



Co-funded by  
the European Union



## CORSO DI FORMAZIONE PER ECO-IMPREDITORI ED ECO- IMPREDITRICI

»Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.«

## CONTENUTO:

CONTENUTO:.....	2
Titolo del modulo: Il percorso dell'Imprenditore.....	5
UNITÀ 1.1: Imprenditorialità - divertimento o duro lavoro?.....	5
Titolo del modulo: Business Idea .....	11
UNITÀ 2.1: Business idea .....	11
Titolo del Modulo: Business Model Canvas (BMC).....	16
UNITÀ 3.1: Business Model Canvas (BMC) .....	16
Titolo del modulo: Ricerca di Mercato .....	20
UNITÀ 4.1: La ricerca di mercato e i suoi obiettivi.....	20
UNITÀ 4.2: Come FARE una ricerca di mercato? .....	22
UNITÀ 4.3: Ricerca di mercato qualitativa e quantitativa.....	23
UNITÀ 4.4: Tipi di ricerca di mercato e strumenti online per condurla .....	24
Titolo del modulo: Marketing.....	28
UNITÀ 5.1: Cosa è il Marketing? .....	28
UNITÀ 5.2: Evoluzione del Marketing .....	30
UNITÀ 5.3: Perché è necessario il Marketing? .....	32
UNITÀ 5.4: Marketing Eco-friendly.....	34
Titolo del Modulo: Social Media .....	36
UNITÀ 6.1: Piattaforme Social Media .....	36
UNITÀ 6.2: Piattaforme Social nel Business .....	39
UNITÀ 6.3: Networking .....	42
UNITÀ 6.4: Contenuti multimediali, social network e come coinvolgere il pubblico .....	44
Titolo del Modulo: Finanza e pianificazione finanziaria.....	49
UNITÀ 7.1: Cos'è la pianificazione finanziaria? .....	49
UNITÀ 7.2: Come creare un piano finanziario?.....	52
UNITÀ 7.3: Concetti Base della Contabilità.....	56
Titolo del Modulo: Green Management .....	60
UNITÀ 8.1: Cos'è il Management? .....	60
UNITÀ 8.2: Introduzione al Green Management .....	62
UNITÀ 8.3: Come diventare Green?.....	64
Titolo del Modulo: Green Human Resource Management.....	66
UNITÀ 9.1: La gestione delle risorse umane (HRM) .....	66
UNITÀ 9.2: Green HRM.....	69

Titolo del Modulo: Forme e procedure legali per la costituzione di una società - Slovenia .....	72
UNITÀ 10.1: Quali decisioni prendere prima di costituire una società?.....	72
UNITÀ 10.2: Quali sono le forme giuridiche di società, i loro vantaggi e svantaggi?.....	74
UNITÀ 10.3: Come procedere alla registrazione della società? .....	76
Titolo del modulo: Forme e procedure legali per la costituzione di una società - Italia .....	79
UNITÀ 10.1: Quali decisioni prendere prima di costituire una società?.....	79
UNITÀ 10.2: Quali sono le forme giuridiche di società, i loro vantaggi e svantaggi?.....	81
UNITÀ 10.3: Come procedere con la registrazione della società? .....	86
Titolo del Modulo: Forme giuridiche e procedure per la costituzione di una società - Cipro .....	88
UNITÀ 10.1: Quali decisioni prendere prima di costituire una società?.....	88
UNITÀ 10.2: Quali forme giuridiche di società esistono, i loro vantaggi e svantaggi? .....	92
UNITÀ 10.3: Come registrare l'impresa? .....	92
Titolo del Modulo: Forme giuridiche e procedure per la costituzione di una società - Portogallo ....	97
UNITÀ 10.1: Quali decisioni prendere prima di costituire una società?.....	97
UNITÀ 10.2: Quali forme giuridiche esistono in Portogallo: vantaggi e svantaggi?.....	99
UNITÀ 10.3: Come procedere con la registrazione della società? .....	103
Titolo del Modulo: Forme giuridiche e procedure per la costituzione di una società - Grecia.....	106
UNITÀ 10.1: Quali decisioni prendere prima di costituire una società?.....	106
UNITÀ 10.2: Quali forme giuridiche di società esistono, i loro vantaggi e svantaggi? .....	108
UNITÀ 10.3: Come procedere con la registrazione della società? .....	111
Titolo del modulo: Forme giuridiche e procedure per la costituzione di una società - Polonia .....	114
UNITÀ 10.1: Quali decisioni prendere prima di costituire una società?.....	114
UNITÀ 10.2: Quali forme giuridiche di società esistono, i loro vantaggi e svantaggi? .....	116
UNITÀ 10.3: Come procedere con la registrazione della società? .....	119
Titolo del modulo: Progettazione di una presentazione efficace e regole di presentazione.....	122
UNITÀ 11.1: Regole di presentazione .....	122
UNITÀ 11.2: Come progettare una presentazione efficace .....	125
Titolo del modulo: Fonti di finanziamento (fondi a fondo perduto e rimborsabili).....	130
UNITÀ 12.1: I passi prima di iniziare il processo di finanziamento di una nuova impresa .....	130
UNITÀ 12.2: Tipologia di finanziamento aziendale: capitale vs debito .....	132
UNITÀ 12.3: Fonti di finanziamento .....	134
Titolo del modulo: Imprenditorialità Sociale.....	138
UNITÀ 13.1: Anatomia di un imprenditore sociale.....	138
UNITÀ 13.2: Tipi di imprenditorialità sociale.....	142

UNITÀ 13.3: L'impresa sociale nell'ecosistema .....	146
Titolo del modulo: Imprenditorialità ambientale .....	154
UNITÀ 14.1: Introduzione all'imprenditorialità ambientale .....	154
Titolo del modulo: Digitalizzazione del business .....	161
UNITÀ 15.1: Digitalizzazione delle imprese .....	161
UNITÀ 15.2: Strumenti di digitalizzazione .....	163
UNITÀ 15.3: Strategia di digitalizzazione .....	165



## TITOLO DEL MODULO: IL PERCORSO DELL'IMPRENDITORE

**Numero del modulo:** 1

**Autore del modulo:** Università di Maribor

### Descrizione del modulo:

Il viaggio dell'imprenditore comprende i primi pensieri e approcci al percorso imprenditoriale. In ogni unità, si apprenderanno il significato dell'imprenditorialità, le qualità che un imprenditore deve avere, come intraprendere il proprio viaggio imprenditoriale e gli esempi di imprenditori di successo. Alla fine di ogni unità, compiti pratici permetteranno di verificare le conoscenze acquisite e di determinare se si è sulla strada (imprenditoriale) giusta.

### Obiettivi didattici:

- Pianificare il proprio viaggio imprenditoriale.
- Apprendere quali qualità si possiedono e quali devono essere ancora acquisite/sviluppate.
- Applicare approcci per iniziare il percorso imprenditoriale basandosi su pratiche efficaci.

## UNITÀ 1.1: IMPRENDITORIALITÀ - DIVERTIMENTO O DURO LAVORO?

### Contenuto:

- 1.1.1 Cos'è l'imprenditorialità e chi è un imprenditore?
- 1.1.2 Caratteristiche di un imprenditore
- 1.1.3 Vantaggi e svantaggi dell'essere un imprenditore
- 1.1.4 I primi passi nell'imprenditorialità
- 1.1.5 Dove trovare sostegno e aiuto?

---

### 1.1.1 COS'È L'IMPRENDITORIALITÀ E CHI È L'IMPRENDITORE?

**L'imprenditorialità** è l'avvio e lo sviluppo di un'azienda, la fornitura di qualcosa di nuovo al mercato o l'organizzazione superiore dei mezzi di produzione. L'imprenditorialità è l'attività di creazione di un'azienda o di un'impresa e l'assunzione di rischi finanziari nella speranza di ottenere un profitto. L'imprenditorialità si riferisce all'approccio allo sviluppo e alla gestione di un'impresa commerciale per ottenere profitti, assumendo diversi rischi finanziari nel mondo aziendale. L'imprenditorialità è la capacità e la volontà di creare, sviluppare, organizzare e gestire un'impresa con tutti i suoi rischi

per ottenere un profitto. L'imprenditorialità è la creazione di un'impresa o di un'attività commerciale, costruendo, scalando e gestendo i suoi rischi per generare un profitto.

**Definizione di imprenditore:** Un imprenditore è un creatore, uno sfidante e una forza trainante. Qualcuno che produce qualcosa di nuovo, un'iniziativa, un'attività, un'azienda o un'organizzazione. Può essere l'inizio di un'impresa, di un progetto o di un'attività. L'imprenditore è una persona che avvia un'attività, diagnostica e risolve i problemi, è innovativo, opportunistico, autonomo, aperto, propenso al rischio e desidera ricavare un reddito dall'impresa.

**Tipi di Imprenditori (Sushanta Maiti, 2021):**

- **Imprenditori sociali:** Un individuo coinvolto in soluzioni innovative a problemi sociali. Questo tipo di imprenditore adotta uno stile in grado di creare e sostenere valori sociali.
- **Imprenditori seriali:** Gli imprenditori seriali avviano diverse imprese, sperando di poterle gestire una per lungo tempo. Sono principalmente imprenditori ad alto rischio con molte idee straordinarie e non sono sempre impegnati in una carriera con una particolare azienda o attività.
- **Imprenditori del Lifestyle:** Una persona che trae profitto da una passione personale. Presentano il loro stile di vita prima di ogni opportunità. L'imprenditore dello stile di vita costruisce un'attività che lo appassiona e la sviluppa in un reddito a lungo termine, residuale e continuo.

---

### 1.1.2. CARATTERISTICHE DELL'IMPRENDITORE

Diverse caratteristiche portano gli imprenditori ad avere successo. Eccone alcune (Sushanta Maiti, 2021):

**Deve avere la capacità di assumersi un rischio:** l'avvio di qualsiasi nuova attività o impresa comporta un rischio significativo. Pertanto, un imprenditore deve essere impavido, innovativo e propenso al rischio, che è una caratteristica fondamentale di un imprenditore.

**Mentalità innovativa:** Questo comporta la scoperta di nuove idee e la loro implementazione nel business. L'imprenditore deve valutare le modalità di business attuali e identificare nuovi metodi e approcci per gestire l'azienda in modo più efficace.

**Passione:** La passione porta a lavorare anche quando non si viene pagati alla fine. Questo è vero se si sta avviando una piccola impresa. La propria attività imprenditoriale comporterà la creazione della vostra piccola impresa. Gli imprenditori devono essere sempre appassionati dei loro obiettivi e pronti a sacrificare tutto per realizzare i loro sogni.

**Fiducia:** Se il successo è una ricetta, la fiducia è l'ingrediente fondamentale. Come imprenditori, dovete avere fiducia in voi stessi e nei vostri servizi. Quando si intraprende un'attività imprenditoriale, si incontrano ostacoli e difficoltà critiche. In quel momento, non dovete perdere la fiducia in voi stessi e affrontare la situazione con coraggio.

**Qualità visionarie e di leadership:** Per avere successo, l'imprenditore deve avere una visione chiara e distinta della sua nuova impresa. Tuttavia, per trasformare l'idea in realtà sono necessarie molte

risorse e molti dipendenti. La leadership è necessaria per motivare e guidare i propri dipendenti verso la strada del successo.

**Capacità decisionale:** Per essere un imprenditore di successo è necessario avere buone capacità decisionali. Bisogna essere pronti a prendere immediatamente la decisione giusta per evitare qualsiasi errore. Si tratta di un'abilità indispensabile che ogni imprenditore con una mentalità imprenditoriale dovrebbe cercare di acquisire.

Gli imprenditori hanno molte qualità che aiutano le loro aziende ad avere successo. Tuttavia, un imprenditore non deve necessariamente possedere tutte le qualità. In questo caso, deve imparare o assumere i servizi di coloro che possiedono le qualità che lui non ha.

---

### 1.1.3. VANTAGGI E SVANTAGGI DELL'ESSERE IMPRENDITORE

Ecco alcuni pro e contro del lavoro come imprenditore (Indeed Editorial Team, 2022):

**Pro dell'essere un imprenditore:**

- 1. In qualità di imprenditore, si ha una grande libertà e flessibilità nel determinare le modalità di lavoro.** Si può scegliere l'orario di lavoro e decidere dove lavorare. Non c'è un manager a cui bisogna rendere conto ogni giorno.
- 2. Avete il controllo totale sull'attività:** sia che si voglia vendere un prodotto o fornire un servizio, avete il controllo totale sulle operazioni dell'azienda; in qualità di proprietario, si decide chi assumere e quali salari o stipendi ricevere.
- 3. Invece di lavorare per un altro datore di lavoro e guadagnare per conto di quest'ultimo,** tutti i profitti ottenuti vanno direttamente alla propria azienda. Ciò significa che i successi dell'azienda diventano i propri successi.
- 4. L'imprenditorialità è spesso un progetto di passione per molti professionisti, perché rappresenta un'opportunità per raggiungere gli obiettivi e le passioni di una vita.** A volte le persone lavorano in un settore professionale per molti anni e poi decidono che sono pronte a seguire un percorso che hanno sempre desiderato.
- 5. Essere un imprenditore significa poter migliorare direttamente la vita degli altri a livello locale, nazionale o addirittura globale.** Quando la propria azienda cresce e diventa più redditizia, si può offrire a molte persone un lavoro ben retribuito e aiutarle a raggiungere una qualità di vita più elevata.
- 6. Come imprenditore, la leadership è l'abilità più importante che si possa sviluppare.** Man mano che si gestiscono le varie operazioni aziendali e i dipendenti, ci si può aspettare di diventare più abili nel guidare gli altri in modo etico e nell'assumersi la responsabilità della crescita dell'azienda.

### Contro dell'essere imprenditore:

- 1. Maggiore responsabilità personale:** essere un imprenditore permette di avere autonomia sulle modalità di assunzione delle responsabilità. Nelle primissime fasi di sviluppo, potete aspettarvi di gestire tutti gli aspetti comunicativi, finanziari, operativi, di marketing, pubblicitari e legali.
- 2. Potenziali rischi finanziari:** quando si avvia una nuova impresa, l'imprenditorialità comporta dei rischi finanziari. È frequente che un imprenditore investa una quantità sostanziale di denaro proprio nell'azienda, in modo che questa possa operare e crescere adeguatamente.
- 3. Maggiore stress personale:** maggiori responsabilità a volte significano maggiore stress personale. Mentre si lavora diligentemente per il successo della propria azienda, ricoprire così tanti ruoli simultaneamente può essere emotivamente e fisicamente stressante.
- 4. Lo sviluppo di una rete professionale è fondamentale per il successo a lungo termine della vostra attività.** Considerando gli stakeholder che decidono di investire nella vostra azienda o il movimento di base che dona alla vostra impresa, è responsabilità dell'imprenditore creare connessioni e relazioni con queste persone per il bene della propria attività.
- 5. L'avvio di un'attività imprenditoriale richiede maggiori sacrifici e orari di lavoro più lunghi.** Ciò potrebbe significare investire una parte maggiore dei propri risparmi o ridurre il proprio reddito. Molti imprenditori lavorano a lungo, spesso superando la normale giornata lavorativa di 40 ore.
- 6. In una società capitalistica, la concorrenza tra le imprese è un elemento inevitabile ed essenziale.** Quando si avvia un'impresa, è probabile che ci siano altre aziende che forniscono un prodotto o un servizio simile.

---

#### 1.1.4 PRIMI PASSI NELL'IMPRENDITORIALITÀ

Il primo passo del percorso imprenditoriale consiste nell'identificare un "problema" che un numero sufficiente di potenziali acquirenti ha e che sono disposti a pagare per la soluzione di questo "problema". Sulla base del problema identificato, si forma un'idea imprenditoriale. Dopo aver identificato il problema e la soluzione (prodotto - prodotto o servizio), è necessario ricercare il potenziale di mercato e la concorrenza.

Di seguito vengono illustrati il progetto e il layout:

- Idea
- Prodotto
- Modello di business
- Fondazione dell'azienda
- Pianificazione finanziaria
- Acquisizione di risorse finanziarie
- Marketing - promozione
- Vendite
- Stabilire rapporti commerciali
- Imposte e tasse

- Contabilità

Per informazioni più dettagliate sulla costruzione di un'idea imprenditoriale e sulle aree menzionate in precedenza, consultare i moduli 2-15.

---

### 1.1.5 DOVE TROVARE SUPPORTO E AIUTO?

Servizi e programmi forniti dall'ecosistema imprenditoriale

- Mentorship
- Consulenza (marketing, finanza, tasse, risorse umane, ecc.)
- Consulenza sulle idee
- Assistenza nella preparazione e pianificazione del modello di business
- Formazione and capacity building
- Assistenza nell'acquisizione di risorse finanziarie
- Eventi (networking)
- Fondi EU e nazionali per capitale iniziale

Dove cercare aiuto e supporto in Italia?

- Entrepreneur in one day (Impresa in un giorno) è un sito governativo creato per offrire informazioni e supporto nel disbrigo delle pratiche burocratiche legate all'avvio e alla gestione di un'attività in proprio ([Home - impresainungiorno.gov.it](http://Home-impresainungiorno.gov.it))
- Formazione e sviluppo delle competenze di Unioncamere offre una piattaforma completa che fornisce una serie di informazioni utili sull'autoimprenditorialità ([Home | Unioncamere](http://Home | Unioncamere))
- Il Ministero delle Imprese e del made in Italy ha creato Smart&Start Italia, uno strumento di facilitazione per promuovere, su tutto il territorio nazionale, le condizioni per la diffusione di nuova imprenditorialità e per sostenere le politiche di trasferimento tecnologico e la valorizzazione economica dei risultati del sistema della ricerca pubblica e privata ([Sostegno alle startup innovative \(Smart & Start Italia\) \(mimit.gov.it\)](http://Sostegno alle startup innovative (Smart & Start Italia) (mimit.gov.it)))
- Anche le Camere di Commercio hanno istituito servizi di orientamento, formazione, assistenza, consulenza e supporto per la creazione di nuove start-up, tra cui anche progetti imprenditoriali avviati da donne.

**Esempio di buona pratica:**

- Video - intervista a un imprenditore

**Esercizio/valutazione dell'unità:**

- Caratteristiche di un imprenditore; indagine su 6 caratteristiche chiave, scala da 1 a 10 (autovalutazione).

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopna/available at: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Str. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. [www.delajvitko.si](http://www.delajvitko.si).
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sushanta Maiti (2021); “What is Entrepreneurship? Definition, 5 Types, 5 Scopes, Characteristics, 5 Importance”; [https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition\\_of\\_Entrepreneurship](https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship).
- [7] Indeed Editorial Team (2021); “12 Pros and Cons of Being an Entrepreneur”; <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>.



## TITOLO DEL MODULO: BUSINESS IDEA

**Numero del modulo: 2**

**Autore del modulo:** Università di Maribor

### **Descrizione del modulo:**

L'obiettivo di avviare un'attività in proprio inizia con il riconoscimento di un problema sul mercato, con un grande potenziale di mercato e un potenziale tale che gli acquirenti siano disposti a pagare per la vostra soluzione (prodotto, servizio). Il modulo presenta le fasi di identificazione del problema, le modalità di creazione di un'idea imprenditoriale, le caratteristiche di una buona idea imprenditoriale e la valutazione del potenziale di un'idea imprenditoriale. Il contenuto del modulo permetterà di adottare un approccio strutturato per formulare e definire un'idea di business, che sono i passi necessari per avviare con successo la vostra attività.

### **Obiettivi didattici:**

- Approcci alla creazione di un'idea imprenditoriale.
- Caratteristiche di una buona idea imprenditoriale.
- Valutazione di un'idea imprenditoriale.

## UNITÀ 2.1: BUSINESS IDEA

Contenuto:

- 2.1.1 Come nasce un'idea per avviare un'attività?
- 2.1.2 Identificare il perché, il chi e il come
- 2.1.3 Caratteristiche di una buona idea imprenditoriale
- 2.1.4 Come verificare il "valore" di un'idea imprenditoriale?

---

### 2.1.1 COME NASCE UN'IDEA PER AVVIARE UN'IMPRESA?

Come generare idee imprenditoriali:

- Chiedere a parenti e amici.
- Considerare i problemi della vostra vita quotidiana e risolverli!
- Sviluppare i propri hobby.
- Considerare se ci sono compiti che si potrebbero rendere più facili.
- Sviluppare prodotti o servizi esistenti.

### 17 luoghi dove trovare idee di prodotto (Mark Macdonald, 2022):

- Partire da ciò che si ha.
- Prestare attenzione alle tendenze della propria comunità locale.
- Consultare le pubblicazioni online sulle tendenze dei consumatori.
- Ispirarsi ai leader del settore.
- Utilizzare i siti di scoperta delle tendenze di prodotto.
- Dare un'occhiata ai siti social.
- Consultare i mercati all'ingrosso B2B.
- Sfogliare i mercati online dei consumatori.
- Consultare le comunità di forum sociali.
- Cercare nelle reti dei social media.
- Leggere le recensioni dei clienti in loco e di terzi.
- Esaminare le analisi e gli approfondimenti SEO.
- Leggere le pubblicazioni sullo stile di vita dei consumatori.
- Imparare dalla concorrenza.
- Creare sondaggi tra i clienti.
- Ricorrere al crowdsourcing.
- Guardare al passato.

---

#### 2.1.2 IDENTIFICARE IL PERCHÉ, CHI E COME

Dopo aver elaborato una nuova idea imprenditoriale, il primo passo è concentrarsi sul "perché" e sul "chi". Si può pensare di aver avuto un'idea fantastica, ma la propria attività non avrà successo se non si conoscono le vere ragioni per cui è una buona soluzione e per chi sarebbe una buona soluzione.

Si inizia pensando a quale problema risolve la propria idea imprenditoriale. L'attività può risolvere un problema per voi, ma lo risolve anche per gli altri? Se nessun altro ha il problema per il quale la vostra azienda propone una soluzione, chi comprerà quella soluzione?

Dopo aver analizzato a fondo il motivo per cui la propria attività è necessaria, si deve stabilire chi sarà il pubblico di riferimento della vostra attività. Pensando ai dati demografici del vostro pubblico di riferimento, ciò che è importante per queste persone e al modo in cui verranno raggiunte.

Dopo aver definito tutti i dettagli della propria futura attività, il passo successivo è capire come trasformare il vostro sogno in realtà. L'avvio di un'attività potrebbe costare molto denaro, quindi questo è uno dei principali fattori "come" da considerare. Decidere se parlare con gli investitori, se chiedere un prestito o se avviare una campagna Kickstarter.

Si deve determinare tutto ciò di cui avrete bisogno per avviare la vostra attività. Per esempio, se si offre un prodotto, come viene costruito e quanto costerà? Quest'ultimo passo è uno dei più importanti per portare la propria attività dalla testa al mondo reale.

---

#### 2.1.3 CARATTERISTICHE DI UNA BUONA IDEA IMPRENDITORIALE

Le migliori idee imprenditoriali forniscono un prodotto o un servizio che risponde a un'esigenza costante di una base di clienti identificabile. Una buona opportunità di business è scalabile, il che

significa che è possibile espandere la produzione o servire più clienti senza impattare negativamente sulla qualità o sui ricavi.

Quali sono le caratteristiche di una buona idea imprenditoriale? (Ahmad Nasrudin, 2023)

- **Redditizia:** qualsiasi attività chiuderà quando non sarà redditizia a lungo termine. Quindi, un'idea imprenditoriale valida dovrebbe essere redditizia nel lungo periodo. Profittevole significa che un'idea imprenditoriale potenziale genera più entrate rispetto ai costi. Per le nuove imprese, i costi comprendono i costi di ricerca e sviluppo, i costi di produzione e altri costi operativi. I ricavi devono anche compensare il costo delle risorse, come il tempo e l'impegno profuso dal titolare dell'impresa.
- **Innovativa:** i prodotti innovativi suscitano l'interesse dei consumatori, aumentando la probabilità di acquisto. Inoltre, riducono i costi promozionali. Ad esempio, i primi acquirenti soddisfatti del prodotto sono felici di consigliarlo alle persone più vicine.
- **Risolvere il problema:** gli imprenditori lanciano prodotti per soddisfare le esigenze dei consumatori e ciò che essi desiderano. L'emergere di un bisogno può essere dovuto al fatto che i consumatori hanno problemi che i prodotti esistenti non riescono a risolvere. Questo crea opportunità di business su cui lavorare.
- **Proposta di vendita unica:** Una proposta di vendita unica è un aspetto unico di un prodotto, che lo differenzia dai prodotti della concorrenza. Si tratta di un aspetto che distingue un prodotto dai suoi concorrenti: può essere il prezzo, le caratteristiche o la qualità.
- **Domanda sostanziale:** l'idea imprenditoriale deve avere una domanda di mercato sostanziale. Permette alla nuova impresa di crescere, generare maggiori entrate e ridurre i costi. Le dimensioni del mercato sono importanti per aumentare la base di clienti, incrementare le vendite e realizzare economie di scala.
- **Adeguatezza delle risorse:** l'avvio di un'impresa di piccole dimensioni spesso si basa su un capitale iniziale proveniente dalle proprie tasche invece che su finanziamenti esterni. Inoltre, consuma diverse altre risorse, tra cui l'impegno e il tempo. Richiede anche un supporto, come i metodi di produzione, i canali di distribuzione e i dipendenti.
- **Resistenza:** il mercato e la concorrenza sono dinamici. Pertanto, una buona idea imprenditoriale deve consentire all'azienda di prosperare in un ambiente di mercato in continua evoluzione. Inoltre, in questo caso, la concorrenza è un fattore da considerare.

---

#### 2.1.4 COME CONTROLLARE IL “VALORE” DI UN’IDEA IMPRENDITORIALE?

**Cercare soluzioni simili.**

Nessuna idea imprenditoriale è unica al 100%; nel mondo ci saranno sempre aziende simili alla propria. Quindi, non bisogna preoccuparsi se ci sono aziende simili; anzi, questo dimostra che c'è un mercato per quello che si fa. Bisogna considerare chi saranno i concorrenti, cosa offrono e cosa si farà di diverso o di migliore rispetto a loro.

Dovete sapere cosa vi contraddistingue dalla concorrenza. Iniziate a fare ricerche sulle aziende che potrebbero diventare la vostra concorrenza. Osservate quanto si fanno pagare, il loro pubblico di riferimento e il modo in cui si rivolgono a loro, per citare solo alcuni punti di ricerca. Non è necessario

reinventare la ruota, ma cercate di capire quali sono le carenze di queste aziende e come potete migliorare questi aspetti nella vostra attività, in modo da catturare i loro clienti.

### **Parlare con i potenziali clienti.**

Così come si studia la potenziale concorrenza, si devono studiare i potenziali clienti. Bisogna iniziare a parlare con il proprio pubblico di riferimento. Cercate di capire se il prodotto o servizio è qualcosa che utilizzerebbero, scoprite quanto pagherebbero per averlo e chiedete quale prodotto o azienda analoga stanno utilizzando ora per risolvere il problema. Si potrebbe anche approfondire alcune questioni e chiedere alle persone di compilare un sondaggio che fornisca risposte e che aiutino a conoscere ancora meglio il vostro pubblico. Anche i riscontri negativi sulla vostra idea di business possono aiutarvi a perfezionarla.

### **Esempi di buona pratica:**

- 5 slide di idee imprenditoriali di successo (locali)

### **Esercizio/Valutazione dell'Unità:**

- Qual è la tua idea imprenditoriale?
- Quando pensi di avviare la tua attività?
- Chi è il tuo acquirente/committente?

### **BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:**

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.

[2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na/available at: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Str. 15-38.

[3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.

[4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. [www.delajvitko.si](http://www.delajvitko.si).

[5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.

[6] Joshua Stowers, (2023) "How to Start a Business: A Step-by-Step Guide"; Business News Daily.

[7] Mark Macdonald, (2022) "Product Ideas: 17 Places To Find Profitable Products"; <https://www.shopify.com/blog/product-ideas>.

[8] Ahmad Nasrudin, (2023); “What are the characteristics of a good business idea?”  
<https://penpoin.com/good-business-idea/>.



## TITOLO DEL MODULO: BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

**Numero Modulo: 3**

**Autore modulo:** Università di Maribor

### Descrizione del modulo:

Il modello Business Model Canvas (BMC) rappresenta un approccio e uno strumento con cui gli imprenditori, soprattutto quelli potenziali, possono ridefinire o iniziare efficacemente il loro percorso imprenditoriale. Il modulo presenta la struttura, l'approccio e i vantaggi principali dell'utilizzo del modello di business canvas. Il Business Model Canvas aiuta a visualizzare ciò che è importante e costringe gli utenti ad affrontare le aree chiave. Può essere utilizzato anche da un team (dipendenti e/o consulenti) per comprendere le relazioni e raggiungere accordi.

### Obiettivi didattici:

- Vantaggi dell'utilizzo del Business Model Canvas.
- Come iniziare a costruire un BMC per la propria idea imprenditoriale.
- Aree chiave del Business model Canvas.

## UNITÀ 3.1: BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

### Contenuto:

3.1.1 Vantaggi e modalità di avvio del Business Model Canvas

3.1.2 Progettazione del Business Model Canvas

#### 3.1.1 VANTAGGI E MODALITÀ DI AVVIO DEL BUSINESS MODEL CANVAS

Un modello di business è un piano che descrive come un'azienda intende fare soldi. Spiega chi sono i clienti, come fornire loro valore e i relativi dettagli di finanziamento. Il Business Model Canvas consente di definire questi diversi componenti in un'unica pagina. Il Business Model Canvas offre agli imprenditori un'istantanea completa di ogni aspetto della loro attività, dalla proposta di valore ai segmenti di clientela, dalle operazioni ai dati finanziari. Sembra molto articolato ma in realtà lo strumento non è più complesso di nove caselle che rappresentano i segmenti aziendali disegnate su un foglio di carta. Gran parte della sua efficacia risiede proprio nella sua semplicità. L'esercizio costringe gli imprenditori a rimanere concentrati e concisi mentre tracciano la loro attività in base a ciascuna casella per affinare la strategia e il piano aziendale. L'identificazione delle lacune di pianificazione tra questi nove elementi è il vero valore del Business Model Canvas. Il Business Model Canvas consente di mettere su carta l'intera attività e di valutare la strategia, le lacune nella pianificazione e l'esposizione al rischio.

### 3.1.2 DESIGN DEL BUSINESS MODEL CANVAS



Source: <https://creately.com/blog/diagrams/business-model-canvas-explained/>

#### Partner chiave

Chi sono gli acquirenti e i fornitori con cui si devono stringere rapporti? Quali altre alleanze aiuteranno a svolgere le attività principali e a soddisfare la proposta di valore per i clienti?

#### Attività chiave

Quali sono le attività più importanti che si devono intraprendere per realizzare la vostra proposta di valore, assicurarvi i canali di distribuzione, creare e rafforzare le relazioni con i clienti, ottimizzare i flussi di entrate e altro ancora?

#### Risorse chiave

Di quali risorse avete bisogno per creare valore per i vostri clienti e sostenere la vostra attività?

#### Proposta di valore

Quale problema fondamentale risolve la vostra azienda? Quali vantaggi offre l'azienda? E quali prodotti o servizi si offrono per soddisfare le esigenze dei propri clienti?

#### Segmenti di clientela

A chi si rivolge la propria attività? L'azienda servirà un solo tipo di cliente o più segmenti di clienti? Quali sono i clienti più importanti per il successo della vostra azienda?

## Relazioni con i clienti

Quali tipi di relazioni si intende instaurare con i propri clienti? Quali sono le aspettative di relazione da parte di ciascun segmento di clienti?

## Canali di vendita

Con quali mezzi saranno raggiunti i clienti target? Come saranno consegnati loro i vostri prodotti e servizi? Quali saranno i più convenienti? Come sono integrati i canali di vendita?

## Struttura dei costi

Quali sono i costi che sosterrate durante la gestione della vostra attività? Esistono due tipi principali di strutture di costo: quelle orientate al valore e quelle orientate ai costi. Una parte di questo segmento consiste nel determinare quale struttura abbia più senso per la vostra azienda e nel tenerne conto nella vostra strategia dei costi.

## Flusso dei ricavi

Come farete pagare il prodotto o servizio? Quanto sono disposti a spendere i clienti? Quanto contribuirà ogni flusso di ricavi al vostro fatturato annuale complessivo?

## Esempio di buona pratica:

- Esempi di BMC.

## Esercizio/Valutazione dell'Unità:

- Un questionario con risposte a scelta multipla sul contenuto di ogni parte del Business Model Canvas. Dopo averlo completato, il partecipante deve aver risposto correttamente ad almeno al 70% delle domande.

## BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.

[2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na/available at: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Str. 15-38.

[3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.

[4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. [www.delajvitko.si](http://www.delajvitko.si).

[5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.

[6] Sergiy Korolov (2022), “Business Model Canvas Explained - a One-Page Business Plan”; [https://railsware.com/blog/business-model-canvas/#How\\_to\\_get\\_started\\_with\\_the\\_business\\_model\\_canvas](https://railsware.com/blog/business-model-canvas/#How_to_get_started_with_the_business_model_canvas).



## TITOLO DEL MODULO: RICERCA DI MERCATO

**Modulo numero: 4**

**Autore del modulo:** Euphoria Net srl

### **Descrizione del modulo:**

La definizione di ricerca di mercato si riferisce alla raccolta di dati sul mercato e sui consumatori da parte di un'azienda per prendere decisioni informate sul lancio di nuovi prodotti e servizi. È necessario valutare come i prodotti o i servizi dell'azienda si comporteranno dopo il lancio. Le fasi della ricerca comprendono la definizione del problema, la scelta dell'approccio, la preparazione del progetto di ricerca, la raccolta e l'analisi dei dati e la stesura di un rapporto di ricerca da presentare. Ci sono due tipi di ricerca di marketing: la ricerca primaria (esplorativa e specifica) e la ricerca secondaria attraverso risorse online, pubbliche e commerciali.

### **Obiettivi didattici:**

- Imparare cos'è la ricerca di mercato.
- Comprendere gli obiettivi della ricerca di mercato.
- Imparare le fasi della ricerca di mercato.
- Esplorare gli strumenti che si possono utilizzare per le ricerche di mercato.

## UNITÀ 4.1: LA RICERCA DI MERCATO E I SUOI OBIETTIVI

### **Contenuto:**

La **ricerca di mercato** è una strategia aziendale in cui un'organizzazione analizza le tendenze del mercato, la concorrenza e le preferenze dei consumatori prima di lanciare nuovi prodotti o servizi. Si tratta di raccogliere e interpretare i dati durante lo sviluppo del prodotto o del marketing per aiutare le aziende a prendere decisioni informate. La ricerca di mercato è uno dei primi passi da compiere quando si ha un'idea imprenditoriale e si vuole lanciare la propria azienda.

Durante la ricerca di mercato, è necessario analizzare i fattori interni ed esterni che influenzano o potrebbero potenzialmente influenzare la vostra azienda e il suo posizionamento sul mercato. Questa attività è necessaria per comprendere meglio il contesto in cui opera un'organizzazione, studiando ogni attore presente al suo interno. In questo modo, è possibile identificare e analizzare il comportamento dei consumatori e i processi decisionali per offrire un servizio che soddisfi le loro aspettative. Di conseguenza, gli effetti di questa ricerca possono modificare le diverse aree di business dell'azienda:

- **Marketing:** per definire la strategia di comunicazione più appropriata.

- Sviluppo del prodotto: per modificare le caratteristiche e le funzioni di un prodotto già presente sul mercato o se l'azienda vuole lanciarne un prodotto nuovo.
- Servizio clienti: per cercare di ottimizzare l'esperienza post-vendita.

L'**obiettivo principale della ricerca di mercato** è quello di raccogliere informazioni sugli elementi che influenzano le prestazioni dell'azienda. Questi possono essere:

- Identificare le tendenze del settore.
- Scoprire i luoghi in cui i clienti si informano prima di effettuare un acquisto.
- Conoscere l'andamento dei prezzi della concorrenza.
- Identificare le evidenze delle opportunità di mercato (le evidenze delle opportunità di mercato sono una raccolta di dati che supportano la capacità della vostra start-up di operare in un mercato ampio, di alto valore e in crescita).
- Stabilire un prezzo di vendita.

Effettuando regolarmente ricerche di mercato, sarete più consapevoli delle dinamiche aziendali, necessarie per costruire un vantaggio competitivo. L'analisi e la rielaborazione delle informazioni raccolte consentono all'azienda (o start-up) di applicare strategie incentrate sul cliente. Le strategie incentrate sul cliente hanno l'obiettivo di risolvere le esigenze dei clienti e di massimizzarne la soddisfazione. Per fare ciò, le aziende devono mettersi nei panni dei clienti, guardando i prodotti, i servizi e l'intera organizzazione dal punto di vista dei clienti. Si tenga presente che la qualità e la quantità di queste informazioni dipendono dalla dimensione del campione analizzato. Quanto più grande ed eterogeneo è il campione di ricerca, tanto maggiore sarà la quantità di informazioni prodotte. D'altra parte, condurre una ricerca di mercato troppo estesa aumenterà i costi e i tempi di esecuzione dell'intera operazione, quindi prestate particolare attenzione a questo aspetto.

#### Esempio di buona pratica:

- [Airbnb-Success-Story.pdf \(similarweb.com\)](#)

#### Esercizi/Valutazione dell'Unità:

Quiz - Livello di superamento: 70%

- Domande a scelta multipla.
- Domande a risposta aperta.
- Esercizi di trascinamento.
- Riempire gli spazi vuoti.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Wall Street Mojo Team. (2023). Consultato [Market Research - Definition, Process, Types, Examples \(wallstreetmojo.com\)](#).

[2] Liz M. (10/06/2022). 9 Highly Successful Market Research Examples. Consultato [Examples Of Successful Market Research | Similarweb](#).

## UNITÀ 4.2: COME FARE UNA RICERCA DI MERCATO?

### Contenuto:

La ricerca di mercato è un'analisi multidisciplinare che richiede un grande impiego di risorse e può essere condotta in modo diverso. In generale, si possono seguire queste 3 fasi, adattandole alle esigenze specifiche della ricerca:

Definire gli obiettivi della ricerca di mercato

Cercate di **applicare lo S.M.A.R.T.** L'acronimo indica i criteri con cui definirete gli obiettivi della ricerca; essi devono quindi essere specifici, misurabili, raggiungibili, rilevanti e temporalmente definiti.

Identificare il gruppo di persone.

Definite le caratteristiche chiave del vostro campione di ricerca, come età, interessi, fascia di reddito, livello di istruzione e così via. Per farlo, utilizzate le **buyer personas**, un modello che le aziende usano per rappresentare il loro cliente ideale.

Elaborare i dati raccolti.

Una volta conclusa la ricerca, è necessario analizzare i dati per identificare le relazioni di causa-effetto e prendere decisioni strategiche. In base alla natura dei dati ricercati, si possono fare due tipi di ricerca di mercato: qualitativa e quantitativa.

È importante conoscere la differenza perché un tipo di ricerca lavora su dati statistici (quantitativa), mentre l'altro analizza componenti più emotive e psicologiche (qualitativa).

La scelta della metodologia corretta può determinare l'efficacia e l'utilità della vostra ricerca di mercato.

Vediamole meglio nella prossima unità.

### Esempio di buona pratica:

- Carol ha distribuito i suoi saponi fatti a mano ad amici e parenti per avere un riscontro e decidere se vendere i suoi prodotti. Ha ricevuto un'ottima risposta da parte loro ma ha deciso di fare qualche ricerca in più. Ha lanciato un sondaggio sui suoi account di social media per verificare quante persone preferissero il sapone fatto a mano. Contemporaneamente, ha letto le recensioni di prodotti simili sui siti di e-commerce. Questo l'ha aiutata a capire cosa volessero i clienti. Dopo la ricerca di marketing, ha scoperto che le persone sembravano soddisfatte dei saponi fatti a mano, ma solo se la confezione era ecologica. Per questo motivo,

Carol ha deciso di concentrarsi sul design del packaging, tenendo conto della redditività del mercato e del comportamento dei consumatori.

### Esercizi/Valutazione dell'Unità:

Quiz - Livello di superamento: 70%

- Domande a scelta multipla.
- Domande a risposta aperta.
- Esercizi di trascinamento.
- Riempire gli spazi vuoti.

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Wall Street Mojo Team. (2022). Consultato [Market Research - Definition, Process, Types, Examples \(wallstreetmojo.com\)](https://wallstreetmojo.com).

[2] Qualtrics. (2022). Your ultimate guide to market research and how to conduct it like a pro. Consultato [Ultimate Guide to Market Research & How to Do It in 2023 \(qualtrics.com\)](https://qualtrics.com).

## UNITÀ 4.3: RICERCA DI MERCATO QUALITATIVA E QUANTITATIVA

### Contenuto:

Esistono due tipi principali di dati che si possono raccogliere nelle ricerche di mercato. Entrambi possono essere utili per scopi diversi.

- La ricerca di mercato **qualitativa** (o esplorativa) è un'analisi non strutturata che descrive un fenomeno. Riguarda più che altro le persone e le loro opinioni sulla vostra azienda. Vengono condotte ponendo domande aperte o realizzando interviste di convalida con un campione di clienti. In questo caso si ottengono risultati importanti, soprattutto per quanto riguarda le esigenze, i timori e le aspettative dei clienti. È particolarmente utile se si sta sviluppando un nuovo prodotto, servizio, sito web o campagna pubblicitaria e si vuole ottenere un feedback prima di impegnare un budget elevato. Alcune domande tipiche sono:
  - Cosa ne pensate di questo nuovo logo aziendale?
  - Cosa fareste per migliorare questo nuovo servizio e renderlo più attraente per voi?
  - Perché pensate che questo prodotto sia migliore di quelli della concorrenza?
  - Come definirebbe il design di questo sito web? Quanto è amichevole e facilmente navigabile?
- Le ricerche di mercato **quantitative** (o descrittive), invece, forniscono una rappresentazione statistica della realtà. Si tratta di matematica e fornisce importanti statistiche sulla vostra azienda e sul vostro mercato. I dati raccolti descrivono oggettivamente il comportamento dei consumatori. Questi dati sono statisticamente validi, quindi è possibile utilizzarne i risultati per prevedere l'andamento della propria attività. Tuttavia, le ragioni che li hanno determinati rimangono di competenza della ricerca di mercato qualitativa.

La ricerca quantitativa, ad esempio, è utile per rispondere a domande come:

- Esiste un mercato per i vostri prodotti e servizi?
- Quante persone sono interessate ad acquistare il vostro prodotto o servizio?
- Che tipo di persone sono i vostri migliori clienti?
- Quali sono le loro abitudini di acquisto?
- Quanto tempo i visitatori rimangono sul vostro sito web e da quale pagina escono?

In genere, le aziende effettuano ricerche miste sui campioni analizzati per ottenere informazioni più complete. Inoltre, il tipo di ricerca che si sceglie di adottare dipende anche dall'obiettivo della ricerca stessa.

#### Esempio di buona pratica:

Non applicabile a questa unità.

#### Esercizi/Valutazione dell'Unità:

Quiz - Livello di superamento: 70%

- Domande a scelta multipla.
- Domande a risposta aperta.
- Esercizi di trascinamento.
- Riempire lo spazio vuoto.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Qualtrics (2022). *Ultimate Guide to Market Research & How to do it in 2023*. Consultato [Ultimate Guide to Market Research & How to Do It in 2023 \(qualtrics.com\)](https://www.qualtrics.com/ultimate-guide-to-market-research/).

## UNITÀ 4.4: TIPI DI RICERCA DI MERCATO E STRUMENTI ONLINE PER CONDURLA

### Contenuto:

Esistono due tipi di metodi di ricerca di mercato: primario e secondario.

La **ricerca primaria** è la ricerca che si raccoglie in prima persona. Si tratta di dati grezzi raccolti attraverso, ad esempio, sondaggi, focus group, analisi dei dati, osservazioni e interviste, ecc. Questo tipo di ricerca presenta due vantaggi. Grazie alle nuove tecnologie di oggi, è possibile accedere a strumenti semplici e facili da usare per avviare la ricerca e gestire grandi volumi di dati. In secondo luogo, si ottengono dati freschi e inutilizzati che forniscono una prospettiva attuale e forse una maggiore sicurezza nel confermare le ipotesi già formulate. Inoltre, può essere molto mirato alle proprie esigenze. Le informazioni primarie possono essere estremamente preziose.

Alcuni dei diversi metodi di raccolta dei dati che si possono utilizzare sono, ad esempio:

- Sondaggi.
- Interviste.
- Gruppi di discussione.
- Osservazioni.

Nella **ricerca secondaria** si utilizzano dati che sono già stati raccolti, analizzati e pubblicati (e quindi non si è proprietari di questi dati). Può anche essere utilizzata per supportare l'uso della ricerca primaria. Questo tipo di ricerca può essere molto utile per le piccole imprese e le start-up come la vostra, perché a volte è più facile da ottenere, spesso attraverso società di ricerca, ed è un'alternativa più economica per le imprese con budget più bassi. **Le fonti di ricerca di mercato secondarie** possono essere, ad esempio:

Fonti pubbliche, come i dati dei censimenti dei governi e delle camere di commercio.

Fonti commerciali: Si possono acquistare da aziende specializzate in ricerche di mercato che possono fornire rapporti specifici per il settore.

Inoltre, le fonti interne con dati già esistenti all'interno della vostra organizzazione possono fornirvi gratuitamente risultati unici.

Sia la ricerca primaria che quella secondaria hanno i loro vantaggi, ma sono meglio utilizzate se abbinate insieme, per darvi la sicurezza di prendere decisioni sapendo che le vostre ipotesi sono solide.

Molti strumenti possono facilitare e velocizzare le vostre ricerche di mercato su Internet.

- **Google:** il più grande motore di ricerca del mondo può fornirvi informazioni sugli interessi e le esigenze dei clienti.
- **Google Alert:** consente di monitorare la presenza di una o più parole chiave come nomi di marchi, prodotti o servizi sul web.
- **Google Trends:** per tenere d'occhio le ricerche più trendy degli utenti in base alla loro posizione.
- **Crunchbase:** una piattaforma che fornisce dati sulla concorrenza e include sia start-up in fase iniziale che grandi aziende.
- **Facebook insight:** uno strumento per ottenere informazioni demografiche sul pubblico di Facebook e Instagram.
- Anche gli **istituti nazionali di statistica** forniscono una grande quantità di dati relativi a vari settori, generalmente gratuiti nella maggior parte dei Paesi.
- **Sem rush:** uno degli strumenti più completi per l'analisi del marketing online.
- **Statista:** uno strumento che fornisce dati sui beni di consumo.
- **Similarweb:** uno strumento che permette di analizzare il traffico sui siti web dei concorrenti.
- **Social network:** osservare sempre i social network in cui sono presenti i concorrenti. Questi possono fornire informazioni utili sulla loro strategia di marketing.

### Esempio di buona pratica:

- Questo piccolo esercizio di brainstorming permette di capire come fare una ricerca di mercato.

Vediamo come fare una ricerca di mercato per un'azienda che si occupa di alimenti vegetariani e vegani e che vuole migliorare la propria posizione sul mercato e aumentare le vendite.

Un problema potrebbe essere quello di individuare il giusto punto di vendita in cui i consumatori sono interessati a questo tipo di prodotto.

La ricerca primaria potrebbe seguire, ad esempio, le seguenti fasi:

Organizzare discussioni di gruppo con i consumatori target, che già consumano il prodotto, e con altri che di solito non lo acquistano. L'obiettivo è capire le ragioni alla base della decisione di consumare o meno alimenti vegani o vegetariani e se gli utenti conoscono altri marchi simili, cercando anche di capire cosa ne pensano.

Un'altra idea potrebbe essere quella di effettuare interviste individuali ai clienti che escono da un negozio che vende alimenti e nei supermercati. L'azienda potrebbe allestire dei punti strategici nelle varie aree geografiche di interesse. Questo potrebbe aiutare a quantificare le informazioni ottenute nella fase precedente.

Effettuare test di degustazione dei prodotti su persone che consumano prodotti simili o di altre marche.

Tutti i dati ricevuti vengono raccolti e analizzati, per poi passare alla fase conclusiva. In base alle opinioni dei consumatori, l'azienda potrebbe decidere di modificare il gusto del prodotto, il prezzo, i punti vendita o altri fattori che potrebbero influire negativamente sulle vendite. In questo modo, l'azienda potrebbe aumentare le vendite e ottenere un maggiore successo commerciale.

### Esercizi/Valutazione dell'Unità:

Quiz - Livello di superamento: 70%

- Domande a scelta multipla.
- Domande a risposta aperta.
- Esercizi di trascinamento.
- Riempire lo spazio vuoto.

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Startup Geeks. (2023). Ricerca di mercato. Cos'è, quanto costa e come farla. Consultato [Ricerca di mercato: cos'è, quanto costa e come farla - Startup Geeks.](#)

[2] Qualtrics (2022). Ultimate Guide to Market Research & How to do it in 2023. Consultato [Ultimate Guide to Market Research & How to Do It in 2023 \(qualtrics.com\).](#)

[3] Statista (2023). Consultato Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies.

[4] Semrush. (2023). Consultato Semrush - Online Marketing Can Be Easy.

[5] Google Trends. (2023).

[6] Google Alerts - Monitor the web for interesting new content. (2023). Consultato Google Alerts - Monitor the Web for interesting new content.

[7] Crunchbase- (2023). Consultato Crunchbase: Discover innovative companies and the people behind them.

[8] Similarweb. (2023). Consultato Marketing Intelligence & Competitive Analysis Tools | Similarweb.



## TITOLO DEL MODULO: MARKETING

**Numero Modulo: 5**

**Autore del modulo:** Euphoria Net srl

### Descrizione del modulo:

Internet e gli smartphone hanno trasformato il modo in cui le persone comunicano e ottengono informazioni. Sebbene il marketing digitale sia in crescita, le strategie di marketing tradizionali sono ancora potenti. Pertanto, è essenziale comprendere le basi delle strategie di marketing tradizionali, in modo da poter creare una strategia di marketing integrata che utilizzi le tecniche e gli strumenti più efficaci per la vostra attività. Il marketing aiuta a generare reddito per l'azienda. Per quanto il vostro prodotto o servizio possa essere fantastico, si devono comunque informare le persone e influenzare il loro processo di pensiero.

Il marketing non è uno strumento disponibile solo per le grandi aziende che possono permettersi enormi investimenti di marketing; dovete considerare il marketing una pratica da implementare nella vostra attività per garantire che il rapporto con i vostri clienti esista, sia proficuo e duraturo.

### Obiettivi didattici:

- Imparare cos'è il marketing.
- Conoscere l'evoluzione del marketing nel tempo.
- Comprendere il marketing ecologico.

## UNITÀ 5.1: COSA È IL MARKETING?

### Contenuto:

Il marketing è la scienza e l'arte di esplorare, creare e fornire valore per soddisfare le esigenze di un mercato target redditizio. Si tratta di una serie di strategie e tecniche che hanno l'obiettivo principale di aggiungere valore a determinati marchi o prodotti per attribuire maggiore importanza a un determinato pubblico target. Il marketing è la gestione di relazioni proficue con i clienti: attrarre nuovi clienti, conservare e far crescere quelli attuali.

Nella definizione originale, il marketing si occupa di identificare e soddisfare i bisogni umani e le aziende hanno creato approcci specifici per attirare gli acquirenti e aumentare le vendite.

Il concetto delle **4P**, il **Marketing Mix**, si riferisce all'insieme di azioni, o tattiche, che un'azienda utilizza per promuovere il proprio marchio o prodotto sul mercato.

- **Prodotto:** ciò che verrà realizzato; ciò che verrà venduto.
- **Prezzo:** quanto far pagare ai clienti.

- **Promozione:** come vendere i prodotti; come comunicare alla gente l'offerta.
- **Posizione:** come far arrivare il prodotto alla gente.



La strategia di marketing definisce i mercati target, ottimizza la proposta di valore e si basa su un'analisi accurata delle opportunità di mercato. Alcune campagne di marketing sono dei veri e propri fallimenti, mentre altre hanno un grande successo.

I migliori marchi che hanno fatto la storia hanno puntato su strategie di marketing tradizionali e oggi su quelle digitali.

#### Esempio di buona pratica:

- Starbucks

Il noto gigante del caffè di strada ha puntato sull'inclusività, collaborando con Mermaids (un'organizzazione a sostegno dei giovani transgender). Per la campagna #whatsyourname, dal suono familiare, Starbucks ha utilizzato metodi pubblicitari tradizionali. L'hashtag è presente nello spot televisivo: un elemento vincente per arrivare anche online. La campagna di Starbucks è diventata famosa per il forte impatto emotivo sull'utente e per le immense emozioni trasmesse.

#### Esercizio/Valutazione dell'Unità:

Quiz - Livello di superamento: 70%

- Domande con risposta multipla

- Domande a risposta aperta
- Esercizi di trascinamento
- Riempire lo spazio vuoto.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] C.Maggio. (14/05/2022). Strategie di marketing: le migliori campagne a cui ispirarti. Trend Online. Consultato Strategie di marketing: le migliori campagne a cui ispirarti (trend-online.com).

[2] P. Kotler, G.Armstrong. (2009). Principi di Marketing. Pearson. ISBN-10: 8871925572.

[3] P. Kotler (1999). Il marketing secondo Kotler. Milano Il sole 24 Ore. ISBN 88-7187-974-0.

[4] P. Kotler (1980). Principles of Marketing, Prentice-Hall.

## UNITÀ 5.2: EVOLUZIONE DEL MARKETING

### Contenuto:

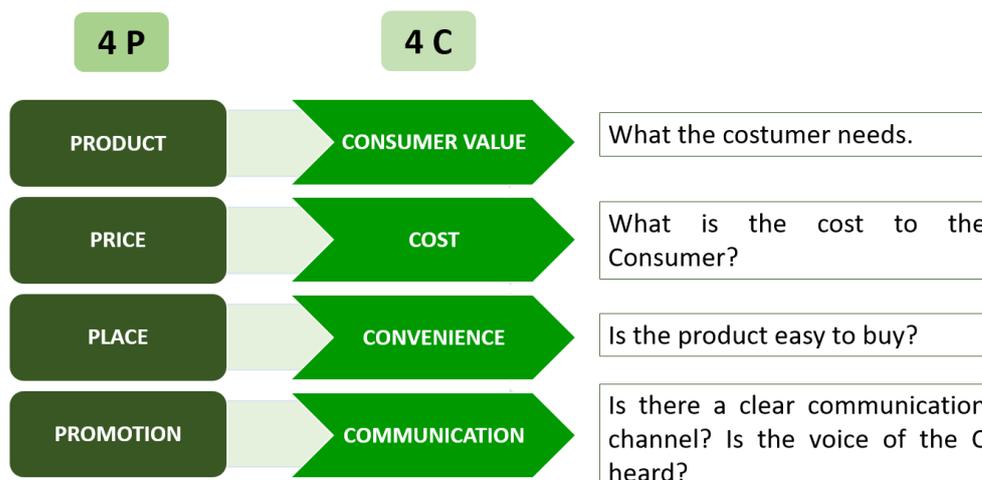
Nel Marketing Mix originale, l'attenzione si concentra sulla prospettiva dell'azienda.

Nel nuovo concetto, l'attenzione si sposta sulle esigenze dei clienti:

Valore del cliente, Costo, Convenienza, Comunicazione.

Il prodotto viene quindi "allargato".

Viene identificato non solo come il prodotto tipico, ma anche come un insieme di vantaggi, o valori, che l'azienda è in grado di garantire al cliente.



## Marketing 3.0 ed i Social Media

I cambiamenti della società, i nuovi sistemi macroeconomici, le nuove strategie e tecniche imprenditoriali richiedono un nuovo concetto di Marketing.

Si tratta di un nuovo approccio emozionale che mira a raggiungere l'anima del cliente facendo leva sui valori umani. La nuova generazione di consumatori è sempre più sensibile ai problemi sociali, per cui è iniziata una "terza fase" (da cui deriva 3.0) in cui il cardine della strategia è la propensione all'aspetto sociale/personale.

### Esempio di buona pratica:

- IKEA - Breve descrizione e video Ikea su YouTube.

Anche se l'Ikea ha negozi in loco molto popolari, si tratta solo di una parte dei suoi sforzi di marketing. Per quanto riguarda gli altri settori, Ikea stampa ogni anno oltre 200 milioni di copie del suo catalogo. Inoltre, il marchio continua a espandere i propri canali di marketing introducendo nuove strategie innovative.

I responsabili del marketing dei contenuti di Ikea sono consapevoli che l'arredamento potrebbe non essere l'argomento più coinvolgente. Pertanto, sfruttano le tendenze tecnologiche che li aiutano a raggiungere il pubblico e ad attirare la sua attenzione.

Ikea comprende perfettamente il mondo in cui viviamo e quindi le esigenze dei suoi clienti. Consapevole del fatto che vivere nelle grandi città è associato a costi abitativi elevati, Ikea ha lanciato la "Sfida del metro quadro". L'iniziativa consiste in una serie di contenuti video su YouTube e di post sul blog. Essi mostrano come organizzare anche lo spazio più piccolo per ottenere la massima funzionalità possibile. IKEA Place è un'applicazione gratuita che utilizza la tecnologia di realtà aumentata ARKit di Apple.

### Esercizi/Valutazione dell'Unità:

- Quiz - Domande con risposta multipla e a risposta aperta.  
Livello di superamento: 70%.

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] F. Vallone. (15/03/2021). 5 Inspiring Marketing Success Stories That'll Change Your Brand. Gamer Seo. Consultato 5 Inspiring Marketing Success Stories That will Change Your Brand - GamerSEO - Video game marketing agency.

[2] S. Hollensen, P. Kotler, M. Oliver Opresnik. (2017). Social Media Marketing: A Practitioner's Guide, Amazon Direct Publishing.

## UNITÀ 5.3: PERCHÉ È NECESSARIO IL MARKETING?

### Contenuto:

PERCHÉ È NECESSARIO il Marketing nella propria organizzazione?

- Generare più vendite.
- Sviluppare la fedeltà dei clienti.
- Aumentare la visibilità di marchi, prodotti e servizi.
- Gestire un marchio.
- Costruire buone relazioni con clienti e partner.
- Formare il mercato.
- Coinvolgere i dipendenti.

Una strategia di marketing riguarda il processo che consente a un'azienda di ottimizzare le attività volte a incrementare le vendite e ottenere un vantaggio in termini di opportunità. La pianificazione strategica del marketing prevede un'analisi e una formula per raggiungere gli obiettivi e ottenere risultati.

Tradizionale o innovativa, consente di avere una posizione competitiva rispetto ai concorrenti. La strategia di marketing ha un ruolo strategico all'interno di qualsiasi obiettivo aziendale!

Per far funzionare il marketing, è necessaria una strategia riassumibile in 4 atti:

1. Stabilire obiettivi chiari: Poiché ci sono molti obiettivi possibili e diversi modi per raggiungerli, si deve scegliere cosa si intende raggiungere con il marketing! È il primo passo per una strategia di successo! Utilizzare il sistema SMART! Quando si utilizza questo sistema per definire i propri obiettivi, si definiscono obiettivi migliori che, a loro volta, ispirano una campagna di marketing migliore.  
Specifico - Misurabile - Raggiungibile - Realistico - Tempestivo
2. Comunicare costantemente: In questo lavoro sono coinvolti molti processi e strutture. Una buona comunicazione garantisce che tutti i professionisti facciano del loro meglio in ogni momento.
3. Seguire le buone pratiche: Prendete ispirazione da altre idee ed esperienze. Forse potrebbero essere molto vicine alla vostra posizione aziendale.
4. Analizzare i risultati: Tracciare i risultati del lavoro svolto. Ad esempio, è possibile sapere quanti nuovi clienti ha ottenuto l'azienda, quanto profitto ha portato, ecc. Basta poi confrontarli con gli obiettivi definiti per capire se l'azienda è sulla strada giusta o meno.

Il marketing tradizionale è stato sostituito dal marketing digitale, che utilizza canali online come i social media, le e-mail e i motori di ricerca per raggiungere i clienti. Il marketing digitale è più efficace e meno costoso di quello tradizionale, e può essere monitorato più facilmente per vedere quanto sta funzionando.

Tuttavia, il marketing tradizionale è ancora essenziale e probabilmente continuerà a esserlo nel prossimo futuro. Ecco alcuni motivi:

- È un modo efficiente per raggiungere un numero maggiore di persone in modo rapido e a un costo relativamente basso.
- Il marketing tradizionale è ancora molto efficace per creare consapevolezza del marchio e generare contatti.
- Può aiutarvi a creare un senso di urgenza e a incoraggiare le persone ad acquistare il vostro prodotto o servizio ora piuttosto che in seguito.
- Il marketing tradizionale può aiutarvi ad affermarvi come un'autorità nel vostro settore, portando in ultima analisi ad un aumento delle vendite.
- Sebbene il marketing digitale sia in crescita, le strategie di marketing tradizionale sono ancora potenti. Pertanto, è essenziale comprendere le basi delle strategie di marketing tradizionale, in modo da poter creare una strategia di marketing integrata che utilizzi le tecniche più efficaci per la vostra azienda.

#### **Esempio di buona pratica:**

- Google

Google è un'azienda che si occupa di tecnologia. Google utilizza spesso la pubblicità diretta per corrispondenza come strumento di strategia di marketing per pubblicizzare in modo esteso vari nuovi servizi o offerte per le aziende. La pubblicità diretta per corrispondenza contiene solitamente i coupon di Google AdWords o informazioni utili sull'uso di Google nella pubblicità delle aziende.

Inoltre, Google è ben noto per le campagne di direct mail per raggiungere i clienti o i clienti già esistenti. In questo modo, Google può migliorare il rapporto di conversazioni con i clienti e migliorare la loro soddisfazione fornendo beni e servizi pertinenti. Per monitorare l'efficacia di questi annunci, Google incorpora un codice ID univoco su ogni annuncio per valutare il tasso di successo e tenere sotto controllo le attività del cliente.

#### **Esercizi/Valutazione dell'Unità:**

Quiz - Livello di superamento: 70%

- Domande a scelta multipla.
- Domande a risposta aperta.
- Esercizi di trascinamento.
- Riempire lo spazio vuoto

#### **BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:**

[1] P. Kotler, G. Armstrong (2009). Principi di Marketing. Pearson. ISBN-10: 8871925572.

[2] P. Kotler (1999). Il marketing secondo Kotler. Milano Il sole 24 Ore. ISBN 88-7187-974-0.

## UNITÀ 5.4: MARKETING ECO-FRIENDLY

### Contenuto:

Il **marketing sostenibile** è la promozione di prodotti, servizi e pratiche socialmente responsabili. Mentre i marchi eco-compatibili lavorano naturalmente su campagne di marketing sostenibile, i marchi che non sono radicati nella sostenibilità possono comunque applicarne i principi alla loro strategia. L'obiettivo è promuovere una missione, non un prodotto o un servizio.

### **Green Marketing** (marketing eco-compatibile) vs. marketing sostenibile

Sebbene i due termini siano spesso usati in modo intercambiabile, esiste una differenza tra il green marketing e il marketing sostenibile.

Il **Green marketing** (marketing eco-compatibile) si concentra sulle strategie che promuovono la consapevolezza e la tutela dell'ambiente: l'utilizzo di pratiche e materiali rispettosi della terra nella produzione, promozione e confezionamento di beni e servizi. Incoraggia le aziende a utilizzare pratiche commerciali eco-compatibili e a stabilire relazioni con fornitori che sono responsabili nei confronti dell'ambiente e che utilizzano prodotti rispettosi della terra.

Il **marketing sostenibile**, invece, è un po' più ampio. Comprende il green marketing, ma anche pratiche che vanno oltre l'ambiente, come le questioni sociali ed economiche, e riguarda anche la continuità. Le aziende che utilizzano il marketing sostenibile danno valore a comportamenti e pratiche che rendono il pianeta abitabile e preservano le risorse per le generazioni future. I prodotti sostenibili soddisfano le esigenze di questa e della prossima generazione. Il marketing sostenibile applica il concetto di sostenibilità ai prodotti, all'immagine e alla strategia del vostro marchio.

### Esempio di buona pratica:

- Lacoste

Qual è stata l'idea principale della campagna?

Nel mondo ci sono molti animali in via di estinzione. Lacoste ha voluto dedicare loro un'attenzione in più.

Lanciata durante la Settimana della Moda di Parigi del 2018, la prima campagna Lacoste X IUCN Save Our Species (Unione Internazionale per la Conservazione della Natura) consisteva nel creare 10 modelli di polo in edizione limitata, in cui l'iconico logo del cocodrillo lasciava il suo posto storico per far posto a 10 delle specie più a rischio di estinzione al mondo. L'obiettivo era quello di sensibilizzare l'opinione pubblica e di raccogliere i fondi necessari. Il numero di polo disponibili per ogni disegno corrispondeva al numero di individui rimasti in natura per ogni specie.

Grazie a una campagna mediatica integrata con influencer dei social media, **le polo in edizione limitata sono andate esaurite in 24 ore!** La campagna è diventata virale sui social media e ha fatto

rapidamente il giro della stampa tradizionale, con una copertura televisiva mondiale nel giro di pochi giorni.



### Esercizi/Valutazione:

Quiz - Livello di superamento: 70%

- Domande a scelta multipla.
- Domande a risposta aperta.
- Esercizi di trascinamento.
- Riempire lo spazio vuoto

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] M. Bretous. (12/08/2022). Sustainable Marketing: Key Principles & How to Leverage It [+Examples]. Hubspot. Consultato Sustainable Marketing: Key Principles & How to Leverage It [+Examples] (hubspot.com).

[2] Lacoste Lacoste x IUCN SOS (2022). Consultato [Lacoste x IUCN SOS - IUCN SOS](#).



## TITOLO DEL MODULO: SOCIAL MEDIA

Numero del modulo: 6

**Autore del Modulo:** LOVILA - Konstantina Razgkeli

### **Descrizione del Modulo:**

Questo modulo si propone di insegnare al corsista l'impatto dell'uso dei social media da parte delle start-up sul loro orientamento e sulle loro opportunità imprenditoriali e come trarre vantaggio da questa tendenza. Questo modulo introdurrà il corsista ai concetti di base delle piattaforme di social media in modo tale che, comprendendoli, sarà in grado di aumentare l'impegno dell'azienda.

### **Obiettivi didattici:**

- Concetti chiave delle piattaforme social
- Comprendere la connessione eco nei social media
- Come utilizzare i social media nel business
- Come coinvolgere il pubblico
- Come sviluppare una strategia per i social media

## UNITÀ 6.1: PIATTAFORME SOCIAL MEDIA

### **Contenuto:**

6.1.1 L'importanza dei social media

6.1.2 Introduzione alle piattaforme social media

6.1.3 Social media ed ecologia

### **6.1.1 L'IMPORTANZA DEI SOCIAL MEDIA**

I social network stanno diventando sempre più importanti nel mondo degli affari, in quanto un numero sempre maggiore di persone si iscrive e utilizza regolarmente/efficacemente le piattaforme dei social media. Il settore dei social media si espanderà senza dubbio nei prossimi anni. Come mai prima d'ora, è in piena espansione. Sì, la mania dei social media è ancora forte. Se si desidera che la propria azienda sopravviva, bisogna approfittarne. A causa di questa crescita fenomenale, oggi ogni azienda deve utilizzare le più grandi piattaforme di social media. Perché il loro pubblico di riferimento frequenta i social network più noti, non perché sia la "moda del momento" o perché sembra facile. Inoltre, le persone interagiscono e si relazionano con i loro marchi preferiti a vari livelli. Aggiungendo un elemento di social media al marchio della vostra azienda, oltre a incrementare le entrate,

migliorate anche le relazioni con i vostri clienti e la loro assistenza. Il vostro marketing su Internet ne risulta semplificato.

---

### 6.1.2 INTRODUZIONE ALLE PIATTAFORME SOCIAL MEDIA

Sebbene esista un'ampia gamma di piattaforme sociali, 5 sono le più importanti e conosciute al mondo. Ognuna di esse ha un uso diverso per le aziende e le organizzazioni:

1. **LinkedIn** - è una piattaforma per la creazione e lo sviluppo di contatti commerciali. Grazie al suo focus sul networking professionale, è un ottimo strumento per la comunicazione tra partner, la costruzione di relazioni tra partner, la condivisione di notizie e il reclutamento.
2. **Twitter** - Offre ai suoi utenti la possibilità di inviare e leggere i cosiddetti post, noti come tweet, su una piattaforma pubblica. Ciò che lo differenzia dalle altre piattaforme di social networking è il carattere colloquiale, dovuto alla dimensione veloce e in tempo reale delle timeline dei suoi utenti. Ha anche introdotto i tag, che aiutano a estrarre le informazioni.
3. **Facebook** - è il più grande sito di social networking; il suo obiettivo è quello di consentire ai suoi utenti di comunicare con persone che vivono, lavorano e studiano in tutto il mondo e con entità virtuali in tutto il mondo. Facebook permette alle aziende e alle istituzioni di interagire e svilupparsi in relazione al loro obiettivo comune.
4. **Instagram** - Instagram è una piattaforma visiva che permette di condividere momenti attraverso foto e video. È di proprietà e gestito da Facebook e sta collaborando, anche se rispetto a Facebook ha una comunità più giovane.
5. **YouTube** - È un sito di condivisione di video. È molto utile per le aziende che pubblicano dimostrazioni di prodotti, video aziendali e consigli sulle prestazioni.

---

### 6.1.3 SOCIAL MEDIA ED ECO-BUSINESS

#### I social media come stanno accelerando l'Eco-business?

I social network online sono diventati un portale senza carta per la comunità delle imprese green. Siti come LinkedIn e Twitter mettono in contatto milioni di persone e stanno guadagnando popolarità come strumenti di comunicazione aziendale. Rimanere in contatto è più facile per le persone e le aziende grazie all'aumento dei blog e a un flusso costante di informazioni rilevanti. Le persone si scambiano conoscenze, concetti e dati sui metodi di business ecologici, in particolare nella "**comunità della sostenibilità**". L'incontro di idee su piccola e grande scala sta contribuendo a costruire una comunità online sostenibile in crescita e a rendere più facile per i principianti la comprensione delle pratiche verdi.

Un'ampia gamma di imprese ecologiche ha trovato mercato grazie a Twitter. Le aziende che si rivolgono al mercato verde possono raggiungere un pubblico più ampio grazie ai rapidi commenti dei follower.

È possibile sviluppare un marchio sostenibile partecipando attivamente alla comunità online, ma è necessario essere realistici. La comunità dei social media non ama le persone che "**vendono**" in modo **aggressivo** sui social media.

I siti di social network sono strumenti che contribuiscono a formare l'immagine pubblica della propria azienda green. Un'azienda può costruire la fiducia dei clienti investendo tempo e sforzi nello sviluppo di un capitale sociale virtuale. Le aziende che stanno "**ecologizzando**" le loro attività possono utilizzare tecnologie come il blogging per informare il pubblico sui loro progressi. Le aziende interessate al social networking online possono scambiare idee e sostenere il movimento verde con l'espansione delle pratiche sostenibili.

#### Idee per promuovere la vostra attività ecologica attraverso i social media:

- **Far conoscere la propria presenza.** Inserire un link alle vostre pagine Facebook, LinkedIn e Twitter in fondo a e-mail, presentazioni o pubblicità per invitare le persone a seguire i vostri progressi. Utilizzare il logo della vostra azienda come immagine del profilo.
- **Trovare un punto di riferimento.** Offrire aggiornamenti regolari sulla vostra posizione, sulle attività a cui si partecipa e sul successo dell'attività a gruppi specifici che corrispondono al vostro focus aziendale, come "green" o "articoli per ufficio sostenibili". Pubblicare articoli interessanti per incoraggiare più persone a visitare il profilo.
- **Essere costanti** affinché la vostra pagina diventi una fonte affidabile di informazioni per gli altri. Non si può sparire per giorni e poi aspettarsi che gli altri si ricordino perché eravate importanti.
- **Seguire il proprio sviluppo.** Molti siti web consentono di verificare la portata o il numero di persone che hanno visto i contenuti della vostra azienda. Il vostro nome diventa tanto più noto quanto più post fate. Più click si ricevono, più utenti vedranno il nome della vostra azienda. Installare gli script di Google Analytics sul proprio sito web per tenere traccia di chi chiede preventivi o informazioni.

Le imprese ecologiche stanno emergendo in tutte le direzioni. I clienti desiderano effettuare transazioni con aziende con cui hanno un legame personale e che sono autentiche. I social media permettono all'azienda di essere più personale e di costruire relazioni con i clienti di quanto non possano fare i mass media. Prendere subito l'iniziativa e iniziate a creare la propria comunità.

#### Esempi di buona pratica:

- Campagna TOMS: "UN GIORNO SENZA SCARPE"

TOMS ha creato una campagna annuale "Un giorno senza scarpe", incoraggiando i clienti ad andare a piedi nudi per promuovere "la consapevolezza globale per la salute e l'istruzione dei bambini". Per la campagna è stata dedicata una pagina del sito web, sono stati organizzati incontri su Instagram e una bacheca Pinterest per condividere le foto. Il traffico di TOMS.com è aumentato del 300% in quel giorno. Il successo di questa campagna riflette la grande idea del marchio e l'eccellente esecuzione. L'annuncio è riuscito ad aumentare la consapevolezza della "crisi delle scarpe" e la reputazione commerciale di TOMS.

### Esercizi dell'Unità:

- Esercizio 1: Dopo aver compreso l'uso di ogni piattaforma social, è il momento di creare gli account social media giusti per la vostra azienda. Ricordate che ogni piattaforma ha una funzione e un obiettivo diversi per le aziende e le organizzazioni.
- Esercizio 2: Come potete aiutare la vostra azienda a diventare più verde? Applicate le idee e i suggerimenti per promuovere la vostra azienda ecologica sui social media.

### Valutazione dell'Unità:

#### Esercizi Drag and Drop:

LinkedIn-Sviluppare contatti di lavoro

Instagram-Condividere momenti attraverso le foto

YouTube- condivisione di video

Twitter- Usare gli hashtag

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Survis, G. (2009, July 30). How Social Media is Accelerating Eco-Business [web log]. Consultato <https://www.corpmagazine.com/interest/sustainability/how-social-media-is-accelerating-eco-business/>.

## UNITÀ 6.2: PIATTAFORME SOCIAL NEL BUSINESS

### Contenuto:

6.2.1 Perché usare i social media nel business?

6.2.2 Primi passi con i social media nel business.

6.2.3 Fasi di sviluppo di una strategia di social media per il business.

---

### 6.2.1 PERCHÉ USARE I SOCIAL MEDIA NEL BUSINESS?

I social media consentono di raggiungere un pubblico estremamente ampio, ma anche mirato, per massimizzare l'impatto dei vostri obiettivi. Pertanto, le piattaforme di social network possono essere utilizzate sia per la comunicazione che per la divulgazione.

**Interazione con i clienti** - Uno dei principali vantaggi dei social media è che rendono facile e conveniente per le piccole e microimprese comunicare con i propri clienti. La maggior parte dei tipi

di pubblicità tradizionali prevede un dialogo unidirezionale. I clienti possono taggarvi e lasciare commenti sui post, semplificando la comunicazione con i consumatori.

**Crescita del business** - Attraverso i post, potete aumentare il traffico verso il vostro sito web, pubblicizzando le pagine dei prodotti sui social network. Le piattaforme dei social media offrono un'alternativa rapida e a basso costo alle tradizionali iniziative di marketing per attirare gli azionisti.

**Costruire l'immagine del marchio** - Con una partecipazione regolare attraverso i post, un'azienda può creare fiducia e sviluppare connessioni personali con i propri clienti. Ricordando che le persone usano i social media per comunicare con amici e familiari, condividere esperienze ed esprimere le proprie opinioni, un'azienda dovrebbe andare oltre la semplice pubblicità.

**Creare contenuti e tendenze** - È possibile creare materiale relativo alla propria attività e pubblicare informazioni che riflettono i valori del proprio marchio. Producendo materiale originale, i social media permettono a chiunque di diventare virale.

**Conversioni** - Il social media marketing aiuta a eliminare la parola "potenziale" dai clienti. L'aspetto migliore è che si può commercializzare il proprio account o post sui social media spendendo pochissimo.

---

## 6.2.2 PRIMI PASSI CON I SOCIAL MEDIA NEL MONDO DEGLI AFFARI

Utilizzare i social media oggi è una procedura standard, ma prima è necessario capire come funzionano. Inoltre, è necessario definire il target comune che si vuole raggiungere attraverso i social media, come ad esempio gli acquirenti commerciali, i giovani, i promotori. In base a ciò, si può decidere quale messaggio si vuole trasmettere e come. Dovete collegare il messaggio al target comune. Invece di limitarvi a pubblicare, pensate a quali informazioni potrebbe cercare il vostro lettore.

Per evitare di confondere il pubblico è fondamentale allineare tutti i canali di comunicazione. Per collegare tutti gli account dei social media al sito web del progetto e per assegnare loro un nome coerente, è necessario essere coerenti. Collegate gli account dei social media al vostro sito web per aumentare il posizionamento sui motori di ricerca.

---

## 6.2.3 FASI PER SVILUPPARE UNA STRATEGIA DI SOCIAL MEDIA AZIENDALE

Esistono alcuni principi di base che dovrebbero essere utilizzati in tutti i canali di social networking. Mentre vi concentrate sullo sviluppo della vostra strategia per i social media, tenete a mente le seguenti "fasi".

**Determinare gli obiettivi aziendali** - Quali sono i GRANDI obiettivi? Quali vantaggi si offrono al proprio personale, ai clienti, ai partner e agli azionisti?

**Conoscere il pubblico** - Si è a conoscenza del proprio pubblico? Chi è il cliente perfetto per l'azienda? Creare delle *buyer persona* per entrare nella testa dei potenziali clienti e scoprire di cosa hanno bisogno.

**Mappate il vostro percorso** - Come valutare i risultati? Bisogna essere pronti al fatto che la pianificazione e la responsabilizzazione richiederanno tempo.

**Ottenere il sostegno dei dirigenti** - Si vogliono conquistare i cuori, le menti e i portafogli aziendali dei dirigenti.

**Sviluppate la vostra roadmap comprensiva di strategia e tattica** - Ci si deve impegnare a fondo per eliminare i silos. Ci sono due ragioni principali per cui le aziende falliscono: sono impreparate e impazienti. Bisogna assicurarsi che i propri team collaborino per raggiungere uno scopo comune.

**Governance e linee guida** - Come ridurre il rischio? Considerare la possibilità di istituire un centro di eccellenza per definire le priorità dei progetti, assegnare i ruoli, responsabilizzare il personale e monitorare le prestazioni.

**Risorse e finanziamenti sicuri** - Quali risorse sono necessarie per raggiungere gli obiettivi? In questa fase, considerare la resistenza, l'agilità e l'efficienza.

**Investire in tecnologia** - Non si tratta di "andare su Facebook". L'enfasi va posta sulle persone e sullo sviluppo di relazioni con loro. Gli investimenti tecnologici devono essere in linea con gli obiettivi dell'azienda. Prima di scegliere la tecnologia, dovete innanzitutto specificare cosa volete misurare. Non importa se si tratta di Facebook o di LinkedIn.

#### **Esempio di buona pratica:**

- PlayStation di Sony

PlayStation di Sony è il marchio più seguito su Twitter con 18,7 milioni di follower. I follower di PlayStation sono aumentati del 376% negli ultimi cinque anni. La pubblicazione costante di una serie di informazioni per coinvolgere i follower, come trailer di nuovi giochi, filmati di gioco ed eventi in streaming. La campagna covid con l'hashtag #PlayAtHome ha incoraggiato gli utenti a rimanere a casa scaricando giochi gratuitamente, ha creato positività su Twitter.

#### **Esercizi:**

- Dopo aver letto e compreso come sviluppare una strategia per i social media, è il momento di sviluppare la vostra strategia. Seguite attentamente i passi descritti sopra per realizzarla.

#### **Valutazione dell'unità:**

Quale affermazione sull'uso dei social media nel business è sbagliata?

Non è necessario essere attivamente presenti sui social media - Falso

Dovete comunicare e interagire con i vostri clienti - Vero

È possibile aumentare il traffico del proprio sito web pubblicando e creando contenuti - Vero

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Gilliland, N. (2020, June 25). 30 brands with excellent social media strategies [web log]. Consultato

February 20, 2023, 30 brands with excellent social media strategies (econsultancy.com).

### UNITÀ 6.3: NETWORKING

#### Contenuto:

6.3.1 Cos'è il Business Networking?

6.3.2 Come funziona il Business Networking?

6.3.3 Quali sono i vantaggi del Business Networking?

6.3.4 Tipi di Business Networking

---

#### 6.3.1 CHE COS'È IL BUSINESS NETWORKING?

Incontrare altri imprenditori, possibili fornitori o altre persone con esperienza nel settore commerciale è definito "business networking" e può aiutare ad espandere la vostra azienda. Attraverso il networking, si può accedere a una serie di esperti, dai clienti ai concorrenti, e presentare loro un'offerta in cambio della loro esperienza, dei loro contatti o dei loro servizi.

Quando si costruiscono relazioni come imprenditori e si aiutano gli altri, si può ottenere molto di più che potenziali clienti o referenze. Il networking aiuta a individuare opportunità di partnership, joint venture o nuove aree di espansione per la propria attività.

---

#### 6.3.2 COME FUNZIONA IL BUSINESS NETWORKING?

Quando si cerca di espandere la propria azienda, gli eventi di networking come i pranzi di lavoro locali danno la possibilità di incontrare persone che stanno affrontando sfide simili. Questi incontri sono in genere organizzati per introdurre nuove idee e approcci, offrendo agli imprenditori vicini la possibilità di fare rete e condividere idee.

Scambiare i biglietti da visita quando si incontra qualcuno per la prima volta, e poi farsi sentire in un secondo momento per discutere i punti o gli argomenti che sono stati affrontati. Dopo alcuni colloqui, essere in grado di sollevare i propri problemi. Si potrebbe iniziare a scambiare informazioni, a cercare conoscenze o a stringere rapporti d'affari, se prima iniziano le conversazioni.

La maggior parte degli imprenditori è ottimista e positiva. La frequentazione regolare di queste persone può essere una grande spinta per il morale, soprattutto nelle difficili fasi iniziali di una nuova attività. Si scoprirà che molti, se non tutti, i titolari d'azienda hanno vissuto prove simili.

Non solo si deve partecipare regolarmente alle riunioni del vostro gruppo di networking, ma si deve anche essere pronti a offrire qualcosa di valore al gruppo.

---

### 6.3.3 QUALI SONO I VANTAGGI DEL BUSINESS NETWORKING?

Impegnandosi nel business networking, si può essere in grado di sensibilizzare o di rimanere aggiornati sulle nuove tendenze o tecnologie del vostro settore. Una rete può anche mettere in contatto con mentori o contatti nel settore che potrebbero aiutare a risolvere i problemi di cui avete bisogno.

Si può usare la propria rete per trovare il candidato migliore se l'azienda ha bisogno dei servizi di un contabile, di un commercialista o di un avvocato, ad esempio. Si potrebbero individuare un *angel investor* o un *venture capitalist* attraverso il networking, se l'azienda ha bisogno di finanziamenti azionari.

Il networking è il modo migliore per accrescere le proprie conoscenze, sfruttando le prospettive e le competenze degli altri. Ad esempio, se si sta pensando di esportare i propri prodotti o servizi, si potrebbe ottenere un consiglio prezioso da chi ha svolto un'attività simile a livello internazionale.

---

### 6.3.4 TIPI DI NETWORKING AZIENDALE

Quando si partecipa agli eventi, cercare gli indicatori che qualcuno possa essere utile alla propria attività e che si abbia qualcosa da offrire in cambio. Può trattarsi semplicemente di conversazioni sulle condizioni di mercato del vostro settore e sulle tendenze che ciascuno di voi ha notato all'interno del proprio settore. Si può lavorare insieme per sviluppare una comprensione del mercato in cui si opererà.

#### **Seminari aziendali**

Cercare e partecipare a seminari aziendali: coltivare nuovi rapporti di lavoro con i vostri nuovi colleghi e soci d'affari e comunicare regolarmente per tenersi aggiornati.

#### **Gruppi di networking**

Le organizzazioni di business networking più efficaci fungono da forum per la condivisione di consigli, idee e risorse. Esistono molti gruppi online che offrono servizi e comunità di networking: LinkedIn è un esempio di grande gruppo o sito di networking che può riunire i professionisti.

#### **Associazioni professionali**

Esistono gruppi composti da persone che la pensano allo stesso modo e che operano in settori e attività affini. Questi gruppi possono richiedere il pagamento di un biglietto d'ingresso o avere restrizioni aggiuntive per l'adesione, ma possono essere molto utili per i proprietari di piccole imprese che

cercano di accrescere la propria rete. L'American Management Association e l'American Marketing Association sono due esempi di associazioni specifiche del settore.

### Esercizi:

Misurare l'impegno sui social media in base a una serie di metriche quali:

- Condivisioni o retweet
- Commenti
- Mi piace
- Follower e crescita del pubblico
- Menzioni
- Utilizzo degli hashtag del marchio

Valutazione dell'unità:

- Trascinare le parole in una o entrambe le colonne.
- Colonne: Instagram e LinkedIn
- Parole per Instagram: storie, salvare nei preferiti, Facebook, marketing B2C
- Parole per LinkedIn: Microsoft, marketing B2B, pubblicare opportunità di lavoro
- Entrambi: Mi piace, DM, menzioni, follow

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Ward, S. (17 gennaio 2021). What is business Networking [web log]. Consultato il 20 febbraio 2023, Business Networking: What Is It? (liveabout.com).

## UNITÀ 6.4: CONTENUTI MULTIMEDIALI, SOCIAL NETWORK E COME COINVOLGERE IL PUBBLICO

### Contenuto:

6.4.1 Contenuti multimediali

6.4.2 Utilizzare i contenuti di Facebook per coinvolgere il pubblico

6.4.3 Utilizzare i contenuti di Twitter per coinvolgere il pubblico

6.4.4 Utilizzare i contenuti di Instagram per coinvolgere il pubblico

6.4.5 Utilizzare i contenuti di YouTube per coinvolgere il pubblico

---

### 6.4.1 CONTENUTI MULTIMEDIALI

I tassi di conversione possono essere incrementati dall'utilizzo di materiale multimediale, che può anche modificare il modo in cui i consumatori interagiscono con le pagine di social network. Il materiale multimediale è una tecnica eccellente per attirare potenziali clienti perché è difficile competere per l'attenzione delle persone e perché il cervello umano elabora le informazioni visive molto più rapidamente di quelle testuali. Questo non significa che si deve spendere troppo per produrre contenuti multimediali di alto livello.

### Contenuti video

I contenuti video sono una delle forme multimediali più facili da produrre. Tuttavia, la quantità non può mai competere con la qualità.

I video animati aggiungono un elemento di fantasia agli argomenti di marca.

I video in diretta sono ideali per ospitare webinar e interviste che possono essere condivise in un secondo momento.

I video testuali sono ideali per i tutorial o per l'utilizzo di una colonna sonora per le condivisioni sui social.

### Contenuti infografici

Le infografiche sono uno dei contenuti più condivisi su Internet.

I quiz si rivolgono al nostro narcisismo interiore e alla nostra curiosità.

I diagrammi di flusso sono uno dei modi più semplici per trasformare un post del blog in un contenuto multimediale coinvolgente.

Le mappe si rivolgono allo stile di apprendimento visivo e tendono ad assomigliare all'arte.

Le linee temporali affrontano argomenti complessi e li semplificano in modo comprensibile per il pubblico.

### Immagini e fotografie

Le immagini e le rappresentazioni visive sono probabilmente una delle forme più antiche di media. Le icone o le piccole fotografie e immagini migliorano i documenti scritti e danno loro un tocco unico e un potente elemento visivo.

---

## 6.4.2 UTILIZZARE I CONTENUTI DI FACEBOOK PER COINVOLGERE IL PUBBLICO

- Fissare in alto un particolare post (pin), si può utilizzare questa funzione per assicurarsi che i membri del pubblico che entrano nella propria pagina possano consultare subito tutte le informazioni sui prodotti o servizi messi in evidenza.
- I saldi stagionali, per esempio, possono essere un esempio di articolo evidenziato in questo modo in modo che i visitatori del sito non se lo perdano.
- Si possono elencare le domande più frequenti, creare un post su di esse e fissarlo in alto, in modo che il pubblico possa informarsi sul vostro marchio o sull'attività.

- Se si trattano determinati prodotti, elencarli è un altro ottimo modo per utilizzare i post "Pin" per attirare l'attenzione sulle proprie offerte ed evitare che vengano seppellite nella congestione generale della pagina.

---

#### 6.4.3 UTILIZZARE I CONTENUTI DI TWITTER PER COINVOLGERE IL PUBBLICO

Twitter offre sia il social media marketing organico sia il social media marketing a pagamento per commercializzare l'azienda attraverso i contenuti. Dopo aver discusso come definire la vostra strategia, vedremo come abbinare i contenuti a ciascuno di essi.

- Creare un **profilo Twitter** che porti al successo,
- Pubblicare **contenuti utili** per aggiungere valore,
- Ottimizzare i contenuti attraverso gli **hashtag**,
- **Ascoltare il proprio pubblico** e parlare con i vostri clienti,
- **Perfezionare i contenuti** per adattarli alla piattaforma,
- **Non comprare follower**, guadagnateli.

---

#### 6.4.4 UTILIZZARE I CONTENUTI DI INSTAGRAM PER COINVOLGERE IL PUBBLICO

- Pubblicare su Instagram **contenuti che nessun altro può pubblicare**,
- **Incoraggiare i contenuti generati dagli utenti** su Instagram,
- Scrivere **didascalie Instagram più lunghe**,
- **Fare domande**,
- **Rispondere** ai commenti, alle menzioni e ai DM,
- **Evitare i bot e gli Engagement Pods** su Instagram,
- Portare **clienti coinvolti** da altre piattaforme

Tipi di engagement su Instagram

L'engagement su Instagram può assumere molte forme, e ognuna può funzionare per obiettivi diversi o dire cose diverse sul proprio pubblico.

Ecco un rapido elenco:

- I like sono l'interazione più semplice. Sono un segno positivo di coinvolgimento, ma non richiedono molto impegno da parte dei vostri follower.
- I commenti implicano un livello di coinvolgimento maggiore. Possono anche essere un'utile fonte di informazioni e di ispirazione.
- Le condivisioni via DM (Direct Message o Messaggio Diretto) o Story dimostrano che le persone sono entrate in contatto con i vostri contenuti e vogliono davvero rispondere. Assicuratevi di aver attivato la condivisione per tutti i vostri post.
- I salvataggi (saved post) sono la risposta di Instagram ai segnalibri. Sono sempre più considerati come la metrica per un coinvolgimento di alta qualità.
- I follow mostrano inoltre che i vostri contenuti hanno un impatto, contribuendo a far crescere e sostenere il vostro pubblico nel tempo.
- Le menzioni possono funzionare in due modi: gli utenti possono taggarvi nei loro post o taggare i loro amici nei vostri post. Entrambi indicano un alto livello di coinvolgimento.

- Le visite al profilo sono una metrica preziosa ma spesso trascurata. Se qualcuno vede i vostri contenuti e accede al vostro profilo, significa che è interessato a saperne di più sulla vostra attività.
- I click sui link sono disponibili solo per alcuni tipi di post su Instagram, ma sono un'interazione molto preziosa. I clic sui link sono l'unico tipo di conversione che sposta i follower dal social network al vostro sito web.

---

#### 6.4.5 UTILIZZARE I CONTENUTI DI YOUTUBE PER COINVOLGERE IL PUBBLICO

- **Creare contenuti, non annunci,**
- **Spingere le persone verso il vostro sito web,**
- **Collaborare,**
- **Diventare il volto della propria azienda.**

#### Esempio di buona pratica:

- NETFLIX

NETFLIX è tra i 20 marchi con il più alto coinvolgimento sui social media. La loro strategia di marketing online è uno dei principali fattori di successo. La loro presenza attiva sulle piattaforme di social media e l'interazione con il pubblico si riflettono nel tasso di coinvolgimento sui social media del 90,67%. I 27 milioni di follower su Instagram e i 12 milioni di follower su Twitter ne sono la prova.

#### Esercizi:

Misurare l'impegno sui social media in base a una serie di metriche quali:

Condivisioni o retweet

Commenti

Mi piace

Follower e crescita del pubblico

Menzioni

Utilizzo degli hashtag del marchio

#### Valutazione dell'unità:

Trascinate le parole in una o entrambe le colonne.

Colonne: Instagram e LinkedIn

Parole per Instagram: storie, salvare nei preferiti, Facebook, marketing B2C

Parole per LinkedIn: Microsoft, marketing B2B, pubblicare opportunità di lavoro

Entrambi: Mi piace, DM, menzioni, follow

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Top 20 brands with the highest social media engagement-2021. (2021, July 12). [web log].

Consultato February 20, 2023, <https://startingtoknow.com/brands-with-the-highest-social-media-engagement-2021/>.

[2] Ahmad, I. (2016, November 19). Why Multimedia Content is so Important [web log]. Consultato

February 20, 2023, <https://www.socialmediatoday.com/marketing/why-multimedia-content-so-important-infographic>.



## TITOLO DEL MODULO: FINANZA E PIANIFICAZIONE FINANZIARIA

**Numero Modulo: 7**

**Autore del Modulo:** LOVILA - Konstantina Razgkeli

### **Descrizione del Modulo:**

Modulo 7 - Finanza e pianificazione finanziaria. Si imparerà cos'è la pianificazione finanziaria, la differenza tra un piano finanziario personale e uno aziendale e come creare da soli un piano finanziario per la propria azienda. Alla fine di ogni unità, ci sono compiti pratici che aiutano a valutare le conoscenze acquisite nel modulo.

### **Obiettivi didattici:**

- Comprendere la definizione di pianificazione finanziaria
- Comprendere la necessità di un piano finanziario in un'azienda
- Sviluppare un piano finanziario

## UNITÀ 7.1: COS'È LA PIANIFICAZIONE FINANZIARIA?

### **Contenuto:**

7.1.1 Definizione di pianificazione finanziaria

7.1.2 Obiettivi della pianificazione finanziaria

7.1.3 La differenza tra pianificazione finanziaria personale e aziendale

---

### 7.1.1 DEFINIZIONE DI PIANIFICAZIONE FINANZIARIA

La pianificazione finanziaria è definita come un documento che riporta la situazione finanziaria di un imprenditore o di un'azienda e che pianifica la spesa per raggiungere un determinato obiettivo attraverso un piano ben studiato. Si tratta fondamentalmente di un piano di budget finanziario, che aiuta a organizzare l'attività e include una serie di obiettivi che devono essere seguiti dall'azienda o dal proprietario dell'impresa per risparmiare e spendere di conseguenza. Aiuta a distribuire le varie spese monetarie, come l'affitto, e allo stesso tempo a risparmiare una certa quantità di denaro come risparmio a breve o a lungo termine.

La pianificazione finanziaria è il processo di stima del fabbisogno di capitale e di determinazione degli elementi competitivi necessari per la pianificazione finanziaria. Si tratta di un piano che è stato definito come un documento che contiene la situazione monetaria attuale di una persona con gli obiettivi monetari a lungo termine, le strategie per raggiungere tali obiettivi sulla base del fondo attuale. Un piano finanziario può essere concepito e redatto autonomamente o con l'assistenza di un

pianificatore finanziario. Il primo passo nella creazione di un piano finanziario consiste nel raccogliere i numeri dei conti sul web in un documento o in un foglio di calcolo.

---

### 7.1.2 OBIETTIVI DELLA PIANIFICAZIONE FINANZIARIA

Gli obiettivi principali della pianificazione finanziaria sono due:

- Garantire la disponibilità di fondi quando necessario: L'obiettivo principale e più importante della pianificazione finanziaria è quello di controllare che i fondi siano disponibili in caso di emergenza o ogni volta che è necessario utilizzarli. Le aziende devono avere a disposizione fondi sufficienti per vari scopi.
- Controllare le raccolte di fondi non necessarie da parte delle aziende: I fondi insufficienti sono altrettanto dannosi di quelli in eccesso. Il denaro inutilizzato comporta solo una perdita per l'azienda rispetto all'investimento. Pertanto, la corretta allocazione dei fondi è una parte molto importante della pianificazione finanziaria.

---

### 7.1.3 DIFFERENZA TRA PIANO FINANZIARIO PERSONALE E AZIENDALE

Un piano finanziario viene talvolta definito un piano di investimento, mentre il finanziamento personale si concentra su aree specifiche come la gestione del rischio, le proprietà, le università o la pensione.

Diventare proprietari di una piccola impresa può essere incredibilmente gratificante, ma in genere non è privo di stress, soprattutto quando si tratta di finanziamenti e di assicurarsi di avere il capitale necessario per far procedere le cose senza intoppi. Probabilmente si sono gestite le proprie finanze personali per anni, quindi si potrebbe essere tentati di applicare alla propria azienda gli stessi principi che utilizzate per le finanze personali. Ma ci sono importanti differenze da considerare.

Una differenza importante tra la finanza personale e quella aziendale è l'uso della leva finanziaria come strategia d'investimento: in pratica, si prende in prestito denaro per investire nel proprio futuro. La leva finanziaria è una pratica comune che sostiene le piccole imprese e le aiuta ad espandersi grazie all'accesso al capitale.

L'uso della leva finanziaria nella finanza personale può comportare perdite devastanti, come nel caso dell'auto o della casa. Nel mondo degli affari, invece, consente di aumentare la capacità di investire nella propria azienda senza dover mettere personalmente a disposizione tutto il capitale.

Se fate leva sulla vostra attività, questo non è necessariamente un male. Anzi, può essere molto vantaggioso! È solo importante non ottenere più prestiti di quelli che si è in grado di restituire.

È importante separare le finanze aziendali da quelle personali, che per la maggior parte delle piccole imprese comprendono un conto corrente e una carta di credito aziendali e, spesso, un piccolo prestito aziendale. Evitate di pagare debiti o bollette personali con i conti aziendali e viceversa. Assicuratevi che le finanze aziendali siano ufficiali registrando la vostra attività e ottenendo un codice fiscale aziendale.

Questo approccio renderà più semplice la tenuta della contabilità, meno complicata la compilazione delle tasse e renderà un candidato più credibile per prestiti e altri finanziamenti.

#### Esempio di buona pratica:

- [https://videos-fms.jwpsrv.com/63b42cf0\\_0xdd5af1635ac025ee0f61bd2629c2af3e5bbd7ff0/content/conversations/hmUZMORz/videos/mr7MaYGz-3480263.mp4](https://videos-fms.jwpsrv.com/63b42cf0_0xdd5af1635ac025ee0f61bd2629c2af3e5bbd7ff0/content/conversations/hmUZMORz/videos/mr7MaYGz-3480263.mp4)

#### Esercizi:

Creare/Descrivere un piano finanziario personale e aziendale.

#### Valutazione dell'unità:

##### Esercizio 1

Riempite gli spazi con le parole sottostanti:

Investimento, personale, documento, denaro

La pianificazione finanziaria è definita come un **documento** che riporta la situazione finanziaria di un imprenditore o di un'azienda e che pianifica la spesa di **denaro** per raggiungere un determinato obiettivo attraverso un piano ben studiato.

Un piano finanziario viene talvolta definito piano di **investimento**, mentre il **finanziamento personale** si concentra su aree specifiche come la gestione del rischio, le proprietà, le università o la pensione.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Manning, L. (2023, February 15). Financial Plans: Meaning, Purpose, and Key Components [web log]. Consultato February 20, 2023, [https://www.investopedia.com/terms/f/financial\\_plan.asp](https://www.investopedia.com/terms/f/financial_plan.asp).

[2] Business finance vs. personal finance: The important differences. (2020, September 18). [web log]. Consultato February 20, 2023, <https://www.thimble.com/blog/business-finance-vs-personal-finance>.

## UNITÀ 7.2: COME CREARE UN PIANO FINANZIARIO?

### Contenuto:

7.2.1 Stato patrimoniale

7.2.2 Conto economico

7.2.3 Rendiconto finanziario

7.2.4 Previsioni di vendita

---

### 7.2.1 STATO PATRIMONIALE

Lo **stato patrimoniale** è un prospetto finanziario che elenca le attività, le passività e il patrimonio netto di un'azienda in un determinato momento. Aiuta a capire la situazione attuale. Fornisce un'anteprima di ciò che una società possiede e deve, nonché dell'importo investito dagli azionisti.

Si consideri il bilancio come una fotografia che immortalata, in un determinato momento (di solito, alla fine di un mese, di un trimestre o di un anno), la situazione finanziaria di un'azienda - ciò che si possiede e ciò che si deve ad altri.

#### Componenti di un bilancio

##### Le attività

Ciò che è vostro, le cose che vi appartengono, sono chiamate "attività". Cose come i contanti in cassa e in banca, le scorte di materie prime e di merci, i veicoli, i macchinari, gli immobili dei vostri clienti che vi devono denaro per l'affitto o l'acquisto dei vostri prodotti ma che non vi hanno ancora rimborsato al momento della redazione del bilancio.

##### Il passivo

Ciò che si deve ad altri si chiama "Passivo". Si tratta, ad esempio, di creditori che hanno effettuato acquisti per la gestione dell'azienda e che non sono ancora stati pagati al momento della redazione del bilancio, di imposte dovute allo Stato, dell'IVA, di contributi dei dipendenti e dei datori di lavoro e di prestiti concessi a banche o ad altre istituzioni.

##### Patrimonio netto

La differenza tra ciò che si possiede (le Attività) e ciò che si deve ad altri (le Passività) si chiama "Patrimonio netto" o "Patrimonio dell'azionista". Quindi, una volta pagati tutti i debiti verso gli altri e soddisfatte tutte le loro richieste, ciò che rimane nell'azienda appartiene ai suoi proprietari.

---

### 7.2.2 IL CONTO ECONOMICO

Il **conto economico** (in inglese Profit & Loss), è un documento finanziario che mostra agli investitori e agli altri stakeholder la situazione finanziaria di un'azienda. Il rendiconto può coprire qualsiasi

periodo, da un giorno a dieci anni, ma più spesso viene emesso trimestralmente e ogni anno finanziario, che di solito va dal 1° gennaio al 31 dicembre dell'anno.

Contiene informazioni sulle attività di un'azienda, sull'efficienza della sua gestione, sui settori in crisi e sulla sua performance rispetto ai colleghi dello stesso settore. I potenziali investitori utilizzano questi documenti per valutare lo stato di un potenziale investimento, mentre gli attuali investitori possono vedere che tipo di rendimento stanno ottenendo con le loro azioni.

### Tipi di conto economico

- Il **metodo di cassa**, detto anche metodo di contabilità per cassa, viene utilizzato solo quando il denaro entra ed esce dall'azienda. Si tratta di un metodo semplice che contabilizza solo i contanti ricevuti o pagati. Un'azienda registra le transazioni come entrate ogni volta che si ricevono pagamenti e come passività ogni volta che i pagamenti vengono utilizzati per pagare le fatture. Questo metodo è utilizzato dalle piccole imprese e dalle persone che desiderano gestire le proprie finanze personali.
- **metodo della competenza**. Registra le entrate man mano che vengono realizzate. Ciò significa che un'azienda che utilizza il metodo della competenza economica contabilizza il denaro che prevede di ricevere in futuro. Ad esempio, un'azienda che fornisce un servizio ai propri clienti registra le entrate nel proprio conto economico, anche se non ha ancora ricevuto il pagamento. Allo stesso modo, le passività vengono contabilizzate anche quando l'azienda non ha ancora sostenuto la spesa ovvero pagato i beni o servizi.

---

### 7.2.3 RENDICONTO FINANZIARIO

Un documento finanziario chiamato **Rendiconto finanziario (CFS - Cash Flow Statement)** descrive l'ammontare di **liquidità ed equivalenti di liquidità (CCE - Cash and Cash Equivalents)** in entrata e in uscita da un'azienda. Il rendiconto finanziario misura l'efficacia con cui un'azienda gestisce la propria posizione di cassa, ovvero quanto riesce a generare liquidità per coprire i pagamenti dei debiti e finanziare i costi operativi.

#### Elementi del rendiconto finanziario

Il rendiconto finanziario è suddiviso in tre sezioni:

- **Flussi di cassa derivanti da attività operative,**
- **Flussi di cassa derivanti da attività di investimento,**
- **flussi di cassa derivanti da attività di finanziamento.**

Gli **investitori** possono utilizzare il rendiconto finanziario per capire come funzionano le operazioni di un'azienda, da dove proviene il denaro e come viene speso. Il CFS è importante perché aiuta gli investitori a determinare se un'azienda è finanziariamente solida.

I **creditori** possono utilizzare il CFS per calcolare quanta liquidità è disponibile per coprire le spese operative dell'azienda e pagare i debiti.

---

## 7.2.4 PREVISIONI DI VENDITA

Il termine "**previsione delle vendite**" si riferisce a una **stima delle vendite** per un determinato periodo futuro, che è collegata a una strategia di marketing pianificata e presuppone un insieme specifico di forze incontrollate e competitive.

**Perché utilizzare le previsioni di vendita:**

### 1. È uno strumento di pianificazione.

All'interno di un periodo possono verificarsi alcuni cambiamenti, come le stagioni. Questi eventi influiscono sul numero di vendite. Le previsioni di vendita consentono agli imprenditori di pianificare le loro esigenze, come le materie prime, la forza lavoro e altre necessità logistiche. Utilizzando una previsione di vendita come strumento di pianificazione, non solo si è in grado di preparare le proprie risorse, ma si può anche rimanere coerenti con la fornitura dei propri prodotti sul mercato. Elementi come questi possono massimizzare le vostre vendite, poiché non dovrete rifiutare un cliente a causa della mancanza di scorte.

### 2. È una misura di mitigazione.

Poiché le previsioni di vendita consentono di vedere i potenziali problemi prima che si verifichino, si ha a disposizione un ampio margine di tempo per prepararsi ai potenziali problemi, rendendo più facile evitarli. In breve, le previsioni di vendita consentono di mitigare i rischi o i problemi aziendali. Permette di anticipare i cambiamenti e di apportare le modifiche necessarie prima che si verifichino.

### 3. È uno strumento decisionale.

Si tratta di uno strumento decisionale notevole in quanto offre una migliore prospettiva di tutti gli elementi che possono influenzare le vendite. Le previsioni di vendita non solo contengono i dati e le stime di vendita, ma includono anche gli eventi e le loro possibili date. Vi dice anche quali sono state le vostre prestazioni di vendita in passato, dandovi una migliore visione di ciò che accadrebbe se eseguite determinate azioni (come quelle che avete fatto in passato).

### 4. È uno strumento di valutazione delle prestazioni.

Le previsioni di vendita possono essere uno strumento di misura efficace per valutare l'efficienza del team di vendita. Presenta obiettivi su cui tutti i reparti possono basare i loro piani d'azione per sostenere il team di vendita e generare risultati migliori.

**Esempio di buona pratica:**

- <https://www.bing.com/videos/search?q=how+to+create+a+financial+plan+for+a+business&id=608019953480133399&mid=4662AB68292A2E7CAF284662AB68292A2E7CAF28&view=detail&FORM=VIRE>

### Esercizi:

Iniziate a creare il vostro piano finanziario. Compilate i documenti di Stato patrimoniale, Conto economico e Rendiconto finanziario e compilateli in base ai dati della vostra azienda.

### Valutazione dell'unità:

#### Esercizio 1: Inserite le parole nella colonna corretta

Stato patrimoniale: attività, passività

Conto economico: Metodo di cassa, metodo di competenza

Rendiconto finanziario: attività operativa, attività di investimento, attività finanziaria, investitore, creditore.

#### Esercizio 2: Vero o falso

Il Rendiconto finanziario (CFS) descrive l'ammontare delle disponibilità liquide ed equivalenti (CCE) che entrano solo in azienda - Falso (entrano ed escono)

Il Conto economico (P&L), chiamato anche Conto economico, è un documento finanziario che mostra agli investitori e agli altri stakeholder la situazione finanziaria di un'azienda - Vero

Lo stato patrimoniale è un documento finanziario che elenca le attività, le passività e il patrimonio netto di un'azienda in un determinato momento - Vero

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Fernando, J. (2022, July 5). Balance Sheet: Explanation, Components, and Examples [web log].

Consultato Balance Sheet: Explanation, Components, and Examples (investopedia.com).

[2] James Chen. (2022, August 17). Income Statement: How to Read and Use It [web log]. Consultato February 20, 2023, <https://www.investopedia.com/terms/i/incomestatement.asp>.

[3] Chris Murphy. (2022, November 15). Understanding the Cash Flow Statement [web log].

Consultato February 20, 2023, <https://www.investopedia.com/investing/what-is-a-cash-flow-statement/>.

[4] What is Sales Forecasting and How to Forecast. (n.d.). [web log]. Consultato February 20, 2023, <https://www.salesforce.com/ap/hub/sales/what-is-sales-forecasting-and-how-to-use-it/>.

## UNITÀ 7.3: CONCETTI BASE DELLA CONTABILITÀ

### Contenuto:

7.3.1 Cos'è il capitale

7.3.2 Il risultato d'esercizio

7.3.3 Analisi della liquidità e della solvibilità

---

### 7.3.1 IL PATRIMONIO NETTO?

Il capitale o il patrimonio netto di un'azienda è l'insieme dei suoi beni, diritti e obblighi (in altre parole, il totale delle attività e delle passività).

#### BENI

Sono costituiti dai fattori di produzione, siano essi materiali o immateriali.

Esempi di beni materiali: macchinari, attrezzature, informazioni, mobili, materie prime, merci, prodotti finiti, denaro in cassa, ecc.

Esempi di beni immateriali: brevetti, marchi, ecc.

#### CREDITI

Sono costituiti da quelle situazioni giuridiche in cui l'azienda ha il diritto di ricevere.

Ad esempio, depositi bancari, crediti dei clienti (vendite a credito), ecc.

#### DEBITI

Situazione inversa ai crediti. Situazioni giuridiche in cui l'azienda ha l'obbligo di dare.

Ad esempio, un prestito bancario ricevuto, debiti verso i fornitori (acquisti a credito), ecc.

---

### 7.3.2 IL RISULTATO

Il **risultato** di un'impresa è la produzione che essa realizza in un determinato periodo meno la remunerazione generata per ciascuna delle parti coinvolte in tale produzione (in altre parole, l'insieme delle entrate e delle uscite).

#### Il reddito

Il reddito è l'aumento delle attività nette dell'azienda nel corso dell'anno, sotto forma di afflussi o di aumenti del valore delle attività o di diminuzioni delle passività. Ad esempio, vendite, ricavi da servizi resi, ecc.

## Le spese

Le spese diminuiscono il patrimonio netto dell'azienda durante l'anno, sia sotto forma di uscite o diminuzioni del valore delle attività, sia sotto forma di aumenti del valore delle attività. Ad esempio, consumo di materiali, salari e stipendi, affitti, ecc.

## Il reddito netto

Il reddito netto è il profitto totale dell'azienda dopo aver dedotto tutte le spese aziendali. Il reddito netto è una delle voci più importanti del conto economico. Il conto economico indica la quantità di denaro che entra ed esce dall'azienda. I conti economici e gli altri rendiconti finanziari sono costruiti a partire dai libri contabili mensili.

La formula per calcolare il reddito netto è:

**Reddito lordo - Spese = Reddito netto**

oppure

**Ricavi totali - Spese totali = Reddito netto.**

---

## 7.3.3 ANALISI DELLA LIQUIDITÀ E DELLA SOLVIBILITÀ

### Analisi della liquidità

L'analisi della liquidità valuta la capacità finanziaria a breve termine dell'azienda (equilibrio finanziario a breve termine).

### Analisi di solvibilità

L'analisi della solvibilità valuta la capacità finanziaria dell'azienda nel lungo periodo (equilibrio finanziario a lungo termine).

Per comprendere appieno la leva finanziaria, è necessario comprendere due termini importanti: debito e capitale proprio.

Il rapporto debito/patrimonio netto, ovvero il debito totale di un'azienda diviso per il suo patrimonio netto totale, è un buon segnale per gli investitori per quanto riguarda la salute dell'azienda. Questo rapporto è uno strumento che misura il debito di un'azienda (ad esempio, i prestiti a breve e a lungo termine) rispetto al patrimonio netto (utili non distribuiti e attività di proprietà della piccola impresa). Più il rapporto è basso, più l'impresa è vista come più sicura dagli investitori e più è probabile che le venga concesso l'accesso al capitale.

### Un esempio di buona pratica:

- <https://www.bing.com/videos/search?q=how+to+calculate+tge+net+income+best+practice&&view=detail&mid=DA1890943B3AA9595CB4DA1890943B3AA9595CB4&&FORM=VRDGAR&ru=%2Fvideos%2Fsearch%3Fq%3Dhow%2Bto%2Bcalculate%2Btge%2Bnet%2Bincome%2Bbest%2Bpractice%26FORM%3DHDRSC4>

### Esercizio

- **Calcolare l'utile netto dell'azienda.**

Supponiamo che Santa Christmas Shop voglia trovare il suo utile netto per il primo trimestre del 2022. Ecco i numeri/dati di cui disponiamo:

**Ricavi totali: 60,000€**

**Costo del venduto (COGS): 20.000 €**

**Affitto: 6.000 €**

**Utenze: 2.000€**

**Stipendi: 10,000€**

**Pubblicità: 1,000€**

**Interessi passivi: 1.000€**

Per prima cosa, calcolate il reddito lordo prendendo i ricavi totali e sottraendo le spese di gestione:

**Reddito lordo = 60.000€ - 20.000€ = 40.000€.**

Quindi, sommare le spese del trimestre.

**Spese = 6.000€ + 2.000€ + 10.000€ + 1.000€ + 1.000€ = 20.000**

Ora è possibile calcolare il reddito netto prendendo il reddito lordo e sottraendo le spese:

**Reddito netto = 40.000 € - 20.000 € = 20.000 €**

### Valutazione dell'unità:

#### Esercizio 1

Trascinate nella colonna corretta le parole di cui sopra:

MERCI: macchinari, mobili, attrezzature, materie prime, brevetti, marchi di fabbrica.

DIRITTI: vendite a credito, depositi bancari

OBBLIGAZIONI: prestito bancario, debiti verso i fornitori

## Esercizio 2

Riempire la lacuna: Analisi della liquidità, lungo termine.

L'analisi della liquidità valuta la capacità finanziaria dell'azienda nel breve periodo (equilibrio finanziario a breve termine).

L'analisi di solvibilità valuta la capacità finanziaria dell'azienda nel lungo periodo.

## BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Berry-Johnson, J. (2021, October 8). How to Calculate Net Income (Formula and Examples) [web log]. Consultato February 20, 2023, <https://bench.co/blog/accounting/net-income-formula/#mvav2>.



## TITOLO DEL MODULO: GREEN MANAGEMENT

**Numero Modulo: 8**

**Autore del Modulo: Epralima**

### **Descrizione del Modulo:**

La valutazione ambientale/ecologica è necessaria quando si avvia un'impresa, perché l'ambiente sta cambiando rapidamente e ha un grande impatto sul lavoro delle imprese. Tale analisi aiuta a identificare punti di forza, debolezze, opportunità e minacce. Pertanto, lo scopo di questo modulo è quello di fornire informazioni generali sul management, oltre a un'introduzione al Green Management, al fine di contribuire allo sviluppo di imprese ecologiche.

### **Obiettivi didattici:**

- Comprendere la gestione.
- Comprendere la gestione ecologica e la sua importanza.
- Individuare le strategie per costruire un'impresa ecologica.

## UNITÀ 8.1: COS'È IL MANAGEMENT?

### **Contenuto:**

8.1.1 Il concetto di gestione

8.1.2 Importanza della gestione aziendale

8.1.3 Livelli di gestione

---

### **8.1.1 CONCETTO DI GESTIONE**

La gestione è ciò che fanno i manager. È il processo di coordinamento delle attività lavorative con e attraverso altre persone, in modo da completare le attività lavorative in modo efficiente ed efficace. Il termine management viene utilizzato per indicare il processo di gestione delle attività dell'impresa. Queste attività sono note come funzioni manageriali. Le funzioni manageriali sono comuni a tutte le organizzazioni aziendali e anche alle organizzazioni non profit; sono integrate e interrelate.

---

### **8.1.2 IMPORTANZA DELLA GESTIONE AZIENDALE**

La gestione è un elemento imprescindibile per ogni impresa perché garantisce il corretto funzionamento e la gestione dell'impresa. Il management può pianificare le attività per raggiungere gli obiettivi e utilizzare le risorse disponibili al minimo costo. Ogni azienda ha bisogno di una direzione

Ad esempio per il raggiungimento degli obiettivi del gruppo, l'utilizzo ottimale delle risorse, la minimizzazione dei costi, il cambiamento della crescita, il funzionamento efficace, l'aumento dei profitti, i benefici sociali, ecc.

---

### 8.1.3 LIVELLI DI GESTIONE

In ogni azienda esiste una gerarchia manageriale o catena di comando, composta da diversi livelli di autorità. Il numero di livelli manageriali può variare da azienda ad azienda. In una grande azienda i livelli di gestione possono essere classificati in tre categorie:

- Alta direzione
- Direzione intermedia
- Supervisione o gestione operativa

#### Esempio di buona pratica:

- Video - Management skills | 10 Management skills every manager should have (<https://www.youtube.com/watch?v=xHBhFKBLhWs>)

#### Esercizi/ Valutazione dell'Unità:

Verrà applicato un questionario a scelta multipla sul contenuto dell'unità, al termine del quale il partecipante dovrà avere almeno il 70% delle risposte corrette (verranno fornite le risposte corrette). Ad esempio:

- Chi sono i manager?
  - (a) Persone che producono materialmente beni e servizi lavorando su compiti specifici.
  - (b) Persone che allocano e controllano l'uso delle risorse organizzative sotto forma di informazioni, materiali, denaro e persone.
  - (c) Persone che acquisiscono beni e servizi pensando a compiti specifici.
  - (d) Persone che allocano e monitorano l'uso delle risorse organizzative solo sotto forma di denaro e persone.
    - Quale dei seguenti NON è un livello di gestione?
      - (a) Top manager
      - (b) Middle manager
      - (c) Manager esecutivo
      - (d) Manager di prima linea
    - Quale affermazione è più vera?
      - (a) I manager hanno vita abbastanza facile dopo aver assegnato i ruoli a tutti i loro dipendenti.

(b) I manager sono necessari per fornire supporto e motivazione ai lavoratori.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Herry, Jennifer. (2019, December 12). *What is management? Definitions, Functions and Styles*, consultato <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-management>.

[2] Maiti, Sushanta. [Education Leaves]. (2021, January 22) *Management Skills/ 10 Management skills every manager should have*, consultato <https://educationleaves.com/top-10-management-skills/>.

[3] Maiti, Sushanta. [Education Leaves]. (2021, January 22) *Management Skills/ 10 Management skills every manager should have*. Video. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xHBhFKBLhWs>.

[4] Simmering, Marcia J. (n.d). *Management Levels*, consultato <https://pdcrodas.webs.ull.es/empresa/ManagementLevels.pdf>.

## UNITÀ 8.2: INTRODUZIONE AL GREEN MANAGEMENT

### Contenuto:

8.2.1 Concetto di Green Management

8.2.2 Importanza e vantaggi della gestione verde delle imprese

8.2.3 Tipi di gestione green

---

### 8.2.1 CONCETTO DI GREEN MANAGEMENT

Il Green Business Management si occupa della costruzione di un'impresa e si concentra sull'utilizzo di dipendenti competenti e di talento per produrre profitti per l'azienda. In altre parole, non si tratta di un concetto che descrive un nuovo stile di gestione aziendale, ma piuttosto di un'azienda che funziona in modo da non avere un impatto negativo sull'ambiente locale o globale, sulla comunità o sull'economia. Si impegna in politiche lungimiranti che riguardano i diritti umani. Le imprese green adottano principi, politiche e pratiche che migliorano la qualità della vita dei clienti, dei dipendenti e dell'ambiente.

---

### 8.2.2 IMPORTANZA DELLA GESTIONE GREEN DELLE IMPRESE

Le aziende che si concentrano su iniziative ecologiche per i loro luoghi di lavoro, i loro dipendenti e i loro prodotti danno priorità alla salute del pianeta e dell'ambiente. La società riconosce sempre più che un pianeta sano significa una vita sostenibile per le generazioni future. La gestione green mira a svolgere attività aziendali adatte all'ambiente, a proteggere l'ambiente e a fornire uno sviluppo perpetuo di scopi, visioni, obiettivi, funzioni aziendali, struttura organizzativa, funzioni, processi produttivi, cultura organizzativa delle aziende e delle imprese.

### 8.2.3 TIPI DI GESTIONE GREEN/ECOLOGICA

1. Gestione verde della catena di fornitura (GSCM)
2. Marketing verde
3. Produzione verde
4. Ricerca e sviluppo ecologici
5. Gestione verde delle risorse umane

#### Esempio di buona pratica:

- Video - 6 Steps to a Greener Data Center (<https://www.youtube.com/watch?v=yGkfBo2iSiI>)

#### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

Verrà applicato un questionario a scelta multipla sul contenuto dell'unità, al termine del quale il partecipante dovrà avere almeno il 70% delle risposte corrette (verranno fornite le risposte corrette). Ad esempio:

1. Che cos'è la gestione verde?

- a) Un modo di gestire il denaro utilizzando opzioni di investimento eco-compatibili.
- b) Un tipo di stile di gestione che si concentra sul colore verde.
- c) **Un approccio alla gestione aziendale che enfatizza la sostenibilità ambientale e la responsabilità sociale.**

2. Perché la gestione verde è importante?

- a) Aiuta a ridurre l'impatto negativo delle attività aziendali sull'ambiente.
- b) Promuove la responsabilità sociale e la crescita economica.
- c) **Sia A che B.**

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] Eye on Tech. (n.d). *6 Steps to a Greener Data Center*. Vídeo. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yGkfBo2iSiI>.

[2] Freedman, Max. Business News Daily. (2023, January 20). *Do you want to start a business and protect the environment at the same time? These green business ideas help you do just that*, consultato <https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html>.

[3] McFarlane, Robert. S. Milsom & Wilke. (2021. September 27). *Considerations for Sustainable Data Centre Design*, consultato [https://www.techtarget.com/searchdatacenter/tip/Considerations-for-sustainable-data-center-design?utm\\_source=youtube&utm\\_medium=description&utm\\_campaign=032022GREEN&utm\\_content=GREEN&Offer=OTHR-youtube\\_OTHR-video\\_OTHR-GREEN\\_2022March17\\_GREEN](https://www.techtarget.com/searchdatacenter/tip/Considerations-for-sustainable-data-center-design?utm_source=youtube&utm_medium=description&utm_campaign=032022GREEN&utm_content=GREEN&Offer=OTHR-youtube_OTHR-video_OTHR-GREEN_2022March17_GREEN).

[4] Mind Tools. (n.d). *Green Management: Ten ways to boost your Business and Help the Planet*, consultato <https://www.mindtools.com/aevwa71/green-management>.

[5] Uygur, Akyay. Berat Musluk and Nail Ilbey. (2015). *Examining the Influence of Green Management on Operation Functions: Case of a Business*. Research Journal of Business Management. Volume 2, Issue 3, consultato <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/375150>.

## UNITÀ 8.3: COME DIVENTARE GREEN?

### Contenuto:

8.3.1 Pratiche green

8.3.2 La produzione sostenibile e il suo ruolo

8.3.3 La responsabilità ambientale d'impresa

---

### 8.3.1 PRATICHE GREEN

Le pratiche commerciali sostenibili sono quelle che permettono alle aziende di ridurre l'impatto negativo sull'ambiente, pur consentendo alle imprese di realizzare profitti. Le pratiche aziendali sostenibili coprono una serie di aree, come ad esempio: la riduzione al minimo dell'uso di energia, acqua e risorse naturali, la gestione dei rifiuti, l'uso di prodotti riciclati e a basso impatto ambientale, ecc.

---

### 8.3.2 LA PRODUZIONE SOSTENIBILE E IL SUO RUOLO

La produzione sostenibile si riferisce allo sviluppo del prodotto, all'ingegneria e alle pratiche di produzione che riducono l'impatto ambientale mantenendo gli standard di qualità e sicurezza. Si tratta di utilizzare le risorse in modo efficiente, ridurre al minimo gli sprechi e ridurre il consumo di energia. Mettere una strategia di azione per la sostenibilità al centro dell'etica aziendale e puntare su pratiche sostenibili può portare a significativi vantaggi commerciali, tra cui risparmi sui costi e una migliore reputazione del marchio.

---

### 8.3.3 RESPONSABILITÀ AMBIENTALE D'IMPRESA

La Responsabilità ambientale d'impresa è un ramo della Responsabilità sociale d'impresa, in cui un'azienda ha il dovere di migliorare l'area in cui opera. La responsabilità ambientale d'impresa è il dovere di un'azienda di astenersi dal danneggiare l'ambiente naturale. Inoltre, la responsabilità ambientale d'impresa può essere definita come il dovere di un'azienda di mitigare i danni ambientali derivanti dalle operazioni commerciali o di trovare modi innovativi per promuovere cambiamenti ambientali positivi derivanti dalle operazioni commerciali.

### Esempio di buona pratica:

- Video - 10 Green Companies With Amazing Environmental Initiatives (<https://www.youtube.com/watch?v=UsVPN5LVw7k>)

### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

Verrà applicato un questionario a scelta multipla sul contenuto dell'unità, al termine del quale il partecipante dovrà avere almeno il 70% delle risposte corrette (verranno fornite le risposte corrette). Ad esempio:

1. Quali sono i vantaggi dell'implementazione di pratiche di gestione ecologica?

- a) Riduzione dei costi operativi e miglioramento dell'efficienza.
- b) Aumento della soddisfazione e della produttività dei dipendenti.
- c) Sia A che B.

2. La produzione sostenibile è il processo di produzione di beni e servizi in modo da soddisfare le esigenze della generazione attuale senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni.

- a) Vero
- b) Falso

3. Cosa significa CER?

- a) Routine di ingegneria aziendale
- b) Risposta ambientale aziendale
- c) Responsabilità ambientale dell'azienda
- d) Responsabilità aziendale.

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] EcoMastery Project. (n.d.). 10 Green Companies with Amazing Environmental Initiatives. Video. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UsVPN5LVw7k>.

[2] Freedman, Max. Business News Daily. (2023, January 20). *23 Green Business Ideas for Eco-Minded Entrepreneurs*, consultato (<https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html>).

[3] Lotich, Patricia. (2019, May 29). *8 Sustainable Business Practices - Are you doing your part?*, consultato <https://thethrivingsmallbusiness.com/sustainable-business-practices/>.

[4] Stobierski, Tim. (2021, April 08). *Types of Corporate Social Responsibility to be Aware of*, consultato <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>.

[5] Tecnia Addnode Group. (n.d.). *Why Embrace Sustainable Business Practices?*, consultato <https://www.technia.com/blog/how-does-sustainable-production-benefit-your-business/>.



## TITOLO DEL MODULO: GREEN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

**Numero Modulo: 9**

**Autore del Modulo: Epralima**

### **Descrizione del Modulo:**

Questo modulo fornirà informazioni di base sulla gestione delle risorse umane, introducendo pratiche sostenibili e migliorando la consapevolezza delle politiche e delle attività eco-compatibili nel campo delle risorse umane, comunemente note come Green Human Resource Management o GHRM. Il contenuto del modulo si concentrerà sugli strumenti di base necessari per implementare le tecniche di GHRM nel contesto del reclutamento, della selezione e dello sviluppo nelle organizzazioni.

### **Obiettivi didattici:**

- Comprendere i concetti di base della gestione delle risorse umane (HRM).
- Spiegare la gestione delle risorse umane e il suo rapporto con il processo di gestione.
- Riconoscere una panoramica delle funzioni.
- Riconoscere le attività di GHRM e i suoi vantaggi.
- Identificare le politiche e le pratiche di GHRM.
- Sapere come diventare green.

## UNITÀ 9.1: LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE (HRM)

### **Contenuto:**

- 9.1.1 La gestione delle risorse umane (HRM)
- 9.1.2 Natura e ambito della gestione delle risorse umane
- 9.1.3 Le funzioni della gestione delle risorse umane
- 9.1.4 Il ruolo delle Risorse Umane

### **9.1.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE (HUMAN RESOURCE MANAGEMENT - HRM)**

La gestione delle risorse umane (HRM) comprende il processo di assunzione del personale, di formazione, di retribuzione, di elaborazione delle politiche relative, e di sviluppo delle strategie di fidelizzazione. HRM generalmente fa parte di uno specifico dipartimento di un'organizzazione e si occupa di tutti gli aspetti relativi ai dipendenti, quali: reclutamento, assunzione, formazione e impiego, ecc. In termini di pianificazione, è il processo con cui l'azienda si assicura di avere il personale giusto per svolgere i compiti che garantiscono il raggiungimento dei suoi obiettivi. Anche

L'organizzazione è una funzione dell'HRM che porta allo sviluppo di una struttura organizzativa per garantire il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

---

### 9.1.2 NATURA E AMBITO DELLA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

L'HRM è una funzione di gestione che aiuta i manager a reclutare, selezionare, formare e sviluppare i membri di un'organizzazione e si occupa dell'inquadramento delle persone nelle organizzazioni. Il campo di applicazione dell'HRM è davvero vasto e si estende a:

- Tutte le decisioni, le strategie, i fattori, i principi, le operazioni, le pratiche, le funzioni, le attività e i metodi relativi alla gestione delle persone come dipendenti in qualsiasi tipo di organizzazione.
- Tutti gli aspetti legati al personale nei loro rapporti di lavoro e tutte le dinamiche che ne derivano.

Tutte le principali attività della vita lavorativa di un lavoratore - dal momento del suo ingresso in un'organizzazione fino al momento in cui lascia l'organizzazione - rientrano nel campo di applicazione dell'HRM. Le principali attività di HRM comprendono la pianificazione delle risorse umane, l'analisi del lavoro, la progettazione del lavoro, l'assunzione dei dipendenti, la retribuzione dei dipendenti e dei dirigenti, la motivazione dei dipendenti, il mantenimento dei dipendenti, le relazioni industriali e le prospettive di HRM.

---

### 9.1.3 LE FUNZIONI DELLA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

La gestione delle risorse umane ha un ruolo importante nell'attrezzare le organizzazioni per affrontare le sfide di un settore in espansione e sempre più competitivo. Le funzioni rispondono alle attuali esigenze di personale, ma possono essere proattive nel rimodellare gli obiettivi organizzativi. Tutte le funzioni dell'HRM sono correlate ai suoi obiettivi principali e possono essere raggruppate come segue: Gestione strategica delle risorse umane, Pari opportunità di impiego, Personale, Gestione e sviluppo dei talenti, Premi totali, Gestione dei rischi e protezione dei lavoratori e Relazioni con i dipendenti e i lavoratori.

---

### 9.1.4 RUOLO DELLA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Il ruolo dell'HRM è quello di pianificare, sviluppare e amministrare politiche e programmi volti a fare un uso ottimale delle risorse umane di un'organizzazione. È la parte della gestione che si occupa delle persone al lavoro e delle loro relazioni all'interno delle imprese. I suoi obiettivi sono

- l'utilizzo efficace delle risorse umane;
- relazioni di lavoro desiderabili tra tutti i membri dell'organizzazione;
- il massimo sviluppo individuale.

Attualmente, i ruoli delle risorse umane sono principalmente amministrativi, operativi e strategici.

### Esempio di buona pratica:

- Video - Top 10 HR Best Practices to build Better Workplaces in 2020 ([https://www.youtube.com/watch?v=BODxEp9N\\_FA&t=32s](https://www.youtube.com/watch?v=BODxEp9N_FA&t=32s))

### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

Verrà proposto un questionario a scelta multipla sul contenuto dell'unità, al termine del quale il partecipante dovrà avere almeno il 70% delle risposte corrette (verranno fornite le risposte corrette). Ad esempio

1. Qual è il ruolo principale della gestione delle risorse umane in un'organizzazione?
  - a) Reclutare e assumere i dipendenti.
  - b) Gestire i benefit e le retribuzioni dei dipendenti.
  - c) Sviluppare e attuare politiche che promuovano la produttività e il benessere dei dipendenti.
  - d) **Tutte le precedenti.**
  
2. Quale delle seguenti è una responsabilità fondamentale dei responsabili delle risorse umane?
  - (a) Condurre valutazioni delle prestazioni.
  - (b) Sviluppare programmi di formazione per i dipendenti.
  - (c) Gestire le relazioni con i dipendenti.
  - (d) **Tutte le precedenti.**

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

- [1] Copeland, Wilfred. (n.d). *Unit - 1: Introduction to Human Resource Management*, consultato <https://www.drnishikantjha.com/booksCollection/hrm-basic-notes.pdf>.
- [2] Indeed for employers. *Setting Employee Work Schedules: A Manager's Guide*, consultato <https://www.indeed.com/hire/c/info/types-of-work-schedules>.
- [3] Lucid Content Team. (n.d). *What does HR actually do? 11 key responsibilities*, consultato <https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do>.
- [4] Prakash, Snehil [CuteHR]. (2022, January 21). *Top 10 HR Best Practices to build Better Workplaces in 2020*. (Video). YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=BODxEp9N\\_FA&t=32s](https://www.youtube.com/watch?v=BODxEp9N_FA&t=32s).
- [5] Renukadevi, R. (n.d). *A Course Material on Human Resource Management*, consultato ([http://www.nou.ac.in/Online%20Resources/05-7/Nature%20and%20Scope%20of%20HRM-converted%20\(1\).pdf](http://www.nou.ac.in/Online%20Resources/05-7/Nature%20and%20Scope%20of%20HRM-converted%20(1).pdf)).
- [6] Stacey, Kate (2023, February 23). *The Complete Guide to HR for Small Businesses in 2023*, consultato <https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/>.

## UNITÀ 9.2: GREEN HRM

### Contenuto:

- 9.2.1 Gestione green delle risorse umane (GHRM)
- 9.2.2 Funzioni della gestione green delle risorse umane
- 9.2.3 Iniziative green
- 9.2.4 Perché diventare green... Vantaggi e benefici del GHRM

---

### 9.2.1 GESTIONE VERDE DELLE RISORSE UMANE (GHRM)

Il GHRM è direttamente responsabile della creazione di una forza lavoro green che comprenda, apprezzi, metta in pratica le iniziative green e mantenga i suoi obiettivi green durante tutto il processo di Gestione delle Risorse Umane di reclutamento, assunzione, formazione, retribuzione, sviluppo e avanzamento del capitale umano dell'azienda. Si riferisce alle politiche, alle pratiche e ai sistemi che rendono verdi i dipendenti dell'organizzazione a beneficio dell'individuo, della società, dell'ambiente naturale e dell'azienda (Deka, 2021).

Il GHRM è il processo di gestione di tutte le attività e le risorse aziendali, tenendo conto dell'ambiente e della vita sostenibile. Si riferisce all'uso delle politiche di HRM per promuovere l'uso sostenibile delle risorse all'interno delle organizzazioni aziendali, rendendo le risorse umane più consapevoli dell'ambiente. Significa delineare le strategie di sensibilizzazione alle pratiche verdi per promuovere e prolungare le attività aziendali sostenibili che, a loro volta, aiutano le organizzazioni a operare nel rispetto dell'ambiente.

---

### 9.2.2 FUNZIONI DELLA GESTIONE GREEN DELLE RISORSE UMANE

- Reclutamento e progettazione del lavoro
- Metodi di selezione
- Operazioni HR e processo di assunzione
- Gestione delle prestazioni (PM)
- Apprendimento e sviluppo
- Retribuzioni e benefit

---

### 9.2.3 INIZIATIVE GREEN

Oggi le organizzazioni stanno implementando e integrando le iniziative green nella loro agenda con l'aiuto delle risorse umane. I manager si assicurano che le risorse umane utilizzino le pratiche green in modo appropriato. Esistono numerose iniziative verdi per i dipartimenti di risorse umane, come ad esempio: edilizia green, ufficio senza carta, conservazione dell'energia, riciclaggio e smaltimento dei rifiuti.

#### 9.2.4 PERCHÉ DIVENTARE GREEN VANTAGGI E BENEFICI DEL GHRM

Le strategie di sostenibilità stanno crescendo rapidamente all'interno di migliaia di aziende come risposta alle sfide e alle catastrofi che il cambiamento climatico ha portato e minaccia sempre più di portare nel nostro mondo.

##### I vantaggi

I vantaggi dell'adozione di un approccio green includono la riduzione dei costi, l'aumento dei risparmi, un'immagine sana, l'acquisizione di un vantaggio competitivo, lo stimolo all'innovazione, lo sfruttamento di nuove opportunità e altro ancora.

##### Esempio di una buona pratica:

- Video - 5 Ways to Make Your Workplace Greener (<https://www.youtube.com/watch?v=Qb-hulrdWr4>)

##### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

Verrà proposto un questionario a scelta multipla sul contenuto dell'unità, al termine del quale il partecipante dovrà ottenere almeno il 70% delle risposte corrette (verranno fornite le risposte corrette). Ad esempio.

1. Qual è l'obiettivo principale della gestione green delle risorse umane?

- a) **Promuovere la sostenibilità ambientale all'interno di un'organizzazione.**
- b) Sviluppare e attuare politiche a sostegno del benessere dei dipendenti.
- c) Aumentare la redditività riducendo l'impatto ambientale.
- d) Tutte le precedenti.

2. Qual è uno dei motivi per cui le aziende dovrebbero diventare ecologiche?

- a) Migliorare la propria reputazione presso i clienti e le parti interessate.
- b) Per aumentare la redditività riducendo i costi.
- c) Per ridurre il rischio di multe e sanzioni.
- d) **Tutte le ragioni sopra elencate.**

3. Qual è un vantaggio del GHRM?

- a) **Aiuta a ridurre l'impatto ambientale di un'organizzazione.**
- b) Fornisce ai dipendenti maggiori benefici e compensi.
- c) Aumenta la redditività riducendo i costi
- d) Tutte le precedenti.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Ahmad, Shoeb. (2015, April 2). *Green Human Resource Management: Policies and practices*, consultato <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2015.1030817>.

[2] Aykan, Ebru. (2017, September 20). *Gaining a Competitive Advantage through Green Human Resource Management*, consultato <https://www.intechopen.com/chapters/56008>.

[3] Deka, Rashmi R. (2021, June 5). *Green HRM: Meaning, Advantages, Policies, and Practices*, consultato <https://blog.vantagecircle.com/green-hrm/>.

[4] Masood. Rana Z. (June 2018). *Green HRM: A need for the 21<sup>st</sup> Century*. JETIR. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research. Volume 5, Issue 6, consultato <https://www.jetir.org/papers/JETIRC006063.pdf>.

[5] Mind Tools Videos. (n.d). *5 Ways to Make Your Workplace Greener*. (Video). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Qb-hulrdWr4>.



## TITOLO DEL MODULO: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ - SLOVENIA

**Numero Modulo: 10**

### SLOVENIA

**Autore del modulo per la Slovenia:** Università di Maribor

#### Descrizione del modulo:

Ogni potenziale imprenditore si trova di fronte a due dilemmi fondamentali. Quando avviare un'attività e quale forma giuridica scegliere per ottenere un successo ottimale e trarre vantaggio dalla forma giuridica a seconda del tipo di attività e dei clienti con cui si intende operare. Il contenuto del modulo presenta le decisioni che un imprenditore deve prendere prima di registrare una società, le due forme giuridiche chiave per le start-up/iniziative, i vantaggi e gli svantaggi di ciascuna e le procedure per la registrazione di una società in Slovenia.

#### Obiettivi didattici:

- Decisioni chiave prima della costituzione formale di un'impresa.
- Le forme giuridiche più comuni per l'avvio di un'attività in proprio e come scegliere la forma più adatta, i punti di forza e di debolezza di ciascuna forma giuridica della società.
- Dove e come registrare una società.

### UNITÀ 10.1: QUALI DECISIONI PRENDERE PRIMA DI COSTITUIRE UNA SOCIETÀ?

#### Contenuto:

10.1.1 Nome della società

10.1.2 Rappresentanti della società

10.1.3 Sede della società

10.1.4 Attività dell'azienda

#### 10.1.1 NOME DELLA SOCIETÀ

Il nome della società deve essere chiaramente diverso da quello di altre società. Prima della registrazione, verificare che il nome sia diverso nel registro delle imprese AJPES (<https://www.ajpes.si/>). Allo stesso tempo, il nome dell'azienda può avere un significato specifico, rappresentare il marchio dell'azienda o essere di fantasia. Quando si sceglie un nome, è necessario sceglierlo in modo che sia facilmente riconoscibile e attrattivo. Nel caso in cui si operi in mercati esteri, è necessario anche verificare se il nome ha un significato nella lingua o nello slang. In caso di

registrazione della forma giuridica "ditta individuale", il nome della società deve contenere il nome e il cognome del fondatore.

---

### 10.1.2 RAPPRESENTANTI DELLA SOCIETÀ

Tutti i tipi di società (tranne le ditte individuali) devono nominare almeno un amministratore. È possibile nominare più amministratori e un procuratore aggiuntivo. Un amministratore che non sia un dipendente, né uno studente o un pensionato, deve essere impiegato dalla società.

---

### 10.1.3 SEDE DELLA SOCIETÀ

La sede e l'indirizzo commerciale della società devono essere stabiliti prima della costituzione della società. Se la società non è proprietaria dei locali in cui sarà registrata, il fondatore della società deve ottenere il permesso dal proprietario dell'immobile. La sede centrale è il luogo in cui vengono svolte le attività della società. Anche l'indirizzo della società si trova presso la sede centrale (via e numero civico).

---

### 10.1.4 ATTIVITÀ DELL'AZIENDA

La SKD - Classificazione standard delle attività (<https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>) comprende tutte le possibili attività che le aziende possono intraprendere.

Per alcune attività è necessario soddisfare determinate condizioni prima di iniziare a operare. L'impresa deve ottenere i permessi o garantire che le operazioni siano svolte da una persona pienamente qualificata. Queste condizioni sono note come condizioni di ingresso. Alcune attività non prevedono alcuna condizione - non sono regolamentate. Le condizioni di accesso possono essere controllate e verificate nell'elenco delle attività regolamentate.

#### Esempio di buona pratica:

- Video - intervista con un imprenditore

#### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

- Determinare il nome, la sede e le attività dell'azienda.

Controllare il nome dell'azienda e le attività nel database SKD (<https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>) e Ajpes (ajpes.si).

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Ajpes.si.

[2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>.

[3] SPOT; <https://spot.gov.si/sl/>.

[4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>.

[5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>.

## UNITÀ 10.2: QUALI SONO LE FORME GIURIDICHE DI SOCIETÀ, I LORO VANTAGGI E SVANTAGGI?

### Contenuto:

10.2.1 Le forme giuridiche più comuni per gli imprenditori principianti

10.2.2 Impresa individuale (s.p.)

10.2.3 Società a responsabilità limitata (d.o.o.)

10.2.4 Differenze tra impresa individuale e società a responsabilità limitata

---

### 10.2.1 LE FORME GIURIDICHE PIÙ COMUNI DEGLI IMPRENDITORI PRINCIPIANTI

Una **ditta individuale** (s.p.) è una persona fisica che esercita autonomamente un'attività lucrativa sul mercato. La registrazione come ditta individuale è rapida, semplice e gratuita. Non è richiesto alcun capitale iniziale.

Una **società a responsabilità limitata** (LLC) è una persona giuridica il cui proprietario può essere una o più persone fisiche e giuridiche nazionali o straniere. I proprietari o i soci non sono responsabili della copertura delle passività della società.

In Slovenia, una società a **responsabilità illimitata** deve essere costituita da almeno due persone fisiche o giuridiche, locali o straniere, che abbiano deciso di svolgere insieme un'attività commerciale. Tutti i membri della società sono responsabili degli obblighi della società.

In Slovenia gli **istituti** possono essere fondati e registrati da persone fisiche e giuridiche locali o straniere se non sono previste altre disposizioni di legge per le singole attività o i singoli tipi di istituti.

---

### 10.2.2 IMPRESA INDIVIDUALE (S.P.)

Una ditta individuale (s.p.) è una persona fisica che esercita autonomamente un'attività lucrativa sul mercato.

La registrazione come ditta individuale è rapida, semplice e gratuita. Non è richiesto alcun capitale iniziale.

Questa forma giuridica è particolarmente adatta a quegli imprenditori che non dispongono di un capitale iniziale e che svolgono la loro attività su scala ridotta e principalmente con clienti fisici. Nell'ambito della s.p. la gestione del contante e la tenuta dei libri contabili sono semplificate. Nel caso della s.p. normalizzata, l'imprenditore viene riconosciuto dallo Stato per l'80% dei costi (relativi al reddito) per i quali non è richiesta la prova delle fatture.

Questo semplifica le operazioni, riduce i costi di tenuta dei libri contabili ed è adatto soprattutto a chi offre servizi e non ha fatture in entrata elevate.

È **molto importante** sapere che nel caso di una s.p., l'imprenditore è responsabile con tutti i suoi beni, il che significa che in caso di fallimento dell'azienda, tutti gli obblighi aziendali sono trasferiti all'imprenditore.

---

### 10.2.3 SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA (D.O.O.)

Una società a responsabilità limitata (LLC) è una persona giuridica il cui proprietario può essere una o più persone fisiche o giuridiche nazionali o straniere. I proprietari o i soci **non sono responsabili** della copertura delle passività della società.

Per essere costituita, la società deve disporre di un capitale nominale pari ad almeno 7.500 euro (e non inferiore a 50 euro per ogni conferimento di capitale di base), disponibile per le operazioni commerciali a partire dal giorno della costituzione.

**I vantaggi di una società a responsabilità limitata (d.o.o.) sono principalmente i seguenti:**

- i soci non sono responsabili degli obblighi della società;
- la possibilità di stipulare transazioni legali tra la società e i suoi soci;
- maggiore reputazione e fiducia sul mercato;
- facilità e rapidità di costituzione;

**Gli svantaggi di una società a responsabilità limitata (d.o.o.) sono i seguenti:**

- è necessario versare il capitale sociale
- il pagamento degli utili è fortemente gravato dalle imposte;
- costi aziendali più elevati.

#### 10.2.4 DIFFERENZE TRA IMPRESA INDIVIDUALE E SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA

	Impresa Individuale	Società e responsabilità limitate
<b>Responsabilità personale</b>	Sì (si è responsabili della proprietà individuale)	NO (si è responsabili solo del capitale investito o del capitale dell'azienda)
<b>Capitale Iniziale</b>	Non necessario	7.500 € (in contanti, fondi, o qualsiasi combinazione)
<b>Costituzione</b>	Gratuitamente; online / SPOT	Gratuitamente presso SPOT
<b>Tassazione dei profitti</b>	16%, 26%, 33%, 39%, 50% (scala di reddito)	Imposta sul reddito delle società - 19 %
<b>Contabilità</b>	Spese normalizzate (80%) Contabilità semplice Contabilità a partita doppia	Spese normalizzate (80%) Contabilità a partita doppia

#### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

- Un quiz riguardante l'idea imprenditoriale, i clienti, l'ambito di attività, che suggerisce in ultima analisi la forma giuridica più adatta.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Ajpes.si.

[2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>.

[3] SPOT; <https://spot.gov.si/sl/>.

[4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvi/kako-odpreti-podjetje>.

[5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>.

#### UNITÀ 10.3: COME PROCEDERE ALLA REGISTRAZIONE DELLA SOCIETÀ?

##### Contenuto:

10.3.1 Informazioni generali sulla costituzione di una società in Slovenia

10.3.2 Come si costituisce una "ditta individuale"?

10.3.3 Come costituire una "Società a responsabilità limitata"?

#### 10.3.1 INFORMAZIONI GENERALI SULLA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ IN SLOVENIA

La costituzione di un'impresa è gratuita, semplice e veloce. Dovrebbe richiedere meno di tre giorni dalla presentazione della domanda. Se il richiedente ottiene un certificato digitale, può anche costituire l'impresa tramite il portale *Slovenian Business Point* o presso uno dei punti SPOT. Non ci sono condizioni che limitano le modalità di costituzione di una società in Slovenia: chiunque può registrare una società e la procedura è la stessa per tutti i cittadini dell'UE, dei Paesi membri del SEE e per i cittadini della Confederazione Svizzera. L'attività economica può essere svolta da una persona fisica o da un'impresa in diverse forme giuridiche e organizzative.

---

### 10.3.2 COME SI COSTITUISCE UNA "DITTA INDIVIDUALE"?

Una ditta individuale (s.p.) è una persona fisica che esercita autonomamente un'attività lucrativa sul mercato. La registrazione come ditta individuale è rapida, semplice e gratuita. Non è richiesto alcun capitale iniziale.

In base alla legge sulle società, un'impresa individuale può iniziare la propria attività una volta iscritta nel Registro delle imprese sloveno.

Questa semplice forma societaria può essere creata rapidamente da casa sul portale *Slovenian Business Point* (sportello unico online), per il quale sono necessari un certificato digitale e l'attrezzatura necessaria, oppure presso uno dei punti SPOT. La decisione sull'iscrizione è presa dall'AJPES. La procedura di registrazione è gratuita. Per registrare la persona, è necessario un documento di identità personale valido e un codice fiscale. Se non si è proprietari dell'edificio presso l'indirizzo commerciale o presso l'indirizzo commerciale della filiale che si desidera registrare, è necessario allegare una dichiarazione verificata del proprietario dell'edificio. (Modello di dichiarazione del proprietario di un edificio) che attesti l'autorizzazione a svolgere l'attività da questo indirizzo. La dichiarazione può essere verificata presso qualsiasi unità amministrativa. La dichiarazione non necessita di verifica se il proprietario dell'edificio rilascia una dichiarazione presso uno SPOT Point o se il commerciante ottiene l'autorizzazione a svolgere l'attività dal governo centrale, da una comunità locale autogestita o da un fondo nazionale o comunale competente per gli affari abitativi, ai sensi della legge che disciplina gli edifici residenziali. Un commerciante o un'azienda deve essere in grado di accettare un incarico ufficiale presso l'indirizzo commerciale.

---

### 10.3.3 COME SI COSTITUISCE UNA "SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA"?

#### **Costituzione di una SRL unipersonale (d.o.o.)**

La costituzione di una SRL unipersonale (d.o.o.) è un processo semplice, con un unico socio che adotta lo statuto della società:

- presso il punto fisico SPOT Consulting
- tramite il portale *Slovenian Business Point* (in lingua slovena);
- oppure sotto forma di atto notarile.

La d.o.o. può essere costituita da una persona fisica (l'unico socio della costituenda d.o.o. unipersonale) che risulti iscritta nel registro centrale della popolazione (cioè che abbia un numero di identificazione personale e un codice fiscale) e che soddisfi le seguenti condizioni:

- il socio unico è una persona fisica iscritta nel registro centrale della popolazione (cioè in possesso di un numero di identificazione personale e di un codice fiscale) e in possesso di un certificato digitale qualificato;
- il socio unico adotta l'atto costitutivo.
- il socio unico è, allo stesso tempo, l'unico gestore/amministratore della società
- prima di presentare la richiesta di iscrizione, il socio unico versa l'intero capitale di base in contanti presso il tribunale (l'importo minimo è di 7.500 euro).
- Se la domanda di registrazione della costituzione di una semplice LLC unipersonale (d.o.o.) viene presentata tramite accesso remoto (portale Slovenian Business Point in lingua slovena), l'applicazione offre automaticamente al socio un registro elettronico delle decisioni aziendali.

#### Esempio di buona pratica:

- Video del processo di registrazione attraverso il punto SPOT on-line

#### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

- Fare la registrazione proforma attraverso il portale online

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Ajpes.si

[2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>.

[3] SPOT; <https://spot.gov.si/sl/>.

[4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>.

[5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>.

[6] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.



## TITOLO DEL MODULO: FORME E PROCEDURE LEGALI PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ - ITALIA

**Numero Modulo: 10**

ITALIA

**Autore del Modulo per l'Italia:** Euphoria Net

### **Descrizione del Modulo:**

Ogni potenziale imprenditore si trova di fronte a due dilemmi fondamentali. Quando avviare un'attività e quale forma giuridica scegliere per ottenere un successo ottimale e trarre vantaggio dalla forma giuridica a seconda del tipo di attività e dei clienti con cui si intende operare. Il contenuto del modulo presenta le decisioni che un imprenditore deve prendere prima di registrare una società, le principali forme giuridiche per le start-up/iniziative, i vantaggi e gli svantaggi di ciascuna e le procedure per la registrazione di una società in Italia.

### **Obiettivi didattici:**

- Decisioni chiave prima della costituzione formale di un'impresa.
- Le forme giuridiche più comuni per l'avvio di un'attività in proprio e come scegliere la forma più adatta, i punti di forza e di debolezza di ciascuna forma giuridica della società.
- Dove e come registrare una società.

## UNITÀ 10.1: QUALI DECISIONI PRENDERE PRIMA DI COSTITUIRE UNA SOCIETÀ?

### **Contenuto:**

10.1.1 Nome della società

10.1.2 Rappresentanti della società

10.1.3 Sede della società

10.1.4 Attività della società

### **10.1.1 NOME DELLA SOCIETÀ**

La denominazione sociale ha la funzione di differenziare un'azienda dalla concorrenza ed è uno dei cosiddetti "segni distintivi" dell'impresa disciplinati dal Codice Civile. L'azienda deve avere un logo e può essere rappresentata dal nome dell'imprenditore, dalle iniziali del titolare o da un nome di fantasia seguito dal nome e cognome del titolare. Deve identificare l'azienda senza possibilità di confusione e senza generare equivoci che possano associare l'azienda ad altre imprese. Deve avere

un carattere di novità rispetto a quelli utilizzati dai concorrenti e rispettare i principi di moralità e ordine pubblico.

Il nome della società deve differenziarsi chiaramente dai nomi di altre società. Prima della registrazione, verificare che il nome sia diverso nel Registro delle Imprese italiano ([Registro Imprese | I dati Ufficiali della Camera di Commercio](#)). Allo stesso tempo, il nome dell'azienda può avere un significato specifico, rappresentare il marchio dell'azienda o essere di fantasia. Quando si sceglie un nome, è necessario sceglierlo in modo che sia facilmente riconoscibile e attrattivo. Nel caso in cui si operi in mercati esteri, è necessario anche verificare se il nome ha un significato nella lingua o nello slang. In caso di registrazione della forma giuridica "ditta individuale", il nome della società deve contenere il nome e il cognome del fondatore.

---

### 10.1.2 RAPPRESENTANTI DELLA SOCIETÀ

Tutti i tipi di società (tranne le ditte individuali) devono nominare almeno un amministratore. È possibile nominare più amministratori e un procuratore aggiuntivo. Un amministratore che non sia un dipendente, né uno studente o un pensionato, deve essere impiegato dalla società.

---

### 10.1.3 SEDE DELLA SOCIETÀ

La sede e l'indirizzo commerciale della società devono essere stabiliti prima della costituzione della società. Se la società non è proprietaria dei locali in cui sarà registrata, il fondatore della società deve ottenere il permesso dal proprietario dell'immobile. La sede centrale è il luogo in cui vengono svolte le attività della società. Anche l'indirizzo dell'azienda si trova presso la sede (via e numero civico).

In Italia, la sede legale di una società può essere registrata anche presso l'ufficio di uno studio commercialista che gestisce la contabilità e la finanza della società.

---

### 10.1.4 ATTIVITÀ DELLA SOCIETÀ

Le aziende italiane devono avere una classificazione ATECO che determina le attività che le aziende possono svolgere.

L'ATECO è un tipo di classificazione adottata dall'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) per le indagini statistiche nazionali di natura economica.

È la traduzione italiana della nomenclatura delle attività economiche (NACE) creata da Eurostat, adattata dall'ISTAT alle caratteristiche specifiche del sistema economico italiano.

Nel caso di alcune attività, è necessario che siano soddisfatte alcune condizioni prima di iniziare il commercio. L'impresa deve ottenere i permessi o garantire che le operazioni siano svolte da una persona pienamente qualificata. Queste condizioni sono note come condizioni di ingresso. Alcune

attività non prevedono alcuna condizione - non sono regolamentate. Le condizioni di accesso possono essere controllate e verificate nell'elenco delle attività regolamentate.

#### Esempio di buona pratica:

- Video - intervista a un imprenditore

#### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

- Determinare il nome, la sede e le attività dell'azienda. Verificare il nome dell'azienda e le attività nel database "cassetto digitale dell'imprenditore". Il cassetto digitale dell'imprenditore (italia.it)

Per accedere alla piattaforma è necessario avere uno SPID.

SPID è il Sistema Pubblico di Identità Digitale che consente di accedere a tutti i servizi online della Pubblica Amministrazione italiana con le stesse credenziali (username e password) su computer, tablet e smartphone.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Unioncamere. (2023). Consultato Cos'è SPID (italia.it).

[2] Italian Chamber of Commerce. (2023). Consultato Registro Imprese | I dati Ufficiali della Camera di Commercio.

## UNITÀ 10.2: QUALI SONO LE FORME GIURIDICHE DI SOCIETÀ, I LORO VANTAGGI E SVANTAGGI?

### Contenuto:

10.2.1 Le forme giuridiche più diffuse in Italia

10.2.2 Le forme giuridiche più comuni adatte agli imprenditori principianti

10.2.3 Differenze tra impresa individuale, libero professionista e società a responsabilità limitata

---

### 10.2.1 LE FORME GIURIDICHE PIÙ DIFFUSE IN ITALIA

La costituzione di società in Italia è un argomento molto vasto, in quanto esiste un'ampia gamma di forme giuridiche per la costituzione di società che dipendono dal modello organizzativo dell'azienda, dai suoi obiettivi commerciali, dal livello di capitale da impegnare, dal grado di responsabilità dei fondatori e dalle implicazioni fiscali e contabili.

Esistono due tipi principali di società:

1. **Società di persone** che rappresentano quelle entità in cui, dal punto di vista giuridico, le persone prevalgono sui beni. Il soggetto giuridico si identifica nella persona dei vari soci, che assumono sia i diritti che gli obblighi derivanti dall'attività d'impresa.

- Società semplice (s.s): non è previsto un capitale sociale minimo per la costituzione.

Questa struttura societaria è utilizzata principalmente nel settore agricolo in attività non commerciali.

- Società in nome collettivo (s.n.c): simile alla s.s ma con natura commerciale e con una maggiore attenzione che la legge pone sullo statuto della società, attraverso il quale definisce alcuni elementi essenziali. Non è previsto un capitale sociale minimo; il regime di responsabilità per le obbligazioni sociali è illimitato e comune a tutti i soci.

- Società in accomandita semplice (s.a.s): contrariamente alle due tipologie sopra citate, esistono tipologie di soci:

- a) soci accomandatari (accomandanti), che hanno il compito di gestire la società mantenendo un regime di responsabilità illimitata per le obbligazioni sociali;

- b) soci accomandatari, che beneficiano di un regime di responsabilità limitata, che vieta la loro partecipazione all'amministrazione della società. Questo divieto è talmente rigido che, se non viene rispettato, il socio può perdere il beneficio della limitazione di responsabilità e, nella sua massima conseguenza, essere escluso dalla società.

2. **Società di capitali**, in cui l'elemento patrimoniale è centrale. La società stessa rappresenta l'entità giuridica. In questo caso, i soci sopportano oneri e diritti in misura corrispondente alla loro quota di capitale.

- La Società a responsabilità limitata (s.r.l.), è il tipo di società più comune in Italia. In questa categoria, infatti, si raccolgono i vantaggi delle società di capitali - dalla limitazione della responsabilità dei soci ai loro conferimenti - pur mantenendo una struttura flessibile, senza i vincoli organizzativi previsti per le società per azioni. Il capitale sociale minimo è di 10.000 euro.

- La Società a responsabilità limitata semplificata (s.r.l.s) è stata introdotta nel 2013 e consiste nella costituzione di una versione semplificata della s.r.l con un capitale sociale a partire da 1,00 euro.

- Società a responsabilità limitata unipersonale (s.r.l unipersonale) che è una società di capitali con un unico socio. In questo caso, però, i conferimenti di capitale devono essere interamente versati al momento della costituzione.

- Le Società per Azioni (s.p.a.) e le Società in accomandita per azioni (s.a.p.a) sono le tipologie di società più strutturate e vengono costituite per atto pubblico, alla presenza di un notaio. È richiesto un capitale sociale minimo di 50.000,00 euro. Le azioni in cui è suddiviso il capitale possono avere categorie ed effetti diversi: con diritti di voto più o meno elevati, con rendimenti più o meno elevati.

---

## 10.2.2 LE FORME GIURIDICHE PIÙ COMUNI ADATTE AGLI IMPRENDITORI PRINCIPIANTI

Quando si decide di trasformare un'idea innovativa in un'impresa, si devono affrontare una serie di passaggi amministrativi perché si deve costituire il soggetto giuridico a cui far capo l'attività

imprenditoriale. Pertanto, una delle prime cose da fare è scegliere il tipo di società tra le diverse tipologie che l'ordinamento giuridico italiano mette a disposizione. Alcune di queste tipologie non sono adatte a una nuova attività imprenditoriale, altre sono molto simili tra loro e quindi vale la pena di comprenderle meglio.

La **ditta individuale** (ditta o impresa individuale) si riferisce agli imprenditori individuali, ovvero a tutti coloro che svolgono un'attività artigianale o commerciale. Si tratta di lavoratori che svolgono un'attività artigianale manuale (idraulici, elettricisti, muratori, parrucchieri, falegnami, fabbri, ecc.) o la compravendita di beni o materie prime. In termini generali, esercitano in modo indipendente un'attività lucrativa sul mercato. La registrazione come ditta individuale è rapida, semplice e gratuita. Non è richiesto alcun capitale iniziale. Una ditta individuale (o impresa individuale) è una persona fisica che esercita autonomamente un'attività lucrativa sul mercato. La registrazione come ditta individuale è rapida, semplice e gratuita. Non è richiesto alcun capitale iniziale.

Questa forma giuridica è particolarmente adatta a quegli imprenditori che non dispongono di un capitale iniziale, che svolgono la loro attività su scala ridotta e principalmente con clienti fisici. Nell'ambito della ditta o impresa individuale la gestione del contante è semplificata e non ci sono libri contabili da tenere. Nel caso di una ditta o impresa individuale l'imprenditore può scegliere, in base ai volumi di reddito, di avere una contabilità normale (importi di fattura superiori a € 80.000/anno o una contabilità semplificata (importi di fattura inferiori a € 80.000/anno). L'emissione delle fatture è sempre obbligatoria attraverso un sistema di scambio elettronico.

Questo semplifica le operazioni, riduce i costi di tenuta dei libri contabili ed è adatto soprattutto a chi offre servizi e non ha fatture in entrata elevate.

È **molto importante** sapere che nel caso di una ditta (o impresa individuale), l'imprenditore risponde con tutti i suoi beni, come nelle società di persone. Ciò significa che in caso di fallimento dell'impresa, tutti gli obblighi sono trasferiti all'imprenditore.

Per **lavoratore autonomo** si intendono tutti i professionisti che svolgono un lavoro "intellettuale". Sono anche comunemente chiamati "liberi professionisti": sono tutti quei lavoratori iscritti a un albo professionale, come avvocati, commercialisti, notai, medici, giornalisti, architetti, geologi, ingegneri, agronomi, psicologi, chimici, ecc. Ma non solo. Si parla di lavoratori autonomi o liberi professionisti per tutte quelle persone che, pur non avendo un albo professionale, svolgono la loro attività "con il proprio ingegno", come abbiamo detto in precedenza.

In Italia, una start-up deve essere costituita per legge in forma di **società di capitali o in forma cooperativa**.

Una prima possibilità è costituita dalla s.r.l. (società a responsabilità limitata), un tipo di società che si caratterizza per una grande flessibilità e per un risparmio di costi: non richiede un collegio sindacale (tranne nel caso di bilancio consolidato) e il capitale minimo è di 10.000 euro.

Esistono due tipologie di s.r.l.:

- semplice con un unico proprietario: in questo caso i conferimenti di capitale devono essere interamente versati al momento della costituzione.
- s.r.l. normale costituita da due o più persone fisiche che hanno deciso di svolgere insieme un'attività commerciale.

Tutte le persone che costituiscono la società devono essere persone fisiche. I proprietari di una società a responsabilità limitata non possono essere altre società o fondi di investimento. Tutti i membri della società sono responsabili solo per le obbligazioni della società.

È possibile che la S.r.l. abbia un capitale anche inferiore a 10.000 euro. È il caso della Società a responsabilità limitata semplificata (s.r.l.s), introdotta nel 2013, dove il capitale può essere di solo € 1. Questo tipo di società è spesso molto apprezzato dagli imprenditori alle prime armi, tuttavia, al di là del risparmio immediato sui costi di costituzione, non sempre è una soluzione conveniente o lungimirante. Le s.r.l.s. sono a responsabilità limitata, ma soprattutto una società con capitale sociale di 1 euro (che, ricordiamolo, rappresenta il patrimonio con cui l'azienda risponde delle sue obbligazioni verso i creditori) non è molto credibile agli occhi di banche, investitori e soci. Inoltre, la società potrebbe anche trovarsi nella condizione di avere perdite superiori al capitale e in questo caso gli azionisti dovrebbero ricapitalizzare immediatamente (o in tempi certi) la società.

Le società di capitali sono considerate, ai fini fiscali, soggetti passivi autonomi e il reddito da esse prodotto si applica:

- IRES: imposta sul reddito delle società a tasso fisso (24%) da applicare sulla base imponibile consistente nel risultato ante imposte al netto delle detrazioni;
- IRAP: è una tassa regionale sulle attività produttive a tassi variabili in base alla regione in cui queste attività sono svolte, che si applica alla differenza tra entrate e costi di produzione (valore della produzione).

Forma societaria	Tassazione dei dividendi
<b>Individuali</b>	Ritenuta alla fonte forfettaria del 26%
<b>Partnership</b>	Aliquote IRPEF ordinarie su base imponibile del 58,14%
<b>Società</b>	Imposta IRES con una base imponibile del 5%

Naturalmente, la formula per un avviamento perfetto non esiste. Ma, a parte il fatto che una start-up "vera" deve essere costituita per legge sotto forma di società (s.r.l oppure s.p.a.), è abbastanza raro che una ditta fondata come individuale, e che è rimasta individuale, raggiunga un successo straordinario. Invece, è comune per le start-up di successo per essere costituito da un team multi-persone. La pluralità degli azionisti può esistere dall'atto costitutivo o essere creata successivamente, a seguito di un trasferimento di partecipazioni, ma la forma societaria influenza in larga misura la possibilità di ottenere altri capitali o finanziamenti da risorse esterne.

I vantaggi di una società a responsabilità limitata (s.r.l.) sono principalmente i seguenti:

- partner non sono responsabili per gli obblighi della società;
- la possibilità di effettuare transazioni legali tra la società e i suoi partner;
- maggiore reputazione e fiducia nel mercato;
- stabilimento facile e veloce;
- l'unico tipo a costituire una start-up.

Gli svantaggi di una società a responsabilità limitata (s.r.l) sono i seguenti:

- è necessario versare il capitale sociale;
- il pagamento del profitto è fortemente gravato da imposte;
- maggiori costi aziendali.

### 10.2.3 DIFFERENZE TRA OPERATORE INDIVIDUALE E SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA

	Sole trader (ditta individuale)	Limited liability company
<b>Responsabilità personale</b>	Sì (si risponde con i beni personali)	NO (si risponde solo con il capitale investito o con il capitale sociale)
<b>Capitale Iniziale</b>	Non necessario	7.500 € (contanti, fondi, o in qualsiasi combinazione)
<b>Costituzione</b>	Quota di iscrizione al Registro delle Imprese	Quota di iscrizione al Registro delle Imprese
<b>Tassazione dei profitti</b>	16%, 26%, 33%, 39%, 50% (scala di reddito)	Imposta sul reddito della società- 19 %
<b>Contabilità</b>	Contabilità semplice, IVA e inventario libri non sono necessari sotto € 80.000/anno di fatturato. Contabilità a partita doppia	I libri contabili a partita doppia, IVA e inventario sono obbligatori

**Esempio di buona pratica:**

- Non applicabile in questa unità

**Esercizio/ Valutazione dell'unità:**

- Un quiz riguardante la maturità dell'idea di business, i clienti, la portata del business, che in ultima analisi suggerisce una forma giuridica adeguata. In ogni caso, le start-up devono essere costituite in società.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Studio Ferrari. (2023). Consultato TYPES OF COMPANIES IN ITALY: CHARACTERISTICS AND TAXATION - STUDIO LEGALE E COMMERCIALE FERRARI & ASSOCIATI ROMA (studioferrari.com).

[2] Italian Chamber of Commerce. (2023). Consultato Registro Imprese | I dati Ufficiali della Camera di Commercio.

[3] University 2 Business. (2023). Consultato Faccio una startup: come scegliere il tipo di società (onlus, srl, srls, ditta individuale...) (university2business.it).

## UNITÀ 10.3: COME PROCEDERE CON LA REGISTRAZIONE DELLA SOCIETÀ?

### Contenuto:

10.3.1 Come stabilire un "Unico commerciante"?

10.3.2 Come creare una "società a responsabilità limitata"?

---

### 10.3.1 COME STABILIRE UN "UNICO COMMERCIANTE"?

Per avviare un'impresa individuale (Ditta o Impresa Individuale), è necessario presentare, esclusivamente elettronicamente, una Comunicazione al Registro delle Imprese competente.

C'è un'unica Comunicazione che permette di adempiere con un'unica registrazione tutte le formalità necessarie per la costituzione della società, in particolare:

- attribuzione della partita IVA da parte dell'Agenzia delle Entrate
- registrazione nel Registro delle Imprese ed eventualmente nel Registro delle Imprese Artigiane;
- conformità dell'INPS (Istituto nazionale di sicurezza sociale) per motivi di sicurezza sociale;
- conformità del l'INAIL (Istituto nazionale per l'assicurazione contro gli infortuni sul lavoro) ai fini assicurativi;
- Rapporto certificato della data di inizio dell'attività (SCIA).

È necessario avere una casella di posta elettronica certificata (PEC), come il domicilio elettronico della società e un dispositivo di firma digitale del proprietario di affari.

---

### 10.3.2 COME CREARE UNA "SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA"?

Gli azionisti, avendo scelto la forma societaria (società di persone o società), formalizzano le regole che disciplineranno i loro rapporti nella società firmando l'atto costitutivo e lo statuto o gli accordi sociali.

A seguito della costituzione della società, è necessario presentare, esclusivamente elettronicamente, la Comunicazione unica al Registro delle Imprese della Camera di Commercio competente.

Inoltre, in questo caso come in una registrazione individuale, esiste un'unica comunicazione che consente di adempiere con un'unica registrazione tutte le formalità necessarie per la costituzione della società.

- attribuzione del codice fiscale / partita IVA da parte dell'Agenzia delle Entrate;
- iscrizione nel registro delle imprese ed eventualmente nel registro delle imprese artigiane

- conformità dell'INPS (Istituto nazionale di sicurezza sociale) per motivi di sicurezza sociale;
- conformità del l'INAIL (Istituto nazionale per l'assicurazione contro gli infortuni sul lavoro) ai fini assicurativi;
- certificato della data di inizio dell'attività (SCIA).

#### **Esempio di buona pratica:**

- Il processo di registrazione tramite il servizio on-line non è possibile esercitare per il modulo italiano perché è necessario acquistare una firma digitale e una cassetta postale certificata.

#### **Esercizio/ Valutazione dell'unità:**

- Domande a risposta multipla

#### **BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:**

[1] Italian Chamber of Commerce. (2023). Consultato Società di persone e di capitale | Registro Imprese.

[2] Unioncamere. (2023). Consultato Home - [impresainungiorno.gov.it](https://impresainungiorno.gov.it).

[3] Depositi e Istanze, Registro Imprese. (2023). Consultato DIRE - Depositi e Istanze REgistro Imprese.

[4] Infocamere. (2023). Consultato FedraPlus e plug-in ([infocamere.it](https://infocamere.it)).



## TITOLO DEL MODULO: FORME GIURIDICHE E PROCEDURE PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ - CIPRO

**Numero Modulo: 10**

CIPRO

**Autore del modulo per Cipro: LOVILA**

### **Descrizione del modulo:**

Ogni potenziale imprenditore deve affrontare due dilemmi chiave. Quando avviare un'attività e quale forma giuridica scegliere per raggiungere il successo ottimale e approfittare della forma giuridica a seconda del tipo di attività e clienti con i quali lui/ lei farà affari. Il contenuto del modulo presenta le decisioni che un imprenditore deve prendere prima di registrare una società, le due forme giuridiche chiave per le start-up/ principianti, i vantaggi e gli svantaggi di ciascuna e le procedure per la registrazione di una società a Cipro.

### **Obiettivi didattici:**

- Decisioni chiave prima di avviare formalmente un'impresa.
- Le forme legali più comuni per iniziare la propria attività e come scegliere una forma adeguata, punti di forza e punti deboli di ogni forma giuridica della società.
- Dove e come registrare una società.

## UNITÀ 10.1: QUALI DECISIONI PRENDERE PRIMA DI COSTITUIRE UNA SOCIETÀ?

### **Contenuto:**

10.1.1 Scegliere la ragione sociale

10.1.2 Fasi prima della costituzione di una società

#### 10.1.1 SCEGLIERE LA RAGIONE SOCIALE

Una volta deciso il nome proposto per la società e prima di presentare la domanda di approvazione del nome proposto, si consiglia di effettuare una ricerca online sul registro delle entità commerciali del (<https://www.companies.gov.cy/gr/>) per verificare se esiste già una società registrata con lo stesso nome o con un nome simile.

Affinché il nome proposto venga approvato, non deve essere troppo simile al nome di una società commerciale già esistente o essere fuorviante. Nel caso in cui la denominazione sociale proposta sia simile a quella di una società già esistente, la denominazione proposta può essere esaminata solo se,

insieme alla domanda di approvazione della denominazione proposta, viene presentato anche il relativo consenso della società registrata esistente all'uso di tale denominazione.

Dopo la presentazione della domanda di approvazione del nome proposto, il Registro delle Imprese effettuerà una ricerca che non sarà limitata solo alle società commerciali cipriote. A seguito di questa ricerca, il Registro potrebbe rifiutare un nome per proteggere la reputazione di un'organizzazione internazionale non registrata a Cipro (ad esempio, Coca Cola, McDonalds, ecc.). A tal fine, si consiglia di effettuare una ricerca online sui marchi registrati esistenti, in modo da verificare se esiste già un marchio registrato con lo stesso nome o con un nome simile.

Allo stesso tempo, se il nome contiene parole o espressioni restrittive, è necessario ottenere e presentare il necessario consenso dell'autorità governativa competente o di un altro ente.

### Limited/Ltd

A seconda del tipo di società che si sceglie di incorporare, il nome proposto dovrebbe portare come ultima parola la seguente:

- Se si tratta di una società privata limitata da azioni o da garanzia, la parola "ΛΙΜΙΤΕΔ" o "ΛΤΔ" o, nel caso in cui il nome della società sia scritto con caratteri latini, "LIMITED" o "LTD";
- Se si tratta di una società per azioni o di garanzia e con un capitale sociale, i termini "ΔΗΜΟΣΙΑ ΛΙΜΙΤΕΔ" or "ΔΗΜΟΣΙΑ ΛΤΔ" or "ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΛΙΜΙΤΕΔ" or "ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΛΤΔ" or "Δ.Ε. ΛΙΜΙΤΕΔ" or "Δ.Ε. ΛΤΔ" o, nel caso in cui il nome della società sia scritto con caratteri latini, le parole "PUBLIC COMPANY LIMITED" o "PUBLIC COMPANY LTD" o "PUBLIC CO. LIMITED" o "PUBLIC CO. LTD" o "PLC" o "PUBLIC LIMITED" o "PUBLIC LTD".

### Presentazione della domanda di approvazione del nome

La domanda di approvazione/modifica del nome è presentata al cancelliere delle società, tramite deposito elettronico, a mano o per posta, accompagnata da:

- Un'autorizzazione, consenso o pre-approvazione da parte dell'autorità governativa competente o dell'organismo appropriato nel caso in cui sia necessario per l'uso di parole o espressioni e/ o a causa della natura degli affari rispettivamente;
- pagamento di una tassa di dieci euro (€10) per ogni nome proposto. Se si desidera accelerare il processo di approvazione del nome, è necessaria una tassa aggiuntiva di venti euro (20 euro) per ogni nome proposto. I risultati dell'approvazione del nome sono disponibili tramite servizi online.

Una volta approvato il nome, la domanda di costituzione della società deve essere presentata, in conformità con la forma giuridica della società/attività proposta, entro 6 mesi. Durante questo periodo, il nome è considerato riservato.

---

#### 10.1.2 FASI PRIMA DELLA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ

Per procedere con la costituzione della vostra azienda, dovete prima decidere su:

- il tipo di azienda;
- il nome della tua azienda;
- l'indirizzo della sede legale;
- i direttori e il segretario;
- i soci e il capitale sociale;
- gli oggetti della società;
- l'atto costitutivo e lo statuto della società.

Inoltre, per pubblicare la propria azienda online, è necessario prima registrarsi sul sistema di archiviazione elettronica dei documenti.

### **Sede legale Indirizzo**

La società deve mantenere una sede legale nella Repubblica di Cipro che non deve essere una cassetta postale. Tutte le notifiche e le comunicazioni vengono inviate alla sede legale della società ed è qui che sono tenuti i vari registri e altri documenti.

### **Direttori e Segretari**

La società deve avere almeno un (1) amministratore se è una società privata o almeno due (2) amministratori se è una società pubblica. Gli amministratori devono avere almeno diciotto (18) anni.

L'azienda deve anche avere un (1) segretario che deve essere maggiorenne.

Si osserva, inoltre, che solo nel caso di una società privata con un (1) membro e un (1) amministratore, il direttore può anche fungere da segretario.

### **Soci e capitale sociale**

Per le società private non esiste un requisito minimo di capitale sociale, mentre il capitale nominale minimo emesso di una società pubblica offerta in sottoscrizione è di 25.629 euro.

### **Atto costitutivo**

L'atto costitutivo è il documento in base al quale è costituita una società. Essa espone l'oggetto e conferma l'impegno dei suoi membri alla sua costituzione.

L'atto costitutivo della società contiene almeno i seguenti elementi:

- il suo nome;
- i suoi obiettivi;
- una dichiarazione che la responsabilità dei suoi membri è limitata;
- l'ammontare del capitale sociale (a condizione che una società abbia un capitale sociale) con cui la società intende registrarsi e la sua divisione in azioni; e
- le persone che hanno costituito la società, la loro firma e, dato che una società ha un capitale sociale, il numero di azioni che ricevono è indicato di fronte al loro nome. L'atto costitutivo è firmato anche da un testimone che conferma la firma delle persone che hanno costituito la società e dall'avvocato che ha redatto l'atto costitutivo.

## Statuto

Lo statuto della società è il documento che stabilisce le norme per il funzionamento della società. Tale documento garantisce il buon funzionamento dell'impresa, definendo, tra l'altro, i mezzi per i processi decisionali e le disposizioni pertinenti in materia di capitale sociale.

Una società privata o pubblica a responsabilità limitata con azioni può adottare come statuto i regolamenti contenuti nella tabella A del primo elenco del diritto societario o scegliere di adottare parte del presente regolamento. Nel primo caso, presenta un documento che indica quali regolamenti devono essere adottati dalla società.

È possibile utilizzare il relativo modello di statuto, a seconda del tipo di società da incorporare.

## Oggetti

Gli obiettivi della società da incorporare indicano la natura degli affari in cui intende svolgere le sue attività, legalmente, nella Repubblica di Cipro.

## Bilancio e Stato patrimoniale

Il bilancio deve essere presentato all'assemblea generale entro diciotto mesi (18) dalla costituzione della società e successivamente almeno una volta (1) per anno civile.

Lo stato patrimoniale è preparato fino alla data di riferimento della società e viene consegnato per il deposito al Registro delle Società insieme al bilancio, entro ventotto (28) giorni dalla data di redazione.

## Tassa annuale

Ogni anno, entro il 30 giugno, tutte le aziende iscritte al registro del Registro delle Imprese devono pagare una quota annuale di 350 €.

Una società che non paga la tassa annuale entro questa data, ma paga questa tassa annuale entro due (2) mesi (i.e. entro il 31 agosto), è soggetta a un costo aggiuntivo del 10%, mentre una società che è in ritardo ma paga la tassa annuale entro un periodo di cinque mesi dal 30 giugno è soggetto ad un costo aggiuntivo del 30%.

Si noti che una società che ha la propria sede legale in una zona occupata o inaccessibile e che non svolge alcuna attività nella zona non occupata non è obbligata a pagare la tassa annuale.

## BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] [Κλάδος Εταιρειών, Τμήμα Εφόρου Εταιρειών και Διανοητικής Ιδιοκτησίας \(companies.gov.cy\)](http://companies.gov.cy).

## UNITÀ 10.2: QUALI FORME GIURIDICHE DI SOCIETÀ ESISTONO, I LORO VANTAGGI E SVANTAGGI?

### Contenuto:

10.2.1 Le forme giuridiche più comuni degli imprenditori principianti

10.2.2 Differenze tra operatore individuale e società a responsabilità limitata

### 10.2.1 LE FORME GIURIDICHE PIÙ COMUNI DEGLI IMPRENDITORI PRINCIPIANTI

**Una società a responsabilità limitata (LLC)** è una persona giuridica il cui proprietario può essere una o più persone fisiche e giuridiche nazionali o straniere. I proprietari o soci non sono responsabili per la copertura delle passività della società. Non esistono requisiti obbligatori per un capitale sociale minimo per una società a responsabilità limitata. Sebbene il capitale sociale non sia necessario per essere versato, i nostri esperti di registrazione delle società a Cipro raccomandano di depositare un capitale iniziale per la tua azienda di circa **1.000 EUR**.

Un **operatore individuale (s.p.)** è una persona fisica che esercita un'attività lucrativa indipendente sul mercato. Registrarsi come operatore individuale è facile, veloce e gratuito. Non è richiesto alcun capitale iniziale. È **molto importante** essere consapevoli che nel caso di una s.p., l'imprenditore è responsabile di tutti i suoi beni, il che significa che in caso di crollo dell'azienda, tutti gli obblighi vengono trasferiti all'imprenditore.

### 10.2.2 DIFFERENZE TRA OPERATORE INDIVIDUALE E SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA

	Sole trader	Limited liability company
<b>Responsabilità personale</b>	Sì (si risponde con i beni personali)	NO (si risponde solo con il capitale investito o con il capitale sociale)
<b>Capitale Iniziale</b>	Non necessario	1000€ (consigliato)
<b>Costituzione</b>	Online al Registro delle Imprese	Online al Registro delle Imprese
<b>Tassazione dei profitti</b>	20%, 25%, 30%, 35% (scala di reddito)	Imposte sul reddito della società - 19 %

## UNITÀ 10.3: COME REGISTRARE L'IMPRESA?

### Contenuto:

10.3.1 Come istituire una "società a responsabilità limitata" a Cipro

10.3.2 Come stabilire un "Unico commerciante" a Cipro

### 10.3.1 COME ISTITUIRE UNA "SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA" A CIPRO

Una volta che il nome proposto è stato approvato, si può procedere con la presentazione della domanda per la costituzione della società, sia via la registrazione online o a mano/ via posta.

#### Registrazione online della società

Indipendentemente dal tipo di società che hai scelto, puoi inviare la tua richiesta online tramite il sistema di archiviazione elettronica delle aziende, insieme a:

- una dichiarazione legale (modulo HE1) firmata e giurata davanti al tribunale dall'avvocato incaricato;
- l'atto costitutivo e lo statuto, conformemente al tipo di società proposto, debitamente firmato in lingua greca. Si osserva che, nel caso in cui una società a responsabilità limitata privata o pubblica con azioni scelga di adottare, come suo statuto, i regolamenti contenuti nella tabella A della tabella I del diritto societario, occorre presentare un documento pertinente che faccia riferimento al titolo dei regolamenti adottati;
- la dichiarazione solenne di testimonianza delle firme;
- una traduzione certificata conforme dell'atto costitutivo e dello statuto in una lingua diversa dal greco, tradotto da un traduttore ufficiale della Repubblica di Cipro, nel caso in cui si desideri ottenere copie certificate dello statuto e dello statuto in una lingua straniera;
- l'autorizzazione, il consenso o la pre-approvazione da parte dell'autorità governativa competente o dell'organo competente nel caso in cui sia necessario per l'uso di parole o frasi e/o a causa della natura degli affari rispettivamente, qualora non sia già stato presentato insieme alla domanda di approvazione del nome; e
- l'importo di 165 euro o l'importo di 235 euro nel caso di una società senza capitale sociale, pagabile con carta di credito.

Per accelerare il processo di registrazione della società, viene pagata una commissione aggiuntiva di 100 €. Nel caso in cui venga creato un file di traduzioni, viene pagato un costo aggiuntivo di 160 €.

In caso di costituzione di una **società pubblica**, è richiesta anche la presentazione del modulo **HE5**, con il pagamento di un costo aggiuntivo di 20 €.

#### Certificato di costituzione

Una volta che tutte le condizioni legali siano state rispettate, il Registro delle Imprese procederà con la pubblicazione della registrazione della **Società alla Gazzetta Ufficiale** rilascerà un certificato di costituzione.

Il rilascio del certificato di costituzione segna l'inizio dell'esistenza legale della società e costituisce una prova indiscutibile che sono stati rispettati tutti i requisiti legali relativi alla sua registrazione, nonché tutte le fasi pertinenti precedenti la sua registrazione. Il numero di registrazione della società è indicato sul certificato di costituzione.

Il certificato di costituzione può essere ottenuto tramite deposito elettronico (in caso di presentazione elettronica della domanda), dalle caselle di posta del Dipartimento, dal punto di contatto unico Cipro, o per posta.

## Copie certificate

Facoltativamente, pagando l'importo di centoventi euro (120 euro) accompagnato da una copia certificata conforme dello statuto, o al costo di centotrenta euro (130 euro) se non è allegata alcuna copia, sono rilasciati i seguenti certificati/copie certificate della società:

- certificato degli azionisti;
- attestato di Amministratore e Segretario;
- certificato dell'indirizzo della sede legale;
- copia certificata conforme dell'atto costitutivo e dello statuto della società;
- copia certificata del certificato di incorporazione.

Se il processo accelerato è scelto i certificati di cui sopra/ copie certificate può essere rilasciato, più veloce, al costo aggiuntivo di 100 €.

I certificati e le copie autenticate che vengono rilasciati elettronicamente sono contrassegnati con un codice di autenticità. L'**autenticità dei documenti** può essere verificata elettronicamente per un periodo di novanta (90) giorni dalla data di emissione.

## Registrazione presso il Dipartimento Fiscale

Ogni società è tenuta, entro sessanta (60) giorni dalla data di costituzione, a richiedere la registrazione del contribuente presso il dipartimento delle imposte e ad ottenere un numero di partita fiscale.

Allo stesso tempo, qualsiasi persona fisica o giuridica che risieda o sia registrata nella Repubblica di Cipro, che abbia effettuato cessioni di beni e servizi imponibili entro gli ultimi 12 mesi consecutivi o saranno effettuare tali cessioni di beni e servizi imponibili oltre l'importo di € 15.600 nei prossimi 30 giorni, è tenuto a presentare un modulo supplementare per la registrazione IVA.

## Registrazione presso i servizi di assicurazione sociale

Ogni datore di lavoro è tenuto a registrarsi presso i servizi di assicurazione sociale presentando il modulo di domanda per la registrazione del datore di lavoro. Quando il **datore di lavoro** ha filiali in diversi distretti o si occupa di più di un'attività economica, lui/ lei deve registrarsi separatamente per ogni distretto o attività.

## Registrazione del marchio

Si consiglia di registrare il marchio della propria attività nella sezione Proprietà intellettuale e industriale in modo da poter differenziare i propri prodotti e servizi sul mercato.

## Corporate Compliance

La società e ogni funzionario della società, ha l'obbligo di informare il Registro delle Società di eventuali modifiche ai dati della società, come il cambiamento di nome, cambiamento di amministratori e dettagli del segretario, modifiche del capitale sociale, cambio di sede legale, registrazione degli oneri sul patrimonio della società, modifiche del suo atto costitutivo e/o statuto, ecc.

Allo stesso tempo, una volta ogni anno civile, la società deve preparare il suo **rendimento annuale** fino alla data di riferimento e presentarlo al Registro delle società insieme alla sua una copia del bilancio. Alla fine di ogni esercizio fiscale, la società deve preparare bilanci certificati e presentarli insieme alla dichiarazione dei redditi al **dipartimento delle imposte**.

Inoltre, si ricorda che ogni azienda è obbligata a pagare una **quota annuale** pari all'importo di 350 euro, entro il 30 giugno di ogni anno.

---

### 10.3.2 COME STABILIRE UN "UNICO OPERATORE" A CIPRO

Passi per la registrazione di un operatore individuale a Cipro:

- Selezione di un nome per l'azienda e la presentazione per l'approvazione con il Registro delle imprese di Cipro;
- Deposito della domanda di registrazione con il Registro delle Imprese a Cipro, proprio come nel caso delle aziende;
- Creazione del conto bancario dell'azienda (l'unico trader deve avere un conto diverso dal conto bancario del proprietario);
- Richiedere le necessarie licenze commerciali per il commerciante unico cipriota, se necessario;
- Registrazione presso le autorità fiscali locali per le imposte sul reddito e sul valore aggiunto (saranno emessi i numeri di imposta e IVA);
- La registrazione ai fini della sicurezza sociale è obbligatoria anche nel caso di commercianti unici a Cipro.

#### **Scegliere un nome per una ditta individuale cipriota**

Uno dei requisiti più importanti relativi all'apertura di un operatore individuale a Cipro è legato al nome dell'azienda. La particolarità del l'impresa individuale consiste nel fatto che essa può svolgere la propria attività sotto il nome reale del proprietario o registrando una denominazione commerciale. Non c'è differenza tra chi sceglie di operare con il proprio nome e chi decide per una denominazione commerciale, come nel caso delle società cipriote.

Indipendentemente dalla ragione sociale, al momento della registrazione dell'operatore individuale è richiesta l'approvazione del registro delle imprese.

#### **Aprire un conto bancario a Cipro**

Dopo aver registrato l'unico operatore e la sua apertura presso gli organi governativi competenti, sarà possibile creare un conto bancario, che viene effettuato in una procedura piuttosto semplice. I documenti necessari per farlo, anche se questi possono variare a seconda di ogni banca, di solito sono:

- il certificato di costituzione dell'impresa
- una copia del memorandum e una copia dello statuto, se del caso
- una prova della sede della società.

## Tassazione delle imprese individuali a Cipro

Quando si tratta della tassazione di un commerciante unico cipriota è importante sapere che può essere tassato come un'attività locale o straniera. Nel caso di un'impresa locale, l'impresa individuale sarà tassata come individuo sul suo reddito prodotto in tutto il mondo, mentre come impresa straniera, sarà tassata solo sul reddito generato a Cipro. Va notato, però, che l'ultima situazione è raramente incontrata qui.

### Esempio di buona pratica:

#### >> Self-Employment in Cyprus

- The [commercial legislation](#) stipulates that **sole traders** and **self-employed individuals** are not required to perform an [audit](#) on the company.
- However, this is applicable only in the situation in which the **company's annual turnover** does not exceed 70,000 euros.
- Our [team of attorneys in Cyprus](#) can offer more details on this matter.



### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Setting Up a Sole Trader in Cyprus. (n.d.). [web log]. Consultato February 21, 2023, Setting Up a Sole Trader in Cyprus (lawyers-cyprus.com).



## TITOLO DEL MODULO: FORME GIURIDICHE E PROCEDURE PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ - PORTOGALLO

**Numero Modulo: 10**

### PORTOGALLO

**Autore del Modulo per il Portogallo: Epralima**

#### Descrizione del modulo:

Ogni potenziale imprenditore deve affrontare due dilemmi chiave. Quando avviare un'attività e quale forma giuridica scegliere per raggiungere il successo ottimale e sfruttare la forma giuridica a seconda del tipo di attività e clienti con i quali lui/ lei farà affari. Il contenuto del modulo presenta le decisioni che un imprenditore deve prendere prima di registrare una società, le forme giuridiche chiave per le start-up/ principianti, i vantaggi e gli svantaggi di ciascuno e le procedure per la registrazione di una società in Portogallo.

#### Obiettivi didattici:

- Comprendere le decisioni chiave prima di avviare formalmente un'attività.
- Conoscere le forme legali più comuni per iniziare la propria attività e come scegliere una forma adatta.
- Identificare i punti di forza e di debolezza di ogni forma giuridica della società.
- Sapere dove e come registrare una società.

### UNITÀ 10.1: QUALI DECISIONI PRENDERE PRIMA DI COSTITUIRE UNA SOCIETÀ?

#### Contenuto:

10.1.1 Come scegliere il nome di una società?

10.1.2 Determinare il rappresentante della società

10.1.3 Determinare la sede legale della società

10.1.4 Attività della società

---

### 10.1.1 COME SCEGLIERE IL NOME DELLA SOCIETÀ?

Il nome della società deve chiaramente differire dai nomi di altre società. Prima della registrazione, verificare che il nome sia diverso nei Servizi Online Company/Commercial Registry (<https://eportugal.gov.pt>). Allo stesso tempo, il nome dell'azienda può avere un significato specifico, rappresentare il marchio dell'azienda o essere fantasia. Quando si sceglie un nome, è necessario considerare la memorabilità, il riconoscimento. Quando si sceglie un nome, è necessario sceglierlo in modo che sia facilmente riconoscibile e attrattivo. Nel caso in cui si operi in mercati esteri, è necessario anche verificare se il nome ha un significato nella lingua o nello slang. In caso di registrazione della forma giuridica "commercianti unici" il nome della società deve contenere il nome e il cognome del fondatore.

---

### 10.1.2 DETERMINARE IL RAPPRESENTANTE DELLA SOCIETÀ

Tutti i tipi di società (tranne i commercianti unici) devono nominare almeno un amministratore della società. Possono essere nominati diversi amministratori e un procuratore supplementare.

---

### 10.1.3 DETERMINARE LA SEDE LEGALE DELLA SOCIETÀ

La sede e l'indirizzo della società devono essere istituiti prima che la società è costituita. Se la società non possiede i locali in cui sarà registrata, il fondatore della società deve ottenere il permesso dal proprietario della immobile. La sede è il luogo dove vengono svolte le attività della società. L'indirizzo commerciale si trova anche presso la sede principale (via e numero).

---

### 10.1.4 ATTIVITÀ DELLA SOCIETÀ

Il SEA - Service for Economic Activity (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empreededor>) comprende tutte le possibili attività che le aziende possono intraprendere.

Nel caso di alcune attività, alcune condizioni devono essere soddisfatte prima di iniziare. L'impresa deve ottenere i permessi o garantire che le operazioni siano effettuate da una persona pienamente qualificata. Queste condizioni sono note come condizioni di ingresso. Alcune attività non hanno alcuna condizione - non sono regolamentate. Le condizioni di ingresso possono essere controllate e verificate nell'elenco delle attività regolamentate.

#### **Esempio di buona pratica:**

Video - Intervista con un imprenditore (<https://empreededores.pt/rafael-ferreira/>)

### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

Determinare il nome, la sede e le attività della società. Controllare il nome della società sul Online Company/Commercial Registry Services (<https://eportugal.gov.pt>) e le attività nel database SEA (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empendedor>).

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

- [1] Empreendedores (2019, August 20). *How a personal need gave rise to real estate group... at age 21*. Video. You Tube. <https://www.youtube.com/watch?v=f86nW8tR9B4&t=25s>.
- [2] Empreendedores. (2019, August 20). *How a personal need gave rise to a real estate group... at age 21*, consultato <https://empreendedores.pt/>.
- [3] Portuguese Public Service Portal. (n.d.). On-line Company/Commercial Registry Services at <https://eportugal.gov.pt/espaco-empresa/empresa-online>.
- [4] Portuguese Public Service Portal. (n.d.). <https://eportugal.gov.pt>.
- [5] Portuguese Legal Services. (2022, March 02). Creating a company is becoming easier, faster, and more convenient. The Empresa na Hora service reduces bureaucracy and streamlines the process, consultato <https://justica.gov.pt/Servicos/Empresa-na-Hora>.
- [6] Portuguese Public Service Portal. (n.d.). Entrepreneur's Desk/Services for Economic Activity, consultato <https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empendedor>.

## UNITÀ 10.2: QUALI FORME GIURIDICHE ESISTONO IN PORTOGALLO: VANTAGGI E SVANTAGGI?

### Contenuto:

- 10.2.1 Le forme giuridiche più comuni delle imprese in Portogallo
- 10.2.2 Operatore individuale o professionista indipendente
- 10.2.3 Società a responsabilità limitata (d.o.o.)
- 10.2.4 Differenze tra operatore individuale e società a responsabilità limitata in Portogallo

---

### 10.2.1 LE FORME GIURIDICHE PIÙ COMUNI DELLE IMPRESE IN PORTOGALLO

Ci sono diversi stati aziendali in Portogallo. Alcuni possono essere creati in modo semplice da un singolo rappresentante e altri in modo più complesso con rappresentanti diversi.

#### Società costituite individualmente (Sole Trader s.p.)

**Società individuale** (Empresário em Nome Individual): società in cui una persona destina la propria proprietà allo sfruttamento della propria attività economica, in cui la responsabilità dell'azionista è illimitata.

**Società a responsabilità limitata** (Estabelecimento Individual de Responsabilidade Limitada): è costituita da una singola persona con responsabilità limitata per parte dei suoi beni.

**Società a quote individuali** (Sociedade Unipessoal por Quotas): società con un unico azionista a responsabilità limitata al valore della quota sottoscritta. È obbligatorio che la società abbia nel suo nome l'espressione "Sociedade Unipessoal" o Unipessoal prima della parola "limitata" o "Lda".

**Società collettive** (Società costituite da più persone)

**Società di persone** (Sociedades em Nome Coletivo): società costituita da più partner con responsabilità sussidiaria nei confronti della società di persone e responsabilità solidale con gli altri soci.

**Quota società** (Sociedades por Quota): una società costituita da un minimo di 2 azionisti con responsabilità limitate alle azioni sottoscritte. "Limited" o "Lda" devono essere aggiunti al nome della società.

**Società per azioni** (Sociedade Anónima): società costituita con un minimo di 5 azionisti, con un capitale sociale minimo di 50.000 euro e un valore nominale minimo di 1 euro. La responsabilità degli azionisti è limitata al valore delle azioni sottoscritte. Il nome della società deve includere l'espressione "Sociedade Anónima" o "SA".

**Società in accomandita semplice** (Sociedade em Comandita): le società in accomandita hanno una responsabilità limitata sulle loro registrazioni e le parti in causa sono responsabili dei debiti della società in accomandita alle stesse condizioni della società in accomandita. Le parole "em Comandita" o "Comandita", "em Comandita por ações" o "Comandita por ações" devono essere aggiunte a nome della società. Queste aziende in Portogallo possono essere semplici o da azioni.

---

### 10.2.2 OPERATORE INDIVIDUALE O PROFESSIONISTA INDIPENDENTE

L'operatore individuale è la forma d'affari più semplice e anche quella con il livello più basso di protezione per il fondatore. L'imprenditore è responsabile dei debiti e degli obblighi dell'impresa individuale in Portogallo e la responsabilità si estende a tutti i beni privati. Gli operatori individuali sono registrati a fini fiscali presso le autorità portoghesi. Gli imprenditori che desiderano lavorare come lavoratori autonomi dovrebbero avere le qualifiche e i certificati adeguati alla loro attività. Inoltre, per i soli commercianti stranieri, questi devono essere riconosciuti in Portogallo.

#### Vantaggi

- Controllo totale del proprietario sull'attività;
- Possibilità di ridurre i costi fiscali;
- Costituzione e semplice scioglimento;
- Nessun capitale sociale minimo.

#### Svantaggi

- Rischio associato alla fusione dei beni della società con i beni personali del proprietario;

- Difficoltà ad ottenere crediti per i fondi.

---

### 10.2.3 SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA (D.O.O.)

Esistono due diverse forme di società a responsabilità limitata in Portogallo. Mentre alcuni sembrano essere simili a prima vista, hanno importanti differenze che contano per il futuro del business.

#### **Una nuova società:**

Gli investitori individuali o le società utilizzano la società a responsabilità limitata (LLC), nota come Sociedade por Quotas (Lda), come forma societaria. Essa implica un capitale sociale minimo e sono consentiti solo i conferimenti in denaro o in natura. Gli azionisti non sono personalmente responsabili per i debiti della società, ma piuttosto per i loro contributi al capitale sociale. Tuttavia, i partner sono responsabili in solido per tutti i contributi previsti dallo statuto. Gli investitori stranieri devono rispettare le stesse regole che regolano gli investimenti nazionali.

#### **Una filiale:**

Queste strutture aziendali sono considerate una persona giuridica e possono essere create da una società madre straniera come unico proprietario o in accordo con più parti. L'entità può assumere datori di lavoro e concordare contratti senza l'approvazione della società straniera. In sostanza, una società controllata attribuisce alla società straniera una responsabilità limitata per le azioni e le decisioni della società. Così, gli azionisti della società madre non sono personalmente responsabili per cose come il debito della controllata. Tuttavia, lo statuto della società stabilisce che gli azionisti sono responsabili per questioni come passività o il servizio dei debiti.

#### **Vantaggi**

- Separazione dei beni della società con i beni personali dei soci, questi ultimi non sono responsabili dei debiti della società;
- Diversificazione delle esperienze e delle conoscenze dei diversi partner;
- Più facile organizzare fondi e investimenti.

#### **Svantaggi**

- Non esiste un controllo assoluto della società da parte di un imprenditore;
- Un partner può essere chiamato dai creditori a rispondere dell'intero capitale;
- Maggiore complessità nella costituzione e scioglimento della società;
- I partner non possono addebitare le loro perdite aziendali al loro IRS;
- Esistenza di un capitale sociale minimo.

#### 10.2.4 DIFFERENZE TRA OPERATORE INDIVIDUALE E SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA IN PORTOGALLO

	Sole trader	Limited liability company
<b>Responsabilità personale</b>	Sì, (responsabilità personale)	No (Only the assets associated with the economic activity are liable)
<b>Capitale Iniziale</b>	Non richiesto	L'importo del capitale sociale è fissato liberamente nello statuto del contratto, corrispondente alla somma delle quote sottoscritte dai soci (minimo 2€ / 1€ per la ditta individuale).
<b>Costituzione</b>	Di persona	Di persona o free online
<b>Tassazione dei profitti</b>	Può beneficiare dell'esenzione IVA, purché rientri nel regime fiscale semplificato e non superi i 10.000,00 euro di fatturato annuo.	21%
<b>Contabilità</b>	Sistema semplificato / contabilità organizzata	contabilità organizzata

#### Esempio di buona pratica:

- Video - Il potere dell'ecoturismo in Portogallo | Destinazione sostenibile/  
<https://www.youtube.com/watch?v=7wtyAx9mUWg>

#### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

Un questionario a scelta multipla sarà applicato per quanto riguarda il contenuto dell'unità, dopo il suo completamento, il partecipante deve ottenere almeno il 70% delle risposte corrette (saranno fornite risposte corrette). Per esempio:

1. Quale forma giuridica di società in Portogallo offre ai suoi azionisti una protezione limitata?
  - a) Partenariato generale.
  - b) Società a responsabilità limitata (LLC).**
  - c) Impresa individuale
  - d) Tutto quanto sopra.
2. Quale forma giuridica di società in Portogallo richiede un minimo di due azionisti?
  - a) Società a responsabilità limitata (LLC)
  - b) Società per azioni (PLC)
  - c) Partenariato generale**
  - d) Impresa individuale

3. Qual è il vantaggio di essere un operatore individuale in Portogallo?

- a) Protezione limitata della responsabilità del proprietario
- b) **Controllo diretto da parte del proprietario**
- c) Accesso ai mercati dei capitali
- d) Requisiti di conformità alle normative ridotti

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Bellion Partners. (n.d.). *Portugal Taxation of Business Income*, consultato <https://www.bellionpartners.com/taxation-of-business-income>.

[2] Brands Channel. (n.d.). *The power of EcoTourism in Portugal/Sustainable Destination*. Vídeo. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7wtyAx9mUWg>.

[3] Castro, Luiza. (2022, March 25). *How to Create a Business in Portugal: Limited Liability Companies*, consultato <https://www.lexidy.com/blog/how-to-create-a-business-in-portugal-limited-liability-companies/>.

[3] Richardson, Federico. (2019, June 3). *Setting Up a Sole Trader in Portugal*, consultato <https://www.lawyers-portugal.com/setting-up-a-sole-trader-in-portugal>

[4] Simões, Humberto. (n.d.). *Legal and tax aspects to take into account when opening your business*, consultato [https://www.oestecim.pt/\\_uploads/Apresentacoes/ApresentacaoHumbertSimoes\\_28032017.pdf](https://www.oestecim.pt/_uploads/Apresentacoes/ApresentacaoHumbertSimoes_28032017.pdf).

[5] Shev, Iryna. (n.d.) *What types of companies can be formed?* consultato <https://pme.pt/tipos-empresas-formas-juridicas/>.

### UNITÀ 10.3: COME PROCEDERE CON LA REGISTRAZIONE DELLA SOCIETÀ?

#### Contenuto:

10.3.1 Come creare un'impresa in Portogallo?

10.3.2 Come stabilire un "Unico trader" o un "professionista indipendente"?

10.3.3 Come creare una "società a responsabilità limitata"?

---

#### 10.3.1 COME CREARE UN'IMPRESA IN PORTOGALLO?

È abbastanza facile avviare un'attività in Portogallo. Se si è un cittadino dell'UE, ci si deve solo registrare per le tasse e acquisire un certificato di registrazione. I residenti al di fuori dell'UE, tuttavia, dovranno richiedere un visto prima di iniziare un'attività in Portogallo o persino di trovare un lavoro. Inoltre, se non si ha ancora familiarità con la lingua portoghese, potrebbe essere utile contattare un contabile per affrontare i requisiti legali.

---

### 10.3.2 COME STABILIRE UN "UNICO TRADER" O UN "PROFESSIONISTA INDIPENDENTE"??

Ci sono alcuni requisiti di documento per registrare una ditta individuale in Portogallo:

- Carta di soggiorno portoghese;
- Un codice fiscale (NIF-Número de Identificação Fiscal in portoghese), assegnato dall'Ufficio delle imposte portoghese;
- Numero di sicurezza sociale, assegnato dall'istituzione portoghese di sicurezza sociale.

---

### 10.3.3 COME CREARE UNA "SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA"?

Per aprire una società a responsabilità limitata in Portogallo, il primo passo è raccogliere i documenti giusti, che è il seguente:

- Richiedere un codice fiscale (NIF) per sè, i partner e/o amministratori;
- Presentare un nome aziendale valido con il registro nazionale delle persone giuridiche (RNPC);
- Redigere lo statuto della società;
- File per la registrazione della società con il RNPC;
- Aprire un conto bancario aziendale;
- Nominare un Dottore Commercialista per presentare la dichiarazione di avvio ai fini fiscali e di sicurezza sociale;
- Preparare e presentare la dichiarazione del beneficiario effettivo. Le aziende devono informare la registrazione centrale del beneficiario effettivo (Registo Central de Beneficiário Efetivo) che i proprietari o i beneficiari della società sono entro un mese dalla creazione della società.

**Esempio di buona pratica:**

- Video: Il processo di registrazione: [https://www.youtube.com/watch?v=F\\_9CCgD1pDY](https://www.youtube.com/watch?v=F_9CCgD1pDY)

**Esercizio/ Valutazione dell'Unità:**

- Fare la registrazione proforma di persona o attraverso il portale online.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] High Value Consulting. (n.d.). *How to Open a Company in Portugal - Step by Step*. Video. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=F\\_9CCgD1pDY](https://www.youtube.com/watch?v=F_9CCgD1pDY).

[2] Portuguese Legal Services. (2022, March 02). Creating a company is becoming easier, faster, and more convenient. The Empresa na Hora service reduces bureaucracy and streamlines the process, consultato <https://justica.gov.pt/Servicos/Empresa-na-Hora>.

[3] Portuguese Public Service Portal. (n.d.). <https://eportugal.gov.pt>.

[4] Richardson, Federico. (2022, November 19). *Setting Up LDA in Portugal*, consultato <https://www.companyformationportugal.com/set-up-lda-in-portugal>.

[5] Richardson, Federico. (2019, June 3). *Setting Up a Sole Trader in Portugal*, consultato <https://www.lawyers-portugal.com/setting-up-a-sole-trader-in-portugal>.

[6] Simic, Anja (2021, September 29). *How to register as a Sole Trader in Portugal*, consultato <https://www.deel.com/blog/how-to-set-up-as-a-sole-trader-in-portugal>.



## TITOLO DEL MODULO: FORME GIURIDICHE E PROCEDURE PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ - GRECIA

**Numero Modulo: 10**

**GRECIA**

**Autore del Modulo per la Grecia: EUROtraining**

### **Descrizione del Modulo:**

Ogni potenziale imprenditore deve affrontare due dilemmi chiave. Quando avviare un'attività e quale forma giuridica scegliere per raggiungere il successo ottimale e approfittare della forma giuridica a seconda del tipo di attività e clienti con i quali lui/ lei farà affari. Il contenuto del modulo presenta le decisioni che un imprenditore deve prendere prima di registrare una società, le due forme legali chiave per le start-up/ principianti, i vantaggi e gli svantaggi di ciascuna e le procedure per la registrazione di una società in Grecia.

### **Obiettivi didattici:**

- Comprendere le decisioni chiave prima di avviare formalmente un'attività.
- Conoscere le forme legali più comuni per iniziare la propria attività e come scegliere una forma adatta.
- Identificare i punti di forza e di debolezza di ogni forma giuridica della società.
- Dove e come registrare una società.

## UNITÀ 10.1: QUALI DECISIONI PRENDERE PRIMA DI COSTITUIRE UNA SOCIETÀ?

### **Contenuto:**

- 10.1.1 Come scegliere il nome di una società?
- 10.1.2 Determinare il rappresentante della società
- 10.1.3 Determinare la sede legale della società
- 10.1.4 Attività della società

### **10.1.1 COME SCEGLIERE IL NOME DELLA SOCIETÀ?**

Il nome della società deve chiaramente differire dai nomi di altre società. Prima della registrazione, verificare che il nome sia diverso nella Direzione dei marchi del Segretariato Generale del Commercio e della Protezione dei Consumatori del Ministero dello Sviluppo e degli Investimenti (<https://www.gov.gr/sdg/starting-running-and-closing-business/intellectual-property->

[rights/trademarks/filing-and-registration-of-trade-mark](#)). Allo stesso tempo, il nome della società può avere un significato specifico, rappresentare il marchio della società o essere fantasia. Quando si sceglie un nome, è necessario sceglierlo in modo che sia facilmente riconoscibile e attraente. In caso di registrazione della forma giuridica "commercianti unici" il nome della società deve contenere il nome e il cognome del fondatore.

---

### 10.1.2 DETERMINARE IL RAPPRESENTANTE DELLA SOCIETÀ

Tutti i tipi di società (tranne i commercianti unici) devono nominare almeno un amministratore della società. Possono essere nominati diversi amministratori e un procuratore supplementare.

---

### 10.1.3 DETERMINARE LA SEDE LEGALE DELLA SOCIETÀ

La sede e l'indirizzo della società devono essere istituiti prima che la società è stabilita. Se la società non possiede i locali in cui sarà registrata, il fondatore della società deve ottenere il permesso dal proprietario della proprietà. La sede centrale è il luogo dove vengono svolte le attività della società. L'indirizzo commerciale si trova anche presso la sede principale (via e numero).

---

### 10.1.4 ATTIVITÀ DELLA SOCIETÀ

Il BAS - Servizi di attività commerciali (<https://www.gov.gr/ipiresies/epikheirematike-drasterioteta>) comprende tutte le possibili attività che le aziende possono intraprendere.

Nel caso di inizio di alcune attività, devono essere soddisfatte alcune condizioni. L'impresa deve ottenere i permessi o garantire che le operazioni siano effettuate da una persona pienamente qualificata. Queste condizioni sono note come condizioni di ingresso. Alcune attività non hanno alcuna condizione - non sono regolamentate. Le condizioni di ingresso possono essere controllate e verificate nell'elenco delle attività regolamentate.

#### Esempio di buona pratica:

- Video - intervista con un imprenditore  
<https://www.startupgrind.com/events/details/startup-grind-athens-presents-dimitris-melachroinos-spitogatos/>

#### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

Determinare il nome, la sede e le attività della società. Controllare il nome e le attività della società presso la Direzione dei marchi del Segretariato Generale del Commercio e della Protezione dei Consumatori del Ministero dello Sviluppo e degli Investimenti (<https://www.gov.gr/>) e

[https://www.gov.gr/en/sdg/starting-i diritti di gestione e chiusura/diritti di proprietà intellettuale/marchi/deposito e registrazione di marchi/banca dati](https://www.gov.gr/en/sdg/starting-i-diritti-di-gestione-e-chiusura/diritti-di-proprietà-intellettuale/marchi/deposito-e-registrazione-di-marchi/banca-dati).

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Official website of digital services of the Greek Ministries, <https://www.gov.gr/>.

[2] Official website of the Ministry of Development and Investments, *Filing and registration of a trade mark* <https://www.gov.gr/en/sdg/starting-running-and-closing-business/intellectual-property-rights/trademarks/filing-and-registration-of-trade-mark/>.

[3] Official website of the Ministry of Development and Investments, *Set up a company* <https://www.gov.gr/ipiresies/epikheirematike-drasterioteta/enarxe-kai-luse-epikheireses/sustase-epikheireses>.

[4] Official website of the National Registry of Administrative Public Services, *Establishment of a Limited Liability Company through the One Stop Service*. [https://en.mitos.gov.gr/index.php/%CE%94%CE%94:Establishment\\_of\\_a\\_Limited\\_Liability\\_Company\\_through\\_the\\_One\\_Stop\\_Service](https://en.mitos.gov.gr/index.php/%CE%94%CE%94:Establishment_of_a_Limited_Liability_Company_through_the_One_Stop_Service).

## UNITÀ 10.2: QUALI FORME GIURIDICHE DI SOCIETÀ ESISTONO, I LORO VANTAGGI E SVANTAGGI?

### Contenuto:

- 10.2.1 Le forme giuridiche più comuni degli imprenditori principianti in Grecia
- 10.2.2 Operatore unico o professionista indipendente?
- 10.2.3 Società a responsabilità limitata
- 10.2.4 Differenze tra operatore individuale e società a responsabilità limitata in Grecia

### 10.2.1 LE FORME GIURIDICHE PIÙ COMUNI DEGLI IMPRENDITORI PRINCIPIANTI IN GRECIA

Ci sono diverse forme aziendali in Grecia. Alcuni possono essere creati in modo semplice da un singolo rappresentante e altri in modo più complesso con rappresentanti diversi. Le forme giuridiche per svolgere un'attività in Grecia sono:

#### (i) Società private:

- **Società di persone** (Omorithmi Etairia): un'associazione di due o più persone (fisiche o giuridiche), che sono responsabili in solido nei confronti di terzi per gli obblighi della società. Tale responsabilità è considerata personale, diretta e illimitata.
- **Società in accomandita semplice** (Eterorythmi Etairia): è simile sotto tutti gli aspetti alla società in accomandita, salvo che almeno uno dei soci (socio accomandatario) deve avere responsabilità limitata, mentre un altro dei soci (socio generale) deve avere responsabilità illimitata.

#### (ii) Società di capitali:

- **Società a responsabilità limitata o Single Member L.L.C (Etairia Periorismenis Euthinis h' Monoprosopi):** è una forma comune di incorporazione aziendale per le piccole e medie imprese in Grecia. Tale società ha personalità giuridica ed è responsabile nei confronti di terzi per i suoi debiti che utilizzano i suoi beni. I soci di tale società sono personalmente responsabili fino all'importo del loro capitale conferito.
- **Società privata (Idiotiki Kefalaiouchiki Etairia):** è la forma più popolare di incorporazione di imprese per le piccole e medie imprese in Grecia. Tale società ha personalità giuridica ed è responsabile nei confronti di terzi per i suoi debiti che utilizzano i suoi beni. La responsabilità personale dei suoi membri, ad eccezione di quelli con contributo garantito, è limitata all'importo del loro capitale conferito.

**(iii) Altre strutture aziendali:**

- **Joint venture (Koinopraxia):** non ha personalità giuridica ed è forme in pratica commerciale allo scopo di coordinare persone fisiche o giuridiche nel perseguire e realizzare un progetto specifico. Una volta registrato con il General Commercial Registry (Γ.Ε.ΜΗ) o appare verso l'esterno, è considerato come un'unione di persone e acquisisce capacità giuridica e capacità di fallimento.
- **Ufficio/società della legge 89 (Grafio/Etairia toy Nomou 89):** è costituito da società straniere con lo scopo di fornire alla loro sede centrale o alle loro affiliate estere servizi esclusivi, ovvero servizi di consulenza, assistenza contabile centralizzata, controllo della qualità della produzione, delle procedure e dei servizi, preparazione di studi, disegni e contratti, servizi di pubblicità e di marketing, trattamento dei dati, ricezione e fornitura di informazioni, e servizi di ricerca e sviluppo alle loro sedi centrali o alle loro affiliate che non sono stabilite in Grecia, tramite rimesse bancarie.
- **Filiale (Ypokatastimata):** non ha una persona giuridica indipendente o separata dalla sua società madre. La filiale è gestita dal rappresentante legale nominato dalla società estera. Il rappresentante legale rappresenta e agisce in nome della società straniera in Grecia.

---

### 10.2.2 OPERATORE UNICO O PROFESSIONISTA INDIPENDENTE?

Un operatore unico in Grecia spesso chiamato "libero professionista", è un lavoratore autonomo che è personalmente responsabile per tutte le attività che svolgono durante la loro attività. Il processo per registrarsi come professionista freelance è semplificato e facile, rendendolo una delle forme più popolari di piccola impresa in Grecia. Tuttavia, è importante notare che non si dovrebbe impegnarsi in attività freelance fino a quando la registrazione è completa.

**Vantaggi:**

- Questa forma d'impresa è facile da creare, dà elevata flessibilità e iniziativa all'imprenditore per quanto riguarda le decisioni aziendali, il tipo di attività coinvolta, la selezione dei metodi tecnici adottati e, fino a un certo punto, la produzione in volume.

**Svantaggi:**

- L'imprenditore è interamente responsabile di qualsiasi responsabilità per imposte e debiti in generale. Non vi è alcun requisito patrimoniale minimo.

---

### 10.2.3 SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA

Una **società a responsabilità limitata (LLC)** è una società commerciale per legge, anche se il suo statuto non afferma che ha un oggetto commerciale e indipendentemente dallo scopo commerciale perseguito dai suoi amministratori e partner. Per la costituzione di una società a responsabilità limitata sono necessari uno o due soci. Una società a responsabilità limitata è responsabile dei suoi debiti con i suoi beni. La responsabilità personale dei partner non può essere assunta e la responsabilità è limitata agli importi versati da ciascun partner in cambio della sua quota di partecipazione.

**I vantaggi di una società a responsabilità limitata sono principalmente i seguenti:**

- Responsabilità limitata di tutti i partner
- Assenza di capitale iniziale minimo
- Adatto per piccole e medie imprese
- Opzione di vietare il trasferimento di azioni della società
- Flessibilità nella definizione dei rapporti con gli azionisti
- Stabilimento facile e veloce

**Gli svantaggi di una società a responsabilità limitata sono i seguenti:**

- È necessario versare il capitale sociale
- Il pagamento dei profitti è pesantemente tassato
- Maggiori costi operativi
- Incapacità di raccogliere capitali dal mercato dei capitali
- Rispetto della contabilità rigorosa - regole di revisione e condizioni di pubblicità

#### 10.2.4 DIFFERENZE TRA OPERATORE INDIVIDUALE E SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA IN GRECIA

	Sole trader	Limited liability company
<b>Responsabilità personale</b>	Sì (si risponde con i beni personali)	NO (si risponde solo con il capitale investito o con il capitale sociale)
<b>Capitale iniziale</b>	Non richiesto	Assenza di un capitale minimo iniziale, ma obbligo di concordare un importo specifico (suddiviso tra i soci, deve essere versato interamente in contanti o in natura, ma almeno il 50% del capitale deve essere versato in contanti)
<b>Costituzione</b>	Gratuito; online / SPOT	Gratuite presso SPOT, devono essere definite all'interno di un comune o di una comunità del territorio greco.
<b>Tassazione dei profitti</b>	9%, 22%, 28%, 36%, 44% (scala di reddito scale)  4,5% per l'imprenditore nuovo	Imposta sul reddito delle società - 22 % Aliquota fiscale sui dividendi = 5 %
<b>Contabilità</b>	Costi reali Contabilità semplice	Spese normalizzate Contabilità a partita doppia

### Esempio di una buona pratica:

- Video - KPMG CX & Loyalty Conference- Highlights/ Esempio di società a responsabilità limitata [https://www.youtube.com/watch?v=YwXn\\_Pg\\_xkQ](https://www.youtube.com/watch?v=YwXn_Pg_xkQ)

### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

- Sulla base di una specifica idea di business, sviluppare un business plan selezionando un tipo di azienda che corrisponda meglio agli obiettivi imprenditoriali, descrivendo i vantaggi e gli svantaggi che l'azienda dovrà affrontare.
- Crea un quiz con domande a scelta multipla, evidenziando la differenza e le somiglianze tra i tipi di aziende.

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Enterprise Greece, Invest & Trade, *Setting up a Company in Greece*, Athens <https://www.enterprisegreece.gov.gr/images/public/pdf-files/Setting-up-a-Company-in-Greece.pdf>.

[2] Your Confidence Accounting & Advisory, *Doing Business in Greece*, Athens [https://www.yourc.gr/files/YC\\_Doing-Business-in-Greece.pdf](https://www.yourc.gr/files/YC_Doing-Business-in-Greece.pdf).

[3] Official website of the National Registry of Administrative Public Services, *Establishment of a Limited Liability Company through the One Stop Service*. [https://en.mitos.gov.gr/index.php/%CE%94%CE%94:Establishment\\_of\\_a\\_Limited\\_Liability\\_Company\\_through\\_the\\_One\\_Stop\\_Service](https://en.mitos.gov.gr/index.php/%CE%94%CE%94:Establishment_of_a_Limited_Liability_Company_through_the_One_Stop_Service).

[4] Official website of the Ministry Of Development and Investments, *General Registry*, <https://www.businessportal.gr/>.

## UNITÀ 10.3: COME PROCEDERE CON LA REGISTRAZIONE DELLA SOCIETÀ?

### Contenuto:

10.3.1 In che modo viene costituita una società in Grecia?

10.3.2 Come stabilire un "Unico commerciante"?

10.3.3 Come creare una "società a responsabilità limitata"?

---

### 10.3.1 COME CREARE UNA SOCIETÀ IN GRECIA?

Il quadro giuridico e la riforma digitale delle procedure burocratiche hanno portato a nuovi modi più semplici di costituzione di imprese e di registrazione di imprese in Grecia.

A seconda della forma giuridica e del tipo di documenti costituzionali, ad esempio un documento autentificato contenente lo statuto della società oppure un documento privato utilizzando il "Modello AoA" (L. 4441/2016, A' e la decisione ministeriale 31637/2017 B'), sono disponibili le seguenti opzioni:

- a) Quando viene utilizzato il "Modello AoA", il servizio di sportello unico per qualsiasi forma di società può essere: i) il Registro Generale delle Imprese, ovvero GE.MI. ii) un notaio iii) il servizio elettronico di sportello unico (e-YMS).
- b) Quando il "Modello AoA" non viene utilizzato, il servizio di sportello unico per la Società a responsabilità limitata (Société Anonyme) e la Società a responsabilità limitata (E.P.E.) è un notaio pubblico, mentre per le Società personali (O.E. e E.E.) e le Società di capitali privati (IKE) il servizio di sportello unico è costituito dal registro generale delle imprese della camera di commercio competente o da un notaio.
- c) Nei casi in cui per disposizioni specifiche sia richiesto un atto notarile per una determinata attività o per il trasferimento di contributi in natura, quindi, indipendentemente dalla forma giuridica, la costituzione deve essere effettuato da un notaio.

Il tempo tipico richiesto per la creazione di qualsiasi forma di società è di due (2) giorni lavorativi.

---

### 10.3.2 COME STABILIRE UN "UNICO COMMERCIANTE"?

Questa forma d'impresa è di facile costituzione e offre all'imprenditore un'elevata flessibilità ed iniziativa per quanto riguarda le decisioni aziendali, il tipo di attività, la scelta dei metodi tecnici adottati e, fino ad un certo punto, il volume della produzione. D'altra parte, l'imprenditore è interamente responsabile per qualsiasi responsabilità per imposte e debiti in generale. Non vi è alcun requisito patrimoniale minimo. Una singola società richiede una pre-approvazione del nome della società, a seconda del tipo di attività, camera di commercio. Inoltre, richiede l'assicurazione presso l'assicuratore competente obbligatoria per tutti i lavoratori autonomi, artigiani, commercianti e automobilisti (<https://www.Efka.gov.gr>). La fase successiva include la dichiarazione di inizio dell'attività presso l'ufficio delle imposte competente (D.O.Y.), dove la società è registrata. Una singola società deve quindi registrarsi presso la camera di commercio competente su una domanda pertinente firmata dall'impresa.

---

### 10.3.3 COME CREARE UNA "SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA"?

#### Creazione di un singolo membro LLC

Una società in accomandita può essere costituita da una, due o più persone fisiche o giuridiche; tuttavia, una persona fisica o giuridica non può essere un partner unico di più di una LLC. La struttura e il funzionamento della LLC è regolata dallo statuto (Statuto) che deve essere eseguito prima di un notaio pubblico, costituisce un documento pubblico registrato e deve indicare quanto segue:

- Fondatori/azionisti: nome, professione, domicilio e nazionalità.
- La ragione sociale: la ragione sociale della LLC deve essere formata dal nome di uno o più dei suoi azionisti o dall'oggetto sociale e in ogni caso deve includere la designazione aggiuntiva "Società a responsabilità limitata".

- La sede legale: deve essere stabilita nell'area di un comune o di una comunità greca.
- L'oggetto della società: i.e. il tipo di attività che condurrà.
- Il capitale proprio.
- La durata della società: La società è formata per un periodo fisso, come stabilito nello statuto.
- Il contributo di ogni fondatore.

#### Esempio di buona pratica:

- Video il processo di registrazione attraverso il punto SPOT on-line:  
[https://www.canva.com/design/DAFbSngbzIA/vlINDChsH18XMr0zXgFsdw/watch?utm\\_content=DAFbSngbzIA&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=publishsharelink](https://www.canva.com/design/DAFbSngbzIA/vlINDChsH18XMr0zXgFsdw/watch?utm_content=DAFbSngbzIA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink)

#### Esercizio/ Valutazione dell'Unità:

- Fare la registrazione proforma di persona o attraverso il portale online.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ

[1] Enterprise Greece, Invest & Trade, *Setting up a Company in Greece*, Athens  
<https://www.enterprisegreece.gov.gr/images/public/pdf-files/Setting-up-a-Company-in-Greece.pdf>.

[2] Official website of the Ministry of Development and Investments, *How to register a Business in greece* <https://www.gov.gr/en/sdg/starting-running-and-closing-business/registering-changing-legal-form-of-or-closing-business/general/how-to-start-business-in-greece/>.

[3] Official website of the Ministry of Development and Investments  
<https://www.mindev.gov.gr/?lang=en>.

[4] Your Confidence Accounting & Advisory, *Doing Business in Greece*, Athens  
[https://www.yourc.gr/files/YC\\_Doing-Business-in-Greece.pdf](https://www.yourc.gr/files/YC_Doing-Business-in-Greece.pdf).

[5] Official website of British Hellenic Chamber of Commerce, Establishment of a Limited liability company in Greece <https://www.bhcc.gr/el/nea/nea-tou-epimelththriou/77-english/useful-info/168-systash-etaireias-epe-sthn-ellada>.



## TITOLO DEL MODULO: FORME GIURIDICHE E PROCEDURE PER LA COSTITUZIONE DI UNA SOCIETÀ - POLONIA

**Numero Modulo: 10**

### POLONIA

Autore del modulo per la Polonia: **CWEP**

#### Descrizione del modulo:

Ogni potenziale imprenditore deve affrontare due dilemmi chiave. Quando avviare un'attività e quale forma giuridica scegliere per ottenere un successo ottimale e sfruttare la forma giuridica a seconda del tipo di attività e dei clienti con cui farà affari. Il contenuto del Modulo presenta le decisioni che un imprenditore deve prendere prima di registrare una società, le due principali forme giuridiche per start-up/principianti, i vantaggi e gli svantaggi di ciascuna e le procedure per la registrazione di una società in Polonia.

#### Obiettivi didattici:

- Decisioni chiave prima di avviare formalmente un'impresa.
- Le forme giuridiche più comuni per avviare un'attività in proprio e come scegliere una forma adeguata, i punti di forza e di debolezza di ciascuna forma giuridica della società.
- Dove e come registrare una società.

### UNITÀ 10.1: QUALI DECISIONI PRENDERE PRIMA DI COSTITUIRE UNA SOCIETÀ?

#### Contenuto:

- 10.1.1 Come scegliere il nome di una società?
- 10.1.2 Determinare il rappresentante della società
- 10.1.3 Determinare la sede legale della società
- 10.1.4 Attività della società

#### 10.1.1 COME SCEGLIERE IL NOME DI UNA SOCIETÀ?

La Polonia ha linee guida specifiche per quanto riguarda la scelta del nome della società a seconda del tipo di società che vorremmo registrare. Le regole che si applicano ad esso possono essere trovate qui: <https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00117>

Nel caso di ditta individuale, il nome deve includere almeno il nome del suo fondatore. Il motivo è che gli altri partecipanti al business saranno in grado di identificare chiaramente chi gestisce una determinata azienda. Al nome e cognome possono essere aggiunti altri elementi che descrivono il profilo aziendale.

**Partenariato civile** nome non è regolamentato dalla legge in Polonia, tuttavia è consigliabile che il nome dell'unione civile includa almeno il nome e il cognome di tutti i soci, insieme all'aggiunta della forma giuridica "corporazione" o dell'abbreviazione "sc".

Prima di scegliere il nome per l'azienda bisogna verificare se non ci sono altre aziende che utilizzano lo stesso nome. Se vuoi sapere se ci sono già aziende con lo stesso nome o un nome simile al tuo, inserisci il nome selezionato nel motore di ricerca per imprenditori nel database CEIDG e KRS. Controlla anche i risultati per il nome selezionato nel motore di ricerca Internet.

---

### 10.1.2 DETERMINARE IL RAPPRESENTANTE DELLA SOCIETÀ

Ogni azionista ha il diritto di rappresentare la società. Non importa se si tratta di una persona fisica o giuridica. Le modalità dettagliate di rappresentanza possono essere specificate nello statuto.

---

### 10.1.3 DETERMINARE LA SEDE LEGALE DELLA SOCIETÀ

In qualità di imprenditore soggetto ad iscrizione al CEIDG, devi prima di tutto comunicare al registro il tuo indirizzo di consegna, che è il luogo in cui riceverai la corrispondenza relativa alla tua attività imprenditoriale. Devi segnalare il tuo indirizzo permanente se ce l'hai. Il luogo di svolgimento dell'attività può essere specificato dall'indirizzo (via, numero civico, numero civico). Se la tua attività ha sedi diverse da quelle sopra menzionate, devi segnalarlo anche al CEIDG.

---

### 10.1.4 ATTIVITÀ DELLA SOCIETÀ

La classificazione polacca delle attività (PKD) è una sistematizzazione delle attività economiche utilizzate nelle statistiche pubbliche, nella tenuta dei registri e nella contabilità.

Nel PKD sono state organizzate e classificate varie industrie o settori economici - ogni imprenditore dovrebbe trovare tra questi quello che descrive meglio e più da vicino la sua attività.

I codici PKD definiscono cos'è un'area di attività per un'azienda e ha cinque livelli di struttura.

I codici PKD devono essere utilizzati da:

- Commercianti individuali in CEIDG
- Entità che devono registrarsi presso il registro giudiziario nazionale polacco (KRS)

Il codice PKD viene fornito nella fase in cui registri la tua azienda, sia quando richiedi l'iscrizione al CEIDG sia quando ti registri con KRS. Questi codici sono la base per l'attribuzione di un numero REGON da parte dell'ufficio statistico.

I codici li trovi qui: <https://www.biznes.gov.pl/pl/tabela-pkd>

#### Esempio di buona pratica:

- Video - intervista a un imprenditore:  
<https://www.youtube.com/watch?v=vT6zycAMjv0&t=1018s>

#### Esercizio/Valutazione dell'Unità:

- Determinare il nome, la sede e le attività dell'azienda. Controlla il nome dell'azienda e le attività qui: <https://www.biznes.gov.pl/en/firma/fare-affari-in-polonia/registrazione-aziendale-in-polonia/cosa-devi-sapere-prima-di-registrare-la-tua-impresa72>  
<https://www.biznes.gov.pl/pl/tabela-pkd>

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ

[1] <https://www.biznes.gov.pl/pl>

[2] <https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00120#3>

### UNITÀ 10.2: QUALI FORME GIURIDICHE DI SOCIETÀ ESISTONO, I LORO VANTAGGI E SVANTAGGI?

#### Contenuto:

- 10.2.1 Le forme legali più comuni di imprenditori principianti
- 10.2.2 Commerciante unico
- 10.2.3 Società a responsabilità limitata
- 10.2.4 Differenze tra Ditta individuale e Società a responsabilità limitata

---

#### 10.2.1 LE FORME LEGALI PIÙ COMUNI DI IMPRENDITORI PRINCIPIANTI

- Commerciante unico
- Società a responsabilità limitata

Per scegliere la forma di una società ci sono alcune cose che devono essere considerate. Ci sono alcune differenze tra un unico commerciante e le società commerciali:

- Agirai da solo o con un partner

- Responsabilità
- La tassazione conta
- Il capitale minimo necessario per costituire una società
- Rappresentanza della società
- Il luogo in cui si registra la sede centrale dell'azienda

---

### 10.2.2 COMMERCIANTE UNICO

Puoi registrare un'azienda quando hai 18 anni ovvero maggiorenne e pienamente responsabile delle tue azioni nonché avere una piena capacità decisionale. Devi registrare la tua attività presso il Registro centrale delle attività commerciali e delle informazioni - CEIDG.

Tuttavia, se prevedi che il reddito della tua attività sia ridotto, un'attività così piccola può essere svolta senza ulteriori formalità.

Puoi svolgere un'attività non registrata quando:

- Il tuo reddito non supera il 50% del salario minimo
- Non conduci affari nell'ambito di un'unione civile
- Non hai svolto attività commerciale negli ultimi 60 mesi
- Non svolgi attività che richiedano permessi e concessioni

I benefici includeranno: uno sgravio fiscale per i primi due anni. Se gestisci un'attività in proprio, puoi dedurre dal tuo reddito i costi di gestione, ad esempio l'acquisto di carburante, bollette del telefono cellulare o attrezzature necessarie per il lavoro. C'è anche la possibilità di pagare la flat tax (19% indipendentemente dal reddito) e aggirare la seconda soglia fiscale. Ciò è particolarmente vantaggioso per coloro che hanno redditi elevati. Anche l'orario di lavoro flessibile può essere un vantaggio.

---

### 10.2.3 SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA

Può essere costituita per qualsiasi scopo legalmente consentito da uno o più azionisti, ma non può essere costituita esclusivamente da un'altra società a responsabilità limitata unipersonale. Questa forma di business è adatta - ad esempio - per i partner che desiderano mantenere la supervisione diretta della gestione degli affari dell'azienda e limitare il rischio al solo contributo. Per costituire una società a responsabilità limitata è necessario un capitale di almeno 5.000 PLN.

#### 10.2.4 DIFFERENZE TRA DITTA INDIVIDUALE E SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA

Commerciante unico		Società a responsabilità limitata
<b>Responsabilità personale</b>	Sì, esiste una responsabilità illimitata del proprietario per gli obblighi della società con tutti i suoi beni.	No - esiste una responsabilità illimitata della società per i suoi debiti. Se il patrimonio della società è insufficiente a pagare i suoi debiti, i membri del consiglio di amministrazione rispondono con tutto il loro patrimonio.
<b>Capitale iniziale</b>	Non richiesto	5.000 zł (possono essere versati in contanti, fondi o qualsiasi combinazione)
<b>Istituzione</b>	Gratuito; in linea / <a href="https://www.biznes.gov.pl/pl/opisy-procedur/-/proc/736">https://www.biznes.gov.pl/pl/opisy-procedur/-/proc/736</a>	Online tramite il sistema S24
<b>Tassazione degli utili</b>	Secondo la scala fiscale del 12% o del 32% o una flat tax del 19%.  Tassazione forfetaria: imposta forfettaria sui redditi registrati o carta fiscale (a condizione che siano soddisfatti determinati criteri)	Imposta sul reddito delle società - 19%
<b>Contabilità</b>	Contabilità sotto forma di registro delle entrate e delle spese (contabilità semplificata) purché non venga superato il limite legale di entrate di 2 milioni di euro. Al di sopra di questo limite, contabilità completa, cioè iniziare a tenere i libri mastri.	Tenuta della contabilità completa  Bilancio d'esercizio

**Esempio di buona pratica:**

**Esercizio/Valutazione dell'Unità:**

- Un quiz sull'idea imprenditoriale, i clienti, l'ambito di attività, che alla fine suggerisce una forma giuridica adeguata

**BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:**

[1] <https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00166>.

[2]

<https://www.biznes.gov.pl/pl/porta1/00171#:~:text=formalnie%20rozwi%C4%85za%C4%87%20firm%C4%99-,W%20jakiej%20formie%20mo%C5%BCesz%20prowadzi%C4%87%20dzia%C5%82alno%C5%9B%C4%87%20w%20Polsce,ograniczon%C4%85%20odpowiedzialno%C5%9Bci%C4%85%20i%20sp%C3%B3%C5%82ka%20akcyjna.>

## UNITÀ 10.3: COME PROCEDERE CON LA REGISTRAZIONE DELLA SOCIETÀ?

### Contenuto:

- 10.3.1 Come costituire una società in Polonia?
- 10.3.2 Come costituire un “Commerciante individuale”?
- 10.3.3 Come costituire una “società a responsabilità limitata”?

---

### 10.3.1 COME COSTITUIRE UNA SOCIETÀ IN POLONIA?

La maggior parte delle attività per costituire una società in Polonia può essere svolta online. Dopo aver effettuato l'accesso a [biznes.gov.pl](http://biznes.gov.pl), compili il modulo CEIDG. Tale domanda deve essere accompagnata da una firma elettronica qualificata, una firma attendibile o una firma personale.

La domanda può essere presentata anche di persona o tramite raccomandata a qualsiasi ufficio comunale (deve poi riportare la firma del richiedente autenticata da un notaio). L'inserimento nel CEIDG avviene entro e non oltre il giorno lavorativo successivo a quello di presentazione della domanda.

---

### 10.3.2 COME COSTITUIRE UN “COMMERCIANTE INDIVIDUALE”?

Un commerciante individuale deve essere una persona fisica che abbia compiuto 18 anni, sia pienamente responsabile delle proprie azioni e abbia piena capacità decisionale. Non è necessario essere cittadini polacchi per avviare una società di commercio individuale.

Per prima cosa, devi registrarti con <https://aplikacja.ceidg.gov.pl/CEIDG/Index.aspx> che è il registro delle ditte individuali in Polonia. Se prevedi che il reddito della tua attività sarà piccolo e non supererà PLN 1745 nella prima metà dell'anno e PLN 1800 nella seconda metà dell'anno, non c'è alcun obbligo di registrazione. Le attività agrituristiche degli agricoltori, la produzione vinicola degli agricoltori e il commercio agricolo al dettaglio non devono essere registrate.

---

### 10.3.3 COME COSTITUIRE UNA “SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA”?

Una società a responsabilità limitata è una forma giuridica molto popolare di affari. Il suo indubbio vantaggio è la notevole sicurezza del patrimonio personale dei soci, che non rispondono delle obbligazioni della società. Inoltre, la sua struttura organizzativa trasparente, i bassi requisiti patrimoniali e la semplice procedura di costituzione e funzionamento rendono le società a responsabilità limitata degne di considerazione nella scelta di una forma di business.

La società a responsabilità limitata non può essere registrata senza un accordo. L'accordo può essere redatto online o presso un notaio.

Il contratto deve contenere le seguenti informazioni:

- Il nome della società e la sede legale
- L'oggetto dell'impresa
- L'importo del capitale sociale
- Se un azionista può avere più di una azione,
- Il numero e il valore nominale delle azioni sottoscritte da ciascun azionista
- La durata della società, se limitata.

Questo tipo di società può essere avviato anche da una sola persona. Si chiama società a responsabilità limitata unipersonale. Il prossimo passo sarà visitare un ufficio delle entrate e se l'accordo è stato firmato presso un notaio, presso un tribunale di registrazione.

**Passaggi per registrare una società a responsabilità limitata:**

- Firma dell'accordo
- Aprire un conto in banca e versare i soldi degli azionisti. Quando l'accordo viene stipulato tramite il sistema S24, il capitale può essere conferito solo in contanti.
- C'è un periodo di sei mesi per richiedere la registrazione (sette giorni quando la società è registrata online). Se la società non rispetta la scadenza, sarà sciolta. La domanda può essere accompagnata da una dichiarazione di tutti i soci di aver conferito la propria quota di capitale. La data ultima per presentare tale dichiarazione è di 7 giorni dopo l'iscrizione della società nel KRS.
- Entro 14 giorni dalla conclusione dell'unione deve essere versata l'imposta sulle transazioni di diritto civile (PCC) e depositata presso l'ufficio delle imposte la dichiarazione PCC-3.
- 21 giorni dalla conclusione dell'accordo è per il deposito della dichiarazione NIP-8.
- Se la società desidera essere contribuente IVA, deve registrarsi come contribuente fino a 7 giorni prima di concludere la prima transazione.

**Esempio di buona pratica:**

- Video il processo di registrazione in CEIDG attraverso il seguente link:  
[https://www.biznes.gov.pl/pl/e-uslugi/00\\_0736\\_00](https://www.biznes.gov.pl/pl/e-uslugi/00_0736_00)

**Esercizio/Valutazione dell'Unità:**

- Fare la registrazione proforma attraverso il portale online

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] <https://ksiegowosc.infor.pl/obrot-gospodarczy/spolki/5314484,Jak-zalozyc-spolke-z-oo.html>.

[2] <https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/061>.



## TITOLO DEL MODULO: PROGETTAZIONE DI UNA PRESENTAZIONE EFFICACE E REGOLE DI PRESENTAZIONE

**Numero modulo:** 11

**Autore del modulo:** EUROTraining, Christina Stamataki

### Descrizione del modulo:

Le presentazioni sono una delle forme di comunicazione professionale più visibili che qualcuno dovrà fare nella carriera, in particolare gli imprenditori che hanno bisogno di promuovere il proprio lavoro o i propri prodotti. A causa di ciò e della natura di essere su un podio, le presentazioni sono spesso situazioni di alta pressione che innervosiscono le persone, rendendo loro difficile raggiungere i propri obiettivi. Inoltre, ci sono molte informazioni che devono essere menzionate, ma alla fine il punto si perde, facendo perdere interesse al pubblico perché è difficile da seguire. Come per le altre competenze di cui gli imprenditori hanno bisogno, la capacità di presentare bene è un'abilità che può essere praticata e affinata. Questo modulo descrive le migliori pratiche e suggerimenti per creare una presentazione ben progettata e diventare un presentatore efficace.

### Obiettivi didattici

- Consigli pratici per diventare un presentatore più coinvolgente ed efficace
- Strategie per lo sviluppo di presentazioni e la progettazione di diapositive chiare e funzionali

## UNITÀ 11.1: REGOLE DI PRESENTAZIONE

### Contenuto:

#### 11.1.1 Preparazione della presentazione - regole generali

---

##### 11.1.1 PREPARAZIONE DELLA PRESENTAZIONE - REGOLE GENERALI

La struttura della presentazione è la chiave del successo. Tutte le presentazioni necessitano di una struttura per supportare l'organizzazione e il flusso del contenuto. La struttura può essere incredibilmente semplice. In effetti, più complicato è il tuo materiale, più semplice può essere la tua struttura sottostante mentre costruisci i tuoi contenuti su una chiara struttura organizzativa. Qui condivido alcune regole su come avere una struttura semplice per la tua presentazione.

*Regola 1: pianificare una storia chiara.*

È importante aver costruito una narrazione seguendo un certo ordine ed evitando deviazioni o aneddoti collaterali. Aneddoti divertenti o esempi specifici possono essere uno strumento utile e

convincente per coinvolgere il pubblico o per chiarire qualcosa. Tuttavia, è importante mantenerli brevi e non menzionare altre storie irrilevanti rispetto a quella principale, altrimenti il pubblico mancherà il punto principale.

*Regola 2: fornire un solo punto importante per diapositiva.*

Hai poco tempo per condividere la storia. Assicurati, pertanto, che ogni diapositiva rappresenti un passaggio utile. Se hai degli argomenti complessi, preparali con un'introduzione semplice per chiarire il successivo concetto impegnativo. Questo trucco assicura che il pubblico sia sufficientemente informato da seguirti alla diapositiva successiva. Sviluppa la tua narrativa avvincente (regola 1) un passo alla volta.

*Regola 3: limitare l'uso del testo.*

Il principio generale è che la presentazione è efficace se supportata con testo, immagini e spiegazione orale. Non sovrapporre la slide con troppo testo per evitare che il pubblico debba leggerle frettolosamente durante la presentazione. È meglio che prestino attenzione a te che alle slide.

*Regola 4: usa un testo visivo semplice.*

Le diapositive avanzano molto rapidamente durante la presentazione. Identifica quindi il messaggio chiave ed evita elementi visivi superflui. Non tagliare e incollare testi di documenti perché rischi di perdere il pubblico durante il tuo discorso che è costretto ad analizzare, capire, leggere gli elementi sullo schermo. Puoi, tuttavia usare colori per visualizzare dei dati secondo necessità e per mostrare raggruppamenti e modelli.

Indirizza il pubblico all'elemento che desideri evidenziare perché non c'è tempo per loro di cercare questo punto visivo su ogni diapositiva. Inoltre, se scegli di consentire al pubblico di eseguire ricerche su alcune diapositive, limita a una il numero di diapositive che richiedono più di un'elaborazione superficiale. Ad esempio, usa una singola diapositiva visiva relativamente più complessa per presentare la figura chiave che mostra il principale risultato quantitativo dello studio. Pianifica delle pause se parli velocemente per permettere al pubblico di capire la slide.

*Regola 5: sviluppare un tema coerente.*

Sii coerente in termini di stile, design grafico, linguaggio e immagini. Ciò garantirà che il pubblico possa dedicare del tempo alla modifica e alla scansione di ogni diapositiva per gli elementi importanti che cambiano, non quelli che non spiegano, supportano la scienza o promuovono lo scopo principale della presentazione. È importante che la presentazione abbia un brand. Usa questa coerenza per rafforzare l'importanza del tuo marchio (e quindi indirettamente il tuo messaggio). Non sviluppare il tuo stile utilizzando modelli già pronti. Questi modelli possono essere attraenti, ma in genere non supportano le specifiche del tuo discorso e spesso sono decorazioni inutili.

*Regola 6: ripetere i messaggi critici due volte utilizzando immagini diverse.*

È molto facile perdere il messaggio principale in una presentazione veloce, ancor più che in un discorso più tradizionale.

Ci vogliono solo 15-20 secondi per spiegare il riassunto chiave su una singola diapositiva; è un tempo estremamente breve. Prendi in considerazione la possibilità di riformulare il risultato in un modo più

semplice in una diapositiva successiva utilizzando un analogo visivo, una metafora. In questo modo piuttosto di copiare e incollare la stessa slide due volte per guadagnare più tempo, puoi utilizzare una nuova diapositiva per ripetere o espandere il discorso principale.

*Regola 7: Usa il principio di parsimonia nelle spiegazioni.*

La precisione è una virtù sia nella scienza che nella scrittura. Determina quali idee necessitano di chiarimenti e quali no dopodiché usa risposte chiare. Assicurati che la procedura o il risultato richieda tale giustificazione. Mostrare un risultato e mantenere il tuo discorso al minimo può essere un modo efficace per chiarire un significato.

*Regola 8: assegna più di una diapositiva per terminare efficacemente la narrazione.*

In una presentazione di 20 diapositive, inizia a concludere l'arco narrativo principale a partire dalle diapositive 16-17. Se usato con parsimonia, la brusca fine della presentazione può essere un modo efficace per spaventare o scioccare il pubblico. Il potenziale di accettazione e riconciliazione con i metodi e i significati proposti viene sacrificato a favore di questa tecnica. Non lasciare gli spettatori in sospenso. Una fine improvvisa della tua presentazione determina la fine di una discussione e di un dialogo perché è normale che il pubblico si adatti mentalmente al ritmo e al tempo di chi parla.

*Regola 9: utilizzare l'ultima diapositiva per informazioni di contatto e collegamenti a risorse aggiuntive.*

Molte sequenze rapide non lasciano abbastanza tempo alla conclusione di ogni presentazione per domande o feedback. L'ultima diapositiva dovrebbe includere collegamenti al tuo sito Web, e-mail e profili di social media in modo che il pubblico possa contattarti ed eventualmente farti ulteriori domande. Un altro segreto commerciale consiste nel pubblicare le slide PowerPoint online e includere un collegamento ad esso nelle osservazioni di chiusura della presentazione. In questo modo, se lo desidera, il pubblico potrà seguire e dedicare il proprio tempo alla visione delle immagini. Non dimenticare di ringraziare partner significativi che hanno contribuito all'evento dove presenti.

*Regola 10: Usa la pratica a tempo.*

Anche per oratori esperti, parlare in modo rapido e coerente non è sempre facile. Per molti formati veloci, le diapositive devono progredire indipendentemente dall'oratore. Lavora sul tuo tempo e usa delle seguenti strategie per essere efficace: alzarsi in piedi, parlare ad alta voce, parlare senza appunti scritti, invitare il pubblico, filmare la performance, sperimentare pause pianificate e modificare la velocità per adattarsi a nervosismo o eventuali ritardi nella scaletta. Un'altra tecnica tipica per i discorsi veloci è esercitarsi con pochi secondi in meno assegnati a ciascuna diapositiva per tenere conto dei ritardi di proiezione, delle reazioni del pubblico o dei tuoi movimenti sul palco.

#### **Esempio di buona pratica:**

- Faccio domande a Yoda su presentazioni e semplicità:  
<https://www.youtube.com/watch?v=BblQwOfH8Dg>

### Esercizi/Valutazione dell'Unità:

- Questo esercizio è progettato per aiutarti ad acquisire capacità di pianificazione della presentazione e migliorare le tue capacità di comunicazione al fine di presentare meglio il tuo lavoro o i tuoi prodotti.

Scegli un argomento specifico e organizza la tua presentazione. La prima mossa è costruire il corpo, definire lo scopo, chiarire il tipo di presentazione per affrontare il punto centrale. Quindi è necessario definire i passaggi specifici per organizzare la presentazione e progettare una narrazione fino alle conclusioni. Il punto principale è trasferire le tue idee in diapositive, renderle chiare e organizzare il tuo tempo.

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Roberto Cipolla, Come preparare e consegnare una presentazione, Dipartimento di Ingegneria, Università di Cambridge.

[https://www.academia.edu/83263689/How\\_to\\_prepare\\_and\\_deliver\\_a\\_presentation](https://www.academia.edu/83263689/How_to_prepare_and_deliver_a_presentation).

[2] M Shepherd, come fare una presentazione efficace usando PowerPoint, John Wiley&Sons, EDN Winter 2006 Vol.3 No. 3.

[https://www.academia.edu/29912499/How\\_to\\_give\\_an\\_activate\\_presentation\\_using\\_PowerPoint](https://www.academia.edu/29912499/How_to_give_an_activate_presentation_using_PowerPoint).

[3] Carl Storz, *Abilità di presentazione orale, una guida pratica*, EVRY FRANCIA, 2002.

[https://www.academia.edu/4062835/ORAL\\_PRESENTATION\\_SKILLS\\_A\\_PRACTICAL\\_GUIDE](https://www.academia.edu/4062835/ORAL_PRESENTATION_SKILLS_A_PRACTICAL_GUIDE).

## UNITÀ 11.2: COME PROGETTARE UNA PRESENTAZIONE EFFICACE

### Contenuto:

11.2.1 Principi sulla progettazione degli elementi della diapositiva

11.2.2 Strumenti pratici

---

### 11.2.1 PRINCIPI SULLA PROGETTAZIONE DEGLI ELEMENTI DELLA DIAPOSITIVA

La slide è l'elemento costitutivo di tutte le presentazioni, siano esse brevi conferenze o seminari di un'ora. Una slide è una singola pagina proiettata su uno schermo, che include sia ciò che viene mostrato sia ciò che viene detto sulla diapositiva. Sono messe insieme più diapositive per raccontare la tematica in dettaglio. Mentre abbiamo presentato le regole generali per dare intere presentazioni, mancano i singoli dettagli per progettare una diapositiva con effetto ottico, e gli elementi di design che consentono alle diapositive di trasmettere informazioni significative, per mantenere il pubblico coinvolto e informato, fornendo le informazioni previste e nei tempi consentiti.

### 1. Mantienilo semplice.

I dati grafici che supportano l'oratore e migliorano la presentazione possono essere facilmente visualizzati utilizzando il software di presentazione. Non è mai stato previsto che le diapositive fossero al centro della scena (la star, ovviamente, è il tuo pubblico e la tua connessione con loro). Le persone sono venute a sentirti parlare nella speranza di essere ispirate, informate o entrambe le cose, a seconda del tuo messaggio. Le diapositive eccessivamente complesse o piene di ciò che Edward Tufte definisce "spazzatura dei grafici" possono interrompere il tuo messaggio e ostacolare la tua capacità di raccontare una storia. Non dovrebbe esserci niente di superfluo sulla tua diapositiva.

Ci dovrebbe essere molto spazio vuoto sulle tue diapositive (a volte chiamato spazio bianco o spazio negativo). Il tuo messaggio visivo sarà più forte quanto meno disordine c'è nella tua presentazione. "Ciò che si può fare con meno è fatto invano con più", ha detto Edward Tufte.

### 2. Rendilo visivo.

Secondo l'effetto Picture Superiority, le immagini vengono ricordate meglio delle parole, specialmente quando le persone sono esposte in modo casuale alle informazioni e l'esposizione è per un periodo di tempo molto limitato.

### 3. Non creare "slideuments".

Il termine "slideuments" deriva dalle parole: slide + document = slideuments. Questo termine descrive la combinazione di diapositive e documenti. È importante che i relatori separino chiaramente i due nella loro mente prima ancora di iniziare a pianificare i loro discorsi.

Le diapositive proiettate dovrebbero essere il più visivamente accattivanti possibile e supportare rapidamente, efficacemente ed efficacemente la nostra tesi. La nostra parola fornisce la maggior parte della sostanza.

Le diapositive più forti potrebbero anche non avere alcun testo. Data l'attuale dipendenza dalle diapositive di testo, questo può sembrare folle, ma anche le migliori diapositive di PowerPoint sarebbero praticamente prive di significato senza la narrazione (il presentatore). Tieni presente che lo scopo delle diapositive è migliorare la storia del relatore, non sostituirla.

### 4. Obiettivo per un elevato rapporto segnale/rumore.

Il rapporto segnale-rumore (SNR) è un concetto che è stato adottato dalle discipline delle comunicazioni radio e della comunicazione elettronica generale, sebbene il concetto stesso possa essere utilizzato per risolvere problemi di progettazione e comunicazione in quasi tutti i settori.

La progettazione di diapositive con la minima quantità di deterioramento del messaggio è necessaria per ottenere il miglior rapporto segnale/rumore. Il messaggio può essere sbagliato in vari modi, ad esempio quando vengono scelti grafici impropri, vengono utilizzate etichette e icone poco chiare o viene posta un'enfasi non necessaria su linee, forme e altri elementi visivi che non contribuiscono in modo significativo al supporto del messaggio. Per dirla in un altro modo, dovrebbe essere fortemente considerato di ridurre al minimo l'elemento o eliminarlo completamente se ciò non compromette la funzione. Le linee di griglia o di tabelle, ad esempio, possono spesso essere rese molto sottili, alleggerite o addirittura eliminate. Inoltre, piè di pagina, loghi e altri elementi vengono in genere

eliminati con successo. Secondo gli autori, ogni caratteristica del design dovrebbe essere espressa nella misura necessaria, ma non oltre.

#### 5. Il carattere

Il testo sulla diapositiva di solito è troppo piccolo ed è il problema con la maggior parte delle presentazioni. Rendi il testo abbastanza grande in modo che anche la persona nell'ultima fila possa leggerla senza difficoltà. Riempi lo schermo con componenti di design facilmente riconoscibili.

#### 6. Rendi le immagini grandi, a schermo intero.

Questo è collegato al precedente numero 5. In generale, prova a creare la tua diapositiva in modo che visualizzi un'immagine a schermo intero e quindi posiziona il testo sopra in una posizione con uno spazio vuoto adeguato. Ovviamente dipende dall'impostazione della presentazione. Su una diapositiva, è spesso preferibile avere un'immagine dominante e di dimensioni considerevoli piuttosto che più immagini più piccole. Anche se le tue fotografie più piccole fossero di qualità accettabile, le loro piccole dimensioni le renderebbero più difficili da vedere e ne ridurrebbero l'effetto. ct.

#### 7. Usa il principio del contrasto per evidenziare e rendere chiare le immagini.

Le persone di solito sono capaci di distinguere. Cerchiamo costantemente parallelismi e distinzioni anche quando non ne siamo consapevoli. Notiamo il contrasto, e il contrasto è ciò che dà al design la sua energia. Quindi, è importante rendere evidenti i pezzi che differiscono l'uno dall'altro. Il contrasto può essere creato in vari modi, ad esempio manipolando l'uso dello spazio (vicino e lontano, vuoto e pieno), colori (scuro e chiaro, freddo e caldo), caratteri tipografici (serif e sans serif, grassetto e sottile), e posizionamento degli elementi (in alto e in basso, isolati e raggruppati), tra gli altri.

#### 8. Usa il principio della Regola dei terzi per creare equilibrio e interesse.

La regola dei terzi, che deriva dalla sezione aurea, è un approccio progettuale chiave che può aiutarti a dare alle tue immagini più bellezza, equilibrio (simmetrico o asimmetrico) e una maggiore qualità estetica. Un metodo essenziale per inquadrare le foto che i fotografi imparano è la regola dei terzi. Le fotografie con soggetti esattamente al centro sono spesso noiose (ma non sempre). È possibile dividere un mirino (o, nel nostro caso, una diapositiva o uno schermo) in quattro linee che si intersecano o punti di incrocio e nove scomparti che ricordano una tavola da tris.

#### 9. Usa tabelle e grafici chiari.

A seconda dei tuoi obiettivi specifici, puoi utilizzare diverse rappresentazioni visive di dati quantitativi in una presentazione. Mantenere le cose semplici e dire la verità sono le uniche regole che si applicano alla visualizzazione dei dati. Tenendo a mente i tre concetti fondamentali di restrizione, riduzione ed enfasi, puoi progettare grandi diagrammi, grafici e tabelle con semplicità.

#### 10. Scegli bene i tuoi font.

Mantenerlo semplice e renderli grandi.

#### 11. Usa brevi clip video.

Quando appropriato, usa audio e video. I video clip che forniscono esempi specifici incoraggiano l'elaborazione cognitiva attiva, che è il modo in cui le persone apprendono naturalmente. Senza mai uscire dal programma, lo slideware ti consente di utilizzare video clip. L'utilizzo di un video clip ti aiuterà a rendere il tuo messaggio più efficace fornendo anche un cambio di ritmo, che manterrà il tuo pubblico interessato.

12. Usa i colori con uno scopo, scegline solo alcuni.

Il colore suscita emozioni ed evoca sentimenti. La tonalità ideale può ispirare e convincere. L'uso del colore può aumentare il coinvolgimento e migliorare la comprensione e la conservazione dell'apprendimento, secondo gli studi.

13. Limitare l'uso di animazioni e effetti di transizione.

Implementa saggiamente le transizioni di oggetti ed effetti. Poiché il movimento attira maggiormente l'attenzione del cervello, dovremmo usarlo con attenzione sui nostri schermi. Il pubblico si accorgerà del movimento o dell'aspetto di un elemento sullo schermo. A volte può essere utile, ma animazioni eccessive e troppe transizioni possono essere fastidiose e fonte di distrazione.

14. Trascorri del tempo nel selezionatore di diapositive.

Il principio di segmentazione della teoria dell'apprendimento multimediale afferma che quando la conoscenza è presentata in piccole porzioni o segmenti, gli individui la capiscono meglio. Puoi esaminare come si sta sviluppando il flusso logico della tua presentazione passando dalla Diapositiva alla visualizzazione alla Sequenza diapositive. Per dare alla tua presentazione un flusso più logico e naturale, potresti scegliere di dividere una diapositiva, ad esempio, in due o tre diapositive. Dal punto di vista del tuo pubblico, sarai in grado di visualizzare meglio l'intera presentazione in questa vista. Sarai meglio in grado di identificare informazioni visive estranee che possono essere eliminate per migliorare la comunicazione e la chiarezza visiva.

---

### 11.2.2 STRUMENTI PRATICI

Per creare una presentazione, puoi utilizzare PowerPoint, Prezi.co, Canva.com o visme.co. dove puoi trovare anche delle immagini.

Ci sono molte ottime risorse a fronte di un abbonamento come Adobe Stock, Shutterstock, iStockphoto, Storyblocks, e molti altri. Anche Canva è una notevole risorsa di design.

Ecco alcune fonti gratuite che offrono buone immagini.

- Pexels.com (ha anche un video, popolare tra i miei studenti)
- Unsplash.com
- Pixabay.com (ha anche video)
- Freeimages.com
- Stocksnap.io
- Kaboompics.com
- Burst.shopify.com

- Reshot.com
- Lifeofpics.com
- Barnimages.com

#### Esempio di buona pratica:

- Apprendimento del design delle diapositive della presentazione dai cartelloni Ikea (2008)  
<https://www.youtube.com/watch?v=txckXDPMfmM>

#### Esercizi/Valutazione dell'Unità:

- Rendilo visivo!

Quali informazioni stai rappresentando con la parola scritta su una diapositiva che potresti sostituire con una fotografia (o un'altra immagine o grafica appropriata)?

Questo esercizio è progettato per darti le capacità per progettare presentazioni per renderle più coinvolgenti e trasmettere il significato in modo più comunicativo.

Lo scopo principale di questo esercizio è la visualizzazione, il trasferimento del testo in un'immagine, al fine di rendere il messaggio più memorabile.

Una volta costruita l'idea principale della presentazione e definiti i messaggi chiave, il passaggio successivo consiste nel rendere ogni diapositiva della presentazione ben progettata per indirizzare le tue idee al pubblico attraverso la narrazione dell'oratore e un'efficace visuale.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Garr Reynolds, Suggerimenti per la progettazione, Presentazione Zen, <https://www.garreynolds.com/design-tips>.

[2] Alemdar Yalcin, Nursel Yalçın, Come ottenere i migliori risultati da una presentazione? Come aumentare l'efficacia di una presentazione? Procedia-Scienze sociali e comportamentali, Volume 9, 2020, Pagine 480-486. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042810022895>.

[3] Joanna K. Garner, Michael P. Alley, Come il design delle diapositive della presentazione influisce sulla comprensione del pubblico: un caso per l'approccio asserzione-evidenza, Pubblicazioni TEMPUS, International Journal of Engineering Education vol. 29, n. 6, pp. 1564-1579, 2013. [http://writing.engr.psu.edu/ae\\_comprehension.pdf](http://writing.engr.psu.edu/ae_comprehension.pdf).



## TITOLO DEL MODULO: FONTI DI FINANZIAMENTO (FONDI A FONDO PERDUTO E RIMBORSABILI)

**Numero modulo:** 12

**Autore del modulo:** Euphoria Net srl

### Descrizione del modulo:

Un aspetto cruciale di una start-up è la sua capacità di attrarre investimenti. La ricerca di finanziamenti e investitori per una start-up rappresenta per molti fondatori di impresa uno dei principali ostacoli alla realizzazione dell'idea imprenditoriale. Sono diverse le modalità di finanziamento a disposizione di una start up per sostenere il proprio progetto, ognuna con le proprie caratteristiche e prerogative. Il finanziamento della tua start-up è un processo lungo che devi valutare e affrontare con attenzione. Questo Modulo spiega come finanziare una start-up nelle sue varie fasi di sviluppo.

### Obiettivi didattici:

- Imparare le basi delle fonti di finanziamento dell'azienda;
- Conoscere i cicli di vita di un'azienda e come ogni fase richieda diverse fonti di finanziamento
- Conoscere la differenza tra capitale proprio e finanziamento del debito;
- Esplora le varie fonti di finanziamento.

## UNITÀ 12.1: I PASSI PRIMA DI INIZIARE IL PROCESSO DI FINANZIAMENTO DI UNA NUOVA IMPRESA

### Contenuto:

Secondo la teoria economica neoclassica, un'attività produttiva si basa su due componenti che devono essere combinati per raggiungere gli obiettivi prefissati:

- 1) **capitale:** l'apporto di mezzi di produzione, necessari per il raggiungimento degli obiettivi organizzativi;
- 2) **lavoro:** il contributo in termini di prestazione diretta dei lavoratori.

La combinazione di questi due elementi porta al raggiungimento degli obiettivi organizzativi.

Ottenere un capitale iniziale e fare raccolta fondi per una startupper è senza dubbio qualcosa di fortemente atteso. Trovare vari metodi di finanziamento e investitori da parte di una start-up è uno dei pilastri fondamentali nella costruzione del successo di un'idea imprenditoriale. Le start-up, per definizione, sono però spesso organizzazioni caratterizzate, soprattutto nelle fasi iniziali:

130

»Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.«

- dall'incertezza sullo sviluppo del business;
- da un'esigenza e la difficoltà nel reperire i fondi necessari per realizzare lo sviluppo dell'impresa.

Nonostante la comprensibile necessità di finanziamento, tu come startupper, non devi trascurare tutti gli altri elementi legati all'avvio della tua nuova attività. Questi elementi da un lato sono importanti per gli investitori che devono valutare la tua idea imprenditoriale; d'altra parte sono elementi importanti anche per te che devi gestirli. Prima di iniziare a trovare le giuste fonti di finanziamento, devi considerare i seguenti passaggi strategici:

- Devi avere un'idea chiara delle soluzioni e delle tecnologie necessarie;
- Convalida l'idea, ovvero devi verificare che la soluzione di business che proponi soddisfi una reale esigenza del mercato.
- Analizza i tuoi concorrenti e il mercato: l'analisi dei concorrenti serve a scoprire come battere la concorrenza; l'analisi di mercato ha lo scopo di capire quanti potenziali clienti puoi raccogliere.
- Definisci un modello di business con cui stabilire come generare profitti (ad esempio, puoi utilizzare il Lean Model Canvas).
- Crea un team e/o cerca un co-fondatore: metterà le sue conoscenze al servizio della tua azienda per aiutarla a crescere.
- Stabilire una strategia di marketing per acquisire nuovi clienti;
- Preparare un business plan contenente informazioni economiche e finanziarie attuali e future.

Una volta completati tutti questi passaggi, sei pronto per chiedere investimenti e ricevere finanziamenti.

Esempio di buona pratica:

- Valentina Panizza, 33 anni, milanese, laureata in Economia per l'arte, la cultura e la comunicazione all'Università Bocconi, ha fondato insieme ad altri professionisti Proofy, un servizio online per la tutela dei diritti d'autore di qualsiasi opera dell'ingegno come scritti, brani musicali, video o altro. Questa iniziativa imprenditoriale le è valsa il posto di semifinalista al premio Gamma Donna, associazione no profit per la crescita del ruolo delle donne e dei giovani nell'imprenditoria.

Dopo essersi laureata e aver lavorato per due anni come avvocato freelance, ha incontrato un ingegnere informatico con il quale hanno iniziato a progettare le prime idee di business. Con la nuova idea in mente e grazie a una ricerca mirata su Google Alert, hanno partecipato a una call europea, CreatiFi (creatifi.eu - Leveraging the Future Internet for the Creative Industries) che ha permesso loro di vincere un grant di 50.000 € su un anno in tre rate. Nel 2015 hanno fondato Proofy, un servizio che permette alle persone con idee innovative di registrarsi e ottenere un certificato che attesti la proprietà dell'opera stessa, insieme a una data certificata secondo lo standard europeo eIDAS. Dopo aver partecipato a un bando regionale per la ricerca e l'innovazione, che ha permesso loro di avere 10.000 € e tramite lo Strumento europeo per le PMI, un'altra sovvenzione di 50.000 €.

## Esercizi/Valutazione dell'Unità:

Quiz - Livello superato: 70%

- Domande a scelta multipla
- Domande aperte.
- Esercizi trascina e rilascia
- Riempi gli spazi vuoti

## BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Ahlstrom, David, Amber Y. Chang e Jessie ST Cheung. "Incoraggiare l'imprenditorialità e la crescita economica". *Journal of Risk and Financial Management* 12.4 (2019): 178.

[2] Laboratorio Sprint. (2023). Modulo recuperato. [Finanziamenti per Startup: Strumenti principali - Sprintlab](#).

[3] Donatella Cambosu (21/11/2021), Come finanziare una startup con equity, debito e crowdfunding. Rete digitale 360. Estratto da. [Finanziamenti Startup: quali sono e come ottenerli \(startupbusiness.it\)](#).

[4] Geek di avvio. (2023). Recuperato da. [Come finanziare una startup? 10 metodi a confronto - Startup Geeks](#).

## UNITÀ 12.2: TIPOLOGIA DI FINANZIAMENTO AZIENDALE: CAPITALE VS DEBITO

### Contenuto:

Il finanziamento di una start-up può avvenire attraverso diverse modalità che presentano caratteristiche, vantaggi e requisiti differenti. Le start-up "bruciano denaro" e anche quando iniziano a fatturare e hanno buoni guadagni, potrebbero aver bisogno di capitale extra per consolidare e ridimensionare l'attività. A seconda della fase in cui si trova l'azienda, le start-up sviluppano infatti diverse esigenze finanziarie, che possono essere soddisfatte attraverso i vari investitori esistenti.

Il ciclo di vita di una start-up sono:

- Bootstrap e pre-seed;
- Seme;
- Fasi iniziali;
- Crescita precoce;
- Crescita.

Conoscere la fase di sviluppo (ciclo di vita) della start-up, nonché il suo valore, è fondamentale per individuare la tipologia di finanziamento più idonea. Contattare un investitore troppo presto, ad esempio, prima che l'idea sia completamente matura, potrebbe precludere il finanziamento. Potrebbe, ad esempio, farsi un'idea sbagliata di te, del tuo team e del tuo prodotto/servizio e una prima impressione sbagliata non è il miglior inizio. D'altra parte, ricevere un finanziamento senza aver

maturato la capacità di gestirlo, potrebbe confondere le priorità sulle attività da svolgere nella fase in cui si trova attualmente la start-up.

Esistono due tipi di finanziamenti aziendali nel mondo degli affari.

- **Finanziamento azionario**, mentre i fondatori della start-up vendono parte del capitale, quindi parte della proprietà, in cambio del denaro necessario alla crescita. Vendere parte del proprio capitale è spesso necessario per aumentare il valore della propria start-up.
- **Finanziamento del debito** che spesso viene erogato dalle banche sotto forma di prestito, o con formule di finanziamento agevolato. Normalmente questo prestito viene rimborsato secondo un piano di ammortamento.

All'interno di queste due categorie principali, ci sono varie forme che vanno dall'autofinanziamento e crowdfunding al finanziamento da parte di investitori professionali che decidono di investire in start-up, come *business angels* e *venture capitalist*.

#### Esempio di buona pratica:

- Max Freeman. (21/02/2023). 23 Idee di business verdi per imprenditori attenti all'ambiente. Notizie economiche quotidiane. Recuperato da [Idee di business verdi per imprenditori attenti all'ambiente - businessnewsdaily.com](https://www.businessnewsdaily.com/23-green-business-ideas/).

#### Esercizi/Valutazione dell'Unità:

Quiz - Livello superato: 70%

- Domande a scelta multipla
- Domande aperte.
- Esercizi trascina e rilascia
- Riempi gli spazi vuoti

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Laboratorio Sprint. (2023). Modulo recuperato. [Finanziamenti per Startup: Strumenti principali - Sprintlab](#).

[2] Geek di avvio. (2023). Recuperato da. [Le fasi di una startup e il suo ciclo di vita - Startup Geeks](#).

## UNITÀ 12.3: FONTI DI FINANZIAMENTO

### Contenuto:

Le fonti di finanziamento di una start-up sono:

#### Bootstrapping (autofinanziamento)

In questa fase il finanziamento arriva dalle tue tasche (bootstrapping), da quelle dei tuoi amici e parenti e magari da qualche investitore pazzo (e soprattutto azzardato). Bootstrapping significa quindi finanziare la start-up con i propri risparmi. Questa è la prima fonte di finanziamento, la più "semplice" e quella che, almeno nella fase iniziale, ti aiuta a stare attento mantenendo il focus sull'obiettivo: validare l'idea e il mercato. In questa fase, infatti, devi capire se l'idea può funzionare, se risolve davvero un bisogno dei tuoi clienti e se c'è un mercato da tenere d'occhio.

#### Capitale dell'amore: famiglia, amici e sciocchi (3F)

Parenti, amici e investitori "pazzi", rappresentano un finanziamento che coinvolge e riguarda le fasi iniziali di una start-up o quelle appena successive alla fase iniziale, quando la start-up non è ancora in grado di generare reddito che ne copra i costi. Questa categoria di persone rappresenta spesso anche il primo utilizzatore del prodotto o del servizio.

Queste forme di finanziamento servono per avvalorare il mercato e uscire senza danni dalla cosiddetta "valle della morte", il periodo in cui la tua start-up non è ancora in grado di generare entrate sufficienti a coprire i costi. Ricorda: il flusso di cassa è re, quindi spendi i soldi per lo stretto necessario!

### Lifecycle of a venture

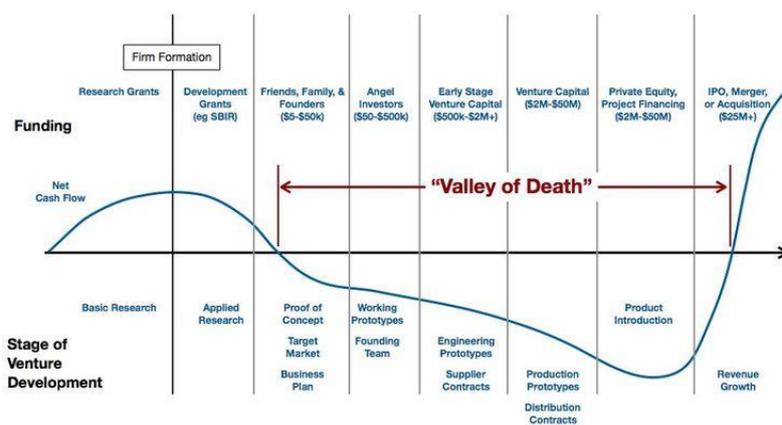


Immagine: [Nella Valle della Morte | Media GreenTech](#)

»Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.«

## Incubatori di imprese

Gli incubatori normalmente non investono direttamente nella tua azienda ma supportano la start-up nel "plasmare" il modello di business in modo che diventi replicabile e scalabile. Gli incubatori sono spesso a finanziamento pubblico o finanziati da università pubbliche, lavorano principalmente sull'idea, cercando di costruire il modello di business della start-up (per questo motivo il programma di incubazione richiede più tempo di un programma di accelerazione).

## Acceleratori d'impresa

I programmi di accelerazione di solito aiutano la start-up da tre a sei mesi durante i quali l'azienda riceve finanziamenti, supporto tecnico e rete (con l'obiettivo di accelerare il processo di maturazione della start-up). Spesso gli acceleratori assegnano un mentore e possono anche finanziare le start-up con capitale micro-seed. Naturalmente in cambio chiedete una percentuale di equity (normalmente tra il 5% e il 15%).

## Angeli del business

Gli Angel investor sono persone che hanno un capitale da investire in progetti di startup che ritengono interessanti. Solitamente investono con un approccio "pratico" e finanziano iniziative imprenditoriali in aree vicine al proprio settore. Un business angel potrebbe rappresentare il primo vero finanziamento esterno per la tua start-up. Gli angeli di solito compaiono nella fase seed del progetto e richiedono un progetto imprenditoriale solidamente strutturato (non sono amici, parenti o scocchi, ma uomini d'affari).

## Raccolta di fondi

Il crowdfunding è un modo di finanziare una start-up lanciando una campagna di raccolta fondi, in cui più persone possono investire i propri soldi per sostenere l'azienda. Esistono diverse piattaforme di crowdfunding dove puoi pubblicare il tuo progetto e definire un obiettivo di raccolta, così come diversi tipi di crowdfunding con diverse "ricompense" per i sostenitori:

- Equity Crowdfunding: agli investitori viene garantita una piccola quota della società.
- Reward Crowdfunding: gli investitori ricevono un ritorno non monetario, spesso sotto forma del prodotto stesso della start-up.
- Donazione Crowdfunding: i donatori non ricevono alcun compenso.

L'equity crowdfunding è la forma più diffusa di crowdfunding e consente a una start-up di ottenere finanziamenti evitando impatti negativi sulla governance dell'azienda. A differenza dei Business Angel o del Venture Capital, il finanziamento tramite crowdfunding, infatti, prevede un aumento di capitale sottoscritto da tanti piccoli investitori, ciascuno dei quali acquisisce solo una piccola quota della start-up in modo da non poter incidere sulla governance della società.

## Prestiti bancari

Quando si tratta di finanziare un'impresa, si pensa subito alle banche. Questo è vero per quasi tutte le aziende, ma non per le start-up. Ottenere un finanziamento da una banca (anche con bilancio consolidato e qualche anno di attività) non è semplice. Molti imprenditori all'inizio della loro attività ottengono prestiti personali, utili in seed o in fase iniziale, ma rappresenta un grande aiuto in qualsiasi

fase. Un'altra difficoltà legata ai prestiti bancari è che spesso i tassi di interesse sono piuttosto alti soprattutto per un'azienda senza alcuna garanzia collaterale. Per questo motivo, in molti paesi dell'UE, esiste un utile strumento chiamato fondo di garanzia, accessibile alle start-up innovative. Lo scopo è quello di offrire una garanzia pubblica fino all'80% dei prestiti bancari richiesti.

### Sovvenzioni

Enti pubblici (Unione Europea, Stati, Regioni) e fondazioni pubblicano spesso bandi per startup che erogano finanziamenti dal basso. Si tratta solitamente di contributi o prestiti a fondo perduto a un tasso di interesse molto basso da rimborsare nel medio termine.

È importante sottolineare che questi fondi non sono destinati esclusivamente alle start-up. Qualsiasi azienda può avere accesso a questi fondi. Ci sono molti programmi operativi dell'Unione Europea che sono destinati allo sviluppo imprenditoriale, al sostegno di particolari settori industriali, donne o giovani imprenditrici che lavorano in vari settori. I fondi disponibili per le aziende sono molti, quindi una buona strategia è imparare a navigare tra le piattaforme in cui vengono pubblicati questi bandi e spesso vale la pena chiedere una consulenza professionale a consulenti specializzati nell'assistere le aziende per ottenere questi finanziamenti vantaggiosi.

### Esempio di buona pratica:

Fondo per le imprese ecologiche. (2023). Recuperato da. [Fondo eco.business: Casa \(ecobusiness.fund\)](#).

### Esercizi/Valutazione dell'Unità:

Quiz - Livello superato: 70%

- Domande a scelta multipla
- Domande aperte.
- Esercizi trascina e rilascia
- Riempire gli spazi vuoti

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Scott Steinberg con Rusel DeMaria. (2012). La Bibbia del crowdfunding: come raccogliere fondi per qualsiasi startup, videogioco o progetto. Sovraccarico intrattenimento, LLC. Modulo recuperato [La Bibbia del Crowdfunding.pdf \(crowdfundingguides.com\)](#).

[2] Geek di avvio. (2023). Recuperato da. [Le fasi di una startup e il suo ciclo di vita - Startup Geeks](#).

[3] Opportunità di finanziamento per le piccole imprese (2023). Recuperato da [Opportunità di finanziamento per le piccole imprese \(europa.eu\)](#).

[4] Nicole G., Peter K. Adams. (03/10/2022). Capitale di rischio per manichini. Recuperato da [Venture Capital For Dummies Cheat Sheet - manichini](#).

[5] Base croccante. (2023). Recuperato da [Crunchbase: scopri le aziende innovative e le persone dietro di loro](#).

[6] Imprenditore Sudafrica. (2023). Recuperato da [Esempi di idee imprenditoriali rispettose dell'ambiente \(entrepreneur.com\)](#).



## TITOLO DEL MODULO: IMPRENDITORIALITÀ SOCIALE

**Numero di modulo:** 13

**Autore del modulo:** CWEP (Centrum Wspierania Edukacji i Przedsiębiorczości)

### Descrizione del modulo:

L'imprenditorialità sociale (nota anche come economia sociale) è una sfera di attività civica che combina attività economiche - imprenditoriali - e di pubblica utilità.

Il concetto stesso di imprenditorialità sociale consiste in due parole: imprenditorialità + sociale.

L'imprenditorialità indica l'orientamento commerciale delle imprese sociali: operano sul mercato aperto e competono con le aziende tradizionali - hanno bisogno di fare soldi per sostenersi.

Tuttavia, l'aggettivo sociale indica la natura specifica di queste imprese. Il loro obiettivo principale non è accumulare profitti - arricchire i proprietari - ma perseguire una sorta di missione sociale e prendersi cura di valori importanti per la comunità.

### Obiettivi didattici:

- Cos'è l'imprenditorialità sociale?
- Esplorando l'anatomia di un imprenditore sociale
- Conoscere i tipi di imprenditoria sociale
- Un'impresa ecologicamente orientata

## UNITÀ 13.1: ANATOMIA DI UN IMPRENDITORE SOCIALE

### Contenuto:

13.1.1 Impresa Sociale: cos'è?

13.1.2 Caratteristiche principali delle imprese sociali

#### 13.1.1 IMPRESA SOCIALE: COS'È?

L'imprenditorialità sociale è definita come un'organizzazione o un'iniziativa che cerca nuove soluzioni a problemi sociali persistenti attraverso la produzione e la transazione di beni o servizi, generando così un elevato valore sociale. In altre parole, le imprese subordinano consapevolmente la loro strategia economica alle priorità sociali e pongono la missione sociale al centro delle loro preoccupazioni. Tali priorità sociali includono la povertà, la disoccupazione, l'istruzione, la salute, lo sviluppo locale o l'ambiente.

Il perseguimento di obiettivi sociali da parte di un'impresa sociale comporta necessariamente l'adozione di modelli organizzativi democratici, e tale cultura è fondamentalmente radicata nelle organizzazioni non profit, che sono quindi maggiormente predisposte ad essere imprese sociali. Nel frattempo, affinché un'impresa sociale sia redditizia, deve adottare un comportamento di tipo commerciale ed essere innovativa e competitiva nel suo campo, e anche gli obiettivi sociali devono essere perseguiti in modo sostenibile e competitivo nel suo campo, ma non assunti come priorità nell'attività dell'organizzazione.

D'altra parte, si può anche notare che il concetto di SE è ancora largamente influenzato da una visione occidentale che non presta attenzione al contributo dei paesi in via di sviluppo. Dai paesi in via di sviluppo. Allo stesso modo, alcune definizioni di SE, pur ponendo il singolo imprenditore al centro dell'attività, non danno sufficiente importanza al ruolo che il contesto e le collettività, siano esse organizzazioni, gruppi o comunità, giocano nell'emergere e nel consolidarsi del sociale iniziativa. [1]

---

### 13.1.2 CARATTERISTICHE PRINCIPALI DELLE IMPRESE SOCIALI

Le caratteristiche chiave delle imprese sociali sono coraggio, innovazione, buon senso degli affari, motivazione sociale, collaborazione.

Queste sono le caratteristiche che li distinguono dalle altre aziende:

#### **Coraggio**

Ci vuole coraggio per rischiare il proprio benessere finanziario sperando di risolvere o alleviare i problemi e gli squilibri nella società moderna.

#### **Innovazione**

Avere fame di cambiamento è una delle qualità distintive di un imprenditore sociale.

Sono disposti a sfidare lo status quo se questo significa portarli un centimetro più vicino ai loro obiettivi.

#### **Buon senso per gli affari**

Un imprenditore sociale deve essere in grado di destreggiarsi tra i meandri del mondo degli affari - da qui la parola "imprenditore". Questo è ciò che li separa dai pensatori desiderosi che desiderano il cambiamento ma mancano di motivazione.

#### **Motivazione sociale**

Il denaro va e viene per tutte le iniziative sociali. Qualunque cosa accada, gli imprenditori sociali rimangono concentrati sul miglioramento della vita.

## Collaborazione

Gli imprenditori sociali sanno che nessuna singola persona è in grado di apportare cambiamenti duraturi. Accettano che il vero cambiamento richieda un'intera comunità, motivo per cui vorrebbero coinvolgere quante più mani possibile.

### Esempio di buona pratica:

**Soggetto:** Fondo ES TISE: fondo di prestito per le imprese sociali

**Paese:** Polonia

**Obiettivi:** Il programma mira a fornire alle imprese sociali esistenti finanziamenti rimborsabili per favorire gli investimenti e la creazione di posti di lavoro necessari all'espansione della loro attività.

### Attività chiave:

Aumentare la comunicazione e la partnership per promuovere il progetto

Erogazione di prestiti agevolati: nessuna spesa amministrativa anticipata o accessoria.

Servizi di consulenza: il mutuatario può beneficiare di 30 ore di servizi di consulenza gratuiti forniti da esperti interni.

**Impatto:** Tise ha erogato 431 prestiti a 371 imprese sociali, che si sono rivelate uno strumento efficace per combattere la disoccupazione e preservare i posti di lavoro.

### Fattori di successo:

Adattamento alle aspettative del gruppo target

Riconoscimento del programma e parità di accesso in tutto il paese

Servizi di consulenza gratuiti per migliorare le competenze professionali degli imprenditori sociali.[2]

## Esercizi:

### 1. Trascina le parole - esercizi h5p

#### Impresa sociale

1 l'imprenditorialità è definita come 2 o 3 che cerca nuove soluzioni a problemi sociali persistenti attraverso la produzione, la transazione di beni o servizi, generando così 4 valore sociale. In altre parole, le imprese subordinano consapevolmente la loro strategia economica a 5 priorità e pongono il sociale 6 al centro delle loro preoccupazioni. Tali priorità sociali includono la povertà, la disoccupazione, l'istruzione, la sanità, lo sviluppo locale o 7

1. sociale

2. organizzazione

3. iniziativa
4. alto
5. sociale
6. missione
7. l'ambiente.

## **2. Trascina le parole**

*Inserisci una descrizione appropriata*

**Coraggio**

**Innovazione**

**Buon senso per gli affari**

**Motivazione sociale**

**Collaborazione**

- Il denaro va e viene per tutte le iniziative sociali. Qualunque cosa accada, gli imprenditori sociali rimangono concentrati sul miglioramento della vita.

- Avere fame di cambiamento è una delle qualità distintive di un imprenditore sociale.

Sono disposti a sfidare lo status quo se questo significa portarli un centimetro più vicino ai loro obiettivi.

- Un imprenditore sociale deve essere in grado di destreggiarsi tra i meandri del mondo degli affari - da qui la parola "imprenditore". Questo è ciò che li separa dai pensatori desiderosi che desiderano il cambiamento ma mancano di motivazione.

- Gli imprenditori sociali sanno che nessuna singola persona è in grado di apportare cambiamenti duraturi. Accettano che il vero cambiamento richieda un'intera comunità, motivo per cui vorrebbero coinvolgere quante più mani possibile.

- Ci vuole coraggio per rischiare il proprio benessere finanziario sperando di risolvere o alleviare i problemi e gli squilibri nella società moderna.

### **Valutazione dell'Unità:**

*Conosco cosa sono le imprese sociali?*

*Sono d'accordo*

*Disaccordo*

*Posso distinguere tra un'impresa commerciale e un'impresa sociale?*

*Sono d'accordo*

*Disaccordo*

*Conosco le caratteristiche fondamentali delle imprese sociali?*

*Sono d'accordo*

*Disaccordo*

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Approcci concettuali all'imprenditoria sociale, Alcides Almeida Monteiro.

[2] Promuovere lo sviluppo delle imprese sociali - compendio di buone pratiche, OECD Publishing, Parigi.

### UNITÀ 13.2: TIPI DI IMPRENDITORIALITÀ SOCIALE

#### Contenuto:

13.2.1 Diversi tipi di imprenditorialità sociale

13.2.2 Gli imprenditori sociali possono essere suddivisi in quattro diversi gruppi

---

#### 13.2.1 DIVERSI TIPI DI IMPRENDITORIALITÀ SOCIALE

L'imprenditorialità sociale è un campo in rapida crescita sia nel mondo accademico che tra i professionisti man mano che il campo si sviluppa, aumenta il numero e la diversità delle organizzazioni classificate come iniziative imprenditoriali sociali.

Questa crescente diversità rappresenta una sfida per lo sviluppo del campo dell'imprenditoria sociale mentre tenta di definire il proprio campo distinto di ricerca accademica. Mentre alcuni hanno sostenuto un'espansione del campo dell'imprenditorialità sociale [1], altri hanno incoraggiato una maggiore precisione e chiarezza concettuale per consentire al campo di costruire una base di conoscenza accademica.

Una differenza importante tra i tipi di imprenditorialità sociale è la variazione nella geografia in cui si verifica. Sottolineiamo che il ruolo della dimensione geografica dei diversi tipi di imprenditorialità sociale evidenzia l'importanza della geografia nel plasmare il comportamento degli imprenditori sociali.

Più piccola è l'area geografica in cui viene praticata l'imprenditoria sociale, più è probabile che si sviluppino legami radicati a causa delle "realità geografico-temporali" di ridotta distanza fisica e maggiore interazione. Di conseguenza, diversi tipi di imprenditorialità sociale, a seconda della geografia in cui si trovano, saranno associati a diversi gradi di radicamento. Estendendo questa logica, proposte di diversi tipi di imprenditorialità sociale e diversi gradi di radicamento influenzano la misurazione e la scalabilità del valore sociale. In particolare, sostenere che il grado di radicamento influenza: a.) la misurazione del valore sociale; b.) il ridimensionamento dell'ampiezza o della profondità; e c.) la strategia di ridimensionamento.[2]

### 13.2.2 GLI IMPRENDITORI SOCIALI POSSONO ESSERE SUDDIVISI IN QUATTRO DIVERSI GRUPPI

#### **L'imprenditore sociale di comunità**

Gli imprenditori sociali di comunità sono produttori di cambiamento su piccola scala. Cercano di soddisfare i bisogni sociali di una comunità in una piccola area geografica. L'imprenditore sociale di comunità può essere un giovane che, il più delle volte, lavora con i membri della comunità. Ciò significa più interessi acquisiti e un processo decisionale più lento, ma ha il vantaggio di soluzioni a lungo termine. È probabile che sia i membri della comunità che le organizzazioni locali continuino il progetto in modo sostenibile, anche senza il coinvolgimento diretto dell'imprenditore.

È qui che la maggior parte delle persone inizia, perché il cambiamento nella tua comunità è immediatamente visibile. Puoi vedere gli effetti di tale imprenditorialità sociale quasi immediatamente e parlare direttamente con le persone che stai aiutando. Tutto quello che devi fare per iniziare questo tipo di impresa è trovare un problema sociale locale e isolato e dedicarti a risolverlo.

#### **Imprenditore sociale senza scopo di lucro**

Questi imprenditori sociali credono nel reinvestimento dei profitti. Si concentrano sui benefici sociali piuttosto che su quelli materiali, il che significa che danno priorità al bene sociale rispetto alle tradizionali esigenze aziendali.

Gli imprenditori sociali senza scopo di lucro tendono ad essere aziende e organizzazioni che scelgono di usare il proprio potere per il bene sociale.

Chi ha una mentalità imprenditoriale preferisce questo tipo di imprenditorialità sociale. Non solo, ma le aziende e le organizzazioni hanno scelto l'imprenditoria sociale senza scopo di lucro per usare la loro buona volontà sociale per una causa.

#### **L'imprenditore sociale trasformatore**

Si concentrano sulla creazione di un'impresa per soddisfare un'esigenza sociale e risolvere uno scopo che le iniziative del governo e altre imprese non possono risolvere.

L'imprenditorialità sociale trasformatrice è più come gestire un'organizzazione in cui assumi persone qualificate, inventi nuove iniziative per sostenerti, segui le linee guida che il governo ha dato e fai tutto ciò che fa un'azienda.

Tali organizzazioni in genere reclutano e supportano i talenti internamente. Se fai domanda per un lavoro o una posizione di volontariato e dimostri capacità di imprenditorialità sociale, è probabile che ti aiutino a iscriverti a un programma di mentoring e facilitino il tuo ulteriore sviluppo.

#### **L'imprenditore sociale globale**

Tali imprenditori mirano a cambiare completamente i sistemi sociali per soddisfare i principali bisogni sociali in tutto il mondo. Pensano su scala più ampia e si concentrano sui cambiamenti richiesti a livello globale. Spesso diventano profondamente consapevoli della loro responsabilità sociale e iniziano a concentrarsi sul cambiamento positivo piuttosto che solo sui profitti.

Queste organizzazioni sono solitamente collegate a una causa e collaborano con altri imprenditori sociali per realizzarla. In questo contesto è più probabile che tu raggiunga questi scopi se ti connetti con altri imprenditori sociali e costruisci una comunità globale attorno alla risoluzione dei problemi sociali.

### **Esempio di buona pratica:**

**Soggetto:** Il partenariato per sostenere la strategia dell'impresa sociale,

**Paese:** Scozia

**Obiettivi:** Il programma mira a fornire alle imprese sociali esistenti finanziamenti rimborsabili per favorire gli investimenti e la creazione di posti di lavoro necessari all'espansione della loro attività.

### **Attività chiave:**

- Fornisce consulenza ai suoi membri sui flussi di finanziamento e sulle iniziative e sostiene il programma di eventi di scambio di imprese sociali, che promuove il dialogo e la condivisione delle conoscenze.
- Contribuisce allo sviluppo delle politiche organizzando tavole rotonde politiche con professionisti e responsabili politici e inviando risposte a consultazioni governative, interrogazioni e mozioni parlamentari, bollettini elettronici mensili alle organizzazioni membri e ai parlamentari.
- Mette in mostra e promuove il valore delle imprese sociali presso i media e le comunità locali coordinando un calendario nazionale di eventi e attività di stampa e pubbliche relazioni e realizzando una strategia di comunicazione per elevare il profilo dell'impresa sociale a un'ampia gamma di cittadini scozzesi e le parti interessate britanniche.
- Informare, consigliare e sostenere le imprese sociali a livello di base facilitando gli incontri delle reti di imprese sociali, fornendo consulenza faccia a faccia ed elettronicamente (siti web, newsletter, visite di studio, ecc.), sviluppando partenariati pubblico-privato per aumentare le opportunità di investimento e impegno sociale-imprenditoriale.

### **Impatto:**

Il partenariato che sostiene la strategia ha aumentato il lavoro collaborativo, sia attraverso intermediari che tra singole imprese sociali, sia a livello locale che nazionale. La "cultura aziendale guidata dalla sinergia" sviluppata attraverso la Strategia ha attirato molta attenzione da parte di altre aree di attività e regioni. In Scozia è in corso la progettazione di una nuova strategia.

### **Fattori di successo:**

Un approccio sistemico e olistico che copre tutte le parti dell'ecosistema dell'impresa sociale, incoraggiando le connessioni tra le parti interessate all'interno e all'esterno del settore.

- Gli stretti rapporti tra le principali unità organizzative e i facilitatori del settore hanno contribuito al successo dell'iniziativa.
- Il riconoscimento che una serie di risorse non finanziarie
- capitale sociale, legittimità e competenza - sono fondamentali e che tutti i partner portino qualcosa di unico sul tavolo. [3]

## Esercizi dell'Unità:

### 1. Riempi lo spazio vuoto - HP5

L'imprenditore sociale di comunità può essere un ..... persona che, più spesso, lavora con i membri della comunità. Questo significa di più ..... e un processo decisionale più lento, ma con il vantaggio di ..... È probabile che sia i membri della comunità che .....proseguano il progetto in modo sostenibile, anche senza il coinvolgimento diretto dell'imprenditore.

Inserire:

giovane

soluzioni a lungo termine

interessi acquisiti

organizzazioni locali

### 2. Azioni di impresa sociale senza scopo di lucro:

*Vero e falso - HP5*

VERO:

Reinvestire i profitti

Concentrati sui benefici immateriali

Scelgono di agire socialmente per una causa

Il bene sociale è una priorità

Falso:

Si concentrano sui benefici materiali

Creare innovazioni solo a scopo di lucro

Usano il loro potere a vantaggio degli affari

## Valutazione dell'Unità:

*Conosco le tipologie tipiche dell'imprenditorialità sociale?*

*Sono d'accordo*

*Disaccordo*

*Posso classificare gli imprenditori sociali in quattro diversi gruppi?*

*Sono d'accordo*

*Disaccordo*

*Sono a conoscenza della struttura più complessa di The Community Social Entrepreneur?*

*Sono d'accordo*

*Disaccordo*

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1] Light, P. 2006 Rimodellare l'imprenditoria sociale. Revisione dell'innovazione sociale di Stanford.

[2] Hägerstrand, T. Spazio, tempo e condizioni umane in A. Karlquist, Dynamic Allocation of Urban Space (Farnborough: Saxon House).

[3] Promuovere lo sviluppo delle imprese sociali - compendio di buone pratiche, OECD Publishing, Parigi.

### UNITÀ 13.3: L'IMPRESA SOCIALE NELL'ECOSISTEMA

#### Contenuto:

- 13.3.1 Ecosistema per gli imprenditori sociali
- 13.3.2 Impresa sociale e ambiente
- 13.3.3 Classificazione internazionale delle organizzazioni senza scopo di lucro (INCPO)
- 13.3.4 Ambito e scala dell'impresa sociale nelle questioni ambientali
- 13.3.5 Imprese sociali verdi
- 13.3.6 Responsabilità sociale d'impresa ambientale (ECSR)

---

#### 13.3.1 ECOSISTEMA PER GLI IMPRENDITORI SOCIALI

Idealmente, le imprese sociali contribuiscono a trasformare i sistemi che tengono le persone intrappolate nella povertà. Tuttavia, un ecosistema più ampio di attori e politiche può contribuire al successo o al fallimento di un'impresa sociale.

Le caratteristiche di un ecosistema per gli imprenditori sociali sono ancora poco sviluppate nella maggior parte dei paesi. Si può vedere che stanno lentamente emergendo, sebbene i quadri politici formali di sostegno rimangano rari.

*Il concetto di ecosistema dell'impresa sociale opera su caratteristiche ampiamente riconosciute che possono contribuire a creare un ambiente favorevole all'imprenditorialità sociale, compreso il potenziale per affrontare i principali vincoli e ostacoli.*

Caratteristiche selezionate dell'ecosistema per l'impresa sociale:



---

### 13.3.2 IMPRESA SOCIALE E AMBIENTE

L'economia sociale comprende una varietà di iniziative e forme organizzative, ampiamente definite da obiettivi sociali e forme giuridiche, che differiscono sia dalle organizzazioni private che da quelle pubbliche. Va detto che le imprese sociali sono talvolta viste come organizzazioni ibride, inoltre, hanno caratteristiche miste, guidate da valori o dal bene della comunità e che operano in uno spazio mal definito tra il mondo for-profit e non-profit. Tali organizzazioni emergono da un'area confusa tra i settori pubblico, privato e sociale (senza scopo di lucro).

L'economia sociale rappresenta una sfera di attività socioeconomica che contribuisce agli ideali di sostenibilità ambientale e sociale ea forme di organizzazione più democratiche. Tuttavia, sottolineano anche che mentre è ampiamente riconosciuto che il numero di attività e organizzazioni ispirate all'ambiente all'interno dell'economia sociale (verde) è in crescita, è importante tenere presente che manca anche un'attenzione sistematica alla scala e la portata del settore dell'economia sociale ambientale dalla maggior parte delle agenzie governative. Viene prestata molta più attenzione ai problemi di sostenibilità nelle piccole imprese. [1]

---

### 13.3.3 CLASSIFICAZIONE INTERNAZIONALE DELLE ORGANIZZAZIONI SENZA SCOPO DI LUCRO (INCPO)

Una difficoltà fondamentale è che l'ambiente copre una vasta gamma. Ad esempio, forse il sistema di classificazione funzionale più completo utilizzato per analizzare il settore non profit è il sistema di classificazione internazionale delle organizzazioni non profit (INCPO). All'interno di questo sistema,

147

»Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.«

L'analisi dell'ambiente è divisa in due gruppi: 'ambiente' e 'animali'. Escludendo le organizzazioni legate agli animali, le attività all'interno del sottogruppo "ambiente" sono:

- riduzione e controllo dell'inquinamento;
- conservazione e protezione delle risorse naturali;
- abbellimento dell'ambiente e degli spazi aperti;
- creazione di organizzazioni ambientali multifunzionali;
- organizzazioni di supporto e di servizio, ausiliari, consigli, organizzazioni di definizione degli standard e di gestione;
- organizzazioni ambientaliste non classificate.

Inoltre, con il riconoscimento più ampio che la maggior parte delle attività economiche ha un impatto sull'ambiente, vi è una crescente attenzione a concetti come la produzione pulita, l'eco-efficienza e la possibilità di una progettazione innovativa di prodotti, processi e servizi in tutti i settori per ridurre al minimo l'uso dell'energia e di altre risorse naturali e ridurre gli sprechi e l'inquinamento. Pertanto il concetto di consumo sostenibile include un focus sui cambiamenti comportamentali e di stile di vita necessari per vivere entro limiti ecologici e implicazioni per l'economia.

---

#### 13.3.4 PORTATA E DIMENSIONI DELL'IMPRESA SOCIALE NELLE QUESTIONI AMBIENTALI

Si sostiene che occorrono prove più aggiornate sulla portata e sulle caratteristiche chiave del settore delle imprese sociali, in particolare per quanto riguarda le questioni ambientali. Sebbene sia vero che la ricerca su larga scala è molto scarsa, è importante menzionare che esiste una continua ricerca relativa ai temi ambientali e alle attività di rigenerazione nelle economie regionali e locali. Il Global Entrepreneurship Monitor fornisce dati multinazionali comparabili sul livello di imprenditorialità motivata dal punto di vista sociale/ambientale, sebbene limitato alle attività in fase iniziale. Lo studio di 54 paesi ha messo in luce differenze significative tra i gruppi di paesi a seconda della fase di sviluppo economico. Così, nelle economie meno sviluppate, le attività dell'imprenditorialità sociale si concentrano principalmente su questioni di base e bisogni urgenti legati all'ambiente locale, come l'accesso all'acqua, ai servizi igienico-sanitari e al miglioramento delle attività agricole nelle zone rurali. Nei paesi più sviluppati dove l'economia è trainata dall'innovazione, le questioni più importanti sono il riciclaggio dei rifiuti e la conservazione della natura. Delle imprese sociali esistenti nel mondo, solo una piccola percentuale delle imprese si concentra in modo olistico sull'ambiente. Altri obiettivi delle imprese sociali includono anche il miglioramento dell'ambiente urbano, gli obiettivi di conservazione della natura e la sensibilizzazione ambientale.

---

#### 13.3.5 IMPRESE SOCIALI GREEN

La maggior parte delle imprese sociali considera prioritari i valori ambientali. Le imprese sociali sono considerate attività imprenditoriali a beneficio dell'ambiente. Questa attività d'impresa dovrebbe considerare i valori ambientali posseduti dai consumatori, l'influenza normativa dello stato e l'impatto pro-ambientale sul mercato. L'imprenditorialità verde può essere utilizzata in numerose nicchie di mercato che le imprese possono identificare in modo imprenditoriale. L'identificazione può basarsi sulla creazione di nuovi prodotti, servizi e metodi di marketing ecologici che promuovono il verde.

Un modello di business pro-ambientale che incorpori un approccio di responsabilità ambientale può essere costruito utilizzando quattro componenti fondamentali: scelte strategiche, reti di valore, creazione di valore e acquisizione di valore. Il fattore di collegamento tra le componenti del modello è la cultura organizzativa. È importante considerare un modello pro-ecologico utilizzando un orientamento imprenditoriale pro-ecologico: competenze verdi strategiche basate sulla gestione della conoscenza, l'apprendimento e il capitale intellettuale. Per quanto riguarda le reti di valore, dovrebbe essere considerata la creazione di collegamenti all'interno dell'ecologia industriale e delle reti di imprese e della pubblica amministrazione intelligente insieme alle organizzazioni ecologiste senza scopo di lucro. In termini di creazione di valore, l'uso appropriato delle risorse e l'efficienza dei processi lungo la catena del valore con requisiti ecologici giocano un ruolo decisivo.

Nel modello di business pro-ecologico, l'acquisizione di valore si ottiene differenziandosi attraverso l'innovazione e la qualità ecologica basata sull'aumento della consapevolezza ambientale della società e di tutti gli stakeholder. Il modello di business pro-ecologico delle imprese sociali si basa sui presupposti della responsabilità sociale d'impresa ambientale (ECSR, Environmental Corporate Social Responsibility), considerando la proattività dell'impresa. [3]

---

### 13.3.6 RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA AMBIENTALE (ECSR)

ECSR è il concetto strategico di costruzione del valore d'impresa basato su criteri ecologici. La costruzione del valore formale è oggi uno degli obiettivi più importanti della maggior parte delle aziende operative. Le crescenti dinamiche di creazione di uno spazio competitivo nell'economia hanno innescato la nuova forma e il nuovo carattere della competizione di mercato. Le imprese che vogliono vincere e portare la leadership sul mercato devono orientarsi verso la multidimensionalità nella loro visione del business. Pertanto, le aziende hanno capito che l'unicità del loro operare dipende dal valore che offrono ai loro stakeholder. Un eccellente esempio di costruzione di una tale buona volontà basata sull'ecologia è l'ECSR. Questo modello utilizza un modello sociale basato sui principi della CSR, enfatizzando i fattori ecologici come base per creare valore aziendale. Tale modello considera ipotesi come:

- Ipotesi interne: l'ecologizzazione dei processi aziendali e le prestazioni ambientali dei prodotti.
- Ipotesi esterne: criteri ambientali come fattore chiave di successo, considerazioni ambientali settoriali.
- Presupposti aziendali per soddisfare le esigenze degli stakeholder interni.
- Obiettivi di prestazione per soddisfare le esigenze degli stakeholder esterni.
- Ipotesi interne sulla creazione di centri interni di RSI ambientale. [4]

#### Esempio di buona pratica:

- **Oggetto: Maramao - cibo sostenibile**

Paese: Italia

#### Obiettivi:

- vendita di prodotti biologici sani e freschi.
- sviluppare una green economy virtuosa che non sfrutti il territorio ma recuperi i territori.
- promuovere un lavoro dignitoso e rispettoso della persona.
- recupero delle aree rurali a rischio di desertificazione.

#### Attività chiave:

Il progetto è stato avviato nel 2014. Nel 2016 Maramao ha raggiunto un grande obiettivo. Diventa cooperativa sociale agricola. L'azienda coltiva ortaggi su terreni privati affittati a basso costo o gratuitamente. I privati condividono con la cooperativa l'obiettivo di creare un'impresa agricola sociale che coltiva prodotti biologici, coinvolge richiedenti asilo.

L'azienda è un'impresa sociale che produce ortaggi, cereali, uva e nocciole e li lavora secondo le tecniche dell'agricoltura biologica. Maramao promuove l'inclusione sociale, il benessere delle persone coinvolte e costruisce un rapporto di fiducia tra consumatore e produttore. Sviluppa inoltre opportunità di formazione e inserimento lavorativo per persone svantaggiate. L'azienda è inoltre impegnata nel recupero delle aree rurali abbandonate, nella promozione dei prodotti locali e nella rivitalizzazione dei territori e delle comunità locali, tutte le sue attività sono rispettose dell'ambiente.

#### Impatto:

+ 20 ettari dall'inizio.

90 richiedenti asilo e rifugiati.

30 ore settimanali di lavoro retribuito per persona.

32 Moduli di formazione sull'agricoltura biologica

6000 piante di fragole piantate.

#### Fattori di successo:

- la creazione di un'impresa sociale integrata nello sviluppo sostenibile,
- integrazione sociale, rapporto di fiducia tra agricoltori e consumatori.
- creare un profilo ecologico per l'impresa sociale attraverso un'alimentazione sostenibile
- formazione e opportunità di lavoro, anche per rifugiati e richiedenti asilo

**Esercizi dell'Unità:**

**Esercizi 1: Riempi lo spazio**



**Risposte:**

1. *impresa sociale*
2. *certificazione*
3. *quadro*
4. *Sociale*
5. *segnalazione*
6. *reti*
7. *specialista*

**Esercizi 2: H5p - Trova più hotspot (seleziona la risposta corretta)**

*Classificazione internazionale delle organizzazioni senza scopo di lucro (INCPO) quali attività si svolgono nel sottogruppo "ambiente":*

*Corretto:*

- riduzione e controllo dell'inquinamento;
- conservazione e protezione delle risorse naturali;
- abbellimento dell'ambiente e degli spazi aperti;
- creazione di organizzazioni ambientaliste multifunzionali
- organizzazioni di supporto e di servizio, ausiliari, consigli, organizzazioni di definizione degli standard e di gestione;

- organizzazioni ambientaliste non classificate.

Sbagliato:

- attività di innovazione orientate al profitto
- servizi veterinari
- protezione e benessere degli animali
- sviluppo economico
- consulenza e orientamento professionale

### Esercizi 3: Trascina le parole

#### Imprese sociali verdi

*Imprese sociali mirate come attività di impresa a beneficio dell'ambiente. Questa impresa 1 dovrebbe tener conto dell'ambiente 2 tenuto da 3, l'influenza normativa dello stato e il pro-ambientale 4 sul mercato. 5. l'imprenditorialità può essere utilizzata in numerosi mercati 6 che le imprese possono identificare in modo imprenditoriale. L'identificazione può basarsi sulla creazione di 7., servizi e metodi di marketing che promuovono il verde.*

*Inserire nello spazio appropriato*

*Risposte:*

1. *attività*
2. *valori*
3. *consumatori*
4. *impatto*
5. *verde*
6. *nicchie*
7. *nuovi prodotti ecologici*

#### Esercizi 4: Vero e falso - H5P

Responsabilità Sociale d'Impresa Ambientale (ECSR) quali presupposti ha:

- greening dei processi aziendali
- prestazioni ambientali dei prodotti
- criteri ambientali come fattore chiave di successo,
- ipotesi aziendali per soddisfare le esigenze degli stakeholder interni ed esterni,
- creazione di centri sociali verdi interni
- *determinanti sociali settoriali - falso*
- *riduzione della competitività sul mercato - falso*
- *immagine aziendale negativa -falso*

#### Valutazione dell'Unità:

*Sono consapevole dell'ecosistema per gli imprenditori sociali.*

*Sono d'accordo*

*Disaccordo*

*Sono consapevole della portata e della portata dell'imprenditorialità sociale sulle questioni ambientali.*

*Sono d'accordo*

*Disaccordo*

*Conosco le tipiche imprese sociali verdi.*

*Sono d'accordo*

*Disaccordo*

*Sono consapevole della responsabilità sociale delle imprese ambientali.*

*Sono d'accordo*

*Disaccordo*

#### **BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:**

[1] Smith, G. e Young, S. (2007) "Economia sociale e ambiente" Documento preparato per l'economia sociale: verso una prospettiva mondiale.

[2] Schaper M. (2002), L'essenza dell'ecopreneurship, "Green Management International", vol. 38.

[3] Chen YS., (2008), L'effetto positivo del capitale intellettuale verde sui vantaggi competitivi delle imprese, . J Bus Etica 77, 271-286 (2008). <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9349-1>.

[4] J. CRAMER, (2005), "L'azienda apprende la responsabilità sociale d'impresa", Strategia aziendale e ambiente, Wiley Blackwell, vol. 14(4), pagine 255-266, luglio. <https://ideas.repec.org/s/bla/bstrat.html>.



## TITOLO DEL MODULO: IMPRENDITORIALITÀ AMBIENTALE

**Numero modulo:** 14

**Autore del modulo:** EUROTraining - Christina Stamataki

### Descrizione del modulo:

Nel 2015, tutti gli Stati membri delle Nazioni Unite hanno adottato gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) come una raccolta di diciassette obiettivi globali di ampio respiro che definiscono e inquadrano le priorità globali per raggiungere uno sviluppo sostenibile ed equo per tutti entro il 2030. Uno degli obiettivi principali e uno dei suoi prerequisiti fondamentali è - Consumo e produzione responsabili - che è una priorità per ogni persona e organizzazione perché probabilmente collega la maggior parte degli SDG, sradicando la povertà e gestendo le risorse naturali per promuovere lo sviluppo economico e sociale. Per raggiungere uno sviluppo sostenibile globale, sono necessari cambiamenti fondamentali nel modo in cui le società creano e consumano. Pertanto, le aziende sono considerate uno dei fattori chiave che contribuiscono alle minacce ambientali.

Al giorno d'oggi, i ricercatori di vari campi (come l'etica, l'imprenditorialità, l'economia e gli studi ambientali) concordano sul fatto che le imprese svolgono un ruolo fondamentale nello sviluppo sostenibile. Di conseguenza, la questione di come l'imprenditorialità può aiutare a risolvere i problemi ambientali ha ricevuto più attenzione rispetto al semplice coinvolgimento della grande industria.

Questo modulo descriverà l'imprenditorialità ambientale, il suo ruolo importante nella nostra società e come può contribuire a plasmare un futuro migliore. Inoltre, descriverà le fasi di cui un'azienda ha bisogno per diventare green e le possibili difficoltà che possono insorgere.

### Obiettivi didattici:

- Introduzione all'imprenditorialità ambientale
- Il ruolo dell'imprenditorialità ambientale nella nostra società
- Comprendere il termine attraverso esempi
- La possibilità per le piccole e medie imprese di partecipare all'imprenditorialità verde.
- I problemi su cui dovrebbero concentrarsi e i passi che dovrebbero intraprendere
- Le fasi della trasformazione in green business e i vantaggi della trasformazione.

## UNITÀ 14.1: INTRODUZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ AMBIENTALE

### Contenuto:

14.1.1 Definizione dei termini

14.1.2 Lo statuto dell'imprenditorialità ambientale

154

»Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.«

### 14.1.3 Comprendere il termine attraverso esempi

---

#### 14.1.1 DEFINIZIONE DEI TERMINI

In generale, l'imprenditorialità è definita come il processo di ricerca, valutazione e sfruttamento di un'opportunità economica e la creazione di una nuova attività di valore per sfruttare tale opportunità. Comporta rischi ma anche potenziali benefici economici.

L'imprenditorialità ambientale è una forma di imprenditoria che si concentra sulla protezione dell'ambiente e della natura come fulcro della sua strategia. Può essere definito come il processo imprenditoriale applicato per creare imprese che risolvono problemi ambientali o operano in modo sostenibile. Il termine ha iniziato ad essere ampiamente utilizzato negli anni '90. Gli ecopreneurs sono "imprenditori i cui sforzi commerciali non sono guidati solo dal profitto ma anche dalla preoccupazione per l'ambiente". Le aziende verdi sanno che i sistemi di produzione e consumo esistenti sono uno spreco, quindi vogliono utilizzare in modo efficiente le risorse naturali riducendo la loro impronta ecologica. Il loro presupposto di base è che le risorse naturali e l'ambiente stesso non sono - non sono più considerati inesauribili. Poiché la riduzione delle risorse naturali implica necessariamente una diminuzione della crescita, qualunque sia l'attività economica dell'impresa verde mira non solo a salvaguardare l'ambiente ma anche a garantire la continuità ininterrotta della propria esistenza, di fatto, il proprio futuro commerciale. Costruiscono imprese eco-compatibili e quindi combinano l'orientamento al profitto con l'ambizione di creare un mondo degli affari più verde.

---

#### 14.1.2 LO STATUTO DELL'IMPRENDITORIALITÀ AMBIENTALE

Le imprese sono una fonte significativa di problemi ambientali e svolgono un ruolo chiave nell'affrontarli con successo. Nel processo di risoluzione del problema ecologico, è stato osservato il ruolo non solo delle grandi aziende ma anche degli imprenditori. Secondo la relazione annuale sulle PMI europee 2021/2022, le piccole-medie imprese hanno un ruolo fondamentale nella transizione verde nell'UE, considerando che le PMI rappresentano attualmente il 60% di tutte le emissioni di gas serra delle imprese. Un numero crescente di PMI sta iniziando il passaggio alla sostenibilità, investendo in processi di trasformazione e vedendo la sostenibilità come un'opportunità imprenditoriale.

Un numero considerevole di PMI ha già avviato il passaggio alla sostenibilità. Un numero crescente di PMI investe in tecnologie sostenibili e acquisisce le conoscenze e le competenze per rendere le proprie aziende più sostenibili e competitive. Più della metà di tutte le PMI ha già effettuato investimenti o prevede di effettuare investimenti per ridurre le emissioni e combattere gli effetti del cambiamento climatico. La maggior parte delle PMI pratica già l'efficienza delle risorse riducendo gli sprechi o risparmiando elettricità. Inoltre, la maggior parte delle PMI ha già effettuato investimenti o prevede di effettuare investimenti per combattere gli effetti del cambiamento climatico e ridurre le emissioni.

Inoltre, le PMI possono trarre vantaggio dalla "doppia transizione" del passaggio al verde e al digitale. Grazie alla digitalizzazione, le PMI potrebbero diventare più produttive e avere una minore influenza ambientale. Sebbene misurare il vantaggio ecologico complessivo della digitalizzazione sia ancora difficile, alcune soluzioni, come l'utilizzo di strumenti TIC per ridurre i viaggi, hanno un impatto

sostanzialmente positivo sulla transizione verso la sostenibilità. Sia gli attori pubblici che quelli privati dovrebbero offrire servizi di consulenza tecnica e piattaforme di conoscenza che aiutino le PMI a comprendere meglio le possibilità delle soluzioni digitali e come implementarle nella loro attività per realizzare appieno il potenziale delle soluzioni digitali per le PMI.

Le PMI hanno compiuto buoni progressi nella loro transizione verso la sostenibilità. Tuttavia, va notato che alcuni problemi, come le risorse limitate (finanziarie e umane), che operano in posizioni economiche o geografiche e mercati e ambienti politici incerti, pongono sfide alla loro transizione verso la sostenibilità.

---

### 14.1.3 COMPRENDERE IL TERMINE ATTRAVERSO ESEMPI

Per capire meglio quali tipi di imprese potrebbero essere prese in considerazione o convertite in green way, possiamo raggrupparle come segue:

**Cibo:** prodotti biologici e biologici, ristoranti biologici.

**Energia:** fotovoltaico, eolico, consulenza per il risparmio energetico, tecnologie pulite.

**Trasporti:** servizi di trasporto con veicoli ibridi.

**Beni di consumo:** abbigliamento, tessuti, materassi.

**Servizi:** pulizia biologica di auto e case, progettazione di tetti energetici.

#### Esempio di buona pratica:

- Il futuro della sostenibilità e dell'imprenditorialità | Bernard Ing | TEDxUKM  
<https://www.youtube.com/watch?v=YfZ2r3KQrEU>

#### Esercitazioni/Valutazione dell'Unità:

Trova esempi di imprese esistenti e descrivi in base alle loro caratteristiche se si tratta di imprese verdi o meno, fornendo una spiegazione adeguata. L'obiettivo principale è trovare tutti gli elementi che rendono questo business green, che sono obiettivi annuali misurabili, benefici, barriere e risultati.

#### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DELL'UNITÀ:

[1]: Stefan Gorgels e Maximilian Priem di DIW Econ e Tsvetelina Blagoeva, Agnès Martinelle e Giulio Milanesi di PwC, Relazione annuale sulle PMI europee 2021/22, documento di riferimento per le PMI e la sostenibilità ambientale, Commissione europea, aprile 2022.

[2]: Katarzyna Piwowar-Sulej, Małgorzata Krzywonos, Izabela Kwil, Environmental Entrepreneurship- Analisi bibliometrica e dei contenuti della letteratura in materia basata su H-Core, Journal of Cleaner Production, Volume 295, maggio 2021.

[3] M. Lenox, JG York, Environmental Entrepreneurship, Oxford manuale di affari e l'ambiente, Oxford University Press, 2011.

[https://www.academia.edu/1512815/Environmental\\_Entrepreneurship](https://www.academia.edu/1512815/Environmental_Entrepreneurship)

---

#### 14.2.1 LE FASI DELLA TRASFORMAZIONE IN GREEN BUSINESS E I VANTAGGI DELLA LORO TRASFORMAZIONE GREEN

Sebbene ogni azienda si impegni in attività verdi da diverse prospettive di business, attraversano tutte le stesse fasi di trasformazione in un'impresa verde. Come vedremo, gli incentivi in ogni fase sono diversi.

**A. La fase investigativa.** Nella prima fase, un'azienda sta formando la propria identità e l'ambito delle attività rivolte a una parte specifica del mercato. La sua strategia aziendale non è ancora nella sua forma definitiva; le attività verdi iniziali sono di natura esplorativa:

- a) Motivati dal controllo dei costi, si concentrano sul risparmio energetico e sui costi operativi attraverso semplici misure come il riciclaggio, l'uso di lampadine ecologiche, il miglioramento dell'isolamento e del sistema di riscaldamento,
- b) Con la motivazione principale nella fase di green business che è l'acquisizione di credibilità e commerciabilità, mirano a legittimare il business e sono guidati da valori ambientali. L'azienda è estroversa in quanto interessata alle reazioni degli stakeholder, ovvero l'immagine e l'impatto dell'azienda sul mercato e sui clienti
- c) Con una motivazione di base per sviluppare una visione significativa e integrale della strategia dell'azienda, le pratiche rispettose dell'ambiente dell'azienda riflettono le convinzioni etiche personali e le sensibilità della leadership, il proprietario-manager. Va da sé che i profitti aziendali non sono esclusi da queste azioni, semplicemente coesistono e sono considerati ugualmente importanti. Inoltre, le attività green dell'impresa evidenziano il fatto che per essere competitiva l'impresa deve comportarsi in un certo modo,
- d) Con la sostenibilità come motivo chiave, l'attività principale che deriva direttamente dall'etica personale del proprietario-gestore è l'utilizzo di materiali sostenibili (ad esempio, materiali non inquinanti di provenienza locale o etica) che ridurranno l'impatto ambientale dell'azienda, come l'utilizzo di materie prime locali materiali.
- e) Con il riconoscimento come motivo chiave, l'azione risultante dalla legittimazione dell'azienda è l'istituzione di una politica ambientale formale, che di solito pubblica sul suo sito web.
- f) Con la gestione della conoscenza e della burocrazia come motivi chiave, l'attività che risulta dall'istituzione e dalla pubblicazione di politiche ambientali formali consiste nel cercare assistenza esterna da produttori di prodotti, settori commerciali pubblici e privati, reti di pari, ecc.
- g) Infine, motivata dall'impatto ambientale dei prodotti e servizi offerti dall'azienda, l'attività relativa al supporto di enti esterni all'azienda, che è in parte evoluzione di precedenti e più semplici attività di interventi di riduzione energetica e utilizzo di materiali sostenibili , è l'attenzione all'uso dell'energia.

**B. La fase di attestazione.** Un'azienda è ammessa alla seconda fase se ha stabilito pratiche ambientali che incidono sul suo sviluppo strategico. La tipologia di questa fase dipende dal modo e dalla tipologia

dei clienti e fornitori con cui si tratta. Lo sviluppo del capitale sociale di un'impresa guida l'impresa nella seconda fase. Le attività principali sono il networking, la pubblicità e lo sviluppo del marchio.

Il networking può essere formale o informale. La prima prevede la condivisione di idee, sviluppi (ad esempio nuove strutture), conoscenze ed esperienze con altre realtà del territorio attraverso seminari e giornate di conoscenza. Questa rete raggiunge non solo lo sviluppo delle proprie pratiche verdi, ma crea anche canali di marketing per il business. La pubblicità a livello locale o nazionale proviene dalla rete di cui sopra. In particolare, questa pubblicità che non si può comprare proviene, ad esempio, dalla partecipazione diretta a una rete ufficiale. Lo sviluppo di un marchio distintivo differenzia un'azienda verde dai suoi concorrenti. Lo aiuta ad entrare in nuovi mercati o ad attrarre nuovi clienti.

**C. La fase di integrazione.** Inevitabilmente, un'azienda entra nella Terza Fase quando riconosce l'importanza strategica di un marchio verde per la crescita del business. Con l'azione strategica come motivatore chiave, l'attività principale è l'integrazione di queste pratiche nella strategia aziendale complessiva. Le caratteristiche principali sono le seguenti:

- a) L'azienda utilizza le sue pratiche ecologiche e il capitale sociale in modo consapevole e strategico per aumentare il vantaggio competitivo. Ad esempio, cerca di convincere i clienti che accettare i suoi prodotti migliorerà le loro credenziali ecologiche. In altre parole, si pubblicizzano per aiutare i clienti a diventare più rispettosi dell'ambiente.
- b) Maggiori investimenti, in quanto pratiche green, hanno acquisito maggiore importanza strategica per l'impresa, il titolare-gestore è più disposto ad intraprendere investimenti finanziari più complessi e onerosi. Questi includono investimenti nella ricerca e nell'utilizzo di materie prime non nocive, imballaggi di prodotti riciclabili, produzione di energia, ecc.
- c) Infine, è necessaria l'assistenza di esperti esterni o il supporto finanziario per sviluppare le pratiche ecologiche dell'azienda, poiché la complessità e il costo dei piani aziendali aumentano in questa fase. L'imprenditore chiede consulenza sulle opzioni finanziarie a sua disposizione e ulteriore supporto tecnico da parte dei produttori sulla sostenibilità degli impianti e sull'impatto delle diverse tecnologie che è chiamato ad adottare e implementare nel processo produttivo.

La conclusione da quanto sopra è che gli incentivi per l'imprenditorialità verde nelle piccole imprese sono dinamici. L'imprenditore sottolinea il potenziale economico individuale di questo sforzo e i più ampi guadagni ambientali e sociali che crea. Le idee imprenditoriali innovative hanno il potere di generare profitto e creare aspettative redditizie, risolvere problemi ambientali critici e trasformare comunità degradate.

---

#### 14.2.2 I PROBLEMI SU CUI DOVREBBERO CONCENTRARSI E I PASSAGGI CHE DOVREBBERO FARE

Per trasformare efficacemente un'azienda in un'azienda green, l'imprenditore deve concentrarsi su quanto segue:

- a) la selezione del personale adeguato. Anche se un'azienda attrae risorse umane qualificate, deve adottare misure specifiche per trattenerle (come l'apprendimento permanente per tutti i dipendenti, in particolare per quelli con meno istruzione, meno competenze e dipendenti

più anziani), dando ai dipendenti responsabilità e iniziativa, una maggiore diversità della forza lavoro, schemi di azionariato, ecc.

- b) la salubrità e la sicurezza delle condizioni di lavoro. La salute e la sicurezza devono essere garantite quando si forniscono prodotti e servizi da altre imprese e devono essere considerate come un elemento della promozione dei prodotti o servizi dell'impresa. In questo caso, l'impresa agisce in modo complementare alla legislazione e al controllo esercitato dalle autorità pubbliche di vigilanza,
- c) la capacità dell'impresa di adattarsi durante qualsiasi ristrutturazione del progetto; l'adattamento è garantito se la ristrutturazione viene effettuata in modo socialmente responsabile, tenendo conto delle preoccupazioni dei dipendenti direttamente interessati dai cambiamenti. Se l'obiettivo di un'azienda è, ad esempio, ridurre i costi operativi o aumentare la produttività, questi cambiamenti devono essere effettuati senza intoppi, tenendo conto degli incentivi dei dipendenti per non minare la loro fedeltà all'azienda, la loro creatività e, di conseguenza, la loro produttività,
- d) l'ambiente con particolare attenzione allo sviluppo sostenibile, che include azioni verdi, prevenzione dell'inquinamento e gestione dei rifiuti. Lo sviluppo sostenibile, ovvero lo sviluppo di un'impresa insieme alla conservazione delle risorse naturali, fa parte della politica e della pianificazione aziendale di un'azienda. Azioni green come la riduzione del consumo di risorse naturali o delle emissioni inquinanti riducono di conseguenza l'impatto ambientale dell'azienda, con un potenziale impatto economico in termini di riduzione delle bollette dei consumi energetici, dei costi delle materie prime e dello smaltimento dei rifiuti,
- e) infine, alle comunità locali fornendo posti di lavoro, prestazioni sociali e tasse. Tuttavia, affinché un'azienda possa contribuire in questi modi, devono essere assicurati alcuni beni sociali fondamentali, come la salute, la stabilità e il benessere della comunità locale. In effetti, c'è una forte interazione tra le imprese e il loro ambiente fisico locale in particolare; le imprese hanno bisogno di un ambiente pulito per la loro produzione o la fornitura dei loro servizi e per attrarre dipendenti. Ciò significa che le imprese stesse devono prestare attenzione a qualsiasi attività inquinante e dannosa per l'ambiente, come l'inquinamento dell'acqua o del suolo, e devono essere sufficientemente consapevoli delle questioni relative alla protezione del proprio ambiente naturale (e sociale).

#### Esempio di buona pratica:

- Come essere un imprenditore sostenibile Parte 1:  
<https://www.youtube.com/watch?v=iBCxg-MeLI0>
- Come essere un imprenditore sostenibile Parte 2:  
<https://www.youtube.com/watch?v=wdWbpNRVefI>
- Come essere un imprenditore sostenibile Parte 3:  
[https://www.youtube.com/watch?v=iLp3\\_nQLT6A](https://www.youtube.com/watch?v=iLp3_nQLT6A)
- Come essere un imprenditore sostenibile Parte 1:  
<https://www.youtube.com/watch?v=95ZC0GCZKvw>

### Esercizi/Valutazione dell'Unità:

Come continuazione dell'esercizio precedente, con in mente un'azienda specifica, l'obiettivo è descrivere tutte le fasi che devono aver luogo in questa azienda affinché possa essere considerata verde. Lo scopo di questo esercizio è familiarizzare con la transizione dell'attività e gli ostacoli che potrebbe incontrare.

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA:

[1] IA Bogoslov, AE Lungu, EA Stoica e MR Georgescu, L'impatto del Green Deal europeo sull'imprenditorialità e la concorrenza: un approccio al libero mercato, MDPI, Sustainability 2022. <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/19/12335>.

[2] EUSPSA, *EU Space for Green Transformation*, Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, Lussemburgo 2023. [https://www.euspa.europa.eu/sites/default/files/eu\\_space\\_for\\_green\\_transformation\\_a\\_new\\_tool\\_for\\_companies\\_to\\_monitor\\_their\\_sustainability\\_targets\\_2023\\_issue\\_1.pdf](https://www.euspa.europa.eu/sites/default/files/eu_space_for_green_transformation_a_new_tool_for_companies_to_monitor_their_sustainability_targets_2023_issue_1.pdf).

[3] Confederazione nazionale del commercio, dell'ambiente e dell'imprenditoria greca, NCGR, Atene, 2014. [http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/1668/3/1668\\_2\\_%ce%95%ce%9d%ce%9f%ce%a4%ce%97%ce%a4%ce%91%2012\\_COVER.pdf](http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/1668/3/1668_2_%ce%95%ce%9d%ce%9f%ce%a4%ce%97%ce%a4%ce%91%2012_COVER.pdf).



## TITOLO DEL MODULO: DIGITALIZZAZIONE DEL BUSINESS

**Numero di modulo: 15**

**Autore del modulo:** Università di Maribor

### **Descrizione del modulo:**

Negli ultimi decenni, la velocità del progresso tecnologico è notevolmente aumentata, con impatti diretti su tutte le parti della vita quotidiana. L'Information Technology (IT) non è più semplicemente uno strumento di supporto allo svolgimento delle attività aziendali; invece, è un'operazione commerciale centrale delle piccole e medie imprese (PMI) da cui vengono svolte tutte le funzioni e la realizzazione della strategia aziendale dell'azienda. La caratteristica della digitalizzazione che si verifica all'interno delle operazioni delle PMI è l'uso funzionale di Internet e delle soluzioni digitali nei settori della produzione, del marketing, della promozione, delle vendite e del design. L'approccio personalizzato lungo tutta la catena del valore consente alle aziende di adattarsi prontamente alle esigenze dei clienti, con le fasi tra la pianificazione del prodotto e la consegna del prodotto più brevi, più tecnologicamente avanzate e più convenienti.

### **Obiettivi didattici:**

- Cos'è la digitalizzazione?
- Vantaggi della digitalizzazione
- Quali sono gli strumenti digitali chiave?
- Come approcciarsi per progettare una strategia digitale

## UNITÀ 15.1: DIGITALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

### **Contenuto:**

15.1.1 Cos'è la digitalizzazione?

15.1.2 Vantaggi delle digitalizzazioni aziendali

### 15.1.1 COS'È LA DIGITALIZZAZIONE?

Innanzitutto, iniziamo chiarendo la differenza tra digitalizzare e digitalizzazione per chi non è sicuro (Juliana Marulanda, 2021).

Digitalizzare è l'atto di convertire documenti fisici o documenti cartacei in documenti digitali. Scansionare una fattura cartacea e caricarla come PDF è un esempio di digitalizzazione.

La digitalizzazione è una trasformazione più profonda di un modello di business verso l'utilizzo di processi digitali piuttosto che analogici. Ad esempio, un'azienda che decide di trasformare in digitale la gestione e l'elaborazione di tutti i documenti finanziari sarebbe considerata digitalizzazione.

La digitalizzazione aziendale è l'integrazione della tecnologia che trasforma il modo in cui le organizzazioni operano nelle loro diverse aree, servizi e canali, con i clienti e altre parti interessate. Un vero processo di trasformazione digitale va oltre l'acquisto e l'utilizzo di un nuovo strumento o software; richiede un onesto impegno da parte dell'intera organizzazione per valutare, sfidare e riconfigurare i processi aziendali in un modo e un ritmo che funzioni per quell'azienda, i suoi clienti e i suoi fornitori.

---

### 15.1.2 VANTAGGI DELLA DIGITALIZZAZIONE AZIENDALE

Sebbene la digitalizzazione dei processi aziendali offra una miriade di vantaggi, essi variano a seconda degli obiettivi della tua azienda. Ma sia che tu stia passando dal cartaceo alle fatture elettroniche, dall'approvvigionamento di beni tradizionali all'e-procurement, o digitalizzando la tua gestione end-to-end della supply chain, ci sono alcuni vantaggi che la digitalizzazione porta sempre se fatta bene (Juliana Marulanda, 2021).

#### 10 principali vantaggi della digitalizzazione (Haissam Abdul Malak, 2022)

1. **Semplifica i processi:** Ogni azienda è alla continua ricerca di metodi innovativi per migliorare l'efficienza. Se vuoi diventare più efficiente negli affari, dovrai intraprendere il viaggio della digitalizzazione. L'efficienza è definita come il tempo, lo sforzo e il denaro utilizzati per completare un'attività o raggiungere un obiettivo. Uno dei vantaggi più significativi della digitalizzazione è che riduce il tempo necessario per completare un'attività, lo sforzo necessario per completarla e il costo per eseguirla correttamente.
2. **Maggiore produttività:** Quando automatizzi i processi manuali ripetitivi, liberi i tuoi dipendenti da attività lavorative monotone e consenti loro di concentrarsi su iniziative più difficili e innovative che aiutano la tua azienda a funzionare in modo più efficiente. Con i sistemi di automazione dei processi aziendali, le attività possono essere eseguite più rapidamente e con meno errori. Infine, l'automazione dei processi consente ai dipendenti di utilizzare meglio il proprio tempo al lavoro.
3. **Ridurre i costi operativi:** L'obiettivo di ogni imprenditore è risparmiare tempo e, soprattutto, denaro. Le attività e i processi manuali sono intrinsecamente più lenti delle attività e dei processi automatizzati poiché vengono eseguiti uno alla volta. I processi inefficienti costano alle organizzazioni fino al 30% del loro fatturato annuo. Quando le procedure aziendali vengono eseguite manualmente, è molto più probabile che le risorse vengano sprecate. La digitalizzazione consente l'uso più efficiente ed economico delle risorse principali.
4. **Aumenta la trasparenza:** A seconda del processo che hai deciso di automatizzare (finanziario, fatturazione, riscossioni, vendite e/o supporto), è possibile raccogliere e segnalare metriche critiche per fornirti le informazioni cruciali che desideri.
5. **Qualità e coerenza:** Uno dei vantaggi più importanti della digitalizzazione è che garantisce che ogni operazione venga eseguita in modo coerente, con risultati affidabili e di alta qualità. Se automatizzi il processo di follow-up del servizio clienti, ad esempio, i tuoi consumatori riceveranno ogni volta la stessa qualità di supporto dalla tua azienda.
6. **Meno errore umano:** Quando le operazioni sono automatizzate, la probabilità di errore umano è notevolmente ridotta. Quando si tratta di svolgere compiti, gli esseri umani sono più inclini a commettere errori rispetto alle macchine. Le macchine non sono mai stanche e possono funzionare costantemente 24 ore al giorno. Quindi assegniamo i compiti che non vogliamo fare ai computer e concentriamoci sui compiti più impegnativi.
7. **Governance e affidabilità:** Poiché i processi automatizzati sono coerenti, puoi fare affidamento su di essi per gestire la tua attività e fornire procedure affidabili ai tuoi clienti, offrendoti un vantaggio competitivo. L'affidabilità dell'automazione del flusso di lavoro garantisce che le operazioni critiche di corporate governance vengano eseguite il 100% delle volte e in conformità con la legge.

8. **Agilità migliorata:** Le organizzazioni dovrebbero essere abbastanza agili da cambiare direzione rapidamente. Per questo le tecniche agili dovrebbero essere adottate in tutti i reparti e, quando i processi aziendali sono automatizzati, consente la modifica e l'adattamento ai cambiamenti a un ritmo relativamente rapido.
9. **Miglioramento del morale dei dipendenti:** Quando ai dipendenti viene richiesto di concentrarsi su attività manuali ripetitive, si riduce la loro capacità di apprendere, svilupparsi e avanzare professionalmente. I dipendenti traggono vantaggio dalla digitalizzazione poiché automatizza queste attività ripetitive, consentendo loro di impegnarsi in iniziative più significative e migliorando così il loro morale.
10. **Migliore processo decisionale:** La digitalizzazione e la gestione delle informazioni lavorano di pari passo; man mano che le informazioni vengono analizzate, si trasformano in conoscenza e la conoscenza porta a decisioni migliori.

#### Esempio di buona pratica:

- Video

#### Esercizio/Valutazione dell'Unità:

- Quiz sulla conoscenza delle caratteristiche della digitalizzazione, dei vantaggi, delle fasi di implementazione. Se vengono raccolti il 70% o più punti, l'attività è completata.

## UNITÀ 15.2: STRUMENTI DI DIGITALIZZAZIONE

### Contenuto:

#### 15.2.1 Strumenti di digitalizzazione

---

##### 15.2.1 STRUMENTI DI DIGITALIZZAZIONE

La trasformazione digitale in generale significa integrare la tecnologia intelligente in ogni aspetto della tua azienda per migliorare i processi, le operazioni e l'esperienza del cliente.

Per raggiungere questo obiettivo, è necessario un mezzo per facilitare la trasformazione. Questo mezzo è uno strumento di digitalizzazione o un software di trasformazione digitale.

Abbiamo suddiviso ogni strumento in sei categorie importanti per ogni azienda (Aanchal Parmar, 2022):

1. **Strumenti di comunicazione** – App di messaggistica che consentono la comunicazione e la collaborazione aziendale per team di tutte le dimensioni tramite un'unica piattaforma.
2. **Strumenti di gestione di progetti** – Software che aiuta i team a creare, gestire e tenere traccia dei progetti in tandem con le parti interessate interne ed esterne, pur avendo una visione chiara dei processi.
3. **Strumenti di documentazione del processo** – Software di digitalizzazione che automatizza la documentazione dei processi e semplifica l'archiviazione, la gestione e la condivisione delle informazioni con dipendenti e clienti.

4. **Strumenti per l'esperienza del cliente** – Software per il servizio clienti che raccoglie e analizza il feedback dei clienti per aiutare a comprendere le aspettative dei consumatori e fornire loro un valore aggiunto.
5. **Strumenti di gestione della conoscenza** – Organizzatori di informazioni che aiutano le aziende a organizzare e condividere le risorse all'interno dell'organizzazione.
6. **Strumenti CRM** – Software di gestione delle relazioni clienti che aiuta le organizzazioni a monitorare e analizzare le interazioni con i clienti per comprendere meglio le esigenze e migliorare le offerte.

#### I migliori strumenti di digitalizzazione del 2022 (Aanchal Parmar, 2022):

- Slack
- Microsoft teams
- Zoom
- Flock
- Asana
- Hive
- Trello
- Wrike
- Scribe
- Lucidchart
- Whatfix
- Nuclino
- Zendesk
- AskNicely
- HubSpot Service Hub
- Gladly
- Guru
- Document360
- Bloomfire
- Happeo
- Scoro
- Pipedrive
- Keap
- Freshdesk

<https://scribehow.com/library/digitalization-tools>

#### Esempio di buona pratica:

- Video

## Esercizio/Valutazione dell'Unità:

Questionario: quanti degli strumenti elencati (27) sono utilizzati o almeno noti, nel caso del 70% o più, l'attività è stata completata con successo.

## UNITÀ 15.3: STRATEGIA DI DIGITALIZZAZIONE

### Contenuto:

15.3.1 Qual è la strategia di digitalizzazione?

15.3.2 Come approcciarsi per progettare una strategia digitale?

### 15.3.1 QUAL È LA STRATEGIA DI DIGITALIZZAZIONE?

Una strategia digitale, a volte chiamata strategia dei media digitali, è un piano per massimizzare i vantaggi aziendali delle risorse di dati e delle iniziative incentrate sulla tecnologia. Una strategia digitale di successo richiede un team interfunzionale con membri della leadership esecutiva, del marketing e della tecnologia dell'informazione (IT). Si tratta di abbattere il silo tra i leader della tecnologia dell'informazione e quelli di altri dipartimenti a contatto con i clienti per offrire un'esperienza cliente digitale coerente.

#### Vantaggi della creazione di una strategia digitale:

- Raccolta dati potenziata
- Migliore gestione delle risorse
- Uso più efficace delle risorse
- Maggiore riconoscimento del marchio

### 15.3.2 COME APPROCCIARSI PER PROGETTARE UNA STRATEGIA DIGITALE?

Fonte: come creare una strategia digitale in 6 passaggi (Indeed Editorial Team, 2022)

Se sei un impiegato di marketing o un membro del gruppo dirigente di un'azienda, potresti contribuire a creare una strategia digitale che unisca la tecnologia tra i dipartimenti. Ecco 6 passaggi che puoi seguire per raggiungere questo obiettivo:

#### 1. Determinare gli scopi della strategia

Una strategia digitale può raggiungere una varietà di obiettivi, tra cui una maggiore consapevolezza del marchio e un uso più efficiente delle risorse. Il gruppo dirigente dell'azienda potrebbe stabilire alcuni obiettivi chiave su cui concentrarsi nella prima fase della strategia. In questo modo, possono misurare l'efficacia della strategia nel raggiungere questi obiettivi.

#### 2. Definisci il tuo marchio

Il marchio digitale può rendere un marchio coerente su tutte le piattaforme e i canali in modo che i clienti possano identificare facilmente l'azienda e i dipendenti comprendano i valori dell'azienda. La

maggior parte delle strategie digitali include risorse che definiscono gli elementi chiave del marchio digitale dell'azienda. Definisci i motivi per cui i clienti potrebbero scegliere questo marchio rispetto ai concorrenti. Quindi, crea una guida di stile che includa i colori, le frasi e il tono che i contenuti interni ed esterni possono condividere.

### **3. Identificare i canali dei clienti**

Poiché i contenuti digitali hanno molti canali possibili, può essere utile identificare il pubblico chiave dell'azienda e determinare quali canali potrebbero attrarli. La componente di marketing di una strategia digitale spesso contiene piani per attrarre i consumatori attraverso diversi canali chiave. Ad esempio, gli esperti di marketing di un'azienda che produce e vende prodotti per l'infanzia potrebbero monitorare l'età media degli utenti su varie piattaforme di social media. Quindi, possono commercializzare più pesantemente sulle piattaforme con un'elevata popolazione di genitori di determinate età.

### **4. Creare processi adattabili**

Prendi in considerazione la creazione di processi in cui i manager possano rivedere frequentemente i dati, aggiornare i contenuti e adattarsi alle nuove tecnologie. Se la strategia digitale include più dipartimenti, potresti chiedere ai singoli capi dipartimento di creare criteri per misurare l'efficacia degli strumenti digitali. Il team di strategia digitale potrebbe anche incontrarsi frequentemente per identificare nuovi strumenti tecnologici e canali digitali. Ad esempio, se una nuova piattaforma di social media diventa popolare tra i consumatori target per i prodotti di un'azienda, i marketer dell'azienda potrebbero modificare la strategia dei social media per concentrarsi sulla nuova piattaforma.

### **5. Crea una strategia di contenuto**

Una delle parti più importanti di molte strategie digitali riguarda la pubblicazione di contenuti digitali per i consumatori. Costruire una strategia di contenuto per indirizzare il pubblico chiave può aiutare i professionisti del marketing a creare e pubblicare contenuti più rapidamente. Ad esempio, potresti decidere di pubblicare infografiche quando pubblichi post sul blog e scegliere la frequenza con cui pubblicare sui social media.

### **6. Scegli quali strumenti utilizzare**

Una volta che il team ha stabilito gli obiettivi della strategia e creato processi chiave per misurare l'efficacia delle campagne digitali, può scegliere gli strumenti che intende utilizzare per attuare la strategia. Alcune aziende potrebbero utilizzare piattaforme digitali complete che consentono loro di automatizzare le attività tra i team operativi, di vendita e di marketing, mentre altre potrebbero utilizzare programmi diversi per ciascuna parte della strategia. Prendi in considerazione la possibilità di chiedere ai manager di ciascun team che prende parte alla strategia di suggerire strumenti che potrebbero aiutare il loro team ad avere successo.

#### **Esempio di buona pratica:**

- Link ad esempi di trasformazioni digitali e strategie digitali

### Esercizio/Valutazione dell'Unità:

- Quiz sul tema dell'utilizzo degli strumenti digitali nella vita di tutti i giorni (banche online, ordini online), se si ottiene almeno il 70% il quiz è superato.

### BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA DEL MODULO:

[1] Giuliana Marulanda, 2021; "Cos'è la digitalizzazione aziendale? 3 consigli per iniziare la tua trasformazione digitale". <https://www.pagero.com/blog/what-is-business-digitalization/>.

[2] [1] Bharadwaj, A., Sawy, OA, Pavlou, PA e Venkatraman, N. (2013): "Digital Business Strategy: Toward A Next Generation of Insights"; MIS trimestrale, 471-482.

[3] Haissam Abdul Malak, (2022); "10 vantaggi indicibili della digitalizzazione che dovresti conoscere!". <https://theecmconsultant.com/advantages-of-digitalization/>.

[4] Aanchal Parmar (2022), "I 24 principali strumenti di digitalizzazione per alimentare la tua strategia di trasformazione digitale". <https://scribehov.com/library/digitalization-tools>.

[5] Gruppo editoriale di Indeed (2021, 2022); "Cos'è una strategia digitale? Definizione, vantaggi e consigli". <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/strategia-digitale>.