



CAMERA DI COMMERCIO
PALERMO ENNA

IL PROGETTO PER L'ATTIVITÀ IN PROPRIO

INTRODUZIONE

Il business plan è un documento scritto nel quale vengono esposte tutte le informazioni sul futuro imprenditore, valuta il progetto imprenditoriale e le caratteristiche dell'ambiente in cui si intende sviluppare il progetto.

I motivi per cui anche i lavoratori autonomi dovrebbero preparare scrivere un business plan sono tanti. Il più importante è l'aiuto che dà nella valutazione e realizzazione del progetto, permettendo di seguire un percorso già definito, che consente di chiarirsi le idee su molti aspetti che altrimenti non sarebbero stati considerati e anticipare l'analisi di problemi che si presentano dopo l'avvio dell'attività. Le analisi e le considerazioni effettuate sulla decisione di mettersi in proprio e sull'attività da iniziare assumono una concretezza che non potrebbero avere se rimanessero espresse solo nella nostra mente. Avere un punto di riferimento scritto, inoltre, ti permette di essere sempre cosciente di quello che avevi deciso di fare e confrontare l'effettiva realtà. Il progetto scritto permetterà di effettuare dei cambiamenti se le condizioni del mercato lo richiedono.

Il business plan ti servirà non solo nella fase della creazione d'impresa, ma anche nella gestione successiva.

SCRIVERE UN BUSINESS PLAN È FONDAMENTALE

**Al futuro lavoratore autonomo / artigiano
/microimprenditore:**

- per verificare la reale convenienza del progetto di lavoro autonomo, dal punto di vista commerciale, economico e finanziario;
- per evidenziare i punti di forza e di debolezza del progetto;
- per avere una guida nella gestione successiva all'apertura.

Ai potenziali finanziatori (banche, ecc.):

- per decidere il finanziamento di un'impresa;
- per l'ammissione a leggi di finanziamento agevolato (proposte da Regione, Provincia o Comune).

COME PREPARARLO

Non è necessario attenersi a uno schema rigido, ma è meglio che un progetto segua un' impostazione logica e risponda ad una serie di interrogativi.

Prendi appunti sin dall'inizio, meglio se sul computer, perché è molto facile fare confusione tra tanti materiali che si raccolgono. Il documento dovrà essere chiaro e completo; sarebbe opportuno inserire eventuali fotografie, documentazione o articoli di giornale che potrebbero essere utili per illustrare meglio il proprio progetto imprenditoriale a chi dovrà esaminarlo. Non spaventarti, lo sforzo che fai oggi per scrivere il business plan sarà ampiamente ripagato durante l'attività d'impresa.

I CONTENUTI

Scrivere un business plan è fondamentale.

Anche se hai definito bene l'idea, non è possibile valutarla senza collegarla alla persona che la realizzerà. Nel lavoro autonomo la persona è fondamentale, la definizione stessa contenuta nel Codice Civile specifica che la professione o l'arte viene esercitata direttamente dalla persona che promuove l'attività. Ma per un consulente, un artigiano o una microimpresa avviene esattamente lo stesso: il fattore umano è fondamentale e il successo dipende dalle persone.

Dovrai, quindi, descrivere le tue conoscenze, competenze, attitudini, esperienze, deve essere chiaro perché sei tu la persona adatta a svolgere l'attività.

- Chi sono?
- Cosa so fare?
- Cosa ho fatto finora?
- Cosa mi riesce bene?
- Per cosa sono portato?

L'IDEA DI PARTENZA

Forse ci pensi da anni, o forse ti è venuta in mente improvvisamente. È la tua idea. Una volta individuata, dovrà essere sviluppata con un certo metodo. Non basta che piaccia o sia di moda, deve essere analizzata rispetto al mercato di riferimento. È necessario acquisire tutte le informazioni possibili per capire se l'idea è valida, realizzabile e adatta al territorio.

È meglio studiare attentamente tutti gli aspetti che riguardano l'attività che si vuole intraprendere prima dell'avvio, per verificare se la nostra attività non è solo frutto della nostra voglia di “metterci in proprio”, ma una fonte di guadagni e di soddisfazioni personali.

Si dovrà definire:

- Qual è l'idea che intendo sviluppare? Perché quest'idea?
- Quali sono le motivazioni che mi spingono verso quella particolare idea?
- Quali sono gli obiettivi che vorrei raggiungere in futuro?

LA RICERCA: SAPERNE DI PIÙ

A questo punto hai chiarito bene *l'idea che vuoi realizzare* e *la persona che la sostiene*, ma non basta.

Per capire se un'attività può avere successo, bisogna analizzarla nell'ambiente e nel contesto dove effettivamente verrà realizzata.

Raccogli informazioni su concorrenti e clienti, ti serviranno anche in altre sezioni del business plan.

Per compiere questa ricerca puoi farti aiutare dai servizi per la creazione d'impresa, ma dovrai metterti in gioco anche personalmente. Alla fine di questo lavoro conoscerai meglio il settore nel quale stai per entrare, le caratteristiche della concorrenza, i comportamenti dei clienti.

LA RICERCA SULLA CONCORRENZA

Stai per entrare in un ambiente e devi conoscerlo bene. Questo significa conoscere i concorrenti e le loro caratteristiche, le normative e l'evoluzione del settore. La presenza di concorrenti non deve spaventarti, è una caratteristica normale dei mercati maturi.

- Quali sono i concorrenti diretti? Quanti sono in totale?
- Dove sono localizzati?
- Che prezzi praticano? Che qualità offrono?
- Come promuovono il loro prodotto/servizio?
- Quali sono i loro punti di forza e i loro punti di debolezza?
- Esiste un'associazione di categoria?
- Il settore di attività in cui intendo inserirmi è in fase di sviluppo?
- Come prevedo il futuro del mio settore di attività? Si prevedono delle normative che limiteranno la mia attività futura?

Prova a identificare i concorrenti e le loro politiche, magari attraverso l'acquisto dei loro prodotti e l'osservazione dei loro negozi. Non dimenticare che può essere interessante osservare anche realtà fuori dalla nostra zona, perché possono mostrare innovazioni e soluzioni interessanti. Inoltre, il collega di un'altra provincia non ti riterrà propriamente un concorrente e magari ti racconterà qualcosa della sua impresa.

Oltre a questo, naturalmente, potrai studiare la concorrenza attraverso i materiali di comunicazione (la pubblicità, un dépliant, un profilo su un social network...) e pubblicazioni specializzate.

LA RICERCA SUI CLIENTI

Le imprese traggono i loro profitti dalla soddisfazione di clienti e consumatori, dai loro bisogni.

Ma chi sono questi clienti?

Devi studiare l'ambiente dove l'impresa opererà, per capire:

- Chi e quanti sono i potenziali clienti?
- Che tipo di bisogni sentono?
- Quanto sono disposti a spendere per soddisfarli?
- Dove comprano?
- Come raccolgono informazioni e come prendono le decisioni?

Ricorda che non basta avere buoni prodotti per avere successo, nel nostro mercato è necessario trovare una formula vincente tagliata su misura per i clienti.

Hai provato a studiare le attività esistenti fingendoti un potenziale cliente?

Controlla se esistono ricerche sui comportamenti dei clienti nel tuo settore, molte sono consultabili gratuitamente.

LA PIANIFICAZIONE

A cosa serve

Ottimizzazione delle risorse, diminuzione dello stress, identificazione anticipata dei fattori critici di rischio.

Come si fa

Formalizzare un sistema di pianificazione prima dell'apertura dell'impresa e mantenerlo aggiornato.

Esempio

Scrivere il business plan secondo i modelli forniti dai servizi di supporto alla creazione d'impresa. In alcuni casi può essere utile ampliare l'orizzonte temporale della pianificazione.

Il consiglio

Anche se si parte da dimensioni ridotte, immaginare e progettare anche i passi successivi, una dimensione diversa, con più scenari.

LA RICERCA: SAPERNE DI PIÙ

Probabilmente ti sei posto sin dall'inizio alcuni interrogativi, sui prodotti o servizi da proporre, oppure sui prezzi da praticare.

Ora è il momento di legare gli elementi che hai raccolto durante la ricerca con le decisioni di *marketing*. Si tratta di decidere cosa offri, a che prezzo, tramite quali canali e con quale comunicazione.

Ricorda che i clienti non arrivano da soli e che è importante che la tua impresa abbia un avvio rapido.

Descrivi i prodotti o il servizio che vuoi fornire e i prezzi a cui prevedi di vendere. Cosa chiarire?

- La tipologia di clientela a cui ci si rivolgerà e come si cercherà di farli diventare “clienti”.
- Qual è il servizio che offro?
- Quali sono le sue caratteristiche distintive?
- Quali bisogni soddisfa?

- Quali sono le differenze più importanti tra il nostro servizio e quello della concorrenza (prezzo, qualità, tecnologia, novità, ecc.)?
- Perché dovrebbero venire ad acquistare da me invece di andare dai concorrenti?
- Che cosa li attira?
- Dove intendo stabilire la sede della mia attività? Perché ho scelto quel particolare luogo per il mio prodotto/servizio?
- Quale sarà il prezzo a cui intendo vendere il mio prodotto/servizio?
- Il mio prezzo è coerente con la tipologia di clientela a cui mi rivolgerò?
- Come prevedo di distribuire il mio prodotto/servizio (con consegna a domicilio, con costi di spedizione o trasporto a mio carico, direttamente presso il cliente, ecc.)?
- Come penso di far conoscere il mio prodotto/servizio?
- Che tipo di comunicazione prevedo di utilizzare (insegna, il passaparola, cartelli, messaggio televisivo o radiofonico, ecc.)?

L'ORGANIZZAZIONE

Ma chi farà tutte queste cose che stai scrivendo nel business plan?

Conviene descrivere bene la divisione del lavoro tra il futuro imprenditore, gli eventuali collaboratori, gli eventuali soci.

- Come prevedo di strutturarmi?
- Penso di utilizzare del personale esterno?
- Con quale forma contrattuale (collaboratori coordinati continuativi, prestatori occasionali, dipendenti a tempo determinato, indeterminato, part-time, ecc.)?
- Quali saranno i compiti di ognuno?

LA FORMA GIURIDICA

La forma giuridica determina costi e adempimenti, è quindi una decisione importante.

Per prendere una decisione appropriata è necessario aver già chiarito, grazie alla redazione del progetto d'impresa, il presunto volume d'affari, i rischi, le responsabilità verso i terzi, i rapporti con eventuali colleghi e collaboratori.

Le forme giuridiche del lavoro autonomo sono varie. La più diffusa è la forma individuale: un artigiano, un programmatore di software, un ristoratore o una decoratrice floreale possono esercitare la loro attività in forma individuale.

Ricorda che la legge determina per quali professioni intellettuali è poi necessaria l'iscrizione in appositi albi o elenchi.

Alternative alla forma individuale sono l'associazione professionale e la società tra professionisti.

Di seguito una panoramica di sintesi delle forme giuridiche previste dal nostro ordinamento.

LA FORMA GIURIDICA

	Impresa Individuale		Società di persone		Società cooperative
	Impresa individuale	Impresa Familiare	Società in nome collettivo	Società in accomandita semplice	
Atto costitutivo	Apertura partita IVA	Atto notarile (o scrittura privata autenticata)	Atto notarile (o scrittura privata autenticata)	Atto notarile (o scrittura privata autenticata)	Atto notarile
Numero soci	Titolare	Titolare e familiari	Almeno 2	Almeno 2 di cui 1 accomandatario	Minimo 3 soci
Capitale sociale minimo	Nessun limite	Nessun limite	Nessun limite	Nessun limite	Nessun limite
Responsabilità dei soci	Personale e illimitata	Personale e illimitata del titolare	Illimitata	Illimitata per i soci accomandatari	Limitata alla quota apportata
Amministratori	Non previsti	Non previsti	Solo soci	Solo accomandatari	Soci o Terzi
Assemblea	Non prevista	Non prevista	No organo obbligatorio ma forma di attività decisionale	No organo obbligatorio ma forma di attività decisionale	Obbligatoria
Collegio Sindacale (SPA) Organo di Controllo (SRL)	Non previsto	Non previsto	Non previsto	Non previsto	Obbligatorio con capitale sociale > € 120.000 o se previsto da atto costitutivo o con determinate dimensioni

LA FORMA GIURIDICA

	Società di capitali				
	Società a responsabilità limitata	SRL unipersonale	Società a responsabilità semplificata	Società per azioni	Società in accomandita per azioni
Atto costitutivo	Atto notarile	Atto notarile	Atto notarile	Atto notarile	Atto notarile
Numero soci	Almeno 2	Un solo socio	Almeno 2 o unipersonale	Almeno 2	Almeno 2 di cui 1 accomandatario
Capitale sociale minimo	€ 10.000	€ 10.000	Minimo 1 euro e < € 10.000	€ 120.000	€ 120.000
Responsabilità dei soci	Limitata alla quota apportata	Limitata alla quota apportata	Limitata alla quota apportata	Limitata alle azioni sottoscritte	Illimitata per i soci accomandatari
Amministratori	Soci o Terzi	Soci o Terzi	Soci o Terzi	Soci o Terzi	
Assemblea	Obbligatoria	Obbligatoria	Obbligatoria	Obbligatoria	Obbligatoria
Collegio Sindacale (SPA) Organo di Controllo (SRL)	Obbligatorio con capitale sociale > € 120.000 o se previsto da atto costitutivo o con determinate dimensioni	Obbligatorio con capitale sociale > € 120.000 o se previsto da atto costitutivo o con determinate dimensioni	Non previsto dal modello standard	Obbligatorio: durata 3 anni rinnovabile	Obbligatorio

LA FORMA GIURIDICA

Impresa sociale

Individuata dal D.lgs. 155/06, non rappresenta un soggetto giuridico a sé, ma una nuova qualificazione che può essere assunta da soggetti costituiti con qualsiasi forma giuridica, in presenza di queste condizioni:

1. Operatività nei settori considerati ad utilità sociale (art. 2 D.lgs. 155/06): istruzione, educazione e formazione (anche extra-scolastica); tutela dell'ambiente e dell'ecosistema, valorizzazione del patrimonio culturale; trismo sociale; formazione universitaria e post-universitaria; ricerca ed erogazione di servizi culturali; servizi strumentali alle imprese sociali; assistenza sociale, sanitaria e socio-sanitaria.
2. Divieto di distribuzione degli utili ai soci, dal momento che l'arricchimento che si persegue con l'impresa sociale è l'incremento del ben-essere delle collettività in cui si opera.

Start up innovativa

È una società di capitali di diritto italiano, costituita anche in forma cooperativa, o società europea avente sede fiscale in Italia, che risponde a determinati requisiti e ha come oggetto sociale esclusivo o prevalente: lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico. La normativa prevede poi una serie di requisiti particolari affinché una società possa qualificarsi come start-up innovativa.

IL PIANO ECONOMICO-FINANZIARIO

La descrizione degli investimenti necessari per avviare l'attività, le risorse finanziarie (denaro) e le fonti di finanziamento a cui rivolgersi, i costi e i ricavi dell'attività con il relativo profitto (guadagno) o perdita. Le informazioni di carattere economico-finanziarie devono essere previste per i primi tre anni di attività.

- Quali beni di investimento (ristrutturazione di locali, arredamento, impianti, automezzi, computer, stampante, tel. /fax, insegna per i negozi, ecc.) mi servono per l'attività (Piano degli investimenti)? In che tempi?
- Ho definito il mio capitale che prevedo di destinare alla mia attività?
- Ho previsto i ricavi che dovrebbero derivare dalla vendita dei miei prodotti/servizi (Conto Economico)?
- Ho previsto i costi necessari per avviare e gestire l'attività (acquisti di merce, stipendi ai dipendenti, affitto, utenze, consulenze, pubblicità, tasse varie, ammortamento dei beni d'investimento, interessi sui prestiti di denaro, spese varie, ecc.) (Conto Economico)?

IL PIANO ECONOMICO-FINANZIARIO

- Ho previsto le uscite di denaro a fronte dell'acquisto dei beni di investimento e dei costi (Piano finanziario)?
- Ho previsto le entrate di denaro date dal mio capitale e dai ricavi dell'attività (Piano finanziario)? Quante altre risorse finanziarie (denaro) mi serviranno oltre al mio capitale?
- Quali sono le fonti di finanziamento meno costose?

Dopo aver predisposto il proprio business plan, si suggerisce di valutare attentamente se le informazioni che sono state inserite sono complete, credibili e precise; essendo il progetto ancora “sulla carta” sarà così possibile intervenire dove si ritiene che si possa migliorarlo, per renderlo realizzabile se non vi convince, o più economicamente vantaggioso, se i risultati della gestione sembrano scarsi.

COMPLETARE UN PROGETTO

Ogni progetto è una storia, questa guida vuole solo aiutare con uno schema, e può essere completato con dati e informazioni più *specifiche* rispetto all'attività che si vuole esercitare e ai mercati che si vogliono toccare.

Può essere utile aggiungere qualche *nota* rispetto ai fattori di rischio che contraddistinguono l'attività che si è scelta oppure una collezione di immagini relativa alle realizzazioni già compiute. Per le decisioni e attività più cruciali tra quelle citate nel progetto è consigliabile approfondire descrivendo “chi fa, che cosa, entro quando, con quali risorse”.

SCHEMA SINTETICO

Chi sono (chi siamo)	Quali competenze, realmente, mi porto dietro dal mio precedente lavoro, dalle mie esperienze di vita, dai miei hobby? Qual è il mio livello professionale? Sono preparato?	Se ho frequentato corsi di cucina e sempre cucinato per le feste di tutti gli amici mi porto dietro delle competenze per l'avvio di una attività di chef a domicilio.
L'idea di business	Come si esprime, come si definisce l'idea? Quali bisogni del mercato andiamo a soddisfare? Qual è la missione dell'impresa (la sua ragione d'essere)?	Per una organizzatrice di matrimoni: la mia attività permette ai futuri sposi di rilassarsi e godersi una cerimonia di gusto, organizzata nei minimi particolari, con un occhio al risparmio
La ricerca	Cosa conosco dell'ambiente competitivo?	Per un consulente web: i miei concorrenti sono gli appassionati che costruiscono siti web a tempo perso e le web agency. Nella mia zona la più conosciuta è Future Web, che produce siti e si occupa del loro posizionamento sui motori di ricerca (...)
La ricerca	Cosa so dei potenziali clienti?	Per una decoratrice d'interni: i miei potenziali clienti sono architetti e privati. I primi (...)
Piano di marketing: la segmentazione	Chi sono i potenziali clienti e come essere classificati e descritti?	-
Piano di marketing: la politica di prodotto	Quanti prodotti terremo in assortimento? Con quale struttura dell'assortimento?	Attenzione alle conseguenze su fornitori, magazzino, produzione, investimenti, scorte... Il nostro amico ha atteso un prodotto perché si trattava di un favore, il futuro cliente non si comporterà così e ci giudicherà anche comparando il nostro assortimento con quello della concorrenza
Piano di marketing: la politica di prezzo	Quanto valgono per i clienti i nostri prodotti e servizi? Quali livelli di prezzo sono applicati dalla concorrenza?	è necessario che i prodotti e servizi vengano remunerati esattamente secondo il valore che significano per i clienti
Piano di marketing: la distribuzione	Come avviene l'incontro tra domanda e offerta? C'è qualcuno che mi aiuta a promuovere le vendite?	Un laboratorio di pasta fresca può vendere direttamente ai clienti, magari ad alcuni ristoranti, ma anche a negozi di pasta fresca che a loro volta venderanno il prodotto ai consumatori finali
Piano di marketing: la comunicazione	Cosa faremo per far sapere non solo che esistiamo e abbiamo una certa offerta? Come si chiama l'attività? Come ne diffonderemo la notorietà?	Per un consulente di informatica è utile inserirsi in un social network di tipo professionale (LinkedIn)
Previsioni economico finanziarie	Quali costi e ricavi, entrate e uscite verranno generati dall'impresa? Quali investimenti sono necessari?	Probabilmente non ci siamo preoccupati finora dei costi, non erano significativi. Ora abbiamo bisogno di conoscerli per prendere le decisioni
Organizzazione	Qual è la suddivisione delle responsabilità? Quali sono le competenze in gioco? Chi si aiuta/o affianca?	Non è detto che ce la facciamo da soli!
Programmazione	Dettagliamo esattamente chi fa, cosa fa, entro quando, con quali risorse	Una decoratrice guadagna di più se riesce a organizzare gli incarichi in modo da risparmiare spostamenti

ASPETTI PRATICI

Il lavoro autonomo: «Come fare per “aprire” la partita Iva?»

Manca soltanto un passo fondamentale: la nascita dell'impresa. Ma da dove si parte? Tanti ti suggeriscono “Devi aprire partita Iva!”.

Ancora oggi nel gergo abituale chiunque intenda avviare un'impresa parla di apertura della partita Iva.

Fino a qualche anno fa l'apertura, o meglio, la richiesta del numero di partita Iva costituiva a tutti gli effetti il primo e principale passo di tutto l'iter burocratico necessario. Attualmente costituisce uno degli adempimenti di avvio del lavoro autonomo, sicuramente importante, ma non il solo.

Il numero di partita Iva viene assegnato sia alle imprese che ai liberi professionisti

Imprese.

Le imprese svolgono attività di: Artigianato, Commercio, Servizi, Agricoltura, Industria.

Come abbiamo visto le imprese possono costituirsi in forma individuale o in società.

Parlando di microimprese gestite da un'unica persona, la forma giuridica di riferimento è senza dubbio quella dell'impresa individuale. L'artigiano ne costituisce un esempio per eccellenza. In questo caso per richiedere il numero la partita iva e avviare l'impresa; dal 2010 si utilizza la procedura della Comunicazione Unica telematica.

In un'unica soluzione via web si procede:

- alla richiesta del numero di Partita Iva
- all'iscrizione in Camera di Commercio: al Registro delle Imprese e nel caso di artigiani all'Albo degli Artigiani
- all'iscrizione all'INPS
- all'iscrizione all'INAIL: obbligatoria per gli artigiani
- all'invio al SUAP - Sportello Unico Attività Produttive del Comune competente di eventuali comunicazioni se previste.

Nel caso di società invece sarà necessario rivolgersi ad un notaio per tutti gli adempimenti (tranne nel caso delle start up innovative).

Per fare la Comunicazione Unica si segue la procedura prevista indicata su www.registroimprese.it: utilizzare il programma *ComunicaStarweb*, avere a portata di mano la propria firma digitale (contenuta nella CNS-Carta Nazionale Servizi o nella SmartCard) e posta elettronica certificata, possedere le credenziali di Telemaco con un fondo da alimentare con carta di credito o altri sistemi bancari da utilizzare per il versamento di diritti e imposte della pratica e infine sottoscrivere un contratto gratuito con la Camera di Commercio per avere l'abilitazione alla trasmissione telematica.

La pratica telematica Com.Unica quindi può essere fatta:

- da soli collegandosi al sito www.registroimprese.it;
- attraverso sportelli convenzionati;
- rivolgendosi al professionista di fiducia (commercialista).

Liberi professionisti.

Sviluppare un'attività di lavoro autonomo mirata esclusivamente a valorizzare la propria professionalità in una modalità che non preveda l'utilizzo di mezzi e di un'organizzazione, significa esercitare una libera professione. I liberi professionisti svolgono un'attività esclusivamente artistica o di tipo intellettuale come ad esempio un'attività di consulenza. Non si iscrivono alla Camera di Commercio.

Denunciano l'inizio dell'attività con la richiesta del numero di Partita Iva direttamente allo sportello dell'Agenzia delle Entrate compilando il modello AA9/11 o inviandolo telematicamente (autonomamente registrandosi sul sito dell'Agenzia delle Entrate, scaricando l'apposito programma, oppure avvalendosi della consulenza di un professionista).

Per quanto riguarda la gestione previdenziale, se esiste un albo professionale versano i contributi alla propria *cassa professionale* altrimenti se non esiste un albo versano i contributi all'INPS, in quella che viene chiamata *gestione separata*.

QUANTO COSTA AVVIARE UN'IMPRESA INDIVIDUALE?

Se ti sei appena riconosciuto nella categoria del microimprenditore/trice e hai verificato che l'impresa individuale è la via giusta per sviluppare la tua idea è arrivato il momento di rivedere leggermente le tue previsioni economico-finanziarie alla luce dei costi degli adempimenti burocratici e amministrativi.

Innanzitutto al momento della pratica di comunicazione unica bisogna mettere in conto il compenso per l'invio della pratica telematica se ci si avvale di un professionista o di uno sportello dedicato. Il costo varia a seconda della pratica compresi diritti di segreteria e imposte di iscrizione alla Camera di Commercio. Al momento della pratica o entro i 30 giorni successivi all'iscrizione alla Camera di Commercio è obbligatorio versare il diritto annuo della Camera di Commercio.

Tutte le imprese hanno l'obbligo di avere un proprio indirizzo PEC di Posta Elettronica Certificata, che viene comunicato alla Camera di Commercio.

La partita iva in sé non ha costi fissi ma *variabili* connessi agli adempimenti e al mantenimento della documentazione obbligatoria previsti.

Al momento della richiesta della partita iva all'Agenzia delle Entrate va indicata eventualmente la scelta per il regime contabile e fiscale forfetario se si soddisfano le condizioni previste.

Successivamente, inizia l'abituale gestione contabile e fiscale dell'impresa.

Nelle *scadenze prefissate* vanno presentate le dichiarazioni iva e dei redditi e fatti i versamenti delle imposte. Inoltre se ci affideremo ad una struttura di servizi o ad un consulente, oltre che per l'avvio, anche per la gestione degli adempimenti successivi ci sarà da corrispondere un compenso.

Non è possibile quantificare una cifra standard a priori, quindi è importante richiedere un preventivo dei compensi per i vari servizi.

- L'INPS (Istituto Nazionale di Previdenza Sociale) richiede il versamento dei contributi previdenziali dalla data di iscrizione alla Camera di Commercio e per tutti gli anni successivi di attività dell'impresa e prevede un minimale di versamento, che è fissato di anno in anno.

Il pagamento non si fa al momento dell'iscrizione ma alle scadenze prestabilite, in 4 rate trimestrali, tramite il modello F24.

Per le quote di reddito che superano il reddito minimale il soggetto sarà chiamato a versare un contributo integrativo calcolato applicando una percentuale alla parte di reddito eccedente.

- Il pagamento del premio assicurativo per gli infortuni sul lavoro dell'INAIL (Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni) è obbligatorio, per tutta la durata dell'attività dell'impresa, per le imprese artigiane e per tutte le imprese nel caso in cui ci sia presenza di collaboratori e dipendenti. Come per l'INPS, il pagamento del premio non è richiesto al momento dell'iscrizione, l'INAIL invia una comunicazione con i termini di pagamento, da effettuarsi sempre tramite il modello F24. L'ammontare varia a seconda della tipologia di attività esercitata.
- Se è previsto anche l'invio di comunicazioni al SUAP - *Sportello Unico delle Attività produttive del Comune*, come per esempio nel caso di attività per il commercio al dettaglio, questo adempimento può prevedere il pagamento di diritti e imposte da verificare caso per caso.
- Nel procedimento, a seconda del tipo di attività esercitata, possono essere coinvolti anche altri enti (es. ULSS, Provincia, ...) in base all'attività esercitata e pertanto possono aggiungersi altri costi.

AGEVOLAZIONI E FINANZIAMENTI

I regimi fiscali agevolati: il regime forfetario.

Requisiti per l'accesso al "regime forfetario":

E' riservato solo ai contribuenti persone fisiche, senza limiti di età, esercenti attività d'impresa, arti o professioni, incluse le imprese familiari e coniugali non gestite in forma societaria (circ. Agenzia delle Entrate 10.4.2019 n. 9, punto 2.2).

Gli esclusi sono: tutte le società, sia di persone che di capitali, qualunque sia il loro fatturato o anzianità fiscale.

Il contribuente, per accedere al regime in oggetto, facendo riferimento all'anno precedente, deve verificare di:

- non aver conseguito ricavi o percepito compensi, ragguagliati ad anno (nel caso di inizio attività in corso d'anno), superiori a 85.000 euro;
- non aver sostenuto spese per un ammontare complessivamente superiore ad euro 20.000 lordi per dipendenti o collaboratori.

In virtù della novità apportata dalle Legge di Bilancio 2023, che ha sostituito il tetto di reddito, da quest'anno possono mantenere il regime anche coloro che nel 2022 hanno superato la soglia di 65.000 euro precedentemente prevista e che sarebbero stati obbligati a transitare nel regime IVA ordinario.

Si escludono:

- dal limite di 85.000 euro i compensi di natura occasionale qualificabili come redditi diversi ai sensi dell'art.67 co.1 lett. i) e l) del TUIR;
- dal limite di 20.000 euro i compensi erogati per prestazioni di natura occasionale.

Periodo di riferimento verifica requisiti oggettivi (o di accesso):

- chi è già in attività: dati dell'anno precedente;
- chi inizia una nuova attività: dati presunti dell'anno in corso.

Il regime forfetario cessa di avere applicazione a partire dall'anno successivo a quello in cui viene meno anche uno solo dei requisiti di accesso oppure si verifica una delle cause di esclusione.

Caratteristiche del regime:

Il reddito imponibile è determinato applicando all'ammontare dei ricavi o dei compensi percepiti un *coefficiente di redditività*, diversificato a seconda del codice ATECO che contraddistingue l'attività esercitata.

Cause di esclusione dal regime forfettario:

Le cause ostative all'applicazione del regime forfettario sono indicate dal comma 57 della L.190/2014 il quale contiene una *lista di casi di esclusione* dal regime in base alla tipologia di attività svolta, alla residenza e nei casi di contemporanea partecipazione a società e associazioni varie. Viene anche inserita una causa di esclusione a scopo antielusivo.

Non possono quindi accedere al regime forfettario i contribuenti che:

- si avvalgono di regimi speciali IVA o di regimi forfettari di determinazione del reddito;
- risultano non residenti, ad eccezione di quelli che sono residenti in uno degli Stati membri dell'Unione europea o in uno Stato aderente all'Accordo sullo Spazio economico europeo che assicuri un adeguato scambio di informazioni e che producono nel territorio dello Stato italiano redditi che costituiscono almeno il 75% del reddito complessivamente prodotto;
- effettuano in via esclusiva o prevalente cessioni di fabbricati o loro porzioni, di terreni edificabili (art. 10 co.1 n.8 DPR 633/72) o di mezzi di trasporto nuovi (art.53 co.1 DL 331/93);
- partecipano contemporaneamente all'esercizio dell'attività ad associazioni, società di persone, società familiari, controllano s.r.l. o associazioni professionali che operano nello stesso settore di attività;
- esercitano l'attività prevalentemente nei confronti di datori di lavoro con i quali sono in corso rapporti di lavoro o erano intercorsi rapporti nei 2 anni precedenti (la causa di esclusione non opera nei confronti dei soggetti che iniziano una nuova attività dopo aver svolto il periodo di pratica obbligatoria ai fini dell'esercizio di arti e professioni);
- conseguono un reddito da lavoro dipendente superiore a 30.000 (la soglia non deve essere verificata se il rapporto è cessato).

LA TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE: MARCHI E BREVETTI

È importante tutelare le idee innovative, frutto di creatività e inventività, attraverso gli strumenti previsti dalle norme, conferendo in questo modo all'idea stessa un valore economico e commerciale. La tutela della proprietà intellettuale consente in particolare un duplice vantaggio per le imprese: permette di difendersi da eventuali contraffattori e di sostenere la competitività delle imprese stesse nei mercati nazionali, europei e internazionali.

Queste le principali forme di tutela:

Marchio

Un marchio è una parola, una frase, un simbolo o un disegno, o una combinazione di tutto questo che identifica e distingue l'origine delle merci di un operatore da quelle di altri. La funzione principale di un marchio è quella di permettere al consumatore di riconoscere un prodotto (una merce o un servizio) di una particolare società in modo da distinguerlo da prodotti identici o simili forniti da concorrenti.

Brevetto e Modello di Utilità

Un brevetto è un diritto concesso per ogni dispositivo, sostanza, metodo o processo nuovo, che preveda un'attività inventiva e che sia utile. Un brevetto è esecutivo per legge e concede al titolare il diritto esclusivo allo sfruttamento commerciale dell'invenzione per tutta la sua durata. Non è automatico: è necessario depositare una domanda di brevetto per ottenere i diritti esclusivi di sfruttamento dell'invenzione. I brevetti offrono una protezione effettiva qualora si abbia inventato una nuova tecnologia che possa portare alla creazione di un prodotto, composto o processo con un significativo guadagno commerciale sul lungo termine. In cambio i richiedenti del brevetto devono condividere il loro know-how fornendo una descrizione dettagliata del funzionamento dell'invenzione. Questa informazione diventa pubblica e può rappresentare la base per ulteriori ricerche intraprese da altri. Un'invenzione viene generalmente definita come una soluzione nuova e inventiva ad un problema tecnico.

Disegno o Modello Industriale

Un disegno è la forma visibile di un oggetto bi-dimensionale (schemi) o tri-dimensionale (modelli). La forma viene definita attraverso l'uso di linee, contorni, colori, superfici o materiali. In altre parole il disegno si riferisce solo all'apparenza del prodotto; sebbene possa avere caratteristiche tecniche o funzionali, il disegno industriale, come categoria della legge sulla proprietà intellettuale, si riferisce solo alla natura estetica di un prodotto finito e va distinto da ogni aspetto tecnico o funzionale. Un disegno può essere protetto quando è nuovo, originale, ha un carattere individuale e non è contrario all'ordine pubblico e al buon costume. Inoltre la forma di un modello deve essere più di quello che sarebbe necessario per l'oggetto dal punto di vista funzionale.