione su temi particolari o di interesse comune, ma anche di convivialità, durante il quale le aziende possono conoscersi e farsi conoscere.

Nel periodo analizzato dal presente rapporto si sono affrontati i seguenti temi:

19 febbraio 2009 - ***"Dove è finita la liquidità per il credito alle piccole imprese?"***, ottenere il credito per avviare o sviluppare un'attività è sempre più difficile, un confronto con gli attori coinvolti per conoscere meglio gli strumenti possibili.

9 luglio 2009 – ***"Impresa 4.0: marketing e comunicazione digitale a 4 direzioni"***, l'autore Marco Camisani Calzolari ha illustrato delle potenzialità delle tecnologie interattive che vanno sotto il nome di web 2.0.

5 novembre 2009 – ***"Ecoimpresa: come farla e come farlo sapere"***, adottare un comportamento sostenibile può essere conveniente per l'impresa sia in termini strettamente economici, sia come fattore competitivo per differenziarsi dalla concorrenza.

4 marzo 2010 – ***"Capitali per la crescita e lo sviluppo dell'impresa"***, come finanziare l'impresa in modo coerente con i propri fabbisogni, conoscere come operano i Venture Capitalist e i Business Angels, con riferimento al contesto piemontese, attraverso l'analisi di esperienze concrete.

15 giugno 2010 –***"Soluzioni alternative: semplifichiamo il lavoro con la creatività"***. Cercare di fronte ai problemi le "soluzioni alternative" a quelle logiche e consuete attiva le risorse creative che abbiamo dentro di noi, rende adattabile il nostro modo di pensare e flessibili i nostri comportamenti.

28 settembre 2010 – ***" Valorizzare il negozio (....e aumentare le vendite!) con il visual merchandising"***, come trasformare il proprio punto di vendita in uno spazio comunicativo, ben organizzato, dinamico e attraente attraverso le tecniche di visual merchandising.

25 novembre 2010 – ***"Soluzioni Alternative: pubbliche relazioni e vendite"***, con un poco di fantasia e attivando abilità e risorse nascoste, chiunque può iniziare a divertirsi a fare le PR, dedicandosi con passione alla vendita dei propri prodotti e aumentando la rete e la qualità delle relazioni con i clienti.

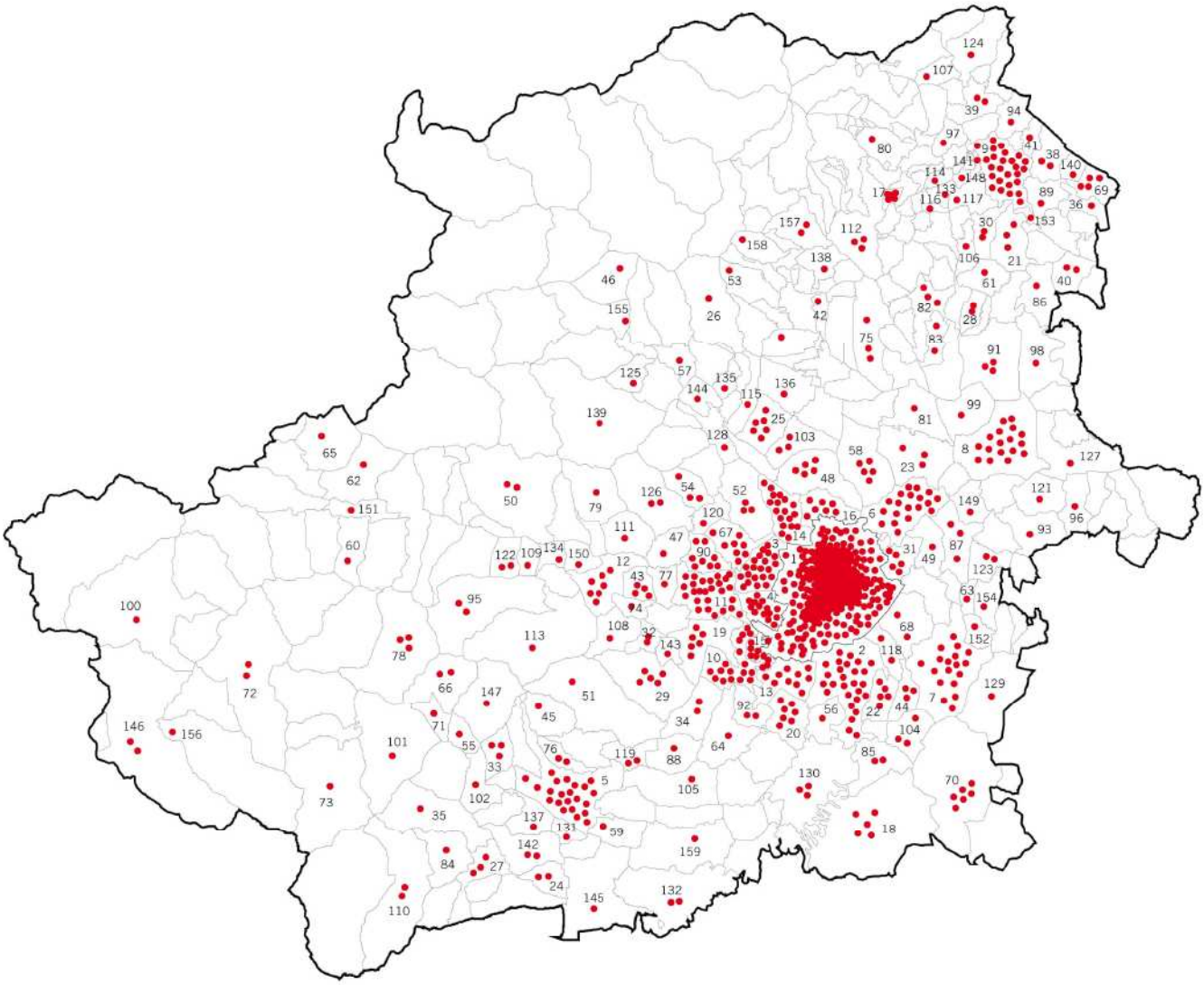
10 febbraio 2011– ***"L'abc dell'accesso al credito"***, una panoramica sul significato dei principali termini finanziari, passando in rassegna gli strumenti di credito più adatti per le Pmi per impostare le basi per un rapporto corretto con la banca.

14 aprile 2011 – ***"abc dell'accesso al credito: i finanziamenti a breve termine".*** Un secondo approfondimento sul tema del credito, focalizzato sugli strumenti finanziari a breve termine, attraverso l'analisi dei casi concreti e dei problemi più comuni che un imprenditore affronta nel rapporto con le banche.

24 novembre 2011 – **"l'impresa cresce in rapporto a cio' che comunica"**, come gestire bene gli strumenti di comunicazione per il successo della propria impresa.

Dove si localizzano le imprese

Rispetto al precedente rapporto di attività e periodo di osservazione (1/10/2008-30/4/2010) è ulteriormente aumentata la copertura del territorio. Otto nuove imprese Mip si sono insediate in aree dove nessun utente ancora aveva aperto attività: i comuni di Andezeno, Caravino, Cuorgnè, Marentino, Pessinetto, Prascorsano, Sestrieres, Vigone. Come si può notare dalla cartina, Torino attrae il numero più elevato di nuove attività (circa il 50%). Altre aree ad alta densità di imprese sono la zona di Ivrea, di Pinerolo, di Chivasso, di Chieri e della prima cintura torinese (Beinasco, Collegno, Grugliasco, Moncalieri, Rivoli, Settimo, Venaria).



Comune	N°	Comune	N°	Comune	N°
Airasca (88)	2	Givoletto (54)	4	Romano Canavese (30)	2
Albiano d'Ivrea (89)	1	Grugliasco (4)	15	Rosta (77)	1
Almese (111)	2	Inverso Pinasca (55)	1	Roure (78)	3
Alpignano (90)	8	Ivrea (9)	33	Rubiana (79)	2
Andezeno (152)	1	La Loggia (56)	1	Rueglio (80)	1
Angrogna (35)	2	Lanzo Torinese (57)	1	Samone (148)	1
Avigliana (12)	8	Lauriano (96)	1	San Benigno Canavese (81)	1
Azeglio (36)	1	Leinì (58)	6	San Carlo Canavese (136)	1
Banchette (141)	1	Lessolo (97)	1	San Germano Chisone (102)	1
Barbania (37)	1	Loranzè (114)	2	San Gillio (120)	1
Beinasco (15)	10	Luserna San Giovanni (27)	3	San Giorgio Canavese (82)	3
Bollengo (38)	2	Macello (59)	1	San Giusto Canavese (83)	2
Borgaro Torinese (16)	7	Marentino (154)	1	San Maurizio Canavese (103)	3
Borgofranco d'Ivrea (39)	4	Mathi (135)	1	San Mauro Torinese (31)	8
Borgomasino (40)	2	Mazzè (98)	1	San Raffaele Cimena (149)	1
Bricherasio (142)	4	Meana di Susa (60)	1	San Sebastiano Po (121)	1
Bruino (143)	1	Mercenasco (61)	1	San Secondo di Pinerolo (137)	2
Burolo (41)	1	Mompantero (62)	1	Sangano (32)	2
Busano (42)	1	Moncalieri (2)	28	Sant'Ambrogio di Torino (150)	1
Buttigliera Alta (43)	3	Montaldo Torinese (63)	1	Sant'Antonino di Susa (122)	2
Cafasse (144)	1	Montanaro (99)	1	Santena (104)	3
Caluso (91)	4	Nichelino (13)	12	Scalenghe (105)	1
Cambiano (44)	3	Nole (115)	1	Scarmagno (106)	1
Campiglione Fenile (24)	2	None (64)	2	Sciolze (123)	2
Candiolo (92)	3	Novalesa (65)	1	Sestrieres (156)	1
Cantalupa (45)	1	Orbassano (10)	20	Settimo Torinese (6)	23
Cantoira (46)	1	Orio Canavese (28)	2	Settimo Vittone (124)	3
Caravino (153)	1	Osasco (131)	1	Strambino (21)	4
Carignano (130)	4	Oulx (100)	1	Susa (151)	2
Carmagnola (18)	7	Palazzo Canavese (140)	1	Tavagnasco (107)	1
Casalborgone (93)	1	Parella (116)	1	Torino (1)	589
Caselette (47)	1	Pavone Canavese (117)	1	Torre Pellice (84)	2
Caselle Torinese (48)	6	Pecetto Torinese (118)	2	Trana (108)	1
Castellamonte (112)	3	Perosa Argentina (66)	2	Traves (125)	1
Castiglione Torinese (49)	1	Perrero (101)	1	Trofarello (22)	5
Cavour (145)	2	Pessinetto (155)	1	Vaie (109)	1
Cesana Torinese (146)	2	Pianezza (67)	10	Val Della Torre (126)	2
Chiaverano (94)	1	Pinasca (147)	1	Valperga (138)	1
Chieri (7)	23	Pinerolo (5)	27	Venaria (14)	19
Chiusa di San Michele (134)	1	Pino Torinese (68)	2	Verolengo (127)	2
Chivasso (8)	22	Piossasco (29)	6	Vidracco (17)	5
Cirié (25)	8	Piscina (119)	2	Vigone (159)	1
Coazze (95)	3	Piverone (69)	4	Villafranca Piemonte (132)	2
Collegno (3)	31	Poirino (70)	6	Villar Pellice (110)	2
Colleretto Giacosa (133)	1	Pomaretto (71)	1	Villar Perosa (33)	3
Condove (50)	2	Pragelato (72)	3	Villastellone (85)	2
Corio (26)	2	Prali (73)	1	Vinovo (20)	9
Cumiana (51)	2	Prascorsano (158)	1	Vische (86)	1
Cuorgnè (157)	2	Reano (74)	1	Viù (139)	1
Druento (52)	3	Riva presso Chieri (129)	1	Volpiano (23)	4
Fiano (128)	2	Rivalta di Torino (19)	6	Volvera (34)	2
Forno Canavese (53)	1	Rivarolo Canavese (75)	5		
Gassino Torinese (87)	3	Rivoli (11)	31		
Giaveno (113)	1	Roletto (76)	2	**Totale imprese**	**1212**

PROVINCIA DI TORINO

www.provincia.torino.it

Servizio Programmazione
attività produttive e concertazione territoriale
Corso Inghilterra, 7
10138 Torino