



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

Liaison Office d'Ateneo

DESCRIZIONE SINTETICA DELL'IDEA IMPRENDITORIALE

Nome dell'impresa

Settore

Proponenti

Elencare i nominativi e le cariche dei soggetti proponenti il progetto imprenditoriale

Prodotti/servizi che si intendono fornire

Elencare i prodotti e servizi che si intendono fornire

Localizzazione

Indicare (brevemente) dove si intende localizzare l'attività di impresa

Tempo di avvio del progetto

Effettuare una stima indicativa dei tempi necessari per l'avvio del progetto imprenditoriale



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

PROGETTO DI IMPRESA

Origine e motivazioni strategiche del progetto di impresa

Indicare la struttura di origine del progetto di impresa, ossia l'unità organizzativa dell'Ateneo da cui si è originata l'idea imprenditoriale, e le motivazioni strategiche che spingono a ritenere profittevole dar vita a tale progetto

Collegamento con le attività istituzionali dell'Università di Siena

Indicare l'attività o prodotto (tesi, paper, ...) che ha dato spunto al progetto

Finanziamenti della ricerca precedente alla proposta di costituzione dell'ASO, durata della stessa e risultati grezzi ottenuti

Segnalare, oltre ai soggetti finanziatori, l'importo e la durata dei finanziamenti ottenuti per la ricerca precedente alla proposta di costituzione dell'ASO, la durata di tale ricerca ed i risultati grezzi ottenuti, incluso l'ottenimento di eventuali brevetti

Fattori potenziali di successo e grado di innovatività

Descrivere i fattori che potenzialmente possono condurre al successo il progetto (ad esempio fattori legati al processo produttivo, all'offerta di un prodotto non coperto da competitor, a particolari competenze disponibili internamente all'ASO, ...) ed il grado di innovazione apportato dal progetto in questione nel campo di riferimento



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

STRUTTURA DELLA COMPAGINE SOCIETARIA

Oggetto sociale e forma giuridica della società

Sede legale ed operativa

Indicare tutte le sedi in cui si prevede avrà luogo l'attività imprenditoriale

Ammontare del capitale sociale e ripartizione fra i soci

Indicare l'ammontare inizialmente previsto del capitale sociale, e la ripartizione in quote; per ciascun socio deve essere anche indicata la personalità (giuridica o fisica) e la qualificazione come socio proponente o socio partecipante.

(Eventuale) Previsione e modalità di ingresso di ulteriori soggetti (enti finanziatori, imprese, ...)

Nel caso in cui si preveda l'ingresso di ulteriori soggetti nella compagine sociale in un periodo successivo, si descrivano le modalità con cui tale ingresso avrà luogo.



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

L'ORGANIZZAZIONE E LE RISORSE UMANE

Breve descrizione dell'organigramma aziendale, delle funzioni manageriali previste e da chi sono occupate tali cariche

Rappresentazione dell'organigramma aziendale nella maniera più completa possibile, vale a dire indicando tutte le funzioni manageriali previste e opportune per un corretto svolgimento dell'attività d'impresa ed i soggetti incaricati di ricoprire tale posizione (se possibile indicare anche la fonte – ad esempio i soci o gli enti finanziatori - della nomina di ciascun soggetto)

Descrizione dei soggetti con funzioni manageriali

Approfondire alcune informazioni, in genere difficilmente reperibili in un curriculum vitae, riguardanti i soggetti con funzioni manageriali; (focalizzarsi su competenze attinenti lo sviluppo della business idea, l'esperienza operativa e manageriale, le precedenti collaborazioni tra questi soggetti, i rispettivi network di relazioni attivi – come e quanti soggetti esterni sono conosciuti dai membri – e passivi – come e quanto i membri sono conosciuti da soggetti esterni -, ...)

Modalità di reperimento delle competenze

Indicare quali competenze risultano o si prospettano mancanti nell'attuale compagine manageriale e le modalità attraverso le quali si prevede di reperire tali competenze, sia per ciò che riguarda assunzioni interne che consulenze esterne.



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

PRODOTTI E/O SERVIZI

Descrizione dettagliata dei prodotti/servizi e loro caratteristiche distintive

Considerando l'elenco dei prodotti/servizi che si intende fornire indicato nella descrizione dell'idea imprenditoriale, spiegare quali sono le caratteristiche di ogni singolo prodotto/servizio, fornendo una quantità sufficiente di informazioni al fine di una adeguata comprensione

Bisogni da soddisfare e target di riferimento

Illustrare quali sono i bisogni che si intende soddisfare con i prodotti/servizi ideati ed in base a tali bisogni definire con una certa approssimazione il target di clienti a cui si è intenzionati a rivolgersi, e le caratteristiche di tali soggetti. Se tale target è coperto anche da altri prodotti/servizi con cui entrare in competizione, indicare la diffusione di quest'ultimi

Collocazione geografica

Indicare se si vuole effettuare il lancio e la commercializzazione del prodotto su base nazionale o internazionale, specificando successivamente l'elenco dei paesi.

Tecnologie innovative per la produzione dei prodotti/servizi

Specificare e descrivere le tecnologie innovative create e/o possedute che saranno necessarie durante lo svolgimento del processo produttivo per la creazione dei prodotti/servizi



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

Disponibilità di brevetti e/o licenze

Elencare i brevetti che sono stati registrati riguardanti i prodotti/servizi che si intende offrire o il processo produttivo necessario per la loro fabbricazione, indicando lo stato di tale brevetto e le nazioni o zone coperte dallo stesso; se possibile indicare anche il valore dei brevetti esistenti. Per ciò che riguarda le licenze, indicare il soggetto che le ha concesse, la durata ed il corrispettivo economico dovuto

Grado di imitabilità e sovrapposizione ai prodotti dei concorrenti

Esprimere valutazioni delle reali possibilità per altri soggetti di attuare lo stesso processo produttivo o di ottenere gli stessi prodotti/servizi, indicando le eventuali differenze conseguibili e i tempi in cui tale imitazione potrebbe essere raggiunta; inoltre specificare in quali aspetti i prodotti/servizi si assimilano a quelli dei concorrenti. Infine, sottolineare adeguatamente il grado di facilità/difficoltà di imitazione da parte dei competitor del nostro prodotto/servizio.

Eventuali barriere (all'entrata, alla produzione e/o al commercio)

Segnalare la presenza di barriere all'entrata in questo mercato, o segmento di mercato, che possano ostacolare il progetto di impresa, consistenti in divieti, minacce, o ostacoli per l'entrata, la produzione e/o il commercio dei prodotti/servizi



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

PROCESSO PRODUTTIVO

Caratteristiche del processo produttivo utilizzato

Descrivere in maniera sufficientemente comprensibile e completa il processo produttivo che deve essere attuato, la sua durata, le tecnologie e gli input utilizzati, e le difficoltà e gli eventuali problemi (di natura tecnica e non) riscontrabili durante lo stesso

Know-how interno e grado di dipendenza dal know-how esterno

Indicare, riferendosi alle capacità necessarie nel corso del processo produttivo, la competenza detenuta dai soggetti proponenti e partecipanti al progetto, e le eventuali carenze che devono essere sopperite rivolgendosi esternamente, oltre alle modalità per l'ottenimento di queste

Tecnologie di produzione, impianti, macchinari e fonti di approvvigionamento

Specificare le tecnologie, gli impianti e i macchinari che verranno utilizzati nel processo, il loro prevedibile utilizzo, la loro durata economico-temporale, e le fonti dalle quali ottenere tali mezzi, evidenziando in maniera particolare se e come si richiede l'assistenza dell'Università di Siena

Materie prime e fonti di approvvigionamento

Specificare le materie prime che verranno utilizzate nel processo, l'ammontare che si prevede di utilizzare nel corso dell'esercizio, e le fonti dalle quali ottenere tali mezzi, evidenziando in maniera particolare se e come si richiede l'assistenza dell'Università di Siena



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

RICERCA E SVILUPPO

N° e caratteristiche degli addetti alla ricerca e sviluppo

Indicare il numero di addetti (e la % sul totale delle risorse umane) dediti alla ricerca e sviluppo, la loro qualifica e posizione all'interno della società (dottorandi, stagisti, consulenti esterni, ...), se svolgono anche altre funzioni (e come è ripartito il tempo tra le varie funzioni), i loro compiti specifici rispetto a tali funzioni e la loro esperienza

Modalità, ambiti e obiettivi della ricerca e sviluppo

Descrivere in quale ambito si procede alla ricerca e sviluppo (se in ambito di ricerca universitaria oppure nello svolgimento dell'attività di impresa), quali sono gli strumenti utilizzati (specificare quali di questi appartenenti all'Università), come si intende organizzare lo svolgimento di tale attività e quali sono le aree che si intende affrontare e gli obiettivi che si spera di raggiungere (in aggiunta indicare se si ritiene possibile il futuro ottenimento di un brevetto da tali risultati)

SCENARIO MACROECONOMICO

Breve descrizione dello scenario di riferimento

Opportunità dall'ambiente esterno



UNIVERSITÀ
DI SIENA

1240

Rischi dall'ambiente esterno

MERCATO

Dimensione e dinamica della domanda

Mostrare (aiutandosi con dati numerici, tabelle e grafici) la dimensione e la dinamica della domanda, come quantità vendute e volume d'affari, preferibilmente specificando separatamente i dati riguardanti le aree territoriali ed i segmenti di clientela che si intende servire

Struttura della domanda (frequenza di acquisto, dimensione degli acquisti unitari, stagionalità degli acquisti, ecc.)

Caratteristiche dei consumatori ed eventuale segmentazione

Descrivere le caratteristiche di maggiore interesse dei consumatori di riferimento, quali ad esempio caratteristiche demografiche, reddituali, abitudinarie e di acquisto, effettuando se possibile una segmentazione degli stessi, al fine di evidenziare le peculiarità di ciascun gruppo di clienti



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

CONCORRENZA/OFFERTA

Numero e grandezza media dei concorrenti

Mostrare l'ampiezza dell'offerta in termini di numero di imprese e soggetti concorrenti, e se possibile esporre la grandezza media degli stessi (evidenziando eventuali rendimenti di scala)

Grado e tipologia di competizione nel mercato

Presentare un'analisi del grado e della tipologia di competizione del mercato di riferimento, basandosi sul tipo di strategie generalmente attuate dagli attori presenti (concorrenza sui prezzi o sulla differenziazione, dumping, ecc.)

Analisi dei principali competitor

Descrizione delle caratteristiche dei principali concorrenti, della loro storia, della loro presenza sia in termini geografici che di mercati coperti, della loro quota di mercato, dei volumi di vendita e del fatturato, del numero di unità prodotte, ecc.

Caratteristiche dei prodotti e/o servizi dei concorrenti ed analisi comparativa con i prodotti/servizi dell'ASO (e rispettivi punti di forza e debolezza)

Indicare, se possibile, le differenziazioni della propria idea imprenditoriale con riguardo ai prodotti/servizi, alle tecnologie utilizzate/incorporate e al know-how rispetto all'offerta attualmente presente sul mercato, evidenziando in particolare i rispettivi punti di forza e di debolezza



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

ASPETTI STRATEGICI

Prezzo

Distribuzione

Descrivere i canali utilizzati per la commercializzazione dei prodotti/servizi, specificando, se possibile, i volumi di vendite e la quantità di clienti raggiungibili con ciascuno di essi

Comunicazione

Esporre gli obiettivi ed i contenuti della comunicazione, oltre agli strumenti che si intende utilizzare per raggiungere lo scopo

Accordi , alleanze commerciali e commesse eventualmente in fase di definizione

Indicare quali accordi, siano essi partnership, commesse o altro, sono in via di determinazione, con quali soggetti dovrebbero essere stipulati, quale sarebbe l'oggetto degli stessi, e quale si prospetta essere la durata e l'impegno economico delle parti.



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

ASPETTI FINANZIARI

Investimento necessario per l'avvio e lo sviluppo della business idea e relative fonti di finanziamento

Dopo aver specificato l'ammontare dell'investimento che si ritiene necessario per l'avvio e lo sviluppo della business idea, indicare di quali strumenti finanziari si è a conoscenza e quali di questi si pensa di utilizzare per avviare l'iniziativa imprenditoriale (strumenti pubblici e privati).

Piano economico-finanziario prospettico su 3 anni

RICAVI	ATTIVITÀ
Ricavi da vendite	Immobilizzazioni immateriali
Altri ricavi	Immobilizzazioni materiali
	Disponibilità economiche (magazzino)
	Liquidità
COSTI	
Ricerca e sviluppo	
Materie prime	
Costi per il personale	PASSIVITÀ
Costi commerciali	Cap. sociale
Costi amm/vi	TFR



UNIVERSITÀ
DI SIENA

1240

Costi per servizi	Fondi ammortamento
Affitti	Mutui passivi
Costi vari	Debiti vs. fornitori

Descrizione delle assunzioni e delle valutazioni alla base di tale prospetto

Descrivere le ipotesi e le informazioni in base alle quali è stato possibile determinare il piano economico-finanziario nel modo appena esposto (tra le quali prezzo di vendita, quantità vendute, stima dei costi di produzione e commercializzazione, ecc)

(Eventuale) Previsione del break-even point

Indicare, nel caso in cui sia possibile effettuare tale calcolo, il break-even point, vale a dire la quantità di prodotti/servizi venduti al prezzo di vendita stabilito per cui si ottiene il pareggio dei costi totali (costi fissi + costi variabili)

SERVIZI RICHIESTI ALL'UNIVERSITÀ DI SIENA

Descrizione della tipologia, della quantità necessaria e della durata dei servizi richiesti

Formulare la richiesta all'Università di Siena per ciò che riguarda l'assistenza ed il sostegno che si ritiene necessari per l'avvio e lo sviluppo del progetto imprenditoriale
