Modello per allestire un piano aziendale. Le parti in blu possono essere sovrascritte con le informazioni pertinenti. le parti in rosso sono state apportate ai fini della comprensione e non figurano sulla stampa. i titoli superflui possono essere modificati oppure cancellati.

**Piano aziendale**

**Nome della ditta**

**Via, NPA, località**

**Versione/data**

**Indice**

Sintesi 4

1. Azienda 4

1.1. Contesto storico 4

1.2. Situazione attuale 4

1.3. Ulteriori informazioni 4

2. Prodotti, servizi 4

2.1. Prestazioni di mercato 4

2.2. Ciclo di vita dei prodotti 4

2.3. Protezione dei prodotti 4

2.4. Acquirenti e intermediari 4

3. Mercato 5

3.1. Panoramica del mercato 5

3.2. Propria posizione sul mercato 5

3.3. Osservazione del mercato 5

4. Concorrenza 5

4.1. Principali concorrenti 5

4.2. Potenziali concorrenti 5

4.3. Prodotti della concorrenza 5

4.4. Strategie della concorrenza 5

5. Marketing 6

5.1. Segmentazione del mercato 6

5.2. Strategia di lancio sul mercato 6

5.3. Politica dei prezzi 6

5.4. Vendita / distribuzione 6

5.5. Pubblicità / RP 6

5.6. Ubicazione 6

5.7. Obiettivi di fatturato 6

6. Ubicazione / logistica 6

6.1. Domicilio 7

6.2. Logistica / amministrazione 7

7. Produzione / approvvigionamento 7

7.1. Mezzi di produzione 7

7.2. Tecnologia 7

7.3. Capacità / difficoltà 7

7.4. Principali fornitori 7

7.5. Mercati delle materie prime 7

8. Management / consulenza 7

8.1. Team dell’azienda 8

8.2. Curriculum vitae / certificati di lavoro 8

8.3. Formazione e perfezionamento 8

8.4. Consiglio d’amministrazione 8

8.5. Consulenti esterni 8

9. Analisi dei rischi 8

9.1. Rischi interni 8

9.2. Rischi esterni 8

9.3. Copertura dei rischi 8

10. Finanze 9

10.1. Quadro retrospettivo 9

10.2. Futuro 9

10.3. Concetto di finanziamento 9

10.4. Imposte 9

11. Partecipazione 9

11.1. Offerta per gli investitori 9

Appendici / allegati 9

Informazioni generali 9

Finanze 10

Sintesi

idea commerciale, Progetto, Prospettiva di fatturato e guadagno, fabbisogno finanziario e scadenze, Rischi (1-2 pagine al massimo)

# 1.1. Azienda

## 1.2. Contesto storico

Fondatore, data della fondazione, sviluppo aziendale, successi

## 1.3. Situazione attuale

Forma giuridica e struttura delle partecipazioni, Organizzazione, numero collaboratori, cifre chiave

## 1.4. Ulteriori informazioni

Fase di sviluppo, regolamentazione della successione

# 1.5. Prodotti, servizi

## 1.6. Prestazioni di mercato

Descrizione dettagliata delle prestazioni di mercato (sviluppo, prodotto derivato, Innovazione), dei vantaggi per i clienti, delle esigenze dei clienti, analisi dei punti forti / deboli, vantaggi e svantaggi rispetto ai prodotti della concorrenza, prestazioni accessorie

## 1.6. Ciclo di vita dei prodotti

Eventuale matrice dei prodotti (question mark, cats, cash cows, dogs)

## 1.6. Protezione dei prodotti

COPIA DEI BREVETTI ESISTENTI, LICENZE, SCRITTE DI PROTEZIONE DEL MARCHIO E DEL NOME (CH E / O ESTERO) O RISPETTIVI MODULI D’ISCRIZIONE

## 1.6. Acquirenti e intermediari

Dipendenze dA ACQUIRENTI O INTERMEDIARI

# 2. Mercato

## 2.1. Panoramica del mercato

analisi di marcato (capacità di mercato, potenziale e volumi, quote di mercato detenute)

## 2.2. Propria posizione sul mercato

settori di mercato TRATTATI, GRUPPI DI CLIENTI TARGET, CANALI DI VENDITA

## 2.3. Osservazione del mercato

Tendenze di mercato, barriere d’ingresso, stime del tasso di crescita allestite in relazione ai settori di mercato

# 3. Concorrenza

## 3.1. Principali concorrenti

nome, ubicazione, mercati target, POSIZIONE sul MERCATO, punti fortI e deboli

## 3.2. Potenziali concorrenti

NOME, MOTIVI DELL’ingresso nel mercato, RIPERCUSSIONI SUL MERCATO

## 3.3. Prodotti della concorrenza

Assortimento, CARATTERISTICHE, SERVIZI AGGIUNTIVI, VANTAGGI COMPETITIVI (prezzo, QUALITÀ, tecnologiA, ECC.).

## 3.4. Strategie della concorrenza

PREZZI DI DUMPING, ALLEANZE, COOPERAZIONI, MAGGIORE PRESENZA SUL MERCATO

# 4. Marketing

## 4.1. Segmentazione del mercato

comportamento d'acquisto (qualità, design, prezzo), mercati DI SBOCCO (caratteristiche geografiche, demografiche, ecc.), gruppi clientelari

## 4.2. Strategia di lancio sul mercato

Definizione degli obiettivi PARZIALI e TRAGUARDI

## 4.3. Politica dei prezzi

definizione e differenziazione dei prezzi, sconti, margini di guadagno, psicologia dei prezzi

## 4.4. Vendita / distribuzione

RETE DI RAPPRESENTANZE, TELEFONO, AGENTI, INVIO, FIERE, ECC., CANALI DI DISTRIBUZIONE, SUPPORTO E PROMOZIONE ALLA VENDITA

## 4.5. Pubblicità / RP

MEZZI E COSTI PUBBLICITARI, CONCETTO PUBBLICITARIO, CONSULENZA PUBBLICITARIA, EFFICACIA E CONTROLLO DELLA PRESENZA PUBBLICITARIA

## 4.6. Ubicazione

sedi attuali, pianificazione di nuove sedi, vantaggi e svantaggi delle varie sedi (dal punto di vista del traffico, del reclutamento del personale, delle possibilità di espansione, vicinanza alla clientela)

## 4.7. Obiettivi di fatturato

quantitativi di vendita per ogni settore di mercato preventivati per i prossimi 5 anni, quote di mercato da raggiungere per ogni settore di mercato

# 5. Ubicazione / logistica

## 5.1. Domicilio

DOMICILI COMMERCIALI E SECONDARI, AFFITTO / IMMOBILI PROPRI, VANTAGGI E SVANTAGGI DELL’ubicazione aziendale

## 5.2. Logistica / amministrazione

LOCALI, ORGANIZZAZIONE BACKOFFICE, RISORSE PERSONALI (AMMINISTRAZIONE, DISTRIBUZIONE, PRODUZIONE, VENDITA), supporto informatico impiegato, ampliamenti informatici previsti

# 6. Produzione / approvvigionamento

## 6.1. Mezzi di produzione

IMPIANTI DI PRODUZIONE, NUMERO DI COLLABORATORI / FORMAZIONE NELLA PRODUZIONE, TENUTA A MAGAZZINO, MOVIMENTO MERCI (CONTROLLING)

## 6.2. Tecnologia

processi di produzione, know-how specifico, dipendenze da persone chiave, controllo della qualità (tqm), sviluppo tecnico (ricerca e sviluppo, utilizzo dei mezzi), processi

## 6.3. Capacità / difficoltà

CAPACITÀ produttive, INVESTIMENTI NECESSARI PER LA MANUTENZIONE E L’AMPLIAMENTO DELLE CAPACITÀ

## 6.4. Principali fornitori

NOME, percentuale rispetto al volume d’acquisto complessivo, assicurazione della qualità, contratti di fornitura

## 6.5. Mercati delle materie prime

singoli prodotti non elaborati, acquisto in patria e all’estero, possibili materie prime sostitutive

# 7. Management / consulenza

## 7.1. Team dell’azienda

ORGANIGRAMMA, MEMBRI, RESPONSABILITÀ, REMUNERAZIONE, ESPERIENZA IN AMBITO DIRETTIVO, EVENTUALI VACANZE

## 7.2. Curriculum vitae / certificati di lavoro

SCUOLE, formazione, perfezionamento professionale, capacità particolari, esperienze professionali e direttive

## 7.3. Formazione e perfezionamento

MISURE DI PROMOZIONE E PERFEZIONAMENTO PROFESSIONALE DEL MANAGEMENT / DEI COLLABORATORI

## 7.4. Consiglio d’amministrazione

nome e cognome dei membri, ripartizione dei compiti, esperienza professionale e manageriale

## 7.5. Consulenti esterni

NOME / indirizzo delLA FIDUCIARIA, DELL’ORGANO DI REVISIONE, DELLA SOCIETÀ DI CONSULENZA IMPRENDITORIALE/PUBBLICITARIA, ECC.

# 8. Analisi dei rischi

## 8.1. Rischi interni

management / personale, produzione, marketing, distribuzione, finanze

## 8.2. Rischi esterni

ambito economico, ecologico, giuridico e sociale (condizioni quadro)

## 8.3. Copertura dei rischi

copertura dei potenziali rischi (ad es. Assicurazione), STRATEGIA in caso di emergenze

# 9. Finanze

## 9.1. Quadro retrospettivo

Informazioni sullo sviluppo della società dalla fondazione

## 9.2. Futuro

Prospettive per i prossimi 3-5 anni (possibili scenari: Caso ideale, caso realistico, caso peggiore)

## 9.3. Concetto di finanziamento

Fondi propri, GARANZIE DISPONIBILI, FINANZIAMENTO (CAPITALI PROPRI/DI TERZI)

## 9.4. Imposte

vantaggi fiscali concordati con l’organizzazione di promozione economica del cantone. in caso di mbo e mbi, decisione preliminare delle autorità fiscali in merito al concetto di finanziamento

# 10. Partecipazione

## 10.1. Offerta per gli investitori

DatI DI RIFERIMENTO per la partecipazione (COMPRENDENTI IMPORTO, MODALITÀ, CONDIZIONI, DIRITTI E DOVERI, ECC.) NONCHÉ ELENCO DEGLI INVESTITORI GIÀ DISPONIBILI CON INDICAZIONE DELLE RISPETTIVE QUOTE DI PARTECIPAZIONE

Appendici / allegati

## Informazioni generali

estratto del registro di commercio, ESTRATTi DAL REGISTRO DELLE ESECUZIONI relativi all’impresa e ai rappresentanti, OPUSCOLI aziendali e dei prodotti, analisi di mercato, documentazioni sul finanziamento, scadenzari, piani (macchinari, sedi, ecc.), contratti (licenze, marche, ecc.), copia delle dichiarazioni d’imposta e degli ESTRATTi DAL REGISTRO DELLE ESECUZIONI dei rappresentanti, scritti delle referenze e ulteriori documenti su richiesta

## Finanze

CONTI ANNUALI GIÀ SOTTOPOSTI A REVISIONE, COMPRENSIVI DI BILANCIO, CONTO ECONOMICO E ALLEGATO (PER 2 ANNI, SE DISPONIBILE), CONTO INTERMEDIO ATTUALE CON ELENCO DEBITORI E CREDITORI, PRINCIPALI CIFRE DI RIFERIMENTO, ESTRATTO DAL REGISTRO DELLE ESECUZIONI, EV. CON COPIA DEI CONTRATTI DI CREDITO E PRESTITO IN ESSERE.

PIANO DEL FABBISOGNO DI CAPITALI, BILANCI preventivati, CONTI ECONOMICI, CONTEGGI DEL FLUSSO DI CAPITALI, PIANO DI LIQUIDAZIONE DETTAGLIATO (PIANO MENSILE PER L’ESERCIZIO SUCCESSIVO), ORIZZONTE TEMPORALE PER TUTTI I PIANI FINANZIARI PER I PROSSIMI 3-5 ANNI

CALCOLO DI SOSTENIBILITÀ PER IL RIMBORSO, ALTERNATIVE