

Pianificare una nuova attività: il business plan

Chi vuole avviare una nuova attività o aprire una nuova impresa dovrà cominciare a stilare un business plan, ovvero un piano d'impresa. Ma cos'è esattamente e come funziona?

Avere "una buona idea" è cosa ben diversa dall'avere un "progetto economicamente solido", o meglio dall'avere un progetto che si può tradurre in un business capace di reggere un'impresa. L'equilibrio del progetto sia in termini economici (ricavi superiori ai costi, almeno dopo il periodo di "ammortamento") sia in termini finanziari (disponibilità finanziarie sufficienti a coprire le uscite). È necessario, quindi, sviluppare lungo un certo orizzonte temporale (dai tre ai cinque anni) la dinamica di vita dell'impresa, elaborando un piano preciso e affidabile dell'iniziativa (quello che viene chiamato un business plan), che delinea i principali aspetti della vita aziendale, la compagine dei soci, le fonti di finanziamento, i canali di distribuzione, i prodotti, i fornitori, la clientela potenziale.

Il business plan è il documento con il quale un'impresa analizza le proprie strategie e le proprie esigenze finanziarie. È un progetto dettagliato, che prende in esame tutte le aree di attività di un'impresa. È una sorta di carta d'identità dell'azienda, attraverso la quale si mettono per iscritto tutte le componenti di un piano imprenditoriale: dall'analisi di mercato al progetto finanziario, dal marketing alla gestione delle risorse umane. Il business plan non è una semplice descrizione dell'attività: un business plan ben fatto serve per capire i problemi che si dovranno affrontare e gli strumenti a disposizione per farlo, per gettare le fondamenta della nuova impresa e per garantirle maggiori probabilità di sopravvivenza.

L'iniziativa "Criteri generali di valutazione del credito" mette a disposizione dei clienti delle banche che aderiscono, un modello di business plan molto semplificato che permette ai clienti e alle banche di dialogare utilizzando uno strumento immediato che, semplificando la comunicazione tra cliente e banche, riesce a ottimizzare il lavoro di entrambe.

