



Comune di Quartu Sant'Elena

Città Metropolitana di Cagliari

Settore 4: Programmazione e Gestione delle Risorse Umane - Attività Produttive

Oggetto: Progetto imprenditoriale. Scheda progetto - Piano investimenti. Misura RNA CAR N. 33512 - BANDO RNA 114247.

MODELLO C

Dichiarazione sostitutiva di certificazione e atto di notorietà (artt. 46 e 47 del D.P.R. 445/2000)

Il/La sottoscritto/a:

Cognome Nome C.F.

data di nascita Luogo di nascita provincia di

Comune di residenza provincia di CAP

Via / Piazza / etc n° Esp

Telefono Cellulare

e-mail PEC

richiedente, in qualità di

Indicare:

1) la "**Denominazione**" in caso di società, impresa individuale o attività libero-professionale già costituita
o

2) il nome del "**Referente del Progetto**" (Il Referente del Progetto deve essere uno dei soggetti in possesso dei requisiti previsti dalla legge ed è il riferimento amministrativo per l'interlocuzione con il Comune di Quartu Sant'Elena. Una volta individuato, è l'unico soggetto autorizzato a sottoscrivere la documentazione, anche digitalmente, laddove richiesto).

Forma giuridica

(solo in caso di società, impresa individuale o attività libero-professionale già costituita)

Codice AT/ECO

Documento non utilizzabile al fine dell'invio istanza

A) L'IDEA DI BUSINESS IN SINTESI

A.1) INDICAZIONI GENERALI

Qual è l'idea di business praticato o che si intende proporre in caso di nuova impresa? Riassumere sinteticamente l'idea di business che si persegue o che si intende realizzare, coerentemente all'individuazione del settore di attività (codice **Ateco**) indicato in precedenza.

Nella sezione A) occorre sintetizzare il progetto, illustrando gli elementi più rilevanti, spiegando quali sono i motivi che lo rendono "unico/vincente". In essa è necessario esplicitare il modello di business e le sue peculiarità; in particolare:

- Cosa si produce o si eroga o cosa si intende produrre o erogare (prodotti/servizi):

- A chi è rivolta l'offerta, indicando quali sono le tipologie di clientela (clienti identificati in gruppi di appartenenza, sulla base di parametri oggettivi - es: localizzazione; reddito; età; titolo di studio; etc. - e/o soggettivi - es: preferenze culturali; stili di vita; abitudini di consumo; etc.):

- Quali sono i bisogni che si intendono soddisfare, facendo emergere le differenze migliorative rispetto a come sono attualmente soddisfatti dai competitor, diretti e/o indiretti, presenti nel mercato di riferimento:

- Indicare il motivo per cui il team di progetto (o l'imprenditore individuale o il libero professionista) ha le caratteristiche giuste per riuscire nell'attività da realizzare:

A.2) INDICAZIONI SPECIFICHE ATTINENTI I CARATTERI DI INNOVAZIONE TECNOLOGICA E AMBIENTALE DEL PROGETTO

Descrivere in che modo il progetto integra elementi innovativi o sostenibili (digitale, green, sociale):

A.3) INDICAZIONI SPECIFICHE RELATIVE ALL'IMPATTO SOCIALE E TERRITORIALE

Descrivere in che modo il progetto impatta a livello sociale e territoriale:

B) IL TEAM E L'ORGANIZZAZIONE

B.1.) I SOGGETTI RICHIEDENTI

Specificare se si tratta di occupazione incrementale e di risorse già presenti nell'attività.

Cognome	Nome	Codice Fiscale	Occupazione Incrementale	Appartenenza a Categoria Prioritaria
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Giovane (< 35 anni) <input type="checkbox"/> Donna <input type="checkbox"/> Soggetto Svantaggiato
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Giovane (< 35 anni) <input type="checkbox"/> Donna <input type="checkbox"/> Soggetto Svantaggiato
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Giovane (< 35 anni) <input type="checkbox"/> Donna <input type="checkbox"/> Soggetto Svantaggiato
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Giovane (< 35 anni) <input type="checkbox"/> Donna <input type="checkbox"/> Soggetto Svantaggiato
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Giovane (< 35 anni) <input type="checkbox"/> Donna <input type="checkbox"/> Soggetto Svantaggiato

B.2) LE ESPERIENZE

Indicare le esperienze maturate dai soggetti richiedenti che possano valorizzare la realizzazione del progetto imprenditoriale.

B.3) L'ORGANIZZAZIONE

Come è organizzata o come sarà organizzata l'impresa?

Descrivere l'organizzazione dell'impresa oppure che si prevede di adottare per produrre e commercializzare il bene/servizio offerto, evidenziando le attività chiave e specificando quali di esse saranno svolte all'interno dell'impresa e quali verranno invece affidate ad altri soggetti, essendo pertanto oggetto di forniture/consulenze esterne. Limitatamente alle attività svolte all'interno dell'impresa, specificare se verranno eseguite sotto l'esclusiva responsabilità di soggetti facenti parte del team imprenditoriale iniziale (o dell'imprenditore individuale o del libero professionista) o se saranno, in toto o in quota parte, affidate ad altri soggetti (personale da assumere, consulenti, società fornitrici, etc.), esplicitando le modalità con le quali tali soggetti verranno coinvolti:

Riepilogo soggetti partecipanti

Indicare tutti i soggetti presenti in compagine sociale attuale o costituenda (applicabile per l'impresa individuale e per il libero professionista) nel file di Microsoft Excel da scaricare e allegare successivamente **Foglio B.3**.

Nota Bene: nel caso di società costituenda, i soggetti sopra elencati dovranno necessariamente essere presenti in compagine una volta costituita la società.

ATTENZIONE: I soggetti in tabella devono corrispondere esattamente ai soggetti indicati nella domanda on line.

C) ANALISI DI MERCATO

C.1) L'OPPORTUNITÀ DI BUSINESS

Perché si ritiene che l'idea proposta sia "vincente"?

Focalizzarsi sul bisogno che si intende soddisfare e sui motivi per cui l'offerta proposta è migliorativa/più competitiva rispetto a quelle attualmente disponibili sul mercato. Qual è il prodotto/servizio offerto alla clientela?

Quali sono le caratteristiche del prodotto/servizio che si intende collocare sul mercato, con particolare riferimento a quelle che si ritiene possano generare un vantaggio per i clienti rispetto alle soluzioni offerte dai concorrenti?

Se i prodotti/servizi costituenti l'offerta aziendale dovessero essere molto numerosi, si consiglia di raggrupparli in macro classi di appartenenza (ad esempio per: bisogni da soddisfare; caratteristiche intrinseche; processo di produzione/erogazione; etc.).

In particolare, per ciascun prodotto/servizio è necessario mettere in evidenza le componenti più significative:

1. **Caratteristiche** (es: tecnologiche; fisiche; materie prime utilizzate; tipo di confezione; servizi annessi; garanzie; qualità; design; riconoscibilità del brand; etc.), la cui combinazione determina un insieme di benefici per l'utilizzatore;
2. **Target clienti e bisogni da soddisfare;**
3. **Elementi di innovazione** (differenziazione rispetto ai prodotti/servizi dei principali concorrenti) che si intendono introdurre: innovazioni di processo e/o di prodotto/servizio e/o commerciali;
4. **Ciclo di vita** (rispetto ai prodotti/servizi già presenti nel mercato di riferimento, indicare in quale fase si trova il prodotto/servizio offerto: lancio; espansione; maturità; declino; rilancio).

Documento non utilizzabile al fine dell'invio istanza

C.2) L'ANALISI DELLA CONCORRENZA

Qual è l'arena competitiva entro cui l'iniziativa imprenditoriale andrà a collocarsi?

Chi sono e quali sono le caratteristiche dei potenziali concorrenti (diretti e/o indiretti) con i quali l'iniziativa imprenditoriale dovrà contendersi i clienti?

C.3) IL TARGET DI RIFERIMENTO

A chi si rivolge l'iniziativa imprenditoriale proposta? Identificare e descrivere i principali target di potenziali clienti.

Si consiglia di classificare i target clienti in base all'utilizzo di specifici criteri di segmentazione: ad esempio, con un criterio di tipo **OGGETTIVO** si aggregano i target clienti in base a comuni caratteristiche geografiche, socio-economiche e demografiche (età, sesso, reddito, classe sociale, grado d'istruzione, etc.); con un criterio di tipo **SOGGETTIVO** si prendono in considerazione comuni caratteristiche culturali, comportamentali e motivazionali (stile di vita, abitudini di consumo, opzioni valoriali, etc.).

C.4) IL MERCATO POTENZIALE

Qual è il potenziale mercato dell'impresa?

Identificare i confini geografici del mercato, quantificandone i potenziali clienti e quelli che si ritiene di poter sottrarre alla concorrenza.

Per la definizione quantitativa dei clienti che l'iniziativa ritiene di poter acquisire, si consiglia di esplicitare il criterio utilizzato; ad esempio, tenendo conto: della capacità produttiva (o di lavoro) attesa a regime per ciascun tipo di prodotto/servizio, delle abitudini d'acquisto dei target clienti, della loro spesa media per prodotti/servizi in grado di soddisfare lo stesso bisogno, delle quote di mercato dei concorrenti e dei loro punti di forza/debolezza, etc.

C.5) I PREZZI DI VENDITA

Quantificare il prezzo di vendita per singola tipologia di prodotto/servizio ed i criteri utilizzati per determinarlo, rapportandolo (soprattutto laddove dovesse essere più alto di quello dei competitor) al livello qualitativo dei prodotti/servizi offerti o dei servizi associati (es: garanzie, rete assistenza, ecc.).

A titolo esemplificativo ma non esaustivo, un criterio da utilizzare potrebbe essere quello di partire dai costi di produzione del bene/servizio indicati nella tabella della sezione F.1 (inclusi gli ammortamenti), rapportandoli alle quantità che si prevede di vendere nella stessa annualità; al costo unitario così determinato si somma un margine "fisso", se la strategia aziendale è di mantenerlo invariato per lunghi periodi di tempo, ovvero un margine che può modificarsi in relazione alle eventuali azioni della concorrenza, alla elasticità della domanda, etc.

Compilare la tabella nel file di Microsoft Excel presente nel **Foglio C.5**

Nella tabella occorre articolare l'offerta di prodotti/servizi, indicando a quali gruppi di clienti è diretto il prodotto/servizio ed il prezzo unitario di vendita al terzo anno di attività.

C.6) GLI OBIETTIVI DI VENDITA

Compilare la tabella nel file di Microsoft Excel presente nel **Foglio C.6**

Indicare i criteri utilizzati per la determinazione delle quantità che si prevede di vendere nell'esercizio di regime (il terzo anno di attività), anche in relazione ai seguenti aspetti:

1. Segmenti di clientela e loro quantificazione (vedi sezione C.3);
2. Abitudini di acquisto (numerosità degli acquisti in un determinato lasso di tempo);
3. Contesto competitivo e quote di mercato/volume d'affari dei principali competitor;
4. Produzione annua attesa a regime (cioè la capacità produttiva effettiva, inferiore alla capacità produttiva massima).

C.7) IL VANTAGGIO COMPETITIVO

Spiegare come l'iniziativa imprenditoriale riuscirà ad assumere, rispetto ai competitor diretti e/o indiretti, una posizione di leadership, o, comunque, competitiva, nel mercato di riferimento; questa posizione di vantaggio competitivo dovrà essere ricondotta agli elementi di innovazione/differenziali che l'iniziativa intende introdurre; è inoltre opportuno indicare quali azioni sono previste a incremento/difesa del proprio vantaggio competitivo (almeno fino all'anno di regime).

D) MODELLO DI CRESCITA

In che modo si intende far conoscere l'iniziativa imprenditoriale nel mercato di riferimento al fine di acquisire un numero sempre maggiore di clienti?

Descrivere le strategie promozionali e di comunicazione che saranno adottate per conquistare/incrementare la clientela target, indicando il budget necessario per perseguire tali strategie e se e a quali condizioni ciascuna delle modalità individuate è sostenibile nel tempo.

E) ASPETTI TECNICI

E.1) LE TAPPE FONDAMENTALI DEL PROGETTO

Quali sono i passaggi necessari per arrivare sul mercato?

Descrivere le tappe principali dello start up d'impresa, soffermandosi sulla quantificazione dei tempi e dei fabbisogni di spesa relativi ai tre momenti chiave di realizzazione del progetto imprenditoriale: la messa a punto del prodotto/servizio nella sua versione prototipale, l'effettuazione dei primi test di mercato, il lancio del prodotto/servizio.

E.2) I FABBISOGNI E LE CRITICITÀ DI OGNI TAPPA

Per ciascuna tappa descritta in precedenza, è necessario evidenziare i relativi investimenti (macchinari, attrezzature, beni immateriali, ecc.), le risorse umane e le risorse economiche necessarie, nonché identificare le principali criticità da affrontare.

E.3) GLI ADEMPIMENTI AMMINISTRATIVI E/O GESTIONALI

Quali sono gli aspetti "burocratici" cui adempiere?

Descrivere quali sono gli adempimenti amministrativi e/o gestionali (ad es. autorizzazioni, certificazioni, apertura P.IVA, iscrizione ad albi professionali o attestazione rilasciata ai sensi della legge 14 gennaio 2013, n. 4 attestante l'adesione ad una delle associazioni iscritte nell'elenco tenuto dal Ministero dello sviluppo economico ai sensi della medesima legge, conto corrente bancario, accordi con clienti/fornitori etc.) necessari per l'avvio dell'attività imprenditoriale e la relativa tempistica.

E.4) IL PROGRAMMA DI SPESA

Dettagliare il programma di spesa inserendo, per ogni voce di costo, i relativi importi preventivati.

Compilare la tabella nel file di Microsoft Excel presente nel **Foglio E.4**

E.5) COMPOSIZIONE INTERNA DELLE SPESE

Compilare la tabella nel file di Microsoft Excel presente nel **Foglio E.5**

E.6) LA TEMPISTICA DI AVVIO

Quando si pensa di avviare l'iniziativa imprenditoriale?

Specificare la data presunta di avvio del programma degli investimenti (data della prima spesa ammissibile), la durata in mesi della realizzazione degli investimenti, con esplicita indicazione della data di ultimazione degli stessi e dell'anno di esercizio a regime.

ASPETTI ECONOMICI

F.1) CONTO ECONOMICO PREVISIONALE

Compilare la tabella nel file di Microsoft Excel presente nel **Foglio F.1**

F.2) IL PROSPETTO FINANZIARIO

Indicare i costi di esercizio che si prevede di sostenere a partire dall'avvio del programma di investimenti e le relative modalità di copertura finanziaria.

Compilare la tabella nel file di Microsoft Excel presente nel **Foglio F.2**

F.3) FLUSSI DI CASSA A SUPPORTO DELLA SOSTENIBILITÀ FINANZIARIA DELL'INVESTIMENTO

Compilare la tabella nel file di Microsoft Excel presente nel **Foglio F.3**

Fornire informazioni sull'attuale e/o futura disponibilità delle risorse finanziarie che i soci, o l'imprenditore individuale o il libero professionista, dovranno ulteriormente apportare in società a titolo di capitale proprio, per sostenere la gestione degli esercizi antecedenti l'anno di regime.

- Con la presente la/il sottoscritta/o ATTESTA la VERIDICITÀ e l'ESATTEZZA dei dati inseriti nell'istanza online come comprovati dagli allegati, ove previsti, e libera il Comune di Quartu Sant'Elena da ogni responsabilità circa la veridicità e la completezza dei dati inseriti. DICHIARA altresì, di essere informata/o, ai sensi e per gli effetti di cui al REG. UE N. 679/2016, che i dati raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa.

Quartu Sant'Elena li

Firma del richiedente autografa o digitale

Documento non utilizzabile al fine dell'invio istanza

Informativa sul trattamento dei dati personali REG. UE N. 679/2016

Il Comune Quartu Sant'Elena, in qualità di titolare del trattamento, tratterà i dati personali conferiti con modalità prevalentemente informatiche e telematiche, per l'esecuzione dei propri compiti di interesse pubblico o comunque connessi all'esercizio dei propri pubblici poteri, ivi incluse le finalità di archiviazione, di ricerca storica e di analisi per scopi statistici. I dati saranno trattati per tutto il tempo necessario alla conclusione del procedimento-processo o allo svolgimento del servizio-attività richiesta e, successivamente alla conclusione del procedimento-processo o cessazione del servizio-attività, i dati saranno conservati in conformità alle norme sulla conservazione della documentazione amministrativa. I dati saranno trattati esclusivamente dal personale e dai collaboratori del titolare e potranno essere comunicati ai soggetti espressamente designati come responsabili del trattamento. Al di fuori di queste ipotesi i dati non saranno comunicati a terzi né diffusi, se non nei casi specificamente previsti dal diritto nazionale o dell'Unione Europea. Gli interessati hanno il diritto di chiedere al titolare del trattamento l'accesso ai dati personali e la rettifica o la cancellazione degli stessi o la limitazione del trattamento che li riguarda o di opporsi al trattamento (artt. 15 e seguenti del RGPD). Gli interessati, ricorrendone i presupposti, hanno altresì, il diritto di proporre reclamo all'Autorità di Controllo (Garante Privacy). Per i dettagli e per conoscere il responsabile della protezione dei dati personali (RPD/DPO), consultare la pagina [Privacy & Cookies](#).