

L'IDEA DIVENTA IMPRESA



Vademecum per futuri imprenditori



illustrazione di freepik.com

Introduzione

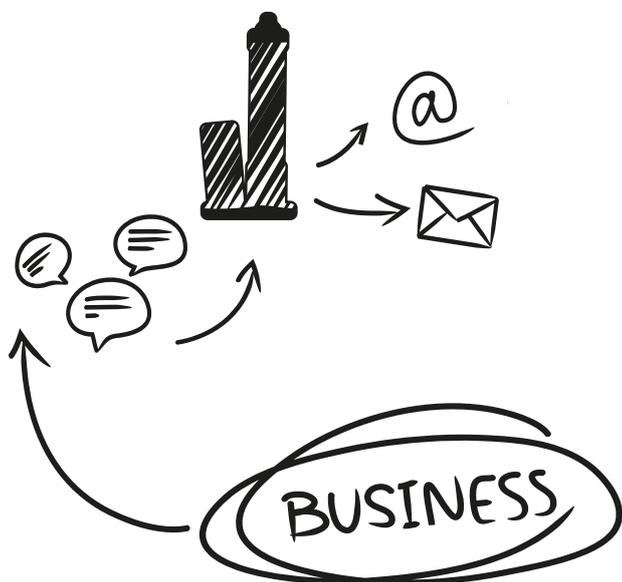
Dal 1989 Progetti d'impresa è un punto di riferimento per chi voglia iniziare un'avventura imprenditoriale nell'area metropolitana di Bologna.

Grazie alla consulenza di personale esperto e alla rete di collaborazioni costruita nel tempo con soggetti pubblici e privati, Progetti d'impresa offre supporto e sostegno alla creazione d'impresa, accompagnando il futuro imprenditore in un percorso graduale che va dal reperimento delle prime informazioni allo sviluppo del progetto imprenditoriale.

In questo quadro si inserisce il presente Vademecum, uno strumento informativo prezioso, nel quale trovare un valido appoggio per costruire il proprio progetto d'impresa.

Settembre 2020

Lo staff di Progetti d'impresa



Progetti d'impresa

Chi siamo

Progetti d'impresa è il centro di orientamento e sostegno per la creazione d'impresa della Città metropolitana di Bologna. Il suo obiettivo è incentivare e promuovere la creazione e lo sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali, singole o associate, economicamente valide.

Progetti d'impresa si rivolge, sul territorio bolognese:

- agli aspiranti e neo imprenditori che necessitano di un supporto nelle fasi di ideazione e progettazione dell'iniziativa;
- alle piccole e medie imprese già costituite che ravvisano la necessità di riprogettare la propria attività, o piuttosto desiderano avere informazioni su eventuali strumenti di finanza agevolata disponibili per lo sviluppo della stessa.

Cosa facciamo

Progetti d'impresa offre una consulenza specifica, personalizzata e gratuita su tutto ciò che occorre sapere per avviare e sviluppare un'attività imprenditoriale: dagli aspetti burocratici, alle indicazioni organizzative, gestionali e di fattibilità pratica, fino alla possibilità di stendere un business plan. Uno sguardo particolare è rivolto alla possibilità di intercettare aiuti economici sotto forma di contributi, incentivi, sostegno al credito e quant'altro presente nel panorama delle agevolazioni alle imprese.

Le azioni ed il tipo di sostegno offerti da Progetti d'impresa sono finalizzati a fornire all'interessato informazioni e modalità di riflessione, tramite l'accompagnamento ed il supporto nello sviluppo, nella verifica e nel rafforzamento del progetto imprenditoriale. Le fasi di sviluppo, verifica dell'idea, impostazione e realizzazione del business plan, sono, infatti, azioni fondamentali per l'avvio d'impresе con potenzialità di successo.

Più nel dettaglio, i servizi offerti da Progetti d'impresa sono:

- accompagnamento allo sviluppo dell'idea imprenditoriale e alla verifica di fattibilità, attraverso consulenze personalizzate per la messa a punto dell'idea e la stesura del business plan;
- informazione su adempimenti burocratici, amministrativi e giuridici;
- informazioni sugli strumenti di finanza agevolata, e in particolare su opportunità, finanziamenti e contributi emanati a favore delle nuove imprese, nonché supporto nella ricerca e nell'individuazione del tipo di aiuto coerente con il progetto imprenditoriale;
- informazioni sugli strumenti di finanza alternativa per le piccole e medie imprese (es: crowdfunding);
- approfondimenti su tematiche economiche e giuridiche connesse ai diversi settori di attività;
- informazioni sulle attività esistenti di formazione sulla cultura imprenditoriale;
- percorsi di formazione e approfondimento sugli aspetti teorici e pratici connessi alla gestione d'impresa;
- assistenza nell'individuazione di enti e servizi territoriali competenti in materia di startup e imprese.

Oltre all'attività di consulenza diretta, il servizio realizza frequenti azioni di animazione territoriale attraverso l'organizzazione di convegni, seminari, incontri ed interventi mirati alla diffusione della cultura imprenditoriale.

La nostra storia

Progetti d'impresa viene istituito nel 1989, su iniziativa dell'allora Assessorato alle Attività Produttive della Provincia di Bologna. L'esigenza di fornire un servizio specifico e mirato viene individuata a seguito della lettura di una serie di analisi e indagini condotte sul ciclo di vita delle nuove imprese e sul relativo tasso di mortalità. Sulla base di queste informazioni,

l'Ente ha deciso di intervenire a sostegno delle nuove imprese, mettendo a punto un servizio innovativo di consulenza, affiancamento e supporto.

Nasce così Progetti d'impresa, con un primo sportello a Bologna a cui si affiancano, a partire dal 1991, quattro sportelli territoriali, con l'obiettivo di servire da vicino anche gli utenti provenienti da aree periferiche caratterizzate da una significativa propensione all'imprenditorialità. Negli anni, la Rete degli sportelli territoriali è stata ampliata e consolidata; attualmente il servizio può contare su otto sportelli territoriali dislocati su tutto il territorio metropolitano. Sul territorio, il servizio è stato volutamente insediato presso gli Sportelli Unici delle Attività Produttive (SUAP) di Comuni e Unioni di Comuni per offrire all'aspirante imprenditore, attraverso un unico appuntamento, tutte le informazioni utili all'avvio d'impresa.

Dove siamo e contatti

La Rete degli sportelli di Progetti d'impresa è composta dalla sede centrale e da otto sportelli territoriali. Gli sportelli ricevono esclusivamente su appuntamento, da prenotare via mail o telefono.

Sede Centrale

c/o Città metropolitana di Bologna - Area Sviluppo economico
via Benedetto XIV, 3 | Bologna
Tel 051 6598505
progimpresa@cittametropolitana.bo.it

Sportello Area Persicetana

c/o Futura
via Bologna, 96/e | San Giovanni in Persiceto
Tel 051 6811411
progimpresa@cittametropolitana.bo.it

Sportello Casalecchio di Reno

c/o Sportello Unico Attività Produttive
via dei Mille, 9 | Casalecchio di Reno
Tel 051 598229
attivita.produttive@comune.casalecchio.bo.it

Sportello Valsamoggia

c/o Sportello Unico Attività Produttive
piazza Berozzi, 3 | Crespellano-Valsamoggia
Tel 051 592289
valorizzazione@comunevalsamoggia.bo.it

Sportello Zola Predosa

c/o Co-Start Villa Garagnani
via Masini, 11 | Zola Predosa
Tel 051 752838 | 339 7759230
co-start@villagaragnani.it

Sportello Unione Appennino Bolognese

c/o Sportello Unico Attività Produttive
via Berlinguer, 301 | Vergato
Tel 051 911056
progettidiimpresa@unioneappennino.bo.it

Sportello Unione Reno Galliera

c/o Sportello Unico Attività Produttive
via Fariselli, 4 | San Giorgio di Piano
Tel 051 8904720
suap@renogalliera.it

Sportello Unione Savena-Idice

c/o Sportello Unico Attività Produttive
via Risorgimento, 1 | Pianoro
Tel 051 6527736
suap@unionevallisavenaidice.bo.it

Sportello Unione Terre di Pianura

c/o Sportello Unico Attività Produttive
via San Donato, 199 | Granarolo dell'Emilia
Tel 051 6004345
suap@terredipianura.it

Per ulteriori informazioni:

www.cittametropolitana.bo.it/progimpresa
www.facebook.com/progimpresa

Perché questo Vademecum

Nella lunga storia di Progetti d'impresa della Città metropolitana, prima Provincia, di Bologna, più di 10.000 aspiranti imprenditori del territorio si sono rivolti al servizio per avere informazioni, orientamento e una consulenza mirata per il lancio della propria iniziativa. Le domande degli aspiranti imprenditori sono spesso ricorrenti: *Come si avvia un'attività imprenditoriale? Quali aspetti bisogna considerare? Potrebbe essere conveniente intraprendere questa strada? Esistono delle agevolazioni per l'avvio e lo sviluppo della mia attività?*

L'obiettivo di Progetti d'impresa è offrire una risposta a queste domande, per consentire ai futuri imprenditori di comprendere concretamente come muoversi, fornendo loro gli strumenti per avviare un'attività che possa produrre valore, svilupparsi e consolidarsi nel tempo.

L'utenza di Progetti d'impresa è varia, e ha caratteristiche e background differenti: può trattarsi di studenti con un'idea innovativa da portare sul mercato, dipendenti che desiderano svolgere l'attività di una vita in proprio, o piuttosto disoccupati di breve o lungo periodo che cercano nell'autoimpiego una soluzione alla difficoltà nel trovare un'occupazione. Queste persone, pur nella diversità, sono accomunate dallo stesso desiderio: **diventare imprenditori.**

Quello che affascina del fare impresa è spesso l'essere autonomi e prendere personalmente le decisioni, avere la possibilità di sviluppare competenze e creatività, gestire il proprio tempo e avere aspettative di reddito più elevato. Oltre a questi aspetti positivi non devono essere trascurati, o sottovalutati, altri elementi che caratterizzano l'attività imprenditoriale: la responsabilità nei confronti di terzi – collaboratori, dipendenti, clienti, fornitori, finanziatori – la necessità di un'adeguata preparazione professionale, il limitato tempo libero a disposizione, nonché i rischi economici e finanziari propri di qualsiasi iniziativa autonoma. La somma di questi fattori può comportare un aumento di stress e di preoccupazioni che solo una forte motivazione all'imprenditorialità, una

buona analisi critica del mercato e l'appoggio morale da parte di amici e familiari possono aiutare a superare.

Essere imprenditori richiede inoltre alcune doti particolari: le competenze tecniche da sole non sono infatti sufficienti per guidare al successo un'impresa. Generalmente le maggiori difficoltà che il futuro imprenditore percepisce riguardano gli adempimenti burocratici, la scelta della forma giuridica e la ricerca di finanziamenti; in realtà, è fondamentale verificare preventivamente la fattibilità del progetto e dotarsi di strumenti che trasformino l'idea in un'attività d'impresa **progettata, pianificata e ponderata.**

Il Vademecum nasce quindi per diffondere la cultura imprenditoriale, ponendo l'accento sull'importanza del *business planning* quale elemento cruciale per costruire delle "fondamenta" solide che possano aumentare le probabilità di sopravvivenza della neoimpresa. Lo strumento vuole più diffusamente offrire una visuale d'insieme sui molteplici aspetti che caratterizzano il lancio di un'iniziativa, guidando il futuro imprenditore nel percorso che va dall'idea alla sua realizzazione.

INDICE

1.0) COSA SIGNIFICA FARE IMPRESA

1.1) Mettersi in proprio: lavoro autonomo e impresa	pag 3
1.2) Le tipologie di impresa	pag 5
1.3) I segni distintivi dell'impresa e la loro tutela	pag 7
1.4) Le caratteristiche distintive dell'imprenditore	pag 9

2.0) IL BUSINESS MODEL CANVAS E IL BUSINESS PLAN

2.1) L'idea imprenditoriale	pag 17
2.2) La strategia d'impresa: il Business Model Canvas	pag 17
2.3) La verifica di fattibilità: il Business Plan	pag 20

3.0) LA SCELTA DELLA FORMA GIURIDICA

3.1) L'impresa individuale e l'impresa familiare	pag 40
3.2) Le società di persone	pag 42
3.3) Le società di capitali	pag 45
3.4) Le società cooperative	pag 49
3.5) Startup e PMI innovative	pag 52
3.6) Oltre l'impresa: il Terzo settore, le Associazioni, le ONLUS	pag 56
3.7) Il ruolo del notaio	pag 60

4.0) LA GESTIONE DEGLI ADEMPIMENTI

4.1) Avviare l'impresa: gli adempimenti necessari	pag 63
4.2) La Comunicazione Unica	pag 63
4.3) SUAP, SCIA e altri strumenti di semplificazione amministrativa	pag 68
4.4) La firma digitale, la PEC e le credenziali SPID	pag 70
4.5) La gestione dei dipendenti: il ruolo del consulente del lavoro	pag 71
4.6) La registrazione di marchi e brevetti	pag 71

5.0) FARE IMPRESA: GLI ASPETTI FISCALI

5.1) Imposte dirette e indirette	pag 77
5.2) La scelta del regime contabile	pag 83
5.3) Le dichiarazioni fiscali	pag 85
5.4) L'evoluzione degli studi di settore: gli ISA	pag 89
5.5) Il ruolo del commercialista	pag 89

6.0) LA RACCOLTA DI CAPITALI PER L'IMPRESA

6.1) Il ruolo del capitale personale e dell'autofinanziamento	pag 93
6.2) La finanza ordinaria	pag 94
6.3) La finanza agevolata	pag 95
6.4) Cenni di finanza alternativa	pag 107

7.0) PROMUOVERE IL PROPRIO BUSINESS

7.1) Il piano di marketing	pag 113
7.2) Imprese e internet: le opportunità del web	pag 118

FARE IMPRESA SULL'AREA METROPOLITANA DI BOLOGNA

I servizi per l'avvio d'impresa	pag 123
Gli spazi collaborativi	pag 131

COSA SIGNIFICA FARE IMPRESA



1.0 Cosa significa fare impresa

1.1 Mettersi in proprio: lavoro autonomo e impresa

Concetti come mettersi in proprio, essere lavoratori autonomi o essere imprenditori risultano spesso di difficile comprensione; si tratta in effetti di nozioni ampie, talvolta sovrapponibili, che possono disorientare e generare fraintendimenti. Chi vorrà mettersi in proprio dovrà quindi, oltre ad avere una buona idea imprenditoriale cui dare forma e particolari competenze formative e professionali, familiarizzare con questi concetti e orientarsi tra le possibili forme che il mettersi in proprio può assumere.

Mettersi in proprio

Mettersi in proprio significa lavorare senza alcun vincolo di subordinazione; chiunque non lavori alle dipendenze di un'impresa, di un ente o di un'organizzazione opererà quindi "in proprio". Sia l'attività di lavoro autonomo che di impresa, di cui si parlerà estensivamente nelle prossime pagine, rientrano nell'accezione

comune del termine "mettersi in proprio", contrapposto al concetto di attività di lavoro dipendente.

Essere lavoratori autonomi

Quello che comunemente chiamiamo lavoratore autonomo è indicato dal nostro ordinamento giuridico quale "prestatore d'opera", ossia chi "[...] *si obbliga a compiere verso un corrispettivo un'opera o un servizio, con lavoro prevalentemente proprio e senza vincolo di subordinazione nei confronti del committente* [...]"¹.

È utile accennare ad alcune categorie di lavoratore autonomo; alcune attività in proprio possono infatti essere svolte utilizzando questa veste piuttosto che quella d'impresa. Le attività del prestatore d'opera possono essere classificate in **esercizio di arti o professioni** e **lavoro autonomo occasionale**.

3

Esercizio di arti o professioni

Rientrano nella categoria dei lavoratori autonomi che esercitano arti o professioni²:

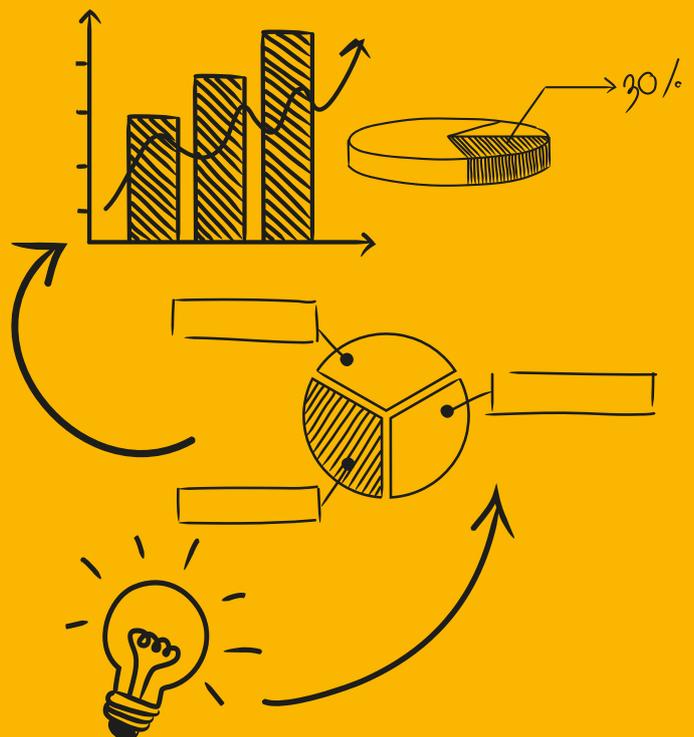
- gli **artisti** (pittori, musicisti, ecc) e i professionisti dello **sport** e dello **spettacolo** (calciatori, attori, ecc);
- i professionisti **intellettuali** (avvocati, medici, commercialisti, ecc). Questi sono considerati prestatori d'opera intellettuale³, tra i quali si distinguono:
 - il professionista **non iscritto** ad albo. Si tratta di un lavoratore autonomo che svolge una professione non compresa in albi, elenchi o ordini specifici e che possiede una partita IVA. La non classificazione come impresa di queste figure è dovuta i) alla prevalenza del lavoro a carattere **intellettuale** rispetto al capitale e ii) alla mancanza di un'organizzazione in forma d'impresa delle risorse economiche e umane;

¹ Art. 2222 del Codice civile.

² L'art. 5 del D.P.R. 633/1972 dispone che "Si considerano effettuate nell'esercizio di arti e professioni le prestazioni di servizi rese da persone fisiche che svolgono per professione abituale, ancorché non esclusiva, qualsiasi attività di lavoro autonomo, sempre che la prestazione rientri nell'attività esercitata, nonché quelle rese dalle società e associazioni [...]".

³ Artt. 2229 e seguenti del Codice civile.

IL BUSINESS MODEL CANVAS E IL BUSINESS PLAN



2.0 Il Business Model Canvas e il Business Plan

2.1 L'idea imprenditoriale

Dopo aver analizzato cos'è l'impresa e quali sono le caratteristiche distintive del futuro imprenditore, prima di iniziare a sviluppare un'idea imprenditoriale è utile soffermarsi a riflettere sugli elementi che la caratterizzano e sui presupposti in presenza dei quali un'idea può realmente definirsi imprenditoriale.

Un'idea è imprenditoriale quando è **economicamente valida e sostenibile**, vale a dire quando può essere trasformata in un'opportunità di business e renderla concreta in termini di:

- realizzazione di prodotti/servizi da offrire in risposta ai bisogni da soddisfare di clienti individuati in un determinato territorio di riferimento;
- ottenimento di ricavi superiori ai costi.

Di seguito le caratteristiche di un'idea di successo:

- **innovatività** – deve differenziarsi da ciò che è già presente sul mercato. È innovativo anche l'inserimento di un prodotto/servizio già consolidato in un tipo di mercato diverso in cui era assente, o piuttosto affiancato da altri prodotti/servizi non offerti dai concorrenti;
- **attrattività** – deve rivolgersi a un proprio potenziale di clientela disposta ad acquistare i prodotti/servizi proposti;
- **competitività** – deve essere supportata da valide scelte strategiche che ne indichino le modalità di attuazione;
- **realizzabilità** – deve poter essere portata avanti adeguatamente con le risorse a disposizione;
- **redditività** – deve essere in grado di offrire una congrua remunerazione all'imprenditore e consentire la continuità dell'impresa nel tempo. Di particolare importanza è la

modalità con la quale si espone l'idea: l'individuazione dei bisogni cui risponde, la scelta della composizione del team e della forma giuridica, la delimitazione delle aree di business in cui è declinata sono elementi che il potenziale imprenditore deve certamente avere chiari ed essere in grado di spiegare. I due strumenti che saranno trattati nelle prossime pagine, il Business Model Canvas e il Business Plan, servono proprio a definire l'idea imprenditoriale nel suo complesso e a strutturare il proprio progetto d'impresa.

2.2 La strategia d'impresa: il Business Model Canvas

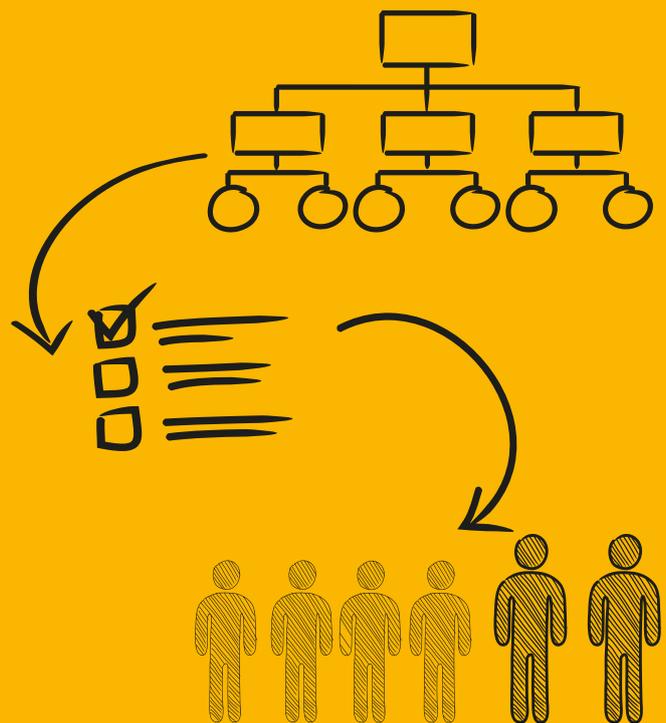
Il Business Model Canvas (anche abbreviato in BMC) è uno strumento strategico che si presenta sotto forma di schema grafico (in italiano, il termine inglese *canvas* sta per "tela"). Serve a **sviluppare nuovi modelli** di business (business model)²¹ o a perfezionare modelli già esistenti. Ideato da Alexander Osterwalder, teorico aziendale e imprenditore svizzero autore del testo *Business Model Generation*, questo strumento permette di rappresentare in blocchi i nove elementi essenziali del business; sfruttando la logica del pensiero visivo, il *canvas* semplifica e rende intuitiva la comprensione degli elementi complessi alla base dell'idea imprenditoriale.

Più nel dettaglio, il Business Model Canvas:

- serve a **rappresentare visivamente** il modello di business di un progetto d'impresa o di un'impresa, cioè il modo in cui si crea, si distribuisce e si "cattura" valore dai clienti;
- consente di **condividere e semplificare**

²¹ Il modello di business descrive logiche in base alle quali un'organizzazione crea, distribuisce e raccoglie valore.

LA SCELTA DELLA FORMA GIURIDICA



3.0 La scelta della forma giuridica

Uno dei passaggi fondamentali per l'avvio d'impresa consiste nell'individuare la forma giuridica adeguata, la cui scelta dipende da diversi fattori:

- presunta **dimensione** dell'impresa nei suoi primi anni di vita; è comunque possibile modificare la forma giuridica in qualsiasi momento;
- considerazione dell'effettivo **rischio imprenditoriale**;
- considerazione del **numero di soggetti coinvolti** nel progetto imprenditoriale;
- considerazione dei **costi di costituzione** e dei **costi annuali di gestione**. Questi aumentano al crescere della complessità della forma giuridica. La forma giuridica è inoltre collegata al sistema di tassazione che verrà applicato all'impresa.

Di seguito vengono espresse alcune considerazioni sulle valutazioni di opportunità nella scelta della forma giuridica.

- **Responsabilità personale dei soci:** se si prevede l'assunzione della responsabilità illimitata e solidale⁴¹ occorre valutare il grado di fiducia nelle persone con le quali si ha intenzione di avviare l'impresa. Se si pensa di seguire direttamente l'attività si può scegliere la società di persone o l'impresa individuale, pur sapendo che queste forme giuridiche presentano generalmente una composizione di persone coinvolte piuttosto limitata.
- **Patrimonio personale dei soci:** se si dispone di un consistente patrimonio, non è conveniente né sicuro costituire una società di persone con soci con scarsa capienza, ovvero con pochi beni personali, dato che in caso di insolvenza si rischierebbe di rispondere anche per gli altri soci.
- **Tipo di attività svolta e redditi personali:** se si dispone di elevati redditi personali è conveniente costituire una società di capitali; se si opta invece per una società di persone, si riceve dalla società una parte del reddito prodotto proporzionale alla quota di partecipazione,

indipendentemente dall'effettiva distribuzione dell'utile.

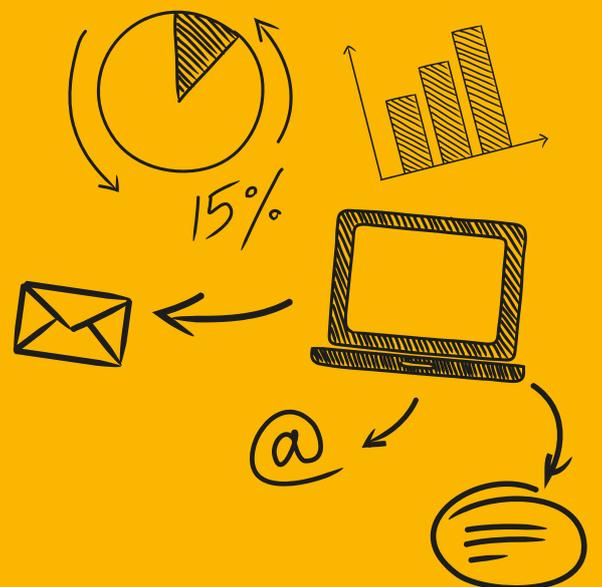
- **Capitale per la costituzione e capitale investito:** a volte il minimo di capitale richiesto per la costituzione delle società rappresenta un elemento di ostacolo all'avvio della nuova attività, così come il capitale investito; in caso di responsabilità illimitata e solidale, il rischio d'impresa aumenta in proporzione ai mezzi necessari per il funzionamento dell'impresa.
- **Quota di partecipazione:** è consigliabile un consistente investimento in una società di persone solo se si può svolgere un controllo diretto sulla società e sulle decisioni da assumere per il suo funzionamento. L'acquisizione di una modesta quota di partecipazione alla società (e agli utili realizzati), risulterebbe sproporzionata rispetto responsabilità illimitata e solidale da assumere.
- **Trasferibilità della quota:** la possibilità di trasferire la propria quota di partecipazione per via successoria, unitamente alle varie formalità e oneri, sono elementi da tenere in considerazione. A livello generale, il trasferimento di azioni e di quote di Srl è più semplice del trasferimento delle quote di società di persone (in queste società infatti, a causa della responsabilità illimitata e solidale, l'identità personale dei soci ha un ruolo estremamente rilevante, tanto da richiedere la modifica dell'atto costitutivo con le stesse modalità previste per la costituzione).
- **Sistema di tassazione:** il sistema di tassazione varia in base alla tipologia societaria⁴².

Per ognuna delle forme societarie di seguito si specificano le caratteristiche fondamentali, le responsabilità in capo ai soggetti coinvolti, il relativo trattamento fiscale e gli ulteriori adempimenti (costitutivi e/o previdenziali) da assolvere.

⁴¹ Con la responsabilità illimitata, il socio risponde per le obbligazioni sociali con tutti i propri beni presenti e futuri, fino al soddisfacimento dei creditori; con la responsabilità solidale, i creditori della società possono rivalersi sul patrimonio di uno qualsiasi dei soci, che rispondono per le obbligazioni assunte l'uno per l'altro.

⁴² Sulla fiscalità delle varie forme giuridiche si rimanda più estensivamente al cap. 5.

LA GESTIONE DEGLI ADEMPIMENTI



4.0 La gestione degli adempimenti

4.1 Avviare l'impresa: gli adempimenti necessari

A prescindere dall'attività da intraprendere, esiste una serie di adempimenti da soddisfare per dare avvio alla propria iniziativa. Prima di procedere con l'avvio, è quindi indispensabile che l'aspirante imprenditore conosca questi elementi e sappia come farvi fronte. Le informazioni di cui bisogna disporre prima di avviare un'attività imprenditoriale sono diverse e di varia natura:

- vincoli e adempimenti amministrativi;
- enti ai quali presentare le varie richieste (a seconda dei casi, Camera di Commercio, Comune, Provincia/Città metropolitana, Regione, ecc);
- moduli e documenti da compilare.

Avere informazioni su ciascuno di questi aspetti permette di valutare in via preventiva i tempi e i costi necessari per l'avvio dell'impresa.

L'aspetto autorizzatorio-burocratico rientra tra i fattori di maggiore preoccupazione per chi intende avviare un'iniziativa imprenditoriale: il timore, infatti, è che il progetto subisca dei rallentamenti o piuttosto che il suo avvio sia soggetto ad adempimenti complessi e onerosi. Questi elementi rischiano di disincentivare il potenziale futuro imprenditore; per questo motivo, il Legislatore ha messo in campo una serie di strumenti di semplificazione amministrativa, che hanno permesso uno snellimento delle procedure necessarie per avviare un'attività d'impresa. Tra questi rientrano la **Comunicazione Unica**, il **SUAP** e la **SCIA**.

4.2 La Comunicazione Unica

La Comunicazione Unica (ComUnica) è una pratica informatica che consente di adempiere agli obblighi di legge relativi all'avvio, alla modifica e alla cessazione d'impresa tramite l'invio di un'unica comunicazione rivolta a un solo destinatario, il Registro Imprese della Camere di Commercio.

Tramite la ComUnica è possibile raggiungere contestualmente:

- l'**Agenzia delle Entrate**, per l'apertura, la chiusura e la modifica della partita IVA;
- il **Registro Imprese**, per tutti gli adempimenti, iscrizioni, modifiche e cancellazioni riguardanti i soggetti con obbligo di iscrizione al Registro;
- l'**INPS** Artigiani, per l'iscrizione degli artigiani, dei datori di lavoro e per la denuncia aziendale; l'**INPS** Commercianti per iscrizioni, modifiche e cancellazioni di titolari, soci e collaboratori familiari di imprese esercenti attività commerciali; l'**INPS** Dipendenti per iscrizioni, modifiche e cancellazioni all'**INPS** di imprese con dipendenti; l'**INPS** Imprese Agricole e Coltivatori Diretti per l'iscrizione di imprese agricole con manodopera e dei coltivatori diretti;
- l'**INAIL** per l'iscrizione, modifica e cancellazione al sistema assicurativo;
- l'**Albo delle Imprese Artigiane** per iscrizioni, modifiche e cancellazioni;
- l'**Albo Cooperative** per domande di iscrizione delle società cooperative;
- il **SUAP** (Sportello Unico per le Attività Produttive)⁶⁷ per tutti gli adempimenti relativi all'attività aziendale e alla sua localizzazione.

⁶⁷ Del SUAP si parlerà estensivamente nel par. 4.3.

FARE IMPRESA: GLI ASPETTI FISCALI



5.0 Fare impresa: gli aspetti fiscali

5.1 Imposte dirette e indirette

L'imprenditore è sottoposto a una serie di imposte, che nel sistema tributario italiano si differenziano in dirette e indirette:

- le imposte **dirette** sono quelle che colpiscono direttamente il reddito o il patrimonio del soggetto in rapporto alla propria capacità contributiva. Appartengono alla categoria delle imposte dirette l'IRPEF, l'IRES e l'IRAP;
- le imposte si definiscono invece **indirette** quando colpiscono gli atti di produzione, di scambio e di consumo dei beni e dei servizi attraverso i quali il soggetto manifesta indirettamente la propria capacità contributiva, utilizzando e/o trasferendo il reddito e il patrimonio; di fatto colpiscono la ricchezza nel momento in cui viene spesa (trasferimenti, acquisti). La principale delle imposte indirette è l'IVA.

Di seguito viene proposto un approfondimento sui principali obblighi tributari d'impresa. Le nozioni fornite nel capitolo non hanno pretesa di esaustività, bensì l'ambizione di fornire un primo orientamento sui principali tributi cui è assoggettato l'imprenditore e porre le basi per facilitare un dialogo con il proprio commercialista.

5.1.1 IRPEF

L'IRPEF è l'**imposta sul reddito delle persone fisiche**. Si tratta della principale imposta del sistema tributario italiano ed è quella che fornisce il maggior gettito⁹⁸ (oltre il 40%). È disciplinata nel D.P.R. 917/1986 (Testo unico delle imposte sui redditi, di seguito TUIR), colpisce il reddito complessivo delle persone fisiche, ed è giustificata dalla necessità di:

- personalizzare il prelievo, riconoscendo rilevanza ai fatti e situazioni personali e familiari del soggetto passivo;
- attuare la progressività, come previsto dall'art. 53 della Costituzione, che sostiene che l'imposta che i cittadini, anche apolidi e stranieri, sono tenuti a versare è proporzionale all'aumentare della loro possibilità economica. In altre parole, l'imposta cresce al crescere del reddito.

I redditi tassabili sono elencati nel TUIR (art. 6), e sono:

- redditi fondiari;
- redditi di capitale;
- redditi di lavoro dipendente;
- redditi di lavoro autonomo;
- redditi d'impresa;
- redditi diversi.

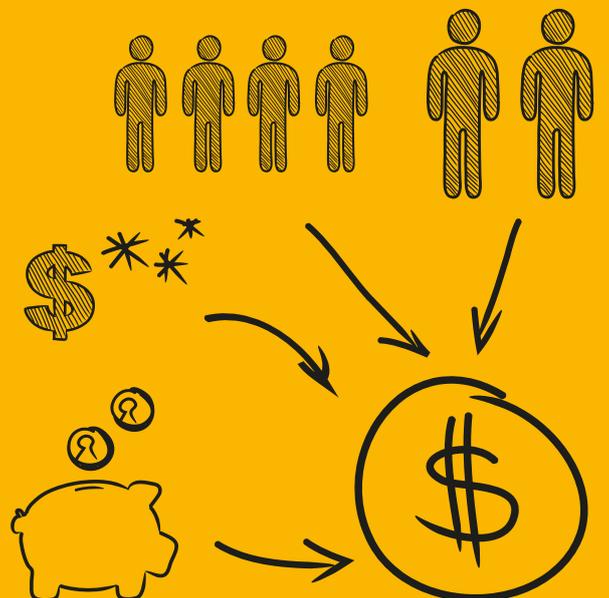
I proventi non espressamente indicati non sono tassabili. Alcune categorie sono tassate al netto di spese e oneri, altre al lordo.

Sono **soggetti passivi** IRPEF (art. 2, TUIR) "*Le persone fisiche, residenti e non residenti nel territorio dello Stato*". Il reddito dei residenti è tassato ovunque prodotto, mentre il reddito dei non residenti è tassato se prodotto in Italia. Sempre secondo l'art. 2 del TUIR, "*Si considerano residenti le persone che per la maggior parte del periodo d'imposta sono iscritte nell'anagrafe della popolazione residente o hanno nel territorio dello Stato il domicilio o la residenza ai sensi del codice civile*". Sono persone fisiche residenti ai fini fiscali coloro che, per la maggior parte del periodo d'imposta, soddisfano almeno uno dei seguenti tre criteri alternativi:

- sono iscritti all'anagrafe della popolazione residente;
- hanno il domicilio nel territorio dello Stato, inteso come centro degli affari o interessi, oppure

⁹⁸ Il gettito fiscale è il complesso delle risorse di cui dispone lo Stato, e più in generale la Pubblica Amministrazione (tra cui Regioni e Comuni). Le risorse vengono acquisite tramite tasse, imposte e contributi, che sono impiegate per finanziare interventi pubblici, quali ad esempio l'erogazione di beni e servizi.

LA RACCOLTA DI CAPITALI PER L'IMPRESA



6.0 La raccolta di capitali per l'impresa

6.1 Il ruolo del capitale personale e dell'autofinanziamento

Ogni impresa si trova, prima o poi, ad affrontare situazioni che richiedono coperture finanziarie, per le quali risulta indispensabile raccogliere fondi. Specialmente nella fase iniziale di avvio, l'imprenditore ha bisogno di un investimento e di un capitale iniziale per mantenere e sviluppare le attività. A prescindere dalla fonte di finanziamento che si intende utilizzare, è fondamentale sapere quanto capitale occorre per avviare ed espandere il proprio business. Se nella definizione del Business Plan¹⁰⁸ l'aspetto economico-finanziario è stato analizzato adeguatamente, l'imprenditore avrà già bene in mente la risposta a questa domanda.

Le prime risorse per l'impresa nascente provengono di solito dalle disponibilità finanziarie dirette e indirette dei promotori dell'iniziativa: può trattarsi di **risparmi** propri, di quelli di familiari¹⁰⁹ o di un insieme di queste. Ad ogni modo, nelle fasi iniziali è sempre consigliabile ridurre il più possibile i costi rimandando investimenti non indispensabili, condividendo spazi o piuttosto lavorando da casa, utilizzando attrezzature personali

(ad esempio computer), prendendo pre-ordini per i propri prodotti, e via dicendo.

Nelle fasi successive, quando l'impresa è avviata, si parla invece di **autofinanziamento** quando la copertura dei fabbisogni finanziari avviene senza il ricorso a capitale di debito o di rischio¹¹⁰. L'autofinanziamento viene tradizionalmente distinto in autofinanziamento in senso stretto, che si riferisce al reinvestimento degli utili non distribuiti in azienda, e autofinanziamento in senso ampio, costituito dagli utili non distribuiti e da vari accantonamenti che non comportano nel breve periodo uscite finanziarie.

Un altro modo per finanziare l'impresa avviata senza ricorrere a fonti esterne è l'**aumento di capitale sociale**, che può essere fatto però, come suggerisce lo stesso nome, solo dalle società (sia di persone che di capitali, con modalità diverse). L'aumento di capitale è un atto di carattere straordinario che si realizza o con la modifica del patrimonio netto¹¹¹ (aumento a pagamento) o con l'imputazione di riserve o fondi di bilancio

¹⁰⁸ L'argomento è stato trattato nel cap. 2.

¹⁰⁹ Si tratta più in dettaglio delle cosiddette 3F (*Family, Friends and Fools*), espressione con la quale ci si riferisce ai primi finanziatori di un'idea imprenditoriale. Queste persone sono spesso parte della cerchia più intima dei promotori (famiglia - *Family* e amici - *Friends*) e tra le prime persone a credere nel progetto imprenditoriale, ma possono essere anche esterne alla cerchia e cosiddette "sciocche" (*Fools*): si tratta di persone disposte a investire del denaro sull'idea perché intravedono del potenziale, anche se non sempre hanno reali competenze per valutarla.

¹¹⁰ Il capitale di debito è una somma di denaro che viene concessa in prestito all'impresa e che andrà restituita entro una certa data. Il capitale di rischio è invece un conferimento in denaro (ma anche in beni) da parte di un soggetto terzo, che acquisisce delle quote di capitale sociale dell'impresa diventandone socio e partecipando quindi al rischio d'impresa.

¹¹¹ Il patrimonio netto, anche detto capitale netto o mezzi propri, esprime la consistenza del patrimonio di proprietà dell'impresa. Rappresenta una fonte di finanziamento interna, ossia quelle fonti provenienti direttamente o indirettamente dal soggetto o dai soggetti che costituiscono e promuovono l'azienda. Nelle società è costituito:

- dal capitale sociale, cioè il capitale conferito dai soci al momento della costituzione dell'impresa, e dai versamenti a titolo di capitale sociale possono essere operati anche in seguito, quando la vita dell'impresa lo richiede. Il capitale sociale è frazionato in quote o azioni, ognuna rappresentativa di una parte di esso, assegnate in proporzione al capitale versato. Nel corso del tempo il capitale sociale può aumentare (quando si rendono necessari nuovi finanziamenti e non si vuole o non si può ricorrere a finanziamenti esterni) o diminuire (in caso di perdite consistenti oppure in caso di esubero);
- dalle riserve, che vengono costituite trattenendo nell'impresa gli utili non distribuiti ai soci che quindi rappresentano una forma di autofinanziamento adottata dall'impresa stessa. Le riserve costituiscono la più autentica fonte interna di finanziamento, ancor più del capitale sociale. Quest'ultimo, infatti, non è prodotto dall'impresa ma acquisito da soggetti terzi, cioè i soci. Le riserve di utili possono essere: obbligatorie (o legali), statutarie, facoltative;
- dagli utili da destinare, costituiti dall'utile conseguito nell'ultimo esercizio e dal residuo utile di un esercizio precedente in attesa di destinazione. Tali utili possono essere distribuiti ai soci o portati in aumento di riserve o a copertura di perdite pregresse;
- dalle perdite in sospeso, che possono riguardare la perdita d'esercizio subita nell'ultimo periodo amministrativo o perdite di esercizi precedenti. Tali perdite potranno essere coperte con varie modalità a seconda delle decisioni dei soci.

Il capitale sociale, le riserve e gli utili da destinare sono parti ideali positive, mentre le perdite in sospeso sono parti ideali negative.

PROMUOVERE IL PROPRIO BUSINESS



7.0 Promuovere il proprio business

7.1 Il piano di marketing

Una delle difficoltà più grandi per l'imprenditore consiste nel **reperire clienti**. Per affrontare efficacemente questo aspetto e massimizzare le opportunità è indispensabile pianificare una precisa **strategia** di marketing, contenuta nel piano di marketing.

Di seguito si propone un percorso concreto e operativo per definire una strategia di marketing finalizzata a promuovere al meglio la propria impresa e trovare nuovi clienti. Un piano di marketing è essenzialmente costituito da tre elementi fondamentali:

- individuazione del **target**, cioè il gruppo di potenziali clienti cui l'azienda intende rivolgersi;
- definizione del **posizionamento**, vale a dire l'analisi che permette di determinare una o

più caratteristiche distintive dell'azienda in relazione al target individuato;

- definizione del **marketing mix**, cioè l'offerta di prodotto/servizio, prezzo, distribuzione e comunicazione ideali per la vendita al target individuato grazie al posizionamento definito.

Individuazione del target

Il primo aspetto fondamentale della vendita è tenere in considerazione le esigenze e i bisogni del potenziale cliente. Fin dagli anni '50, lo psicologo statunitense Abraham Maslow ha sostenuto in maniera empirica che i bisogni umani possono essere raccolti in cinque categorie, rappresentate da una piramide a strati.



La piramide dei bisogni di Maslow (1954)

Fonte: Wikipedia

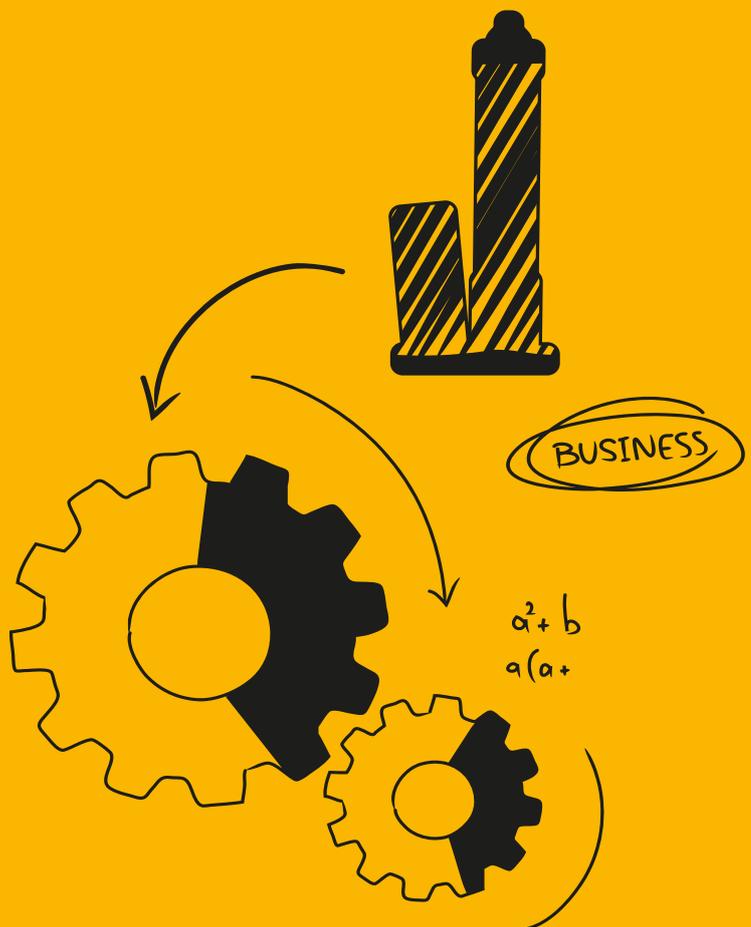
Dal basso verso l'alto, abbiamo:

- i bisogni **fisiologici** – mangiare, dormire, ecc;
- i bisogni di **sicurezza** – di salute, familiari, ecc;
- i bisogni di **appartenenza** a un gruppo – amicizia, affetto familiare, ecc;
- i bisogni di stima – autocontrollo, realizzazione, ecc;
- i bisogni di **autorealizzazione** – accettazio-

ne, assenza di pregiudizi, ecc.

Ripercorrendo in estrema sintesi la teoria di Maslow, si può affermare che una persona si preoccuperà di soddisfare prima i bisogni alla base della piramide e poi quelli nella parte più alta (ad esempio, a un cliente che ha il bisogno fisiologico di alimentarsi non si potrà pensare di vendere uno smartphone di ultima generazione, che soddisfa il bisogno di appartenenza).

FARE IMPRESA SULL'AREA METROPOLITANA DI BOLOGNA



Approfondimento: Il Premio Barresi

Per ricordare la figura di Antonio Barresi, responsabile del servizio Progetti d'impresa prematuramente scomparso, la Città metropolitana di Bologna dedica annualmente un premio alla sua memoria, promosso dal 2016 al 2019 in seno al progetto Incredibol. Il Premio mette a disposizione contributi in denaro e servizi di accompagnamento per realtà particolarmente meritevoli con sede sul territorio metropolitano. Sette finora le imprese premiate:

- 2016 – Scribo Scrittura bolognese e Nativi Digitali Edizioni. **Scribo Scrittura bolognese**¹⁶², combina tradizione manifatturiera, design e didattica in un progetto per il rilancio della scrittura a mano a partire dalla tradizione di eccellenza delle penne stilografiche bolognesi. **Nativi Digitali Edizioni**¹⁶³ propone un progetto di ampliamento a nuovi mercati e prodotti attraverso lo sviluppo di 'visual novel', narrazioni cross-mediali all'incrocio tra editoria e videogames;
- 2017 – Lab051 e Kreizy. **Lab051**¹⁶⁴ nasce a Marzabotto con l'obiettivo di valorizzare il territorio, e soprattutto l'Appennino bolognese, grazie a collaborazioni con le realtà imprenditoriali che lo animano. **Kreizy**¹⁶⁵ nasce nel 2016 dall'idea di due ragazzi di 22 anni che hanno deciso di impiegare le loro abilità creative e sartoriali nella personalizzazione di capi di abbigliamento, rendendoli originali e unici;
- 2018 – Wool Done e Wellcome Italia. **Wool Done**¹⁶⁶ nasce da un'idea di Giulia Boari, appassionata knitter. Il progetto si sviluppa in diversi ambiti: l'insegnamento dell'arte del lavoro a maglia, la lavorazione di capi lavorati interamente a mano, la creazione di modelli di maglieria e la vendita di filati, accessori e knitting kit. **Wellcome Italia**¹⁶⁷ ha ideato Factory Telling, la prima piattaforma in Italia che permette di prenotare visite guidate all'interno delle grandi imprese del Made in Italy e fare esperienze al loro interno;
- 2019 – **Dinehome**¹⁶⁸, piattaforma che unisce le famiglie italiane e gli studenti Erasmus in un programma di cene settimanali per promuovere lo scambio di culture e lingue diverse. Il progetto è stato selezionato per la sua capacità di valorizzazione delle potenzialità artistiche, culturali, ambientali dell'area metropolitana bolognese e per la sua attinenza e coerenza con i temi indicati nelle linee guida pluriennali della Destinazione Turistica Bologna metropolitana e del Programma di Promo Commercializzazione turistica 2020.

A partire dal 2020, di fronte all'urgenza di perseguire gli obiettivi dell'Agenda ONU 2030, la Città metropolitana ha deciso di valorizzare tramite il Premio Barresi le giovani imprenditrici e i giovani imprenditori che dirigono le loro aziende attraverso strategie legate alla sostenibilità economica, sociale e ambientale. Under 35 e sviluppo sostenibile sono dunque i "pilastri" della nuova edizione del Premio, che si annovera tra le iniziative attinenti all'Agenda messe in campo dal Sindaco metropolitano.

¹⁶² <https://www.scritturabolognese.com/>

¹⁶³ <http://www.nativedigitaliedizioni.it/>

¹⁶⁴ <https://enjoyappennino.com>

¹⁶⁵ <https://kreizy.it/>

¹⁶⁶ <https://www.wooldone.com/>

¹⁶⁷ <https://www.factorytelling.it/>

¹⁶⁸ <https://www.dinehome.com/>

