

# GUIDA AL LAVORO AUTONOMO



Regione Autonoma Friuli-Venezia Giulia  
Direzione reg.le della Formazione Professionale  
Direzione reg.le dell'Istruzione e della Cultura



# INDICE

## **1. LE VIE ALL'AUTOIMPREDITORIALITÀ**

- Cerchi un posto? Crea un posto!
- Nuovo imprenditore o nuova impresa?
- Anche la libertà ha un prezzo...
- La strada che porta all'impresa, passo dopo passo

## **2. IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA?**

- Hai la stoffa giusta?

## **3. L'IDEA GIUSTA PER PARTIRE**

- Cos'è un'idea?
- Come nascono le idee?
- Guida alla valutazione dell'idea

## **4. L'IMPRESA GIUSTA PER TE: LE DIVERSE FORME D'IMPRESA**

- Subentrare in un'attività già esistente
- Avviare un Franchising
- La forma giuridica
- Elementi per la scelta della forma giuridica

## **5. LA STRADA GIUSTA DA PERCORRERE: IL PIANO DI IMPRESA (BUSINESS PLAN)**

- Cos'è il piano di impresa
- A cosa serve il piano d'impresa?
- Come si scrive un piano d'impresa?
- Cosa contiene un piano d'impresa?
- Lo sviluppo del piano d'impresa

## **6. GLI AIUTI A TUA DISPOSIZIONE**

- Le agevolazioni per la neo-imprenditoria
- Sviluppo Italia per la neoimprenditoria giovanile
- Altri interventi nazionali
- Interventi regionali in Friuli-Venezia Giulia
- Gli enti di supporto alla neoimprenditoria

## **7. IL MONDO DEL LAVORO AUTONOMO: ALCUNI ESEMPI DI PROFESSIONI**

- Orafo
- Fotografo
- Odontoiatra
- Dottore Commercialista

# 1. LE VIE ALL'AUTOIMPRENDITORIALITÀ

Entrare nel mondo del lavoro rappresenta una sfida per moltissimi, dai giovani alla prima esperienza agli adulti che per i motivi più diversi ne sono usciti e faticano a rientrarvi. I canali tradizionali, come ad esempio l'invio di curricula alle imprese, non sempre danno i risultati sperati: il rischio è quello di passare inosservati nel flusso di richieste che quotidianamente arrivano ai destinatari. Le agenzie interinali offrono buone possibilità di contatto tra aspiranti lavoratori e imprese, ma spesso si tratta di opportunità limitate nel tempo e circoscritte a poche figure professionali.

Il lavoro autonomo rappresenta la tradizionale alternativa a quello dipendente. Negli ultimi anni questa forma di lavoro ha assunto una certa complessità, sotto la spinta di interventi legislativi che hanno creato figure quali i collaboratori coordinati e continuativi (ora lavoratori a progetto) che, mutuando caratteristiche dell'una e dell'altra forma di lavoro, si pongono in una fascia intermedia detta "lavoro parasubordinato".

## **CERCHI UN POSTO? CREA UN POSTO!**

Una delle possibilità più interessanti che il mondo del lavoro offre è di creare da sé il proprio lavoro, ritagliandolo a misura delle proprie caratteristiche ed esigenze. Un mestiere "personalizzato" che rispetti i nostri interessi ed attitudini, cui dare i tempi e i ritmi che sentiamo più adatti a noi.

Chi è in cerca di un lavoro, ma anche chi già lavora e non si sente pienamente soddisfatto o desidera dare una svolta alla propria vita, può trovare nella strada imprenditoriale una stimolante sfida verso la realizzazione personale.

L'autoimprenditorialità permette di sfruttare le proprie conoscenze teoriche e pratiche e coniugarle con le proprie capacità personali, decidere da sé quali sono le migliori strategie da adottare, vedere un'attività che nasce e si sviluppa dalle proprie mani e raccoglierne i frutti.

Questo è il significato di AUTOIMPRENDITORIALITÀ: diventare innanzitutto imprenditori di se stessi, prendere in mano la propria vita e darle l'indirizzo e i ritmi che meglio si adattano a ciascuno di noi, avendo la possibilità di seguire il proprio istinto e coltivare i propri interessi.

Diventare imprenditore oggi è facilitato da una serie di interventi legislativi che mirano ad agevolare la preparazione teorica e pratica, offrendo ai futuri imprenditori gli strumenti giusti per affrontare con successo un mondo che è sì ricco di stimoli e soddisfazioni, ma anche altamente competitivo.

Non bisogna, però, farsi abbagliare dai soli aspetti positivi. Avviare un'attività in proprio offre sicuramente grandi vantaggi, come la possibilità di non avere né padroni né orari e di non rendere conto ad alcuno delle proprie decisioni; ma vi sono anche alcune difficoltà da considerare. La strada imprenditoriale non è adatta a tutti.

L'imprenditore è un professionista che assume su di sé il rischio della propria attività: deve essere preparato a lavorare duramente senza la certezza della retribuzione, mette in gioco non solo il patrimonio, ma anche il nome, l'immagine, la reputazione. L'imprenditore deve essere un buon

organizzatore, un comunicatore, un osservatore della realtà che lo circonda; deve conoscere bene il mercato in cui opera e prevederne gli sviluppi futuri, saper sopportare ritmi serrati e lavorare anche sotto pressione. Alcune di queste capacità possono essere sviluppate con la pratica o l'esperienza, altre sono doti innate che difficilmente possono essere acquisite. Per questo, prima di partire, è bene pensare non solo agli aspetti più "brillanti" ma anche alle possibili difficoltà.

## **NUOVO IMPRENDITORE O NUOVA IMPRESA?**

Si può diventare imprenditori creando dal nulla una nuova impresa, o rilevandone una già esistente. La prima soluzione è quella che appare più naturale per il neo imprenditore. Permette, infatti, di realizzare il sogno di creare un'attività che rifletta il carattere, gli interessi, perfino lo stile di vita dell'imprenditore; che gli assomigli, insomma, quasi fosse una sua proiezione. È la soluzione adatta a chi entra sul mercato con un prodotto nuovo, o ha sviluppato nuove forme organizzative o distributive che mal si adattano agli ambienti più rigidi di un'impresa già affermata; inoltre è ideale per chi desidera dare una forte impronta personale all'attività o alla produzione aziendale.

È anche possibile che vi sia un nuovo imprenditore senza che nasca una nuova impresa: è il caso di chi rileva un'attività esistente, o la eredita da un familiare. In questo modo si può entrare sul mercato avendo già un nome e una rete di clienti e di fornitori. Il vantaggio è che l'impresa ha già una posizione sul mercato, il pubblico ne riconosce il marchio e i prodotti, l'immagine aziendale è già formata e lo scontro con la concorrenza è sicuramente meno forte.

Chi opta per questa soluzione farà però più fatica ad affermare la propria visione imprenditoriale. Il neo imprenditore si troverà inserito in un contesto già ben definito ed affermato e avrà maggiori difficoltà sia all'interno dell'organizzazione, che è pur sempre fatta di persone che potrebbero non accettare cambiamenti troppo rivoluzionari, sia presso il pubblico, che già ha dell'impresa e dei suoi prodotti un'opinione precisa.

Prima di rilevare un'impresa già esistente, specie se in difficoltà, sarà bene conoscerne la storia, i rapporti commerciali e l'immagine presso il pubblico.

## **ANCHE LA LIBERTÀ HA UN PREZZO...**

Al lavoratore dipendente, infatti, vengono garantiti lo stipendio mensile, il pagamento delle ferie, le indennità di malattia e di maternità e ciò indipendentemente dall'andamento dei risultati aziendali. Se si desidera diventare imprenditori è bene sapere, fin dall'inizio, che in questo settore non esistono entrate mensili sicure. Il guadagno dell'imprenditore è infatti strettamente legato ai risultati conseguiti dalla sua attività, che a loro volta sono collegati alle sue capacità personali e all'andamento generale del mercato.

D'altronde, se non esiste un minimo, non esiste neppure un massimo: non c'è limite a quanto può guadagnare un imprenditore. Potrà decidere quanto trattenere per sé e quanto reinvestire nell'attività in previsione di un andamento altalenante del mercato; in ogni caso avrà la certezza di essere lui, personalmente o tramite la propria impresa, il principale beneficiario di tante ore di lavoro!

Quest'ultima considerazione introduce un altro importante fattore da considerare: il tempo.

Se nel lavoro dipendente il numero di ore settimanali e mensili sono predeterminate dal contratto, nel lavoro autonomo non esistono limitazioni di orario ed anzi, specialmente agli inizi, l'impegno

richiesto è notevole. Trattandosi di un'attività fortemente basata sui rapporti interpersonali (clienti, fornitori) l'imprenditore dovrà affrontare personalmente la maggior parte dei problemi che gli si presenteranno, anche a costo di lavorare nei giorni festivi o la sera fino a tardi. Lo "straordinario" è un concetto che non trova applicazione nel lavoro autonomo...

Si tratta, in buona sostanza, di fare un investimento su sé stessi. Impegnarsi a fondo nelle fasi iniziali del progetto significa creare una rete di conoscenze e costruire un rapporto di fiducia con i propri interlocutori – clienti, fornitori, finanziatori – destinato a durare nel tempo e del quale l'imprenditore, e solo lui, può assumersi il merito.

## **LA STRADA CHE PORTA ALL'IMPRESA, PASSO DOPO PASSO**

La scelta di diventare imprenditore avviene normalmente sotto la spinta di un grande entusiasmo. C'è chi ha sempre sognato di trasformare il proprio interesse principale, la propria passione in un mestiere, oppure chi ha lavorato per anni in un dato settore ed ora si sente pronto per affrontare da solo il mercato. Ancora, c'è chi si rende conto, dopo lunghe riflessioni o all'improvviso, di avere avuto una grande intuizione e non vede l'ora di metterla alla prova del mercato; e c'è chi si è guardato attentamente intorno e ha notato una mancanza, tra i mille prodotti e servizi disponibili sul mercato, e sta pensando di colmarla...

Vediamo allora le fasi in cui il sogno si trasforma in un'impresa.

### **1. *Imprenditore io?***

Imprenditori si nasce o si diventa? C'è chi ritiene che imprenditori si nasca grazie ad una sorta di "talento naturale", e chi invece ritiene che chiunque dotato di buona volontà possa diventarlo. In effetti, la via di mezzo sarebbe forse da preferire: ad alcune attitudini che sono senz'altro innate se ne aggiungono altre che possono essere sviluppate o acquisite. Prima di partire è bene sapere, però, a cosa si va incontro e quali sono le caratteristiche necessarie per affrontare le sfide del mercato.

È utile porsi domande come:

- Sono in grado di dominare lo stress?
- Sono in grado di gestire un'organizzazione?
- Ho buone capacità relazionali?
- Sono in grado di lavorare a ritmi elevati?

Conoscere sé stessi è fondamentale per capire dove siamo più forti e dove invece abbiamo ancora bisogno di "crescere": sebbene alcune persone siano più portate di altre verso questo tipo di professione, molte qualità possono essere acquisite e affinate con un po' d'impegno.

### **2. *La mia idea...***

Il secondo passo verso la nascita dell'impresa è rappresentato dall'idea imprenditoriale. Infatti, se l'imprenditore è il soggetto, l'idea rappresenta l'oggetto, il cuore dell'attività. L'idea rappresenta forse la chiave di volta del successo imprenditoriale.

È dall'idea che nasce il prodotto o il servizio con il quale ci presenteremo sul mercato e verremo conosciuti dai clienti. Per quanto moderna e innovativa possa essere la nostra organizzazione, se ci presentiamo sul mercato con un'idea superata o del tutto simile a molte altre la nostra impresa si

troverà facilmente in difficoltà. Per contro, un'idea particolarmente buona, un prodotto o una soluzione innovative sono in grado di trainare l'impresa anche quando l'imprenditore non è molto esperto o non presenta tutte le caratteristiche che abbiamo indicato come "ideali". È il mercato, infatti, che decreta il successo o il fallimento di un'iniziativa imprenditoriale: per rendersene conto, basta pensare a quante volte ci è capitato di acquistare un prodotto anche se la confezione non è molto pratica o attraente, o il prezzo è più alto, o ancora di recarci in un negozio lontano o non facilmente accessibile... In tutti questi casi, come consumatori abbiamo fatto delle scelte che hanno premiato strategie imprenditoriali non proprio perfette, ma sorrette da un valido prodotto.

### **3. ....e quella degli altri**

Una volta identificato il settore economico in cui entrare, bisogna acquisire più informazioni possibili sui futuri concorrenti. Come si comportano? Cosa offrono? Quali sono le loro politiche di vendita, quale la loro clientela?

### **4. L'impresa alla prova del nove**

L'idea è buona se supera la prova dei numeri: attraverso la redazione del piano di impresa (business plan) il neo imprenditore deve stimare, con più precisione possibile, i futuri costi e profitti. Non sottolineeremo mai abbastanza l'importanza di un buon piano di impresa: esso consente, tra l'altro, di verificare la validità dell'idea e di accorgersi di eventuali errori prima che sia troppo tardi.

## **2. IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA?**

### **HAI LA STOFFA GIUSTA?**

Prima di cominciare a chiedersi se si è tagliati per fare l'imprenditore, è opportuno chiarire chi è un imprenditore, e che cosa lo differenzia dagli altri lavoratori autonomi.

Le definizioni tradizionali, da quella del codice civile alle svariate teorie economiche, fanno riferimento all'imprenditore come a colui che interviene nel processo di produzione reperendo le risorse sul mercato, organizzandole al fine di produrre beni o servizi da immettere nuovamente sul mercato, traendo dal maggiore valore dei beni prodotti il suo profitto.

Queste definizioni sono utili a capire la posizione dell'imprenditore all'interno del sistema economico ma ancora non bastano a chiarire chi è, in realtà, l'imprenditore.

Esse infatti non tengono conto di tutti quegli aspetti caratteriali, personali o umani che si rendono necessari nella gestione quotidiana di un'organizzazione complessa, che è fatta di persone, mezzi, concorrenza, burocrazia...

All'imprenditore si richiedono infatti spiccate caratteristiche: egli deve essere un buon osservatore del mondo che lo circonda; dal mercato deve saper cogliere le migliori occasioni di investimento e di sviluppo; deve coniugare creatività ed innovazione con le leggi dell'economia e del mercato; deve sapersi muovere abilmente nella complessa rete di rapporti necessari alla sopravvivenza della sua attività: collaboratori e concorrenti, clienti e fornitori, banche ed uffici pubblici... e soprattutto non deve mai perdere l'entusiasmo e la forte motivazione che lo ha spinto ad accettare la sfida del mercato!

Schematizzando, possiamo individuare una serie di capacità e attitudini personali che sono utili all'imprenditore nella sua attività quotidiana, e a noi per capire a che punto siamo, e dove dobbiamo cercare di migliorare...

#### **1. Motivazione**

Non lo ripeteremo mai abbastanza: il successo dipende dalla voglia di riuscire, dall'impegno e dalle energie che siamo disposti ad investire, prima ancora che dalle risorse economiche di cui disponiamo... L'attività di impresa è soggetta a momenti difficili che bisogna saper superare senza lasciarsi abbattere; lavorare con entusiasmo fa passare più in fretta le lunghe ore di lavoro ed aiuta a non sentire troppo la stanchezza...

#### **2. Curiosità verso il mondo circostante**

Curiosità significa attenzione verso il mondo che ci circonda, interesse per quanto accade. Riuscire a prevedere i mutamenti nella società, anticipare le tendenze, capire in che modo il mondo influenza i nostri affari permette di cogliere le migliori occasioni di investimento e le opportunità di mercato.



### **3. Capacità di innovare**

Non sempre il prodotto di successo è una novità assoluta per il mercato. Innovare, infatti, significa ricercare soluzioni migliori, affrontare un problema da un diverso punto di vista, offrire al cliente una possibilità alternativa. Un prodotto può essere innovativo perché, ad esempio, si presenta con una nuova forma di imballaggio, o nasce da un nuovo procedimento produttivo, o ancora perché per la prima volta viene abbinato ad altri prodotti o servizi...

### **4. Capacità organizzative**

Qui sta uno degli elementi centrali dell'attività imprenditoriale: l'organizzazione delle risorse per ottenere un bene o un servizio. "Risorsa" è dunque tutto quanto entra in contatto con l'impresa, all'interno o all'esterno: organizzare la produzione significa gestire persone e mezzi con compiti, caratteristiche, esigenze, problemi molto diversi. Non esistono formule magiche per essere dei buoni organizzatori, ed è indubbio che proprio qui si rivela importante una certa predisposizione; tuttavia il buon senso e molto impegno prima, e il ricorso all'esperienza in seguito, sono i migliori strumenti di cui possa disporre l'imprenditore.

### **5. Autonomia**

Il bisogno di lavorare in autonomia, di decidere da soli eventualmente dirigendo un gruppo di persone sono una delle principali spinte verso l'imprenditoria. È capitato sicuramente a tutti, sul lavoro, di ricevere direttive dal proprio superiore e di non essere d'accordo, spesso con la convinzione di essere informati di più su un argomento. "Ah, se potessi fare a modo mio..." Decidere da soli, tuttavia, non è sempre facile. L'ambizione di essere autonomi e padroni di sé stessi non deve far dimenticare che è importante saper riconoscere un buon consiglio.

### **6. Capacità di comunicazione**

Una buona parte del successo dell'attività di impresa dipende dalla capacità dell'imprenditore di intrattenere delle buone relazioni con gli altri: motivare e dirigere i collaboratori, conquistare i clienti, ottenere le migliori condizioni dai fornitori, intrattenere buoni rapporti con i responsabili di banche ed uffici pubblici...

### **7. Propensione al rischio**

Sfatiamo subito un mito: essere imprenditore non significa giocare d'azzardo. L'imprenditore investe in primo luogo il suo nome e spesso anche il suo capitale: mette in gioco la sua personale credibilità, la sua immagine e le sue capacità. Il rischio dell'attività di impresa deriva dal fatto che il mercato è spesso soggetto a mutamenti imprevedibili, la concorrenza è forte, i gusti e le tendenze dei consumatori possono cambiare anche all'improvviso. Un buon imprenditore è colui che accetta di correre dei rischi perché si sforza di ridurli al minimo, studiando attentamente ogni mossa che compie: non si affida alla fortuna, non prende decisioni a caso e non mette a rischio tutto quello che ha.

### **8. Disponibilità a lavorare senza la certezza della remunerazione**

Questo punto è forse già implicito nel precedente, ma sembra importante sottolinearlo nuovamente. L'impresa può dare grandi guadagni, ma anche periodi in cui l'attività non genera profitto. Gli inizi, in particolare, richiedono sempre investimenti molto alti e notevoli costi di avvio e promozionali: è frequente che nei primi tempi il guadagno sia nullo e l'imprenditore debba fare ricorso a fondi personali.

### **9. Capacità di gestire lo stress**

I ritmi di lavoro, nell'attività di impresa, sono incostanti e non sempre prevedibili. A periodi di maggiore tranquillità fanno seguito fasi più frenetiche. Le ore di lavoro non si contano più, le decisioni si susseguono a ritmo serrato e spesso l'imprenditore ha l'impressione di non avere nemmeno il tempo di riflettere; è a lui che fanno capo tutte le diramazioni e i collaboratori dell'impresa, su di lui ricadono la responsabilità e il rischio dell'attività. La concorrenza incalza e c'è incertezza sulle vendite... Lavorare in situazioni stressanti, riuscire a mantenere la calma anche quando si è sotto pressione è importantissimo per chi decide di intraprendere la strada imprenditoriale. Ecco perché si ritiene che un imprenditore dovrebbe godere buona salute e poter contare sulla collaborazione dei propri familiari.

Un piccolo suggerimento? Non smettere mai di imparare, cercare di migliorare guardandosi attorno, parlando con i propri clienti, informandosi costantemente su cosa accade e non perdere mai la passione e l'interesse per quello che si fa.

Avete presente il vecchio detto secondo cui non si finisce mai di imparare? Quando si gestisce un'impresa è più vero che mai...

Per aiutarvi a capire qual è la tua predisposizione imprenditoriale ti proponiamo un breve test. Tanto per farvi riflettere un pochino...

		<b>No o raramente</b>	<b>Si o spesso</b>
1	Sei pronto a sacrificare parte del tempo libero e dei tuoi attuali guadagni per il successo della tua impresa?		
2	Sei il tipo di persona che, una volta presa una decisione, fa qualunque cosa per metterla in pratica?		
3	Quando cominci un compito, stabilisci esattamente anche i tuoi obiettivi e i risultati?		
4	Quando ti trovi in un gruppo di discussione e la conversazione si blocca, sei tu quello che sblocca la situazione?		
5	Se ti dicono che qualcosa è impossibile, senti comunque il bisogno di verificarlo da te?		
6	Quando fai un buon lavoro, sei soddisfatto di sapere personalmente che il lavoro è stato fatto bene?		
		<b>No o raramente</b>	<b>Si o spesso</b>

7	Ti capita spesso di pensare "Così vanno le cose, non c'è nulla che possa fare in proposito?"		
8	Hai bisogno di sapere che qualcosa è stato fatto con successo prima di provarci tu stesso?		
9	Cerchi di evitare le situazioni che ti portano a confrontarti con gli estranei?		
10	Hai bisogno di spiegazioni precise prima di svolgere un compito?		
11	Dopo aver subito una sconfitta, sei capace di rialzarti e ricominciare da capo?		
12	Ti piace l'idea di dirigere altre persone?		
13	Ti piace lavorare a progetti che sai verranno completati solo dopo 5-10 anni?		
14	Ti è mai capitato di dare vita a club, associazioni, raccolte di fondi, organizzazioni di vario tipo?		
15	Qualcuno nella tua famiglia ha mai posseduto un'attività?		
16	Quando pensi al tuo futuro, ti immagini alla guida della tua azienda?		
17	Cerchi di fare un lavoro migliore di quanto ci si aspetta da te?		
18	Fai mai suggerimenti su come il lavoro potrebbe essere migliorato?		
19	Di solito riesci a trovare più di una soluzione ad un problema?		
20	Ti piace il "brivido" del rischio?		
21	Ti è facile far eseguire alcuni compiti agli altri?		
22	Hai aiutato qualcuno della tua famiglia ad avviare un'attività?		
23	Credi nella divisione e nell'organizzazione dei compiti prima di iniziare un lavoro?		
24	Ti ammali facilmente?		
25	Ti vengono spesso in mente nuove idee?		
26	Riesci a lavorare bene anche sotto pressione?		
27	Facevi parte di un gruppo o un'associazione studentesca?		
28	Lavorare con scadenze precise ti rende ansioso?		
29	Credi che un lavoro debba dare sicurezza?		
30	Credi che la tua realizzazione personale dipenda in buona parte dal lavoro?		
31	Ti annoi facilmente?		
32	Ti capita di essere un po' presuntuoso riguardo ai tuoi risultati?		
		<b>No o raramente</b>	<b>Sì o spesso</b>

33	Ti capita, talvolta, di avere bisogno dell'incoraggiamento degli altri per andare avanti?		
34	Trovi energie inaspettate quando ti occupi di qualcosa che ti piace?		
35	Riesci a trovare i lati positivi nelle situazioni negative?		
36	Incolpi gli altri quando qualcosa va storto?		
37	Pensi che il tuo successo possa essere dovuto ad una grande fortuna?		
38	Sei disposto a lavorare molte ore per raggiungere un risultato?		
39	Ti piace poter prendere le tue decisioni sul lavoro?		
40	Hai risparmi e investimenti personali?		
41	Credi che gli imprenditori corrano rischi enormi?		
42	Pensi che un imprenditore di successo debba avere importanti titoli universitari?		
43	Ti sforzi di trasformare gli errori del passato in occasioni di apprendimento?		
44	Hai l'impressione che le soluzioni ai problemi arrivino da sole?		
45	Ti piace trovare la soluzione a un difficile problema?		
46	Preferisci decidere da solo?		

Ora fai il conteggio delle risposte totalizzate: quante risposte "No o raramente" hai totalizzato? Quante "Sì o spesso"?

**Profilo A** – Se hai totalizzato da 1 a 15 risposte "Sì o spesso", ti conviene pensarci ancora un po' su: forse la via imprenditoriale non è quella più adatta alle tue capacità ed al tuo carattere.

**Profilo B** – Se hai totalizzato da 16 a 30 risposte "Sì o spesso" sei sulla buona strada: devi ancora migliorare, ma puoi farcela.

**Profilo C** – Se hai totalizzato da 31 a 46 risposte del tipo "Sì o spesso", ti facciamo i nostri migliori complimenti. In te c'è un potenziale imprenditore!

### **3. L'IDEA GIUSTA PER PARTIRE**

#### **COS'È UN'IDEA?**

ALLA BASE DI OGNI BUONA INIZIATIVA IMPRENDITORIALE C'È SEMPRE UNA BUONA IDEA.

Per buona idea non si intende solo un prodotto o un servizio; l'idea è lo stimolo da cui parte l'avventura imprenditoriale, l'attività cui abbiamo deciso di dedicare tempo ed energie, la base della nostra futura attività.

L'idea imprenditoriale può anche essere vista come l'opportunità di mercato da cogliere, l'immagine da assumere, i bisogni da soddisfare.

L'idea giustifica l'esistenza dell'impresa e ne condiziona ogni aspetto, dalla forma giuridica alle dimensioni, dalla struttura alle scelte strategiche, fino a decretarne il successo o il fallimento. Nelle fasi iniziali dell'attività, quando l'esperienza è poca e i fondi non sono elevati, una buona idea imprenditoriale, rappresenta il "capitale" più importante per il neo imprenditore.

L'idea imprenditoriale deve essere innovativa: deve portare nel mercato qualche cosa di più rispetto all'offerta esistente.

Attenzione però a non confondere innovazione con invenzione. Un'idea può essere innovativa anche se non è assolutamente originale; in questo senso infatti per idea innovativa si può anche intendere un mercato non ancora sfruttato, un metodo di produzione alternativo, l'adozione di una diversa rete di commercializzazione o la rielaborazione di beni e servizi già esistenti.

Del resto, non bisogna credere che il prodotto nuovo, mai apparso sul mercato, sia necessariamente una garanzia di successo: lanciare una "prima assoluta", in fondo, è come fare un salto nel buio. Il pubblico non conosce il prodotto, non ne conosce i vantaggi e le modalità d'uso, prevederne la reazione non è facile e non si può neanche contare sul confronto con la concorrenza. Si tratta, quindi, di un'operazione non priva di rischi che solo se pianificata e studiata molto attentamente può portare grandi profitti.

#### **COME NASCONO LE IDEE?**

Chiariamo subito che non esistono formule magiche o metodi infallibili per far nascere una buona idea: le idee sono frutto della mente umana e possono nascere in un infinito numero di modi. Esistono tuttavia fattori, o situazioni, che possono stimolare la nostra mente e aiutare a sviluppare le idee.

Trovare un'idea non è, come molti pensano, soltanto questione di fortuna: è soprattutto il risultato di un attento spirito di osservazione, e può nascere anche dai contesti più impensati. Può essere utile, ad esempio:

- Tenersi informati su quanto accade, anche attraverso i mezzi di stampa;
- Coltivare hobby o interessi;
- Prestare attenzione alle tendenze del mercato, ai cambiamenti nelle abitudini e nei gusti del pubblico;
- Chiedersi come un prodotto o un servizio di uso quotidiano possono essere migliorati.

Un buon consiglio è quello di esplorare i campi o i settori che ci sono più familiari; sfruttare le esperienze di lavoro, gli studi, i propri interessi o le esperienze di viaggio, la vita quotidiana.

Le idee non nascono a comando: è impossibile costringersi a farsi venire in mente qualcosa, per quanto ci possiamo impegnare. Sforzarsi servirebbe soltanto a far crescere l'ansia e non aiuta certo la creatività. La nostra mente lavora meglio quando è rilassata e può liberamente trarre ispirazione dall'ambiente circostante. Niente paura, quindi, se si ha l'impressione che sul momento non venga in mente nulla, ma soprattutto niente fretta. Imporsi di pensare a qualcosa, che risulti essere un'idea imprenditoriale, possibilmente buona e per giunta in fretta... è davvero chiedere troppo! Se poi nessuna idea dovesse sembrare quella giusta, ma ci sono pur sempre l'entusiasmo e una forte motivazione a diventare imprenditore, si può sempre ricorrere alla soluzione del franchising o richiedere informazioni presso le Camere di Commercio su quali sono i settori in fase di sviluppo.

Una volta identificato il settore in cui si intende entrare, alcuni suggerimenti possono essere utili:

- Cercate di raccogliere tutte le informazioni possibili;
- Parlate con – e soprattutto ascoltate – chi vi sta attorno: colleghi, amici, conoscenti; tenetevi informati su quanto accade intorno a voi. Di cosa si sente la mancanza? Quali sono le tendenze attuali? Che cosa cerca la gente e per che cosa è disposta a spendere?
- Acquisite informazioni sui futuri concorrenti: come lavorano, cosa offrono, quali sono le strategie di vendita (prezzo, distribuzione), cercate di scoprire se offrono servizi aggiuntivi e quali sono i loro clienti;
- Cercate di rimanere in ambiti che vi sono familiari, occupatevi di argomenti che conoscete bene. Eviterete molti errori di ingenuità che potrebbero danneggiare la vostra impresa.

Molti sognano di coniugare la professione con un hobby o un interesse. Chi decide per questa soluzione deve però fare molta attenzione perché spesso gli hobby o gli sport piacciono tanto proprio perché appartengono alla sfera dei passatempi, delle attività che svolgiamo per rilassarci e distrarci dal lavoro. Trasformati in un obbligo, inquadrati nell'ambito delle attività "impegnative" potrebbero non essere più altrettanto divertenti. Potremmo inoltre scoprire aspetti che non avevamo mai approfondito, e che non sono altrettanto gradevoli. Ad esempio, possiamo essere dei grandi appassionati di sport ma non amare altrettanto gli aspetti legislativi legati alle società sportive.

## **GUIDA ALLA VALUTAZIONE DELL'IDEA**

Un'idea, per assumere il carattere di "idea imprenditoriale" deve essere concretamente realizzabile e potenzialmente remunerativa: è necessario quindi valutarne la "fattibilità".

La vera difficoltà, infatti, non è tanto quella di generare idee quanto capire se queste possono essere trasformate in attività lavorative, in grado di coprire i costi di produzione e produrre reddito.

La valutazione dell'idea deve prendere in considerazione diversi aspetti, che possono essere raggruppati in due grandi categorie: l'esistenza del mercato e la fattibilità tecnica.

### ***Il Mercato***

Affinché possa sopravvivere, l'impresa deve produrre beni o servizi che siano assorbiti dal mercato. Generalmente gli aspiranti imprenditori si pongono tutti la stessa domanda: ci sarà spazio anche per me?

Capire e conoscere il mercato in cui l'impresa collocherà la propria offerta è una necessità che tutti, istintivamente, sentono come prioritaria.

Il primo passo da compiere nel valutare l'idea consiste nel fare una stima delle **dimensioni del mercato**.

Quante sono le persone che acquistano prodotti simili o uguali al mio?

1. Quanti fra questi sarebbero disposti ad acquistare il mio?
2. Cosa offre la concorrenza, in termini di prodotto ma anche di servizi aggiuntivi?
3. Quali sono i punti deboli della concorrenza? In che modo potrei trarne vantaggio?
4. Esistono spazi di sviluppo del mercato? In futuro la clientela tenderà ad aumentare o resterà stabile?
5. Esistono barriere all'ingresso?
6. La concorrenza è molto forte ed agguerrita?
7. L'attività richiede grandi investimenti materiali (ad esempio, macchinari costosi)?
8. Il mercato cui ci si rivolge è di nicchia o di massa?
9. L'utilizzo del prodotto ha carattere stagionale o viene venduto tutto l'anno?
10. L'impresa si rivolge a una particolare categoria di persone o genericamente a chiunque?

### ***La clientela***

Il secondo passo è senz'altro rappresentato da una buona conoscenza della clientela. Per convincerla ad acquistare il nostro prodotto bisogna conoscerne i gusti, le esigenze, le abitudini. Può essere utile suddividerla in segmenti, ad esempio secondo l'età, le abitudini, la zona di residenza, il livello culturale. Tutti questi elementi incidono sulle abitudini di acquisto e fanno capire quanto i clienti sono disposti a spendere, con quale frequenza acquistano, se sono tentati dalle novità o se sono più legati alle tradizioni.

Studiare la clientela permette inoltre di capire qual è il livello di soddisfazione e di approfittare di eventuali mancanze da parte della concorrenza, come evidenziato nel punto successivo.

### **La concorrenza**

L'analisi della concorrenza non dovrebbe limitarsi alle imprese già presenti sul mercato. Infatti, se questo si presenta in forte sviluppo e non ci sono particolari difficoltà all'ingresso, è molto probabile che anche le imprese che operano nei settori affini siano interessate ad entrarvi, rendendo la competizione più forte ed aggressiva.

È utile quindi identificare i concorrenti, attuali e potenziali, valutare la loro offerta e i servizi aggiuntivi, le loro possibilità, i loro punti di forza e le loro carenze.

Ecco una tabella da cui trarre alcuni spunti utili per analizzare la concorrenza.

<b>TABELLA CONCORRENZA</b>	<b>CONCORRENTE n. 1</b>	<b>CONCORRENTE n. 2</b>	<b>CONCORRENTE n. 3</b>
NOME			
INDIRIZZO			
ANNI ATTIVITÀ			
QUOTA MERCATO			
FATTURATO			
FASCIA DI PREZZI			
PRODOTTO PRINCIPALE			
SERVIZI AGGIUNTIVI			
PRINCIPALI FORNITORI			
CANALI DISTRIBUTIVI			
PUNTI DI FORZA			
PUNTI DI DEBOLEZZA			

È molto importante, cercare di stimare le quote di mercato e di fatturato nel modo più esatto possibile, facendo riferimento agli strumenti statistici, alle analisi economiche di settore e così via. In tal modo si riesce a predisporre una previsione realistica di vendita e, quindi, di ricavo.

Per completare l'analisi della concorrenza, è utile indicare se ci sono state imprese che sono entrate e uscite dal mercato, e per quali motivi (per esempio, il mercato ha avuto una forte espansione che ha indotto molti operatori a entrarvi, ma non tutti erano sufficientemente attrezzati per diversificare l'offerta in caso di contrazione della domanda).

### **Il prodotto o servizio**

Il quarto passo consiste nell'analisi del prodotto o servizio che si intende immettere sul mercato. Questa è forse la fase più delicata, perché non stiamo più analizzando situazioni generali (il



mercato, i concorrenti) ma siamo scesi a livello specifico del prodotto. È il prodotto, in ultima analisi, che deve essere in grado di coprire i costi e generare un guadagno (utile). Rispondere nel modo più preciso possibile alle seguenti domande permetterà, in seguito, di compilare correttamente la parte economica del Business Plan (piano d'impresa).

#### Produzione:

- Le materie prime sono di facile reperibilità sul mercato?
- Vi sono restrizioni all'acquisto, ad esempio, queste materie prime si trovano solo all'estero e possono essere soggette a cali improvvisi?
- Sono soggette a variazioni stagionali?
- Esistono i macchinari/strumenti necessari alla produzione?
- Il personale addetto alla produzione deve avere particolari qualifiche o preparazione professionale?
- Il prodotto richiede un aggiornamento costante (come, ad esempio, i prodotti informatici) o non è soggetto a frequenti variazioni?

#### Prodotto

- Il prodotto esiste già sul mercato o è completamente nuovo?
- Esistono prodotti che lo possono sostituire?
- Da cosa nasce la convinzione che vi sia richiesta di quel particolare prodotto?
- Quali sono le funzioni svolte dal prodotto?
- Potrebbero uno o più prodotti esistenti sostituirlo efficacemente?
- Il prodotto è coperto da brevetto?

#### Prospettive di sviluppo dell'impresa

- Il mercato in cui si entra è stabile o in espansione?
- Il prezzo ipotizzato è un prezzo basso (di penetrazione) o alto (di scrematura)?
- Dopo quanto tempo si prevede di rientrare negli investimenti iniziali?
- Quanti sono i potenziali utilizzatori del prodotto?
- Quali sono le loro capacità e abitudini di acquisto?

Questo è un esempio di tabella comparativa tra prodotti. Vengono poste alcune domande che vanno dalle caratteristiche intrinseche del prodotto ad un esame della clientela. Sarebbe utile inserire nella comparazione i leader del mercato, per prezzo e per qualità.

<b>TABELLA PRODOTTO</b>	Prodotto nuovo	Prodotto Concorrente n. 1 PRICE LEADER	Prodotto Concorrente n. 2 QUALITY LEADER	Prodotto Concorrente n.3
Quali bisogni soddisfa?				
Ha più funzioni/utilizzi?				
Servizi aggiuntivi				
Ci sono prodotti sostitutivi?				
Elementi innovativi (perché è nuovo)				
Elementi distintivi (perché è diverso)				
Percezione dei consumatori (perché lo acquistano)				
Quota di mercato e trend				

Punti di forza				
Punti di debolezza				
Canali distributivi				
Prezzo e modalità di pagamento				

Tabella comparativa tra impresa e concorrenti con diversi prodotti appartenenti allo stesso marchio.

<b>TABELLA COMPARATIVA</b>	Descrizione tecnica prodotto	Elementi innovativi/distintivi	Punti di debolezza	Quota di mercato
Prodotto A Impresa				
Prodotto A Concorrente n. 1				
Prodotto A Concorrente n. 2				
Prodotto B Impresa				
Prodotto B Concorrente n. 1				
Prodotto B Concorrente n. 2				

È chiaro che rispondere a queste domande non è facile. Una soluzione potrebbe essere quella di ricorrere ad una ricerca di mercato. Tuttavia, le ricerche più complete sono lunghe, hanno un costo molto elevato e sono giustificate solo quando gli investimenti iniziali sono particolarmente alti.

In alternativa, si può cercare di "indagare" raccogliendo informazioni attraverso tutti i canali disponibili, dalla stampa specializzata a Internet, esaminando i bilanci depositati in Tribunale delle imprese concorrenti, contattando le associazioni di categoria e gli archivi statistici, o ancora parlando con chi opera nel settore, le Camere di Commercio, ecc....

È opportuno allargare il campo di indagine anche ai settori vicini, non solo per capire a che livello posizionarsi ma anche perché tra settori affini l'andamento di mercato (espansione o crisi) è simile.

## **4. L'IMPRESA GIUSTA PER TE: LE DIVERSE FORME D'IMPRESA**

Una delle prime decisioni che deve prendere un aspirante imprenditore riguarda la scelta del tipo di impresa.

Per "fare impresa" il modo più naturale è quello di avviare un'attività ex-novo, tuttavia molte volte è possibile in alternativa comprare/rilevare un'attività già esistente o, ancora, adottare la particolare formula del Franchising.

### **SUBENTRARE IN UN'ATTIVITÀ GIÀ ESISTENTE**

Subentrare in un'attività già esistente, ad esempio perché il titolare arriva all'età della pensione, rappresenta una possibilità troppo spesso trascurata.

I vantaggi sono relativi al fatto che l'azienda può contare su di una propria storia, su di un proprio mercato e su di una rete consolidata di clienti e fornitori.

Tale modalità è da considerare soprattutto per il settore artigiano, nel quale ogni anno sono migliaia le piccole imprese che sono destinate ad estinguersi perché non avviene il ricambio nella loro conduzione.

### **AVVIARE UN FRANCHISING**

Il Franchising è un modo interessante per fare impresa, che comprende una grossa varietà di soluzioni. Le probabilità di avere successo con il Franchising rispetto all'avvio di un'attività in completa autonomia sono spesso maggiori, tuttavia permane sempre il rischio economico d'impresa.

E' fondamentale valutare accuratamente la realizzabilità concreta in relazione allo specifico contesto territoriale.

In generale, con il contratto di Franchising (o affiliazione commerciale) un piccolo imprenditore (detto franchisee o affiliato), ottiene il diritto di sfruttare marchi, brevetti, ditta, insegna, formule imprenditoriali e di commercializzare beni o servizi fornitigli da un altro imprenditore più grande (detto franchisor o affiliante) entro un'area territoriale determinata.

Il corrispettivo economico dovuto all'affiliante è generalmente in parte fisso (una quota iniziale) ed in parte variabile in relazione alle vendite annuali.

Le tipologie più diffuse in Italia riguardano i Franchising di distribuzione relativi alla vendita al dettaglio (ad esempio nel settore abbigliamento) ed i Franchising di servizi ( ad esempio le catene di fast food nel settore della ristorazione). Sono invece più rari i Franchising di produzione, nei quali l'affiliato si dedica anche alla fase di produzione dei beni secondo le direttive e le metodologie impartite dall'affiliante.

I vantaggi per chi sceglie la strada del Franchising sono:

1. riduzione del rischio d'impresa, soprattutto nella fase iniziale, in quanto si usa una formula imprenditoriale già collaudata;
2. assistenza e consulenza fornita dagli esperti di cui si avvale l'affiliante per tutta la sua rete distributiva;
3. strategie promozionali, pubblicità, ricerche di mercato, approvvigionamenti gestiti centralmente dall'affiliante, con notevole risparmio di costi ed incremento d'efficacia.

Per scegliere il franchisor a cui affidarsi, occorre acquisire più informazioni possibili sul settore economico di riferimento ed effettuare una comparazione tra le varie offerte presenti.

In ogni caso è opportuno tenere conto anche delle proprie caratteristiche personali: preparazione professionale ed aspirazioni, interessi e attitudini.

## LA FORMA GIURIDICA

Quando si inizia un'attività, l'imprenditore deve scegliere quale forma giuridica dare alla propria impresa (impresa individuale o società).

La scelta della forma giuridica da dare alla nuova impresa è importante perché comporterà rilevanti conseguenze sia giuridiche che economiche.

Innanzitutto sottolineiamo che non esiste una forma giuridica ideale: ogni tipologia presenta dei pro e dei contro che pesano in modo diverso a seconda dei casi.

Bisogna considerare diversi elementi tra cui il numero di soggetti coinvolti nel progetto d'impresa, il grado di responsabilità e coinvolgimento che questi intendono assumere, la natura dell'attività, la disponibilità di capitali ecc.

Esaminando le diverse forme presenti, la distinzione principale è tra imprese individuali e società (o imprese collettive).

## L'IMPRESA INDIVIDUALE

La costituzione di un'**impresa individuale** è adatta per chi vuole conservare la massima autonomia nella gestione dell'attività, infatti non si hanno soci.

E' usata per l'avvio di imprese di dimensioni limitate, molto spesso nell'ambito dell'artigianato.

I vantaggi riguardano la snellezza decisionale ed organizzativa derivante dall'unicità del titolare e la minore presenza di vincoli burocratici per l'avvio dell'impresa e per la successiva amministrazione.

Per contro, l'imprenditore è responsabile anche con il proprio patrimonio personale per le obbligazioni dell'impresa: deve perciò preventivare anche l'eventualità della fine dell'attività ed il fallimento.

Una forma particolare di impresa individuale è l'impresa familiare: oltre al titolare, nell'attività collaborano i familiari (coniuge, parenti o affini), che hanno diritto di partecipare anche alle decisioni più importanti, agli utili ed agli incrementi aziendali.

In tal modo è pertanto possibile far partecipare i propri familiari all'attività d'impresa senza dover costituire una società, e ripartire il reddito e i relativi oneri fiscali tra più persone.

## LE SOCIETÀ

Una società si configura quando due o più persone si accordano per svolgere insieme un'attività economica allo scopo di dividerne gli utili.

I soci possono così suddividersi rischi, responsabilità, carico fiscale, e godere dell'apporto di più persone in termini produttivi, organizzativi, finanziari.

Le forme societarie sono suddivise in:

1. società di persone (Società Semplice, Società in Nome Collettivo, Società in Accomandita Semplice);
2. società di capitali (Società a Responsabilità Limitata, Società Per Azioni, Società in Accomandita Per Azioni);
3. società cooperative.

Nelle **società di persone** le caratteristiche personali (abilità tecnica, competenza, onestà, fiducia reciproca) dei soci sono fondamentali, ed il loro apporto in termini di lavoro ha più rilevanza di quello finanziario.

Rispetto alle società di capitali, le procedure burocratiche per la costituzione e per la gestione dell'attività sono più semplici e meno onerose.

I soci rispondono però in modo illimitato e solidale con il proprio patrimonio personale e rischiano il fallimento, in caso di inadempimenti per le obbligazioni sociali verso terzi.

Le **società di capitali** hanno invece personalità giuridica ed autonomia patrimoniale, cioè la responsabilità dei soci è limitata alle quote di capitale apportate e non riguarda il loro patrimonio personale. Il capitale apportato assume dunque un ruolo centrale per i creditori della società.

Tali forme societarie sono più indicate per attività più grandi e complesse, dove sono richiesti investimenti maggiori e quindi il rischio finanziario aumenta. Le qualità personali dei soci hanno meno rilevanza, spesso essi si limitano solamente al versamento della quota sociale, mentre l'amministrazione della società è affidata a manager esterni.

Le società di capitali sono però più complesse ed onerose di quelle di persone, sia in fase di costituzione che di gestione.

Le **società cooperative** si differenziano dalle precedenti principalmente per lo scopo che perseguono: esso deve essere uno scopo mutualistico e non di lucro. L'attività è finalizzata ad offrire ai soci beni, servizi od occasioni di lavoro a condizioni più vantaggiose di quelle di mercato.

Sono previste delle agevolazioni fiscali, ma anche delle limitazioni alla distribuzione di utili e dei vincoli collegati alla natura di scopo mutualistico.

## **ELEMENTI PER LA SCELTA DELLA FORMA GIURIDICA**

Per prendere una decisione "calcolata" alcuni elementi che si devono considerare sono:

1. capitale necessario per la costituzione dell'impresa, e non solo dal punto di vista giuridico: ad esempio per una S.p.a. sono richiesti dalla legge almeno 100.000 Euro, ma spesso ne servono molti di più;
2. patrimonio e reddito personale dei soggetti coinvolti, per non trascurare il grado di rischio e di responsabilità che si vuole assumere, tenendo altresì conto dei diversi sistemi di tassazione degli utili;
3. grado di controllo sulla società: è ovvio che questo livello varia notevolmente confrontando il piccolo azionista di una S.p.a. ed il socio di una S.n.c con due o tre soci in totale;
4. grado di fiducia nelle altre persone aderenti alla società: nella società di persone i soci sono personalmente, illimitatamente e solidalmente responsabili, pertanto devono godere della massima fiducia reciproca;
5. trasferibilità della quota: la facilità di trasferimento delle quote, le formalità e gli oneri relativi (nelle società di persone è richiesta una modifica dell'atto costitutivo per ogni variazione inerente l'identità dei soci).

## **5. LA STRADA GIUSTA DA PERCORRERE: IL PIANO D'IMPRESA (BUSINESS PLAN)**

Business plan è un termine sempre più spesso utilizzato nel mondo del lavoro e dell'economia.

Ogni buon imprenditore dovrebbe pertanto conoscerne il significato.

Cos'è un piano d'impresa o business plan?

A cosa serve?

Come si scrive un piano d'impresa?

Cosa contiene un piano d'impresa?

### **CHE COS'È IL PIANO D'IMPRESA?**

Il piano d'impresa, o business plan, è un documento che descrive, con parole ma anche con numeri e tabelle, le caratteristiche di un progetto imprenditoriale.

Non esiste un modello universale, infatti il piano d'impresa è uno strumento molto flessibile: la sua lunghezza ed il suo grado di dettaglio possono variare, comunque determinate informazioni non dovrebbero mai mancare.

La sua elaborazione è tutt'altro che un'operazione breve e semplice.

Ma il piano d'impresa deve innanzitutto servire a far riflettere l'aspirante neoimprenditore sulle difficoltà del suo progetto, in modo da poterle correggere prima di iniziare l'attività.

### **A COSA SERVE IL PIANO D'IMPRESA?**

Con il piano d'impresa puoi:

1. Stimare tutte le risorse necessarie ed i risultati attesi del tuo progetto imprenditoriale;
2. Valutare in modo razionale i diversi aspetti dell'idea, prima di giungere all'avvio dell'impresa;
3. Pianificare l'attività dei primi anni di vita dell'azienda;
4. Avere a disposizione un utile supporto per la gestione ed il controllo dei risultati ottenuti una volta avviata l'attività;
5. Presentare la tua idea al mondo esterno e convincere potenziali investitori (soci, istituti di credito, società di venture capital ecc.) a credere nel progetto ed a finanziarlo;
6. Chiedere l'erogazione di contributi ed agevolazioni da parte di enti pubblici (alle domande da compilare molte volte bisogna allegare un piano d'impresa più o meno dettagliato).

### **COME SI SCRIVE UN PIANO D'IMPRESA?**

Il piano d'impresa rappresenta il biglietto da visita per presentare il tuo progetto, quindi deve essere in grado di comunicare in modo efficace ai suoi interlocutori.

Ciò significa che l'organizzazione dei contenuti e lo stile linguistico utilizzato sono altrettanto importanti quanto la qualità degli stessi.

Le informazioni devono essere presentate nel modo giusto: il piano d'impresa deve essere uno strumento di agile consultazione, in cui sia facile orientarsi, interpretare e reperire i dati necessari.

Tieni presente che serve anche a far ripercorrere al lettore il percorso logico compiuto a partire dalla nascita dell'idea imprenditoriale.

## **COSA CONTIENE UN PIANO D'IMPRESA?**

Il piano d'impresa serve a valutare la fattibilità di un'idea imprenditoriale: questa deve essere analizzata e sviluppata sotto diversi aspetti.

Devi quindi porti come obiettivo di rispondere in modo adeguato a molte domande, tra cui:

1. Quali sono le caratteristiche dell'idea d'impresa ed i suoi punti di forza?
2. Quali sono i prodotti o servizi che si intendono offrire?
3. Quali e quanti sono i potenziali consumatori?
4. Qual è l'ammontare delle vendite che si pensa di ottenere?
5. Quante e quali sono le imprese concorrenti nel settore?
6. Quali sono i canali promozionali e distributivi più adeguati?
7. Quali sono le risorse tecniche, finanziarie ed umane necessarie?
8. Dopo quanto tempo l'attività genererà utili?

Alcuni consigli per cercare di rendere interessante e chiaro ciò che scrivi:

- Usa frasi brevi e dirette e dai la preferenza ad espressioni concrete;
- Spiega il significato di termini o concetti che potrebbero non essere compresi da alcuni lettori del tuo business plan;
- Usa quando possibile figure e schemi di immediata interpretazione;
- Evita le informazioni superflue e le ripetizioni;
- Immagina gli interlocutori del tuo piano d'impresa nel dare una struttura logica ai tuoi discorsi.

Nella prossima sezione avrai modo di approfondire i contenuti del business plan e se vuoi potrai provare a svilupparne uno tuo.

## **LO SVILUPPO DEL PIANO D'IMPRESA**

Per comprendere meglio cosa sia un piano d'impresa, non c'è sistema migliore che provare a svilupparne uno nella pratica.

Qui di seguito ti presentiamo gli argomenti che dovrebbero essere contenuti in un piano d'impresa: ogni paragrafo potrebbe rappresentare il titolo di una sezione/capitolo del tuo business plan.

Ti forniamo alcuni spunti di riflessione a partire dall'idea imprenditoriale: cercando di rispondere alle domande inizierai così a sviluppare una bozza di piano d'impresa.

### **1. L'idea imprenditoriale**

Descrivi in modo accurato quali sono gli elementi centrali della tua idea imprenditoriale.

Cosa intendi proporre? Quali sono i punti di forza del progetto?

Cosa ha di interessante la soluzione proposta: è unica, è innovativa, è più conveniente di ciò che presenta il mercato?

Qual è la "mission" dell'impresa: qual è il vero significato dell'esistenza dell'impresa?

Come è nata questa idea?

Quali sono le diverse motivazioni che ti spingono ad intraprendere questa strada?



Ti sembra un'idea adeguata alle tue caratteristiche personali, alle tue capacità e alle tue risorse? E perché?

## **2. Aspetti dell'impresa: la forma giuridica, la compagine sociale, la localizzazione**

Quale forma giuridica credi sia adatta al tipo di impresa che hai in mente?

Realizzerai l'idea in modo autonomo o ti appoggerai ad altre persone e costituirai una società?

Hai riflettuto sulla possibilità di rilevare un'attività già esistente o di avviare un franchising?

Motiva in modo esauriente le logiche che ti hanno portato alla scelta.

Se nel progetto sono coinvolte diverse persone, si parlerà di compagine sociale. E' opportuno fornire una sorta di curriculum professionale per ciascuno di essi.

Quali sono gli studi e le esperienze professionali di queste persone? Che livello di relazione hanno con la presente idea d'impresa? Quali gli eventuali altri interessi ed hobbies personali attinenti?

Qual è l'ubicazione della tua impresa? In base a cosa hai deciso di localizzarla in un determinata zona?

Hai considerato delle alternative? Hai valutato bene i pro ed i contro di queste?

## **3. I prodotti ed i servizi offerti**

Descrivi bene la gamma di prodotti e servizi che offrirai con la tua impresa e le loro caratteristiche.

Quali sono secondo te i loro punti di forza?

Sono dei prodotti o servizi innovativi? In che modo si differenziano da quelli già esistenti sul mercato?

Pensi di conoscere in modo sufficiente il tipo di prodotti che offrirai o devi approfondire alcuni aspetti?

Illustra qual è il ciclo produttivo dell'impresa, cioè le diverse tappe che dovrai compiere partendo dall'acquisto di materie prime o servizi fino alla vendita dei tuoi prodotti sul mercato. Quali sono le difficoltà che bisognerà tenere sott'occhio?

Quali materie prime o servizi ti servono? Quali sono i tuoi fornitori e le loro caratteristiche? Ti sembra che possano garantire un livello adeguato di servizio comparando qualità, puntualità e prezzo?

## **4. Il settore di riferimento**

Descrivi le caratteristiche del settore economico nel quale la tua impresa intende entrare.

Cerca di analizzare la concorrenza presente: quante imprese esistono già? Che caratteristiche hanno?

Hanno dei punti di debolezza, delle carenze che potrebbero essere sfruttate a tuo vantaggio?

Individua il tuo mercato potenziale, cioè il numero e le caratteristiche della clientela potenzialmente interessata ai tuoi prodotti. Età, sesso, titolo di studio, abitudini di vita e di consumo: meglio conoscerai il tuo cliente tipo e meglio sarai in grado di soddisfarne le esigenze.

Qual è l'estensione geografica che intendi coprire? Il mercato potenziale presente ti sembra in crescita? Perché?

## **5. Le risorse umane**

Per l'impresa sarà necessario ricorrere anche a dei dipendenti o dei collaboratori esterni? Se sì, perché?

Di cosa si occuperanno? Che compiti/responsabilità avranno?

Che caratteristiche dovranno avere queste persone? Che tipo di esperienze professionali?

Con che tipo di contratto ed inquadramento pensi di coinvolgerli?

## **6. Le risorse materiali ed immateriali**

Descrivi le risorse per avviare l'impresa e cerca di stimare gli investimenti necessari.

Bisogna acquistare locali, impianti, macchinari, attrezzature?

Servono anche delle consulenze tecniche specialistiche? Oppure dei brevetti, delle licenze?

## **7. Le politiche di marketing**

Il marketing riguarda tutto ciò che si deve fare quando si sta lanciando un prodotto sul mercato e comporta, quindi, sia decisioni strategiche (come ad esempio la scelta dei mercati su cui puntare) che altre di tipo operativo. Andando a formulare le politiche di marketing per la tua impresa, sarai costretto a prendere delle decisioni delicate, che risultano sempre cruciali per il successo di un'azienda.

Come indicazione generale, è importante che queste politiche siano sempre coerenti tra loro, e con il tipo di impresa che hai in mente.

Quali sono i mezzi più idonei a promuovere i tuoi prodotti/servizi (radio, stampa, promozione diretta, ecc...)?

Quali sono i canali migliori per distribuirli e venderli: una vendita diretta al dettaglio, all'ingrosso, o mediante l'ausilio di agenti e rappresentanti?

Che politica di prezzo pensi di adottare? Prezzi più bassi della concorrenza per attirare la clientela o maggiori perché giustificati da una qualità superiore del tuo prodotto? In tal caso, ritieni che questa qualità superiore possa essere facilmente percepita ed apprezzata dai consumatori?

## **8. Le previsioni economico-finanziarie**

Questa sezione del piano d'impresa è probabilmente quella più tecnica e complessa, per la cui stesura è preferibile avvalersi del supporto di un consulente (cfr. il capitolo GLI AIUTI A TUA DISPOSIZIONE).

Andranno innanzitutto esplicitate le ipotesi di base relative alle stime necessarie. Si procederà quindi alla previsione dei costi e dei ricavi (generalmente per i primi tre anni) ed alla determinazione dei risultati economici attesi, andando a compilare il cosiddetto Conto Economico.

Sarà elaborato quindi un piano degli investimenti e delle relative coperture finanziarie, punto di partenza per l'elaborazione del cosiddetto Stato Patrimoniale dell'impresa.

Ulteriori schemi aggiuntivi potrebbero riguardare i programmi finanziari dell'impresa, con una determinazione delle entrate ed uscite monetarie periodiche, ed un'analisi "break even point", che serve a determinare il volume di vendite che risulta sufficiente a coprire tutti i costi.

Qual è il volume iniziale di risorse finanziarie che è necessario investire per l'avvio dell'impresa?

Di quante risorse disponi già, ed in che modo credi di poterti procurare la parte mancante? Se ottieni dei finanziamenti, in quanti anni riuscirai a restituirli?

Quali sono i costi di gestione dell'azienda? Riesci a quantificarli? Ed i ricavi? Dopo quanto tempo la tua impresa sarà in grado di realizzare degli utili?

## **6. GLI AIUTI A TUA DISPOSIZIONE**

### **LE AGEVOLAZIONI PER LA NEOIMPRENDITORIA**

Le nuove imprese hanno a disposizione varie opportunità per ottenere delle agevolazioni, specialmente se sono avviate da giovani.

Le forme tecniche di intervento possono essere di diverso tipo:

1. Contributi in conto capitale, cioè "a fondo perduto", somme erogate (da non restituire) generalmente come aiuto per l'acquisto di beni materiali;
2. Contributi in conto esercizio, che servono a sostenere la gestione economica di determinate aziende;
3. Contributi in conto interessi, che rappresentano dei finanziamenti a tasso agevolato;
4. Agevolazioni di tipo fiscale;
5. Altre forme.

Queste agevolazioni possono essere gestite da enti pubblici o privati, possono attingere da fondi europei, nazionali o regionali, possono basarsi su leggi nazionali o regionali.

### **SVILUPPO ITALIA PER LA NEOIMPRENDITORIA GIOVANILE**

Attraverso la società Sviluppo Italia ([www.sviluppoitalia.it](http://www.sviluppoitalia.it)), lo Stato favorisce l'avvio di nuove iniziative imprenditoriali da parte di giovani fino ai 35 anni in particolari aree territoriali (sostanzialmente aree economicamente svantaggiate) del paese.

In base al Decreto Legislativo 185/2000, le imprese devono essere ubicate, ed i giovani imprenditori avere la residenza, nelle zone ammesse ai benefici.

I servizi a disposizione, che si basano su alcune leggi principali, sono numerosi: dall'affiancamento nella progettazione dell'impresa, all'assistenza tecnica nella fase iniziale di avvio, all'erogazione di contributi e finanziamenti.

#### ***Legge 95/95 (ex legge 44/86) e Legge 236/93 art. 1 bis***

Riguardano le nuove società costituite in prevalenza da giovani, nei settori:

- Della produzione di beni (agricoltura, artigianato, industria) e dei servizi alle imprese per la legge 95/95;
- Della fornitura di servizi per la fruizione di beni culturali, turismo, manutenzione di opere civili e industriali, innovazione tecnologica, tutela ambientale, agricoltura e agroindustria per la 236/93.

Sono previste agevolazioni finanziarie per gli investimenti e la gestione (contributi a fondo perduto e mutui a tasso agevolato), servizi gratuiti di assistenza tecnica e formazione imprenditoriale.

#### ***Legge 135/97 art.3 comma 9 (per il subentro in attività agricole)***

I destinatari sono i giovani agricoltori che intendono subentrare a un parente entro il secondo grado nella conduzione dell'azienda agricola (settori della produzione, trasformazione e commercializzazione di prodotti agricoli, comprese attività di agriturismo).

Le iniziative devono presentare alcuni elementi di miglioramento dell'attività preesistente; si possono ottenere contributi, mutui agevolati, servizi di assistenza tecnica e formazione.

#### ***Legge 448/98, art. 51 (per le cooperative sociali)***

Sostiene la creazione o lo sviluppo di cooperative sociali di tipo B, cioè quelle di inserimento lavorativo caratterizzate dalla presenza al proprio interno di una quota pari ad almeno il 30% di soggetti svantaggiati.

Le iniziative ammissibili riguardano i settori dell'agricoltura, industria, artigianato, servizi alle imprese.

Sono forniti assistenza tecnica, formazione e finanziamenti (contributi a fondo perduto e mutui agevolati).

#### ***Legge 608/96 o Prestito d'Onore (misure straordinarie per la promozione del lavoro autonomo)***

Riguarda le ditte individuali e le microimprese (piccole società di persone) avviate in qualsiasi settore da giovani disoccupati.

L'intervento agevolativo, che finanzia l'investimento aziendale, è attuato tramite una quota di contributi a fondo perduto ed una quota di prestito a tasso agevolato. Inoltre, sono forniti dei servizi reali che riguardano l'assistenza tecnica e consulenza gratuita per un anno durante la fase iniziale di avvio dell'attività.

### **ALTRI INTERVENTI NAZIONALI**

#### ***Legge 215/92 per l'imprenditoria femminile***

Favorisce la creazione e lo sviluppo di nuove imprese avviate da donne (anche società a prevalenza femminile), nell'ottica delle pari opportunità.

Sono erogati contributi per gli investimenti e per l'acquisizione di servizi destinati ad aumentare la produttività, l'innovazione organizzativa, la ricerca di nuovi mercati, l'acquisizione di nuove tecniche produttive, lo sviluppo di sistemi di qualità ecc.

Per approfondire i contenuti della legge, consulta [www.l215.it](http://www.l215.it) oppure i siti delle Camere di Commercio provinciali, che gestiscono materialmente l'intervento.

#### ***Legge 488/92***

La normativa di riferimento è suddivisa a seconda dei settori: industria e servizi alle imprese, turismo, commercio. La legge prevede contributi a fondo perduto sulle spese di investimento, con percentuali di intervento variabili a seconda della zona.

Per saperne di più, [www.ipi.it](http://www.ipi.it)

### **INTERVENTI REGIONALI IN FRIULI-VENEZIA GIULIA**

La regione FVG prevede diverse misure a sostegno dell'occupazione e dell'imprenditorialità, cofinanziate dall'Unione Europea, in base al cosiddetto Obiettivo 3 2000-2006.

Le misure agevolative (con erogazione di contributi) per il supporto delle nuove imprese sono:

- Misura D3, per lo sviluppo e il consolidamento dell'imprenditorialità sul territorio regionale;
- Misura B1/IMPR, per favorire la neoimprenditoria dei gruppi svantaggiati;

- Misura E1/IMPR, per favorire la neoimprenditoria femminile.  
Per saperne di più, <http://www.regione.fvg.it/lavoro/lavoro.htm>

### ***Progetto Imprenderò***

Il progetto pluriennale promosso e finanziato dalla Regione Fvg nell'ambito dell'Obiettivo 3, ha come scopo generale la diffusione della cultura imprenditoriale sul territorio. Per ogni informazione puoi consultare il sito del progetto al seguente indirizzo Internet [www.imprendero.it](http://www.imprendero.it). Ciò avviene attraverso la realizzazione di diverse azioni, che vedono coinvolte le più importanti strutture di formazione e le principali associazioni di categoria regionali.

Il Progetto Imprenderò offre molte opportunità concrete di sostegno all'imprenditoria, in particolare attraverso gli interventi "Nuova Impresa" e "Nuova Impresa al Femminile", che offrono formazione, consulenza ed assistenza per l'avvio di nuove imprese. Le nuove attività realizzate da donne, nate grazie al supporto del progetto, potranno inoltre usufruire di interventi agevolativi di tipo finanziario.

## **GLI ENTI DI SUPPORTO ALLA NEOIMPRENDITORIA**

Chi intende avviare un'impresa può usufruire del supporto di diversi enti e strutture, tra i quali assumono un ruolo di primo piano le Camere di Commercio e le Associazioni di Categoria.

### ***Camere di Commercio***

Le Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura (CCIAA) sono degli organismi istituiti a livello provinciale con funzioni:

- Di rappresentanza, consulenza e promozione degli interessi delle diverse categorie economiche;
- Di tipo amministrativo, come ad esempio la tenuta del Registro delle Imprese ed il rilascio di certificazioni e documentazioni;
- Di tipo informativo, su notizie e dati economici del territorio (grazie all'uso di alcune banche dati).

Le Camere di Commercio prevedono in ogni sede la presenza di uno sportello di informazione e consulenza per le persone intenzionate ad avviare un'attività imprenditoriale. I servizi offerti sono di vario tipo.

### ***Associazioni imprenditoriali di categoria***

Servono a rappresentare e tutelare gli interessi delle categorie imprenditoriali di riferimento, e a fornire servizi collettivi ai propri associati, un po' come i Sindacati per i lavoratori.

Esistono numerose associazioni, che si distinguono in base a settore economico d'appartenenza, alla dimensione e forma societaria delle imprese associate, all'orientamento politico.

Le associazioni si articolano generalmente su base provinciale o locale, e si raggruppano poi in Confederazioni.

In diversi casi, ricorrendo a queste strutture, è possibile ricevere servizi di consulenza e tutoraggio in merito alla progettazione dell'impresa, informazioni sui principali adempimenti burocratici e sulle agevolazioni ecc.

Le principali associazioni di categoria sono:

- Confindustria, per imprese industriali di grandi dimensioni;
- Confapi, per quelle più piccole;
- Confcommercio e Confesercenti, per imprese commerciali e turistiche;
- CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato) e Confartigiani, per le imprese artigiane;
- ANCE (Associazione Nazionale Costruttori Edili), per le imprese edili;
- Confagricoltura, Coldiretti, CIA (Confederazione Italiana Agricoltori), per le imprese agricole;
- Confetra, per imprese di trasporto.

## Links a siti utili

Ti forniamo qui di seguito dei link interessanti a siti di approfondimento sulle diverse tematiche:

<b>IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA? L'IDEA GIUSTA PER PARTIRE</b>	
<b>INDIRIZZO INTERNET</b>	<b>DESCRIZIONE</b>
<a href="http://www.provincia.fe.it/lavoro/imprenditoria/imprenditore.doc">http://www.provincia.fe.it/lavoro/imprenditoria/imprenditore.doc</a>	Guida all'orientamento imprenditoriale
<a href="http://www.neoimpresa.com/Privee/Archivio/JobOrient.pdf">http://www.neoimpresa.com/Privee/Archivio/JobOrient.pdf</a>	Guida all'orientamento imprenditoriale
<a href="http://www.psicopolis.com/arips/SilaSem/disp2.htm">http://www.psicopolis.com/arips/SilaSem/disp2.htm</a>	Guida all'orientamento imprenditoriale
<a href="http://www.psicopolis.com/arips/SilaSem/disp3.htm">http://www.psicopolis.com/arips/SilaSem/disp3.htm</a>	Guida all'orientamento imprenditoriale
<a href="http://cig.univr.it">http://cig.univr.it</a>	Contiene un test completo di auto valutazione imprenditoriale
<a href="http://www.teseogiovani.it/lavoro/default.asp">http://www.teseogiovani.it/lavoro/default.asp</a>	Sito Informagiovani della provincia di Salerno. La sezione "Fare Impresa" offre informazioni e consigli: dalla verifica dell'idea imprenditoriale alla progettazione, ai finanziamenti
<a href="http://poi.formaper.com/">http://poi.formaper.com/</a>	Sito completo della fondazione Cariplo, con informazioni che vanno da cos'è un'impresa all'orientamento imprenditoriale (test), a come fare un business plan. Contiene un test di autovalutazione, un gioco sul marketing e anche una sezione bibliografica
<a href="http://www.aiuto.net">http://www.aiuto.net</a>	Sito con diversi spunti utili nella fase di orientamento
<b>L'IMPRESA GIUSTA PER TE: LE DIVERSE FORME D'IMPRESA LA STRADA GIUSTA DA PERCORRERE: IL PIANO D'IMPRESA (BUSINESS PLAN)</b>	
<b>INDIRIZZO INTERNET</b>	<b>DESCRIZIONE</b>
<a href="http://www.franchising.it">http://www.franchising.it</a>	Il portale del franchising, con tutte le informazioni su questa forma d'impresa.
<a href="http://www.impresando.it">www.impresando.it</a>	Portale con molti link su business plan, leggi e agevolazioni, istituzioni ecc.
<a href="http://www.ekoclub.it">www.ekoclub.it</a>	Piano d'impresa, forme giuridiche
<a href="http://www.provincia.bologna.it/proimp/index.html">http://www.provincia.bologna.it/proimp/index.html</a>	Approfondimenti sullo sviluppo del piano d'impresa, forme giuridiche d'impresa ecc.
<a href="http://www.osservatoriodonna.igol.it">www.osservatoriodonna.igol.it</a>	Piano d'impresa, informazioni, formazione a distanza ecc.
<b>GLI AIUTI A TUA DISPOSIZIONE</b>	
<b>INDIRIZZO INTERNET</b>	<b>DESCRIZIONE</b>
<a href="http://www.europalavoro.it/lavoro_autonomo.asp">www.europalavoro.it/lavoro_autonomo.asp</a>	Creazione d'impresa, leggi agevolative
<a href="http://www.legge488.it">www.legge488.it</a>	Portale su contributi e finanziamenti agevolati
<a href="http://www.sviluppoitalia.it">www.sviluppoitalia.it</a>	Agevolazioni finanziarie per le nuove imprese giovanili
<a href="http://www.ud.camcom.it">www.ud.camcom.it</a>	Sito della Camera di Commercio di Udine
<a href="http://www.pn.camcom.it">www.pn.camcom.it</a>	Sito della Camera di Commercio di Pordenone
<a href="http://www.go.camcom.it">www.go.camcom.it</a>	Sito della Camera di Commercio di Gorizia
<a href="http://www.ts.camcom.it">www.ts.camcom.it</a>	Sito della Camera di Commercio di Trieste



## **7. IL MONDO DEL LAVORO AUTONOMO: ALCUNI ESEMPI DI PROFESSIONI**

Per aiutarti a capire meglio il mondo del lavoro autonomo, abbiamo pensato che può essere utile riportare, nel dettaglio, la descrizione di qualche professione che ha queste caratteristiche di indipendenza.....

Magari tra esse ce n'è qualcuna che ti interessa in maniera particolare....

Prova a dare un'occhiata...

Molte altre professioni le puoi trovare all'indirizzo Internet:

[www.regione.fvg.it/planet/frame-professioni.htm](http://www.regione.fvg.it/planet/frame-professioni.htm)

### **ORAFO**

#### **DEFINIZIONE**

L'orafo è colui che crea e realizza artigianalmente, a partire dai metalli preziosi, gioielli e altri oggetti e ornamenti.

#### **ATTIVITÀ E COMPITI PRINCIPALI**

L'orafo esegue lavori di oreficeria, adattando i materiali alle forme e alle esigenze tecniche dei vari oggetti fabbricati, e lavori di gioielleria, creando oggetti che mettono in valore le pietre preziose.

Usa soprattutto metalli preziosi (oro, argento e platino) che vengono acquistati sotto forma di placche, barre o fili di varie dimensioni presso le ditte specializzate; ma le nuove tendenze vedono anche l'impiego di altri materiali quali plastiche, vetro, plexiglas, ecc.

Le principali realizzazioni degli orafi sono: collane, braccialetti, fermagli, ciondoli, anelli, orecchini, spille, gemelli per i polsini delle camicie, casse d'orologio, montature di occhiali e altri piccoli oggetti decorativi.

Le tappe per la fabbricazione di gioielli, catene o altri oggetti sono le seguenti:

- elaborazione del progetto: disegnare i campioni o, in certi casi, realizzare i modellini in rame, ottone, plastilina o cera;
- lavorazione del metallo grezzo: passare i fili e le placchette di metallo prezioso nel laminatoio e negli altri macchinari per dar loro la dimensione e il profilo desiderato;
- creazione dello stampo per fondere i metalli preziosi;
- modellatura dei vari elementi: segare, piegare, tagliare, martellare, forgiare, fresare, alesare e limare;
- assemblaggio: saldare, livellare, incollare i vari elementi;
- rifinitura: rettificare le ultime imperfezioni con la lima, levigare con la carta smerigliata, lucidare.

Oltre alla creazione di nuovi gioielli, l'orafo svolge anche svariati lavori di modifica e riparazione di gioielli e oggetti preziosi, secondo le richieste della clientela: allargare o restringere un anello, rifare pezzi consumati, sistemare le maglie di un collier, rifare la chiusura di un bracciale, pulire e lucidare vecchi pezzi, ecc.

Fa parte della loro attività anche la valutazione dei preziosi.

Nell'ambito della professione sono possibili tre indirizzi: gioielli, catene (collane, braccialetti, fermagli, ecc.) o casse d'orologi di lusso.

### **SITUAZIONE DI LAVORO**

Gli orafi possono lavorare autonomamente, collaborando con altri specialisti del ramo: stilisti, argentieri, cesellatori, politori, incastonatori, ecc.

Il loro luogo di lavoro è il laboratorio. Possono lavorare in un'azienda che fabbrica gioielli, catene o casse di orologi o in un atelier artigianale, aprire e gestire un atelier in proprio o un negozio.

### **COMPETENZE NECESSARIE**

L'orafa deve possedere delle buone abilità manuali, un'attitudine per il disegno e una buona capacità di rappresentazione spaziale.

Tra le competenze di base richieste alla figura professionale in oggetto vi devono essere il rigore e la precisione, uno spiccato spirito di osservazione e una buona vista.

Sotto il profilo produttivo l'orafa è in grado di gestire, le seguenti attività:

- progettazione grafica e/o interpretazione di disegni, piani, istruzioni tecniche che vengono trasposte sul materiale;
- produzione del prototipo tramite la tecnica della microfusione a cera persa, tenendo conto del rapporto tra tecniche di esecuzione ed esigenze stilistiche di realizzazione.

Per governare con abilità queste attività l'orafa possiede le seguenti conoscenze generali:

- conosce le proprietà fisiche e chimiche dei metalli;
- conosce gli elementi fondamentali di progettazione grafica;
- conosce l'organizzazione produttiva aziendale di settore con riferimento alla segmentazione del lavoro;
- conosce in linea generale i fenomeni di mercato, la normativa di settore vigente che regola il rapporto di lavoro.

Accanto a queste conoscenze, l'orafa esercita le seguenti competenze specifiche:

- definisce, realizza, interpreta ed analizza un disegno progettuale;
- utilizza con abilità applicativi software specifici per la progettazione (RHINOCEROS, 3D STUDIO MAX);
- sceglie gli strumenti e i materiali più rispondenti alla realizzazione del modello;
- padroneggia la tecnica della microfusione a cera persa.

### **PERCORSI PROFESSIONALI, FORMAZIONE E TITOLI RICHIESTI**

Può essere utile la frequenza di un Istituto d'Arte ed il conseguimento della qualifica di maestro d'arte (3 anni di corso) o del diploma di istruzione d'arte applicata (5 anni) – indirizzo Arte dei metalli.

A livello regionale, inoltre, è possibile iscriversi a dei percorsi di formazione professionale specifici, per questa figura professionale, promossi e finanziati anche nell'ambito del Fondo Sociale Europeo.

### **TENDENZE OCCUPAZIONALI**

Per quanto attiene all'occupabilità di questa figura professionale, lo stilista del gioiello potrà operare nell'ambito di laboratori artigiani di medio – piccole dimensioni (oreficerie – gioiellerie, bigiotterie, argenterie, stemmi e coppe,...) attraverso:

- il LAVORO DIPENDENTE che porta il professionista ad operare in tali contesti, confrontandosi con le dinamiche che si sviluppano in azienda, ed occupandosi principalmente delle delicate fasi preliminari della progettazione ed esecuzione del prototipo attraverso cui verrà realizzato il gioiello;
- l'esercizio della LIBERA PROFESSIONE nei confronti delle ditte del settore che esternalizzano le fasi di progettazione e modellazione offrendo loro il disegno e/o il prototipo, prodotti preliminari alla realizzazione del gioiello;
- l'OPZIONE IMPRENDITORIALE che induce il professionista ad aprire ex – novo una realtà produttiva nell'ambito del settore della gioielleria ed agire in completa autonomia decisionale.

### **FIGURE PROFESSIONALI PROSSIME**

Argentiere, incastonatore, incisore, orologiaio indirizzo professionale industriale, orologiaio indirizzo professionale riparazione, politore.

### **FONTI**

Elaborazione IRES FVG

Sito internet [www.orientamento.ch](http://www.orientamento.ch)

Per informazioni:

Istituto d'Arte "M. Fabiani", Piazzale Medaglie d'Oro, 2 – Gorizia – Tel. 0481-531948

Istituto d'Arte "E. Galvani", Via Sclavons, 34 – Cordenons – Tel. 0434-932628

Istituto d'Arte "E. e U. Nordio", Via Calvola, 2 – Trieste – Tel. 040-300660

Istituto d'Arte "G. Sello", Piazza I Maggio 12/b – Udine – Tel. 0432-502141

[www.regione.fvg.it/formazione](http://www.regione.fvg.it/formazione)

## **FOTOGRAFO**

### **DEFINIZIONE**

Il fotografo è quella figura professionale che si occupa di ideare e realizzare immagini fotografiche, curando al tempo stesso il set fotografico ed utilizzando anche sofisticate apparecchiature digitali.

### **ATTIVITÀ E COMPITI PRINCIPALI**

Il fotografo è, nella maggior parte dei casi, un libero professionista che gestisce personalmente le complesse attività connesse al ruolo. In particolare, le principali attività svolte da questa figura professionale sono:

- ricerca, mantenimento e ampliamento del proprio portafoglio: uno dei compiti principali del fotografo è quello di allargare il bacino della propria clientela all'interno dello specifico contesto operativo. Una delle strade più seguite è quella di lasciare il proprio book fotografico (ovvero una raccolta dei propri migliori lavori) presso le agenzie; altri metodi riguardano attività di marketing diretto quali mailing, presenza su siti Internet, ecc.;
- accettazione e definizione dell'incarico presso il cliente: in genere, avviene tramite un *briefing* che si tiene presso la sede del cliente. È un momento molto importante, perché è nel conferimento dell'incarico che emergono le indicazioni su come il lavoro deve essere svolto, sul grado di autonomia artistica e realizzativa del fotografo, sulla presenza di eventuali direttive vincolanti, ecc.
- allestimento del set fotografico: è l'attività centrale della pre-produzione di un'opera fotografica. Per prima cosa, il fotografo deve predisporre l'inventario di tutto il materiale necessario che deve essere trasferito sul set; poi, recuperare gli oggetti da utilizzare nella fotografia. Attività, queste, che possono essere fatte in totale autonomia o secondo indicazioni più o meno precise del committente. Durante questa fase, il fotografo stringe contatti con tutti i collaboratori (truccatori, assistenti, parrucchieri, ecc.) di cui può essere necessario il supporto durante la lavorazione. Altro compito del fotografo in questa fase è commissionare la realizzazione di oggetti in sostituzione di quelli veri non reperibili o deteriorabili (soprattutto nel caso di pubblicità di prodotti alimentari);
- realizzazione delle foto, controllando la regolazione dei tempi, del diaframma e la messa a fuoco (operazioni che concorrono a determinare la luce necessaria per scattare la foto; la messa a fuoco è la regolazione della distanza tra il fotografo e l'oggetto della foto: essa deve essere ben calcolata per ottenere un'immagine nitida, e viene regolata muovendo l'obiettivo della macchina);
- trattamento dell'immagine in formato digitale, mediante l'utilizzo di appositi software di videoelaborazione grafica;
- sviluppo e stampa delle fotografie: generalmente, non è una fase realizzata direttamente dal fotografo, ma da appositi "service". Queste attività subiranno con ogni probabilità, in tempi brevi, un sostanziale riassetto: ciò è dovuto all'introduzione della tecnologia digitale ed alla progressiva scomparsa della pellicola;
- consegna del lavoro al cliente che lo acquisisce con "diritto di utilizzo": ciò ne autorizza il mantenimento e l'uso per tutto il periodo oggetto del contratto.

## **SITUAZIONE DI LAVORO**

Il fotografo è, di norma, un libero professionista che vende un servizio rappresentato dalla sua prestazione. Nella sua attività è senz'altro presente una dimensione artistica, e talvolta può essere presente anche una dimensione artigiana, qualora egli si occupi direttamente dello sviluppo delle fotografie e delle attività di laboratorio.

Questa figura professionale è presente in numerosi ambiti della vita quotidiana quali lo spettacolo, la pubblicità, la moda, il giornalismo, la ricerca scientifica, il sociale. Nel cinema, poi, questa figura ha un ruolo centrale nella realizzazione delle scene, in quanto è responsabile della scelta dei diaframmi e, quindi, del tono cromatico delle riprese e delle inquadrature, indicando al regista le soluzioni sceniche in grado di fornire una migliore resa.

Di solito il fotografo è un libero professionista che offre un servizio su commissione ad una clientela ampiamente diversificata.

I guadagni possono variare considerevolmente in funzione del numero di clienti, dell'ambito lavorativo in cui si svolge l'attività, dell'abilità e della fama del fotografo.

È opportuno spendere qualche parola sull'attrezzatura che un fotografo utilizza per la propria attività: essa è alquanto complessa. In generale, un corredo fotografico medio dovrebbe comprendere: il banco ottico, una macchina fotografica di grande formato per lastre fotografiche o pellicole piane; il corredo di obiettivi; l'attrezzatura da illuminazione come i flash elettronici da studio e i flash manuali della macchina fotografica; l'esposimetro, strumento in grado di misurare la luce sia dell'ambiente esterno che dei flash e di indicare il tipo di diaframma da utilizzare; una serie di apparecchi quali treppiedi, cavalletti e parabole.

Si tratta di attrezzature estremamente costose che vengono acquistate solo se utilizzate di continuo e che, in alternativa, possono anche essere noleggiate.

## **COMPETENZE NECESSARIE**

- Conoscenza e capacità di utilizzo di tutte le attrezzature presenti sul mercato;
- conoscenza e corretto dimensionamento dell'attrezzatura necessaria per lo svolgimento dell'attività (fondamentale, in quanto il costo delle attrezzature stesse può variare da 2.000 Euro a 25.000 Euro ed oltre);
- conoscenza dei supporti informatici e delle applicazioni per la gestione delle immagini e/o la creazione di ambienti virtuali, quali photo-shop o quick-master (la pellicola è destinata a scomparire, e ad essere sostituita dalle macchine digitali che consentono di vedere, modificare e correggere in tempo reale la foto scattata);
- conoscenza delle modalità di gestione e inserimento delle immagini all'interno dei siti Web (la forte espansione del mercato legata alla diffusione di Internet rende più competitivo chi possiede queste competenze).

## **PERCORSI PROFESSIONALI, FORMAZIONE E TITOLI RICHIESTI**

Apparentemente, non sono necessari particolari titoli di studio per esercitare la professione in questione; nonostante l'esistenza di diverse scuole accreditate, infatti, moltissimi fotografi entrano nel mondo del lavoro attraverso un periodo di apprendistato sul campo, in qualità di assistenti di professionisti già affermati.

Indubbiamente, però, la frequenza di una scuola professionale può risultare molto utile: le scuole principali sono l'Istituto Italiano di Fotografia (Milano), l'Istituto Superiore di Fotografia e Comunicazione Integrata (Roma) e l'Istituto Europeo di Design (Milano).

### **TENDENZE OCCUPAZIONALI**

Come per altre figure professionali del settore dello spettacolo, le possibilità di carriera per il fotografo dipendono dall'esperienza acquisita e dal prestigio delle produzioni di cui ha fatto parte. La figura professionale in questione trova una grande varietà di ambiti occupazionali: si va dal settore della pubblicità e della moda, a quello televisivo e cinematografico; dal settore medico e sociale fino allo sport; dalle attività "quotidiane" quali la realizzazione di servizi per matrimoni ed eventi alle classiche fotografie in studio per fototessera o realizzazione di book fotografici.

Si può affermare che la fotografia stia vivendo un momento di sviluppo, dovuto al sempre maggiore spazio che le immagini occupano nella vita sociale. Lo testimonia l'evoluzione della fotografia verso il settore del digitale. Sono comparse già da tempo, infatti, le macchine completamente digitali, nelle quali la pellicola è sostituita da un dischetto, capace di memorizzare le immagini con diversi gradi di definizione; queste ultime possono essere scaricate su PC e successivamente stampate da una comune stampante.

Tale possibilità è indice della trasformazione che l'intero settore sta vivendo: trasformazione che, da un lato, porterà all'espansione dell'attività fotografica in senso stretto; dall'altro, però, è probabile una contrazione degli ambiti di sviluppo e stampa.

### **FIGURE PROFESSIONALI PROSSIME**

Direttore della fotografia

### **FONTI**

Elaborazione IRES FVG

ISFOL Orientaonline – sito Internet [www.isfol.it/orientaonline](http://www.isfol.it/orientaonline)

Per informazioni:

Istituto Italiano di Fotografia – via P. Forcella, 13 – 20100 Milano - sito Internet [www.istifoto.it](http://www.istifoto.it)

Istituto Europeo di Design – via Sciesa, 4 – 20100 Milano - sito Internet [www.ied.it](http://www.ied.it)

Istituto Superiore di Fotografia e Comunicazione Integrata – via degli Ausoni, 1 – 00185 Roma Tel. 06-4469269

Associazione Nazionale Fotografi Professionisti – via L.Manara, 7 – 20122 Milano - sito Internet [www.fotografi.org](http://www.fotografi.org)

Associazione Fotografi Professionisti SIAF – via Guattani, 13 – 00161 Roma - sito Internet [www.siaf.it](http://www.siaf.it)

Altri siti Internet consultabili:

<http://www.clickup.net>

<http://orientation.icare.ch>

Pubblicazioni:

Guaita, "Come entrare nel mondo della fotografia", Franco Angeli 1995

## **ODONTOIATRA**

### **DEFINIZIONE**

L'odontoiatra è il medico che si occupa della prevenzione, diagnosi e terapia delle malattie dei denti, della bocca, delle mascelle e dei relativi tessuti. Applica diversi trattamenti terapeutici e chirurgici, con lo scopo di mantenere le funzioni di masticazione e di locuzione, e anche di rispondere a questioni estetiche.

### **ATTIVITÀ E COMPITI PRINCIPALI**

Le principali attività svolte dall'odontoiatra comprendono:

#### **DIAGNOSI**

- accogliere i pazienti e informarsi sui loro sintomi
- praticare un esame clinico (osservazione, radiografia, ecc.)
- ricorrere, nei casi particolari, a esami complementari specifici (test microbiologici, immunologici, biochimici, ecc.)
- stabilire una diagnosi e definire un piano di trattamento, in accordo con i pazienti

#### **TRATTAMENTI E CONTROLLI**

- procedere ai trattamenti curativi, eventualmente somministrando un anestetico locale
- procedere a piccole operazioni chirurgiche (estrazione di denti, interventi paradontali)
- sostituire i denti mancanti con protesi fisse (ponti, corone) o amovibili, totali o parziali
- curare le malattie della gengiva con misure profilattiche, raschiamenti dei tessuti lesi, trapianti
- eseguire il trapianto delle radici artificiali nelle arcate dentarie
- sistemare, regolare e controllare periodicamente gli apparecchi che permettono di correggere le malformazioni delle mascelle o una cattiva disposizione dei denti
- collaborare alle operazioni delle mascelle con il chirurgo mascello-facciale (riparazione a seguito di fratture, correzione delle malformazioni congenite, preparazione della mascella per la posa di una protesi, ecc.)

#### **PROFILASSI (CURE PREVENTIVE)**

- indicare ai pazienti le cure di igiene orale da seguire e dar loro consigli alimentari
- partecipare alle campagne di prevenzione
- collaborare con gli igienisti dentali, delegare loro determinati compiti e controllare i loro interventi

#### **AMMINISTRAZIONE**

- tenere aggiornati i dossier dei pazienti (diagnosi, decisioni, previsioni, radiografie, ecc.)
- controllare le attività degli assistenti dentali
- assumere la gestione del consultorio dentistico

## **SITUAZIONE DI LAVORO**

L'odontoiatra può esercitare in qualità di libero professionista, dipendente, o avere un rapporto di lavoro autonomo coordinato e continuativo nell'ambito del Sistema Sanitario Nazionale, definito come rapporto convenzionale.

La libera professione può essere svolta in studi o gabinetti medici, ambulatori e poliambulatori. Il lavoro dipendente può essere svolto o nel SSN, presso strutture pubbliche appartenenti alle ASL; o nelle strutture pubbliche e a funzione pubblica non appartenenti alle ASL; oppure in strutture sanitarie, aziende e altre organizzazioni private.

L'odontoiatra è inquadrato nel ruolo sanitario; la figura professionale è classificata in tre posizioni funzionali (Assistente Odontoiatra, età non superiore ai 40 anni; Coadiutore di servizio odontoiatrico o Aiuto corresponsabile Odontoiatra, max 45 anni; Dirigente di servizio odontoiatrico o Primario Odontoiatra, max 50 anni), a ciascuna delle quali corrisponde un livello retributivo (XI, X e IX livello). Sul sito [www.cnel.it](http://www.cnel.it) è possibile trovare, alla voce "pubblica amministrazione", il contratto della sanità.

La retribuzione di un odontoiatra è estremamente variabile, a seconda del tipo di specializzazione post-laurea, dell'ambito lavorativo e degli anni di esperienza.

## **COMPETENZE NECESSARIE**

L'attività dell'odontoiatra è importante e, soprattutto, delicata: per poterla svolgere è necessario il possesso di competenze e capacità molteplici, che vanno da quelle relazionali a quelle più strettamente tecnico-professionali (capacità diagnostiche, operative, psicologiche). Qui ricordiamo:

- conoscenza approfondita dell'anatomia dentaria, del cranio e del viso;
- perfetta conoscenza delle tecniche operative odontoiatriche e degli strumenti farmaceutici utilizzabili;
- conoscenze mediche, sia scientifiche che cliniche, non solo intorno alla patologia del dente, ma anche sulle conseguenze generali di questa patologia;
- perfetta conoscenza delle caratteristiche fisiche, chimiche e di bioaccettabilità dei materiali impiegati nelle protesi;
- conoscenza delle tecniche chirurgiche necessarie al trattamento del dente e delle relative protesi;
- conoscenze approfondite di chimica;
- conoscenze approfondite di fisica medica;
- conoscenze approfondite di fisiologia umana;
- conoscenze approfondite di chirurgia speciale odontostomatologica;
- conoscenze approfondite di anatomia dell'apparato stomatognatico;
- conoscenze approfondite di patologia generale;
- conoscenze approfondite di clinica odontostomatologica;
- conoscenze approfondite di anestesia generale e speciale;
- conoscenze approfondite di radiologia generale;
- conoscenze approfondite di igiene e odontoiatria preventiva;
- conoscenze approfondite di farmacologia e odontoiatria;
- conoscenza delle principali tecniche di pronto soccorso;
- capacità di dare precise indicazioni agli odontotecnici, per la preparazione delle protesi, e agli igienisti dentali;



- capacità di mettere a proprio agio il paziente;
- capacità di analizzare la situazione ed interpretare i bisogni del paziente;
- capacità di individuare la terapia più adeguata;
- capacità di rassicurare il paziente circa le cure prescritte;
- capacità di valutare l'efficacia delle cure prescritte;
- capacità di prescrivere medicinali ed esami complementari;
- capacità di motivare il paziente alla prevenzione e alla cura;
- possesso di doti di pazienza e di sensibilità;
- possesso di doti di resistenza fisica e nervosa e grandi capacità di autocontrollo;
- propensione all'aggiornamento ed all'autoaggiornamento.

### **PERCORSI PROFESSIONALI, FORMAZIONE E TITOLI RICHIESTI**

Per svolgere la professione è necessaria la laurea in Odontoiatria e protesi dentaria, seguita dall'iscrizione all'Albo degli Odontoiatri. Il corso di laurea dura cinque anni, e per accedervi è indispensabile il diploma di scuola secondaria superiore ed il superamento di un test di ammissione con domande a risposta multipla. La frequenza ai corsi e alle esercitazioni è obbligatoria, gli esami da superare sono non meno di 29.

Dopo la laurea e il conseguimento dell'abilitazione è possibile accedere, previo superamento di un esame di ammissione, alle Scuole di specializzazione (chirurgia maxillo-facciale e ortodonzia). Nel Sistema Sanitario Nazionale l'accesso avviene per pubblico concorso, e i requisiti generali di ammissione ai concorsi prevedono la laurea, l'abilitazione e l'iscrizione all'Albo.

Per i dipendenti delle ASL sono previste anche attività didattiche e di ricerca, e soprattutto l'obbligo di partecipare alle attività di aggiornamento professionale, sulla base dei programmi fissati dalle Regioni, in collaborazione con le Università e gli ordini professionali.

### **TENDENZE OCCUPAZIONALI**

Al momento attuale, si registra una tendenza alla stabilizzazione del rapporto domanda/offerta, ma si può ritenere che vi siano ancora spazi occupazionali per questa figura professionale ed in particolare per quelle che conseguono ulteriori specializzazioni post-laurea.

### **FIGURE PROFESSIONALI PROSSIME**

Medico chirurgo, odontotecnico, igienista dentale

### **FONTI**

ISFOL Orientaonline – sito Internet [www.isfol.it/orientaonline](http://www.isfol.it/orientaonline)

Elaborazione IRES FVG

[www.agenzia lavoro.tn.it](http://www.agenzia lavoro.tn.it)

<http://orientation.icare.ch>

### **ALTRI INDIRIZZI UTILI:**

Federazione Nazionale Ordine dei Medici Chirurghi e Odontoiatri FNOMCEO Piazza Cola di Rienzo, 80/a - 00192 Roma, Tel. 06362031 Fax 063222794, sito Internet: [www.fnomceo.it](http://www.fnomceo.it)

Corso di Laurea in Odontoiatria e Protesi Dentaria Università degli Studi di Trieste Facoltà di Medicina e Chirurgia Piazzale Europa, 1 - 34127 Trieste, Tel. 0406767111 Fax 0406763093, sito Internet: [www.univ.trieste.it](http://www.univ.trieste.it)

Corso di Laurea in Odontoiatria e Protesi Dentaria Università degli Studi di Bologna Facoltà di Medicina e Chirurgia Via Zamboni, 33 - 40126 Bologna, Tel. 0512099111 Fax 051259034, sito Internet: [www.unibo.it](http://www.unibo.it)

Corso di Laurea in Odontoiatria e Protesi Dentaria Università degli Studi di Padova Facoltà di Medicina e Chirurgia Via 8 Febbraio, 2 - 35122 Padova, Tel. 0498275111/8273312/111 Fax 0498273039/8273009, sito Internet: [www.unipd.it](http://www.unipd.it)

Corso di Laurea in Odontoiatria e Protesi Dentaria Università degli Studi di Verona Facoltà di Medicina e Chirurgia Via dell'Artigliere, 8 - 37129 Verona, Tel. 0458098111/253 Fax 0458098255, sito Internet: [www.univr.it](http://www.univr.it)

## **DOTTORE COMMERCIALISTA**

### **DEFINIZIONE**

Il dottore commercialista è un libero professionista che lavora in ambito economico - giuridico. La figura professionale in oggetto ha pertanto, una competenza tecnica in materie commerciali, societarie, contrattuali, economiche, finanziarie, tributarie e di ragioneria.

### **ATTIVITÀ E COMPITI PRINCIPALI**

I compiti svolti dal dottore commercialista sono stabiliti per legge dal DPR 1067 del 27 ottobre 1953 che indica i contenuti e le aree di intervento della professione. Nello specifico, l'addetto si occupa di amministrare e liquidare le aziende, di fornire delle perizie specialistiche e delle consulenze tecniche societarie o contrattuali e di effettuare delle ispezioni e revisioni amministrative. Nello svolgimento delle proprie mansioni il commercialista interviene anche nell'ambito della verifica dell'attendibilità dei bilanci e dei documenti contabili emessi dalle imprese. Questa figura professionale può inoltre, svolgere le funzioni di sindaco e di revisore presso le società commerciali o gli enti che prevedono il controllo legale dei conti. Nello svolgimento delle proprie mansioni il dottore commercialista gode di un livello di autonomia e di responsabilità molto elevato. Eventuali errori nella stesura di un bilancio o nelle verifiche contabili possono essere perseguibili ai sensi di legge. Anche la capacità discrezionale è elevata poiché il dottore commercialista decide spesso individualmente come organizzare e gestire il proprio lavoro. La rete di relazioni interpersonali in cui è inserito il profilo professionale in oggetto comprende i privati cittadini ma anche i responsabili amministrativi delle imprese. L'addetto ha inoltre frequenti contatti con il personale presente negli enti pubblici o con gli impiegati delle istituzioni statali a cui si rivolge periodicamente. Se lavora presso uno studio commercialista questa figura professionale ha rapporti anche con gli altri colleghi e con le segretarie e gli addetti alla contabilità presenti in ufficio. Il dottore commercialista si serve principalmente del computer per svolgere il proprio lavoro, anche se, per controllare conti e bilanci, l'addetto utilizza spesso anche la calcolatrice.

### **SITUAZIONE DI LAVORO**

Il dottore commercialista lavora solitamente come libero professionista. L'addetto opera per circa otto ore al giorno anche se nei periodi di scadenze fiscali l'orario giornaliero supera di gran lunga questo limite. Questa figura professionale lavora all'interno di uno studio dove riceve i clienti. Se fornisce consulenze amministrativo-contabili all'esterno l'addetto opera anche fuori sede e si reca su appuntamento presso le imprese interessate alla consulenza. La professione in oggetto può risultare faticosa e stressante soprattutto nei periodi dell'anno prossimi a scadenze fiscali ed alle chiusure dei bilanci. La professione viene svolta in egual misura da uomini e donne anche se si registra una presenza femminile nel settore sempre più marcata e significativa.

### **COMPETENZE NECESSARIE**

Il dottore commercialista deve conoscere almeno una lingua straniera e padroneggiare abilmente gli strumenti informatici. Il profilo professionale in oggetto, pertanto, deve saper utilizzare programmi informatici di base quali Word ed Excel ma anche software di contabilità specifici. Le conoscenze tecnico-professionali in suo possesso riguardano nozioni di matematica finanziaria, calcolo matematico, ragioneria, economia, diritto e materie contabili e amministrative. Il dottore commercialista deve conoscere procedure e metodi per la corretta compilazione di moduli per la

dichiarazione dei redditi o per la verifica di conti e bilanci contabili e deve tenersi costantemente aggiornato per svolgere al meglio la propria attività di consulente fiscale o d'assistente amministrativo-contabile. Lo svolgimento di questa professione richiede il possesso di capacità operative, di calcolo e di raccolta ed interpretazione delle informazioni presenti nei bilanci aziendali. Il dottore commercialista deve lavorare nella massima riservatezza e discrezione nei confronti delle informazioni economiche ottenute dai clienti. Una buona capacità relazionale e comunicativa è indispensabile per stabilire un rapporto di fiducia con il privato cittadino o con il titolare di un'azienda alla ricerca di una consulenza fiscale o contabile specialistica. Le caratteristiche personali che definiscono questo profilo professionale sono un aspetto fisico curato. Il dottore commercialista deve essere in grado di trasmettere affidabilità, deve possedere una buona capacità d'ascolto lavorando con la massima discrezione nei confronti delle informazioni rilasciate dai clienti. La figura professionale in oggetto deve inoltre mostrarsi sempre disponibile, cortese e paziente con i clienti cercando di mantenere l'autocontrollo e di mostrare sicurezza in se stesso. Lo svolgimento della professione richiede anche molta precisione e ordine nell'esecuzione metodica di procedure specifiche. In futuro il dottore commercialista sarà sempre più coinvolto in attività di assistenza fiscale, per quanto riguarda i privati cittadini, mentre le imprese richiederanno agli operatori di settore una crescente specializzazione in materie quali il diritto commerciale e tributario. Molteplici sono inoltre gli aspetti che toccheranno da vicino la professione in oggetto alla luce della realizzazione dell'Unione Monetaria Europea.

### **PERCORSI PROFESSIONALI, FORMAZIONE E TITOLI RICHIESTI**

Il dottore commercialista è in possesso di una laurea in Economia e commercio o di una laurea equipollente (ad es. scienze politiche) seguita da un tirocinio triennale conseguito presso uno studio commercialista avviato. Lo svolgimento della professione richiede inoltre il superamento dell'esame di stato per l'abilitazione all'esercizio professionale e la regolare iscrizione all'albo professionale dei "dottori commercialisti". Tale albo viene gestito dall'Ordine competente per il luogo di residenza del professionista. Questo profilo professionale può lavorare nel settore pubblico presso gli enti o le istituzioni statali dedite all'adempimento di mansioni amministrative e contabili. L'accesso a questo tipo di opportunità avviene solo previa iscrizione all'albo professionale di riferimento e dopo aver superato il concorso pubblico adibito alla selezione degli aspiranti.

### **TENDENZE OCCUPAZIONALI**

Il dottore commercialista può lavorare come libero professionista presso uno studio di proprietà o gestito in collaborazione con altri colleghi oppure può trovare occupazione presso gli uffici della pubblica amministrazione dediti a mansioni contabili e fiscali. Le possibilità di mettersi in proprio sono elevate tanto che molti commercialisti, dopo aver maturato un'esperienza lavorativa nel settore, hanno avviato, in qualità di liberi professionisti, uno studio di proprietà. In regione il dottore commercialista ha delle buone opportunità occupazionali soprattutto se offre consulenza specialistica in materia contrattuale, fiscale e contabile alle imprese presenti sul territorio.

### **FIGURE PROFESSIONALI PROSSIME**

Addetto alla contabilità industriale; Addetto alla contabilità generale.

## **FONTI**

Indicazioni bibliografiche: Guida agli sbocchi occupazionali del laureato in economia, Lorenzoni G., Zamagni S. - Il Mulino, Bologna, 1995. Guida alle Professioni - PICO, provincia di Firenze, 1998. Come entrare nel mondo della finanza. Banche, assicurazioni, Sim, fondi comuni, merchant bank. I profili professionali. La formazione. Gli indirizzi utili, Della Valle I., Mania R., Pezzotti B. - 1996 Percorsi scolastici consigliati: Le Università degli Studi di Udine e di Trieste predispongono dei corsi di laurea specifici in materia economica e finanziaria. Per informazioni: Ordine dei Dottori Commercialisti di Milano, corso Europa, 11 20122 Milano Tel 02/777311.1 Università degli studi di Udine - Facoltà di Economia e Commercio, via Tomadini 30/A, Udine Tel. 0432/ 2491 Università degli studi di Trieste - Facoltà di Economia e Commercio via Europa Unita, 1 Trieste Tel. 040/6767111. Siti Internet consultabili: <http://www.regione.fvg.it/corsifor/fr2-cf.htm>; <http://www.orientamento.ch> <http://www.dottcomm.vt.it>