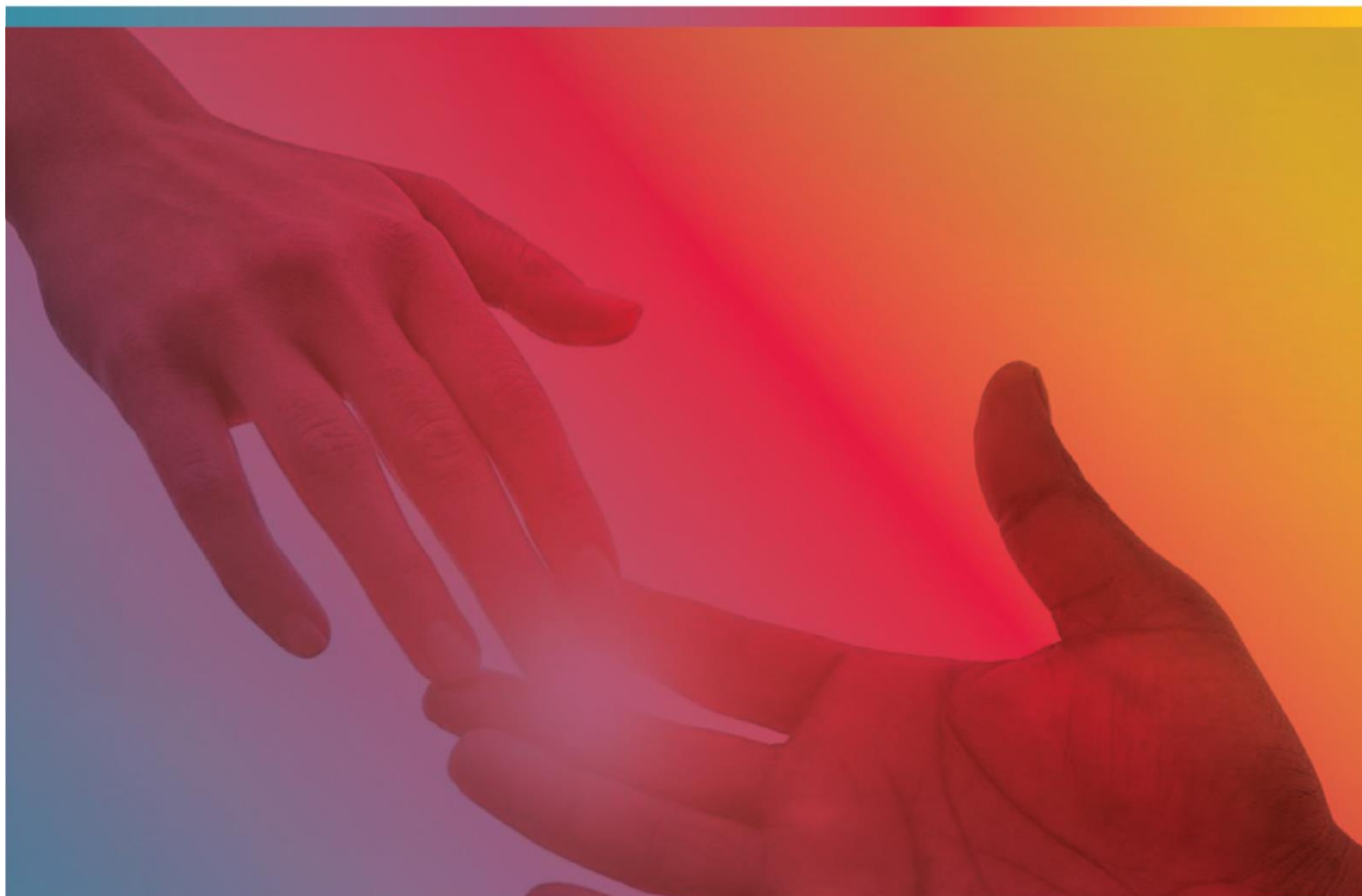




SOCIAL **IN**CLUSION
OF MIGRANTS THROUGH
CREATIVE INDUSTRIES



Da Migrante a Imprenditore Creativo

———— Manuale ————

This project has been funded with support from the European Commission.
This publication [communication] reflects the views only of the author, and the
Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Erasmus+



PARTNERS



This project has been funded with support from the European Commission.
This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



INCREA – Manuale: Da Migrante a Imprenditore Creativo

Tabella dei contenuti

SEZIONE (A) Introduzione al progetto Increa e alle Industrie Culturali e Creative	3
A.1 Introduzione	3
A.2 Che cos'è questo manuale e a chi è rivolto?	5
A.3 Tappe fondamentali per avviare e gestire un business nei settori Culturali e Creativi ..	6
A.4 Due strumenti e strategie per costruire e visualizzare la tua idea creativa	11
SEZIONE (B) Risorse principali per finanziare i business creativi	17
B.1 Come finanziare il proprio business	17
B.2 Opportunità di finanziamento in Europa	18
B.3 Fonti di finanziamento	23
SEZIONE (C) Procedure legali ed amministrative per finanziare e gestire un'azienda	27
C.1 Norme legali ed amministrative di base in Italia	27
C.2 Norme legali ed amministrative di base in Belgio	27
C.3 Norme legali ed amministrative di base in Slovenia	32
C.4 Norme legali ed amministrative di base in Spagna	33
C.5 Norme legali ed amministrative di base in Grecia	35
C.6 Una panoramica sull'Europa	36
SEZIONE (D) Suggerimenti e consigli su abilità linguistiche, imprenditoriali e digitali cruciali	38
D.1 ABILITÀ DIGITALI	38
D.2 ABILITÀ IMPRENDITORIALI	41
D.3 ABILITÀ LINGUISTICHE	44

SEZIONE (A) Introduzione al progetto Increa e alle Industrie Culturali e Creative

A.1 Introduzione

Il progetto INCREA (*Promuovere l'INclusione sociale dei migranti attraverso le industrie CREative*) è un progetto transnazionale sviluppato nell'ambito del programma Erasmus+ UE che mira a sostenere i migranti e i rifugiati che aspirano a diventare imprenditori in Europa, a sviluppare una proprietà di linguaggio adeguata nonché a sviluppare competenze professionali relative all'occupazione, tra cui competenze digitali e competenze imprenditoriali, applicate ai settori delle industrie creative e culturali. Il progetto è partito proprio dalla consapevolezza riguardo due principali sfide per l'inclusione personale e professionale dei migranti e dei rifugiati in Europa, che sono la mancanza di:

- 1) Conoscenza della lingua: dato che le popolazioni migranti sono infinitamente diverse tra loro per quanto riguarda la cultura, la società di appartenenza e la lingua.
- 2) Competenze professionali e relative all'occupazione: dato che in termini di capitale educativo, a seconda dei casi, si può passare dall'analfabetismo ad un'alta qualificazione, e i migranti possono fare parte di gruppi vulnerabili quali anziani, non udenti e persone che scontano pene detentive.

Per superare queste sfide, il partenariato del progetto ha sviluppato linguaggi specifici e attività di apprendimento mirate alle competenze digitali e imprenditoriali su misura e strumenti e strategie (ad esempio su come creare un business, sulla regolamentazione nazionale, sulle competenze pratiche e trasversali legate all'imprenditorialità). Il progetto ha concentrato le sue attività sul settore creativo con l'obiettivo di consentire ai migranti/rifugiati di sfruttare il proprio background culturale e creare business, nonché di promuovere l'inclusione e la crescita sociale rendendo l'apprendimento delle lingue più pratico e ancorato ad una realtà professionale reale.

In particolare, il partenariato del progetto INCREA ha affrontato il tema dell'inclusione sociale sviluppando:

- tre curricula specifici a supporto dei migranti che desiderano apprendere le lingue, che combinano l'apprendimento delle abilità imprenditoriali e digitali applicate al settore creativo
- un nuovo strumento TIC per trasferire le conoscenze ai migranti/rifugiati di riferimento
- questo Manuale: "Da Migranti a Imprenditori Creativi"

Infine, la messa in atto delle attività di INCREA in campo transnazionale ha prodotto risultati di successo, creando nel contempo una rete di attori a sostegno dell'integrazione dei migranti, in grado di essere capitalizzati anche dopo la fine del progetto e di raggiungere un numero più ampio di parti interessate per favorire l'interesse, la consapevolezza, gli investimenti e lo sviluppo delle capacità.

LA PARTNERSHIP COMPRENDE:



[CCS DIGITAL EDUCATION \(CRYSTAL CLEAR SOFT\) – GRECIA \(COORDINATORE\)](#)

Crystal Clear Soft (CCS) è una società di sviluppo software che svolge attivamente ricerche su usi innovativi della tecnologia all'avanguardia nel campo dell'editoria digitale, dell'istruzione, della formazione e della diffusione delle conoscenze. Offrendo una soluzione chiavi in mano, dalla concettualizzazione alla didattica della

progettazione, dai test alla distribuzione, CCS ha sviluppato applicazioni utilizzate in migliaia di classi in tutto il mondo! CCS è una società principalmente commerciale con presenza internazionale e un impressionante elenco di clienti, in particolare nei settori dell'editoria e della formazione aziendale.

MATERAHUB – ITALIA



Materahub è un consorzio che lavora a livello internazionale per supportare imprese, start-up e aspiranti imprenditori, istituzioni e organizzazioni attraverso progetti europei. Per anni, Materahub è stata un'organizzazione d'intermediazione nel Sud Italia per il programma europeo ERASMUS+ per giovani imprenditori, nonché ospite italiano della Creative Business Cup, la più importante competizione internazionale per le industrie creative. Materahub è membro del Distretto Puglia Creativa e fa parte di CRESCO, la rete di organizzazioni culturali e creative della Basilicata. Infine, il consorzio ha recentemente aderito al NICE, un network che promuove l'innovazione nella cultura e nella creatività.

DOMSPAIN – SPAGNA



DomSpain Consulting è un'organizzazione che si occupa di istruzione mirata agli adulti, specializzata nel campo dell'istruzione e della formazione, degli studi professionali, dell'occupazione, delle abilità sociali e interculturali, delle lingue e delle nuove tecnologie. È specializzata in lingue straniere, tecnologia informatica ed economia e offre una vasta gamma di corsi e seminari, che possono essere adattati alle esigenze specifiche in qualsiasi forma (corsi a lungo termine o intensivi, e-learning online, ecc.). Inoltre, organizza, progetta e gestisce vari tipi di formazione, progetti internazionali, affiancamento sul posto di lavoro, ecc., per studenti, insegnanti, personale accademico e amministrativo o persone che desiderano lavorare all'estero.

UPI – SLOVENIA



UPI-LJUDSKA UNIVERZA ŽALEC è un'istituzione pubblica senza scopo di lucro per l'istruzione e la formazione degli adulti nella regione della valle della Savinja, in Slovenia. È specializzata in una vasta gamma di programmi educativi formali e informali. Inoltre, fornisce servizi di orientamento e consulenza di qualità a diversi gruppi target di adulti come disoccupati, migranti, NEET, anziani e adulti in generale. Nei loro numerosi progetti nazionali e internazionali (Erasmus+), lavorano a stretto contatto con le parti interessate a livello locale, nazionale e europeo. UPI crede nell'idea di un percorso di apprendimento permanente e s'impegna costantemente per migliorare i propri programmi di istruzione in base alle esigenze dei gruppi di riferimento.

SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS (ARNERA) – ITALIA



La Società Cooperativa Sociale Onlus ARNERA è un'associazione multiprofessionale fondata nel 2014 dall'Unione di quattro diverse cooperative sociali: Il Ponte, Il Cerchio, Paideia e Il Progetto. ARNERA opera in diversi distretti della Toscana ed è in grado di coprire le esigenze del territorio attraverso un'attenta analisi e l'attuazione di opportune strategie. Le aree di intervento sono le seguenti: infanzia, bambini e giovani, elevata marginalità, cure per le dipendenze, assistenza agli anziani. ARNERA mira a creare opportunità di lavoro e a fornire servizi vicini al territorio in un'ottica di networking e responsabilizzazione al fine di promuovere la qualità della vita, il benessere e i diritti della cittadinanza.



COOPERATION BANCAIRE POUR L'EUROPE – BELGIO

Coopération Bancaire pour l'Europe è un Gruppo Europeo di Interesse Economico (GEIE) con sede a Bruxelles, finanziato nel 1992 da un gruppo di banche europee. Il CBE è composto da 10 membri provenienti da 3 paesi europei, tra cui banche e camere di commercio europee, che raggiungono una vasta rete di banche, PMI e associazioni economiche di tutta Europa. Il CBE mira a promuovere lo sviluppo economico in Europa e a contribuire al raggiungimento degli obiettivi della strategia Europa 2020 fornendo ai propri membri e ai propri clienti informazioni e supporto per comprendere correttamente le politiche e le strategie dell'UE. L'obiettivo finale del CBE è sostenere le PMI innovative nell'accesso al mercato e ai finanziamenti dell'UE.

A.2 Che cos'è questo manuale e a chi è rivolto?

Questo manuale INCREA "Da Migrante a Imprenditore Creativo" intende essere uno strumento sostenibile, semplice e facile da usare, per trasferire le conoscenze e i risultati raccolti da INCREA, e sintetizza i risultati delle precedenti attività del progetto unendoli a una serie di regole e pratiche di base su "come gestire un'azienda". Mira a definire una serie di consigli chiari, semplici e adattabili per gli imprenditori creativi disposti a imparare di più riguardo questo campo, e a sostenere i futuri imprenditori creativi migranti nella gestione e nello sviluppo della loro attività.

Struttura del manuale

- ✚ SEZIONE (A) include un'introduzione al progetto Increa e a questo manuale, agli obiettivi e alla struttura, una panoramica delle industrie culturali e creative e si focalizza su due principali strumenti innovativi per riflettere su di un'idea e per costruire un'idea di progetto imprenditoriale creativo.
- ✚ SEZIONE (B) una sorta di "sezione tecnica" dedicata alle principali fonti di finanziamento per avviare e supportare un'impresa creativa, e fornisce consigli su come ottenere un prestito, su come scrivere un piano aziendale e su come progettare un modello aziendale.
- ✚ SEZIONE (C) comprende le regole di base del diritto societario e tutte le procedure amministrative e burocratiche necessarie per fondare e guidare una società nei principali paesi partner, nonché una sezione più generale, per le regole applicate a livello europeo.
- ✚ SEZIONE (D) include suggerimenti e consigli su argomenti e contenuti sviluppati nei tre curricula di apprendimento, che sono:

Corso sulle ABILITÀ DIGITALI

- Come trovare risorse aperte online
- Come creare la tua identità di marca
- Lavora online! Servizi bancari online e freelancing
- Come rendere visibile la tua attività online (account personali online, immagine e marketing tramite i social media)
- Come proteggere il PC e la documentazione digitale aziendale

Corso sulle ABILITÀ IMPRENDITORIALI

- Come posso fare ricerche e trovare un'idea imprenditoriale?
- Pianifichiamo! Come preparare un piano aziendale
- Sai come registrare un'azienda? (Strutture legali nazionali)
- Come gestire contratti, fiscalità e assunzioni?
- Come posso finanziare/accreditare la mia attività?

Corso sulle ABILITÀ LINGUISTICHE

- Come preparare il mio CV
- Sei pronto per un colloquio?
- Lavoriamo! Come comunicare con i tuoi colleghi
- Come scrivere un'e-mail e gestire la burocrazia
- Come effettuare chiamate telefoniche

A.3 Tappe fondamentali per avviare e gestire un business nei settori Culturali e Creativi

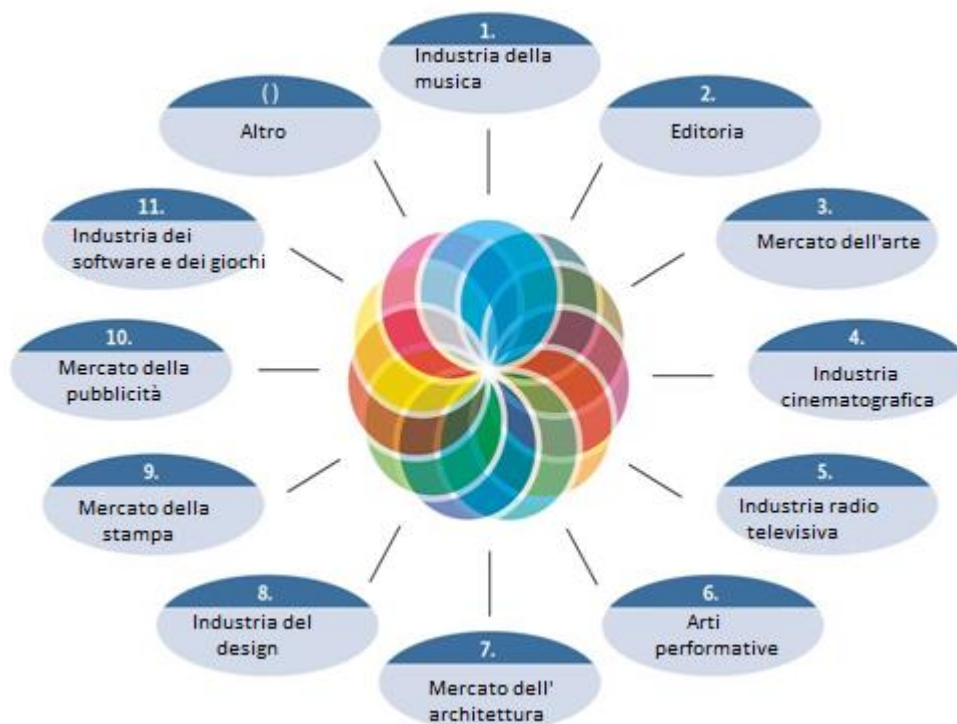
- Che cosa sono le Industrie Culturali e Creative (ICC)? Settori, driver e abilità imprenditoriali cardine



Le ICC comprendono quelle industrie che producono o distribuiscono beni e servizi culturali e creativi, definiti nel 2005 dall'UNESCO come **"attività, beni e servizi, che ... formano o trasmettono espressione culturale,**

indipendentemente dal valore commerciale che questi possano avere."

(Fonte immagine: The GoDown Arts Center - Creative Economy Conference)



(Fonte immagine: BMWi - Ministero federale dell'economia e dell'energia - Cultura...)

I settori culturali e creativi comprendono tutti i settori le cui attività si basano su valori culturali e/o espressioni artistiche e creative, indipendentemente dal fatto che queste attività siano orientate al mercato o meno, e indipendentemente da qualunque sia il tipo di struttura che le svolge.

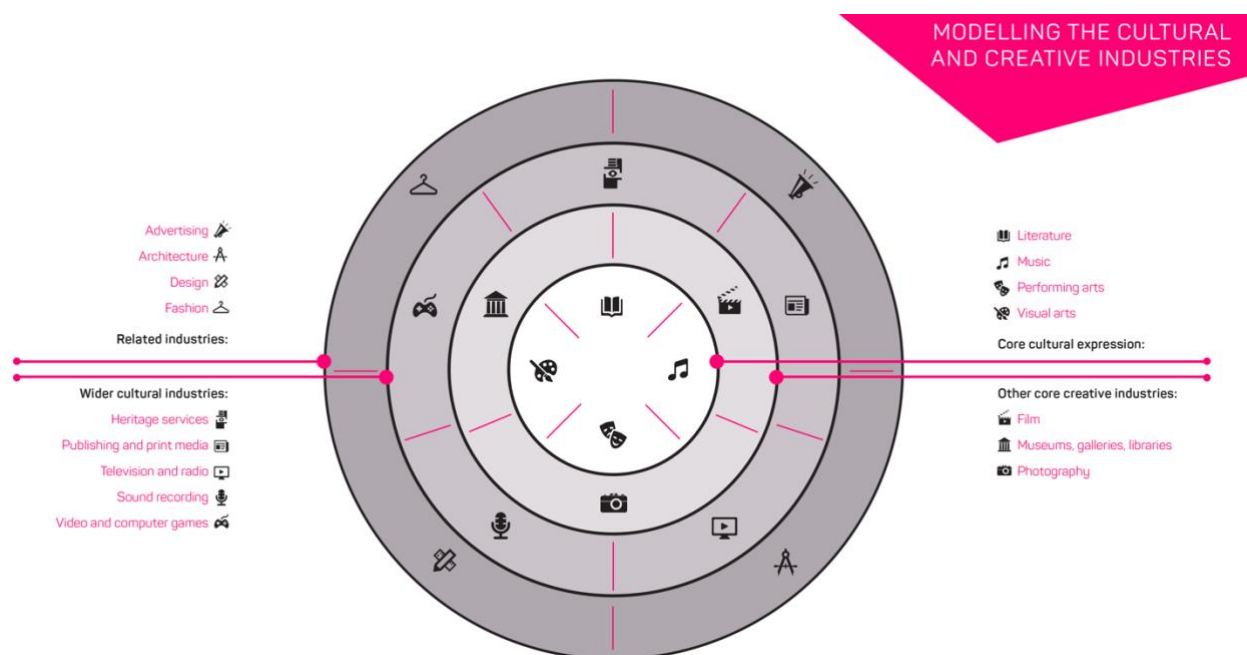
Queste attività comprendono la creazione, la produzione, la diffusione e la conservazione di beni e servizi che comprendono espressioni culturali, artistiche o creative, nonché funzioni ad essi correlate come l'istruzione, la gestione o la regolamentazione.

Teatro, arti visive, cinema, TV, radio, musica, editoria, giochi per computer, nuovi media, architettura, design, moda e pubblicità fanno tutti parte delle industrie culturali e creative.

I termini "industrie culturali" e "industrie creative" sono praticamente intercambiabili.

Il concetto di "industrie culturali" è più legato al patrimonio culturale e alle forme tradizionali di creazione, mentre le "industrie creative" comprendono le pratiche delle arti applicate, le innovazioni e la generazione di profitti e la creazione di posti di lavoro attraverso la creazione della proprietà intellettuale.

Le industrie culturali e creative (ICC) sono "il cuore" dell'economia creativa: un'economia ad alta intensità di conoscenze, basata sulla creatività e sul talento individuale, che genera enormi ricchezze economiche e preserva l'identità, la cultura ed i valori europei. La creatività e il design sono in prima linea in un mondo in rapido cambiamento. La creatività non è mai stata più apprezzata dalle persone, dalla società e dai datori di lavoro come lo è al giorno d'oggi. **I lavoratori creativi svolgono un ruolo importante nel favorire lo sviluppo economico, sociale e culturale.**



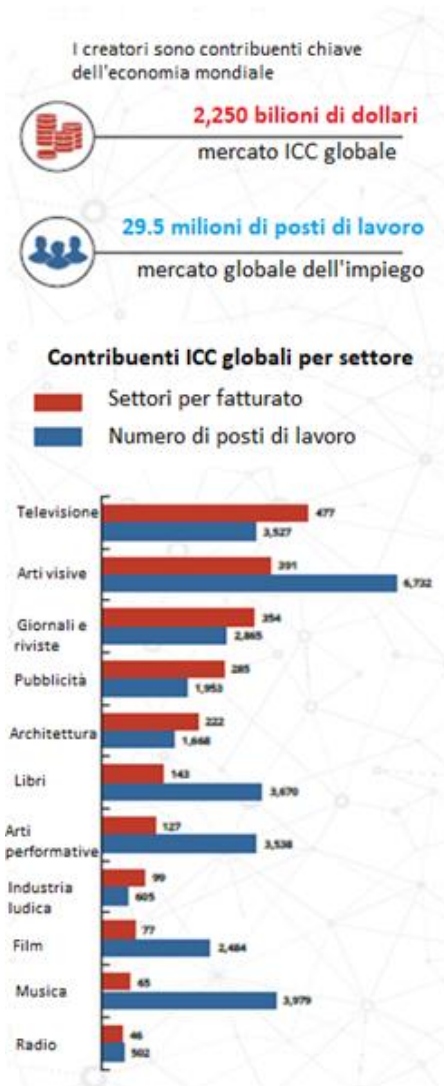
(Fonte immagine: lezione 5. Industrie culturali e creative)

Le linee di demarcazione tra i vari settori creativi sono sempre più sfocate. Gli artisti visivi usano immagini interattive e in movimento, gli artisti usano i media digitali nelle loro opere site-specific e i team collaborativi creano produzioni sofisticate che catturano i nostri sensi.

La tecnologia offre nuove possibilità agli artisti: sia nella creazione delle loro opere, sia sottoforma di nuovi sbocchi per la loro creatività e come mezzo per promuovere e distribuire i prodotti del loro lavoro. L'uso delle tecnologie digitali all'avanguardia produce prestazioni ed esperienze culturali che sono il risultato di questa ibridazione.

I settori culturali e creativi comprendono in particolare architettura, archivi e biblioteche, artigianato artistico, media audiovisivi (compresi film, televisione, videogiochi e multimedia), patrimonio culturale, design, festival, musica, arti dello spettacolo, editoria, radio e arti visive.

- Le ICC come driver aziendale (apripista) per l'economia globale



Le industrie culturali e creative (ICC) danno lavoro a oltre 12 milioni di persone nell'UE, pari al 7,5% di tutte le persone occupate nell'economia totale.

Le ICC comprendono una serie di sottosettori, quali artigianato artistico, patrimonio culturale, design, moda, film, musica, arti dello spettacolo e virtuali, editoria, radio, televisione e videogiochi.

Le ICC contribuiscono in modo determinante all'economia con il 5,3% del GVA totale dell'UE e un ulteriore 4% del PIL nominale dell'UE generato dalle industrie di fascia alta.

Il **CISAC** - la Confederazione Internazionale delle Società di Autori e Compositori - ha reso pubblico un nuovo studio pubblicato da EY, intitolato "Cultural Times - The First Global Map of Cultural and Creative Industries" (Epoca Culturale: La Prima Mappa Globale delle Industrie Culturali e Creative).

Per la prima volta, questo studio quantifica il contributo economico e sociale globale di questo importante settore. Lo studio analizza 11 settori delle industrie culturali e creative (ICC): pubblicità, architettura, libri, giochi, film, musica, giornali/riviste, arti dello spettacolo, radio, televisione e arti visive. I settori che generano più posti di lavoro sono: il settore delle arti visive (6,73 m), quello dell'editoria (3,67 m) e quello della musica (3,98 m).

(Fonte: "Cultural Times - La prima mappa globale delle industrie culturali e creative")

- **Quali sono le caratteristiche cruciali di un Imprenditore Creativo?** Diamo uno sguardo più approfondito alle competenze trasversali degli imprenditori creativi.



Creatività



Collaborazione



Imprenditorialità

L'imprenditore creativo è un pensatore di talento che combina acume imprenditoriale con creatività ed estetica. Indipendentemente dal fatto che siano lavoratori autonomi o che lavorino in un settore specifico, gli imprenditori creativi usano sia il lato sinistro che quello destro del cervello per generare entrate. Non sono hobbisti ... sono innovatori che realizzano le idee.

Un brillante pensatore creativo monitora i processi, agisce ed è in grado di gestire:

- **Creatività:** generare nuove idee, valutarle efficacemente, agire per trasformarle in nuovi prodotti e servizi.
- **Collaborazione:** connettersi e lavorare con partner, clienti e altri attori significativi nella propria rete, che probabilmente saranno sparsi in tutto il mondo, e si tratterà quindi di relazioni "virtuali" piuttosto che di relazioni "faccia a faccia".
- **Imprenditorialità:** identificazione delle opportunità sul mercato e utilizzo delle competenze aziendali per trasformare le idee in prodotti e in profitti.

Gli imprenditori creativi pensano in termini di creazione di opportunità, di produzione di risultati e profitto. Questo li porta a creare sistemi e aziende che generano ricchezza, lasciandogli però il tempo per sviluppare la loro prossima grande idea.

- Quali sono le principali competenze di un imprenditore creativo?



Innanzitutto bisogna possedere delle **ABILITÀ IMPRENDITORIALI**, che comprendono:

- Assumersi dei rischi, ovvero la capacità di valutare e affrontare i rischi, comprese le capacità/l'iniziativa per portare avanti con successo le idee.
- Abilità di pianificazione che includono la capacità di visualizzare, creare e organizzare un quadro strutturato di azioni e attività per decidere cosa deve essere fatto e come farlo.
- Passione per il proprio settore creativo: gli imprenditori creativi sono i mediatori che introducono sul mercato prodotti creativi e devono possedere quindi la capacità di individuare, rispettare, comprendere e gestire la creatività.
- Abilità aziendali quali: acume aziendale, consapevolezza commerciale, capacità manageriale, visione e strategia.
- Abilità interpersonali, ovvero la capacità di vendere un'idea, negoziare e creare reti.

Bisogna anche possedere competenze relative alla **CREATIVITÀ, ALLA RISOLUZIONE DEI PROBLEMI E ALL'INNOVAZIONE**, che comprendono la capacità di trovare:

- nuovi modi innovativi per portare e proporre il proprio lavoro creativo e i prodotti al pubblico e alle comunità
- nuovi modelli di produzione, distribuzione e valore - evidenziando i più ampi benefici sociali, economici e culturali.

– idee originali, e saper essere flessibile e sicuro di sé nell'immettere queste idee sul mercato.

Inoltre, bisogna possedere le competenze relative alle **ABILITÀ DI PENSIERO CREATIVO/AL POTENZIALE NECESSARIO PER CAMBIARE IL PROPRIO SETTORE**, poiché gli imprenditori devono saper osservare le situazioni da diverse prospettive per poter avere idee originali.

Nonostante il comune malinteso secondo cui la creatività è qualcosa per cui si ha o meno un'affinità naturale, chiunque può stimolare e far fiorire la propria creatività con la giusta mentalità, e così facendo gettare le basi per un business di successo.

La pratica rende perfetti

Passiamo così tanto tempo a dedicare le nostre capacità mentali alla routine quotidiana che spesso dimentichiamo di prenderci del tempo libero per sognare. Indipendentemente dalla tua età o dal tuo livello di esperienza, dovresti dedicare del tempo al sognare ad occhi aperti e all'aumentare le tue conoscenze rispetto ad un campo specifico.

Essere creativi non significa reinventare la ruota

Steve Jobs e l'iPhone sono un ottimo esempio. Sebbene Martin Cooper sia stato il creatore del telefono cellulare, Jobs è meglio conosciuto, ed è diventato un simbolo della creatività in quanto ha migliorato il dispositivo mobile, che è diventato un prodotto che dispone di funzionalità per la riproduzione di musica e di funzionalità wireless, non solo un prodotto capace di effettuare chiamate.

Usare i problemi come ispirazione

Piuttosto che vedere gli ostacoli che incontri nella vita quotidiana come inconvenienti, prova a considerarli come opportunità di innovazione. Probabilmente non sei l'unico a lottare contro quegli ostacoli: ciò significa che non solo esiste una nicchia di mercato, ma che esisterà anche un target di riferimento in attesa della tua soluzione creativa.

Non sottovalutare le soluzioni pratiche

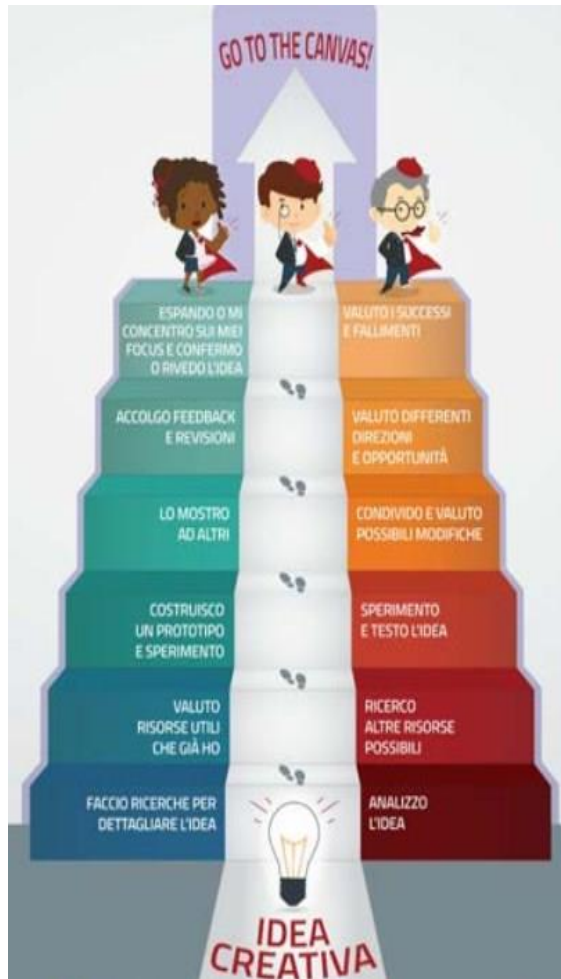
Quando gli imprenditori sognano la loro prima attività, tendono a immaginare la creazione di un prodotto o di un servizio entusiasmante. Sono attratti da questa idea. Tuttavia, ciò sottovaluta il valore e la longevità delle imprese basate su soluzioni pratiche.

Mettere tutto in discussione

Per trasformare un'idea creativa in un'azienda di successo è necessario mettere in discussione ogni aspetto del prodotto e dell'azienda in generale, per stabilire se sia attuabile o meno. Assicurati di essere in grado di articolare la tua idea in un paio di frasi, di creare un **piano aziendale**, di elaborare le stime e di pensare a come il business funzionerà nella pratica. Chiunque può essere creativo, se è disposto a dedicare del tempo alla pratica dell'innovazione, a pensare a come i prodotti esistenti potrebbero essere ottimizzati, e se è disposto a considerare i problemi come opportunità d'innovazione, indipendentemente da quanto "poco elegante" possa essere il prodotto finale. Mettendo in discussione l'attuabilità della tua idea, una volta formata, getterai le basi per trasformare la tua proposta unica in un'attività di successo.

A.4 Due strumenti e strategie per costruire e visualizzare la tua idea creativa

1) Strumento 1: Il Processo di Progettazione delle Idee



Tra i numerosi strumenti esistenti per costruire, visualizzare e rivedere il tuo progetto creativo, vi è uno strumento innovativo: Il **Processo di Progettazione delle Idee**, che ti aiuterà a costruire la tua idea creativa passo dopo passo e a rendere reale il tuo progetto creativo!

Un'idea imprenditoriale richiede tempo per essere sviluppata, testata e valutata.

Il "**Processo di Progettazione delle Idee**" sviluppato da Materahub e dai partner del progetto "Break in the desk" finanziato dall'UE è uno strumento chiave per analizzare i punti di forza, i punti deboli e l'attuabilità di un'idea imprenditoriale creativa in base a chi sei e al contesto in cui vorresti metterla in pratica. Questo strumento ti aiuterà a definire e dettagliare la tua idea prima di renderla reale!

Per utilizzare il Processo di Progettazione delle Idee è necessario partire da un'idea o da un'intuizione e definire un'idea che si desidera mettere in pratica, un sogno che si desidera realizzare, un prossimo progetto imprenditoriale da sviluppare o un progetto da modificare, ripristinare o ampliare.

Segui i gradini passo dopo passo, porta a termine tutti i compiti e fornisci documentazioni ed evidenze, organizza le documentazioni sotto forma di Libro delle Idee Aziendali, in cui aggiungerai disegni, foto, immagini, video, link, feedback, ecc., e così facendo il Libro delle Idee Aziendali diventerà la risorsa chiave per scrivere al meglio il tuo progetto.

Parti da un'idea
o da
un'intuizione

Segui i gradini
passo dopo
passo

Il Libro delle Idee
Aziendali diventerà
la tua risorsa
chiave.

Definisci l'idea che vuoi
realizzare

Gestisci la tua
documentazione sotto forma
di Libro delle Idee Aziendali

I sei passaggi del Processo di Progettazione delle Idee:

Ci sono sei passaggi per progettare la tua idea imprenditoriale creativa:

PASSAGGI o 1

Fare ricerche sull'idea - Esplorare l'idea

Inizia con il considerare le tue passioni, abilità, credenze e sogni e cerca online altri progetti simili. Stai cercando un'idea, un'intuizione. Scegli almeno 3-4 progetti, valuta le differenze e le somiglianze con la tua idea e rendila visiva (tramite uno schizzo, una mappa mentale, un elenco di parole chiave e connessioni, ecc.).

PASSAGGI o 2

Cercare e ottenere risorse – Valutare le probabili risorse

Fai una lista delle risorse necessarie per sviluppare il tuo progetto, risorse che puoi ottenere da solo. Ricorda: le risorse non sono solo economiche ma possono essere anche capacità, abilità e attrezzature.

PASSAGGI o 3

Creare prototipi ed esperienze – sperimentare e testare

Sei nel mezzo del processo, l'attività centrale del Processo di Progettazione delle Idee. In questa fase, sei pronto per sviluppare un prototipo dell'idea. Se la tua idea aziendale è un prodotto, realizzalo in piccolo e/o con materiali economici. Se la tua idea aziendale è un servizio, realizzalo con amici e/o in famiglia. Fai delle foto o un video come prova dell'esperienza. Fai una lista di cosa funziona e di cosa non funziona riguardo al prodotto e descrivi l'esperienza dal punto di vista dei clienti. Crea una seconda lista che comprenda le tue competenze e abilità (che si sono rese palesi durante l'esperienza) e che comprenda le competenze in cui avresti bisogno di migliorare.

"Alcuni piccoli consigli per prototipare la tua idea...

- Se il tuo progetto mira a commercializzare prodotti: potrebbe essere utile vedere e toccare quei prodotti. Quindi prova a creare un campione usando qualsiasi tipo di materiale (carta, plastica e così via).
- Se il tuo progetto è invece legato ad eventi, festival ... prova a creare uno storyboard, un video, un disegno con qualsiasi tipo di strumento, per visualizzarlo.

Condividere la tua idea è importante: ottenere feedback dagli altri e parlare del progetto con gli altri può fare la differenza. Non avere paura di condividere la tua idea con gli altri: i loro suggerimenti potrebbero illuminarti!"

PASSAGGI o 4

Mostrare agli altri – Valutare il significato e condividere

Ora leggi gli elenchi stilati durante il Passaggio 3, e rifletti su ciò che puoi migliorare e modificare della tua idea aziendale. Rivedi la tua idea di business e rispondi a questa domanda: le persone coinvolte nella fase di prototipazione hanno capito facilmente il progetto?

**PASSAGGI
o 5**

Feedback e valutazioni – Direzione ed opportunità

Sei molto vicino alla cima, ottimo lavoro! Rivedi e scrivi di nuovo la tua idea aziendale. Raccogli commenti e feedback da persone coinvolte nella fase di prototipazione (potrebbero essere feedback sottoforma di commenti testuali, immagini, video, interviste, ecc.). Rivedi e scrivi di nuovo la tua idea aziendale. Non preoccuparti se la tua idea si presenta in maniera completamente diversa da come appariva all'inizio! Stai lavorando duramente per raggiungere la cima, per sviluppare la tua idea aziendale al meglio. Ricorda che le idee di successo possono nascere dagli errori.

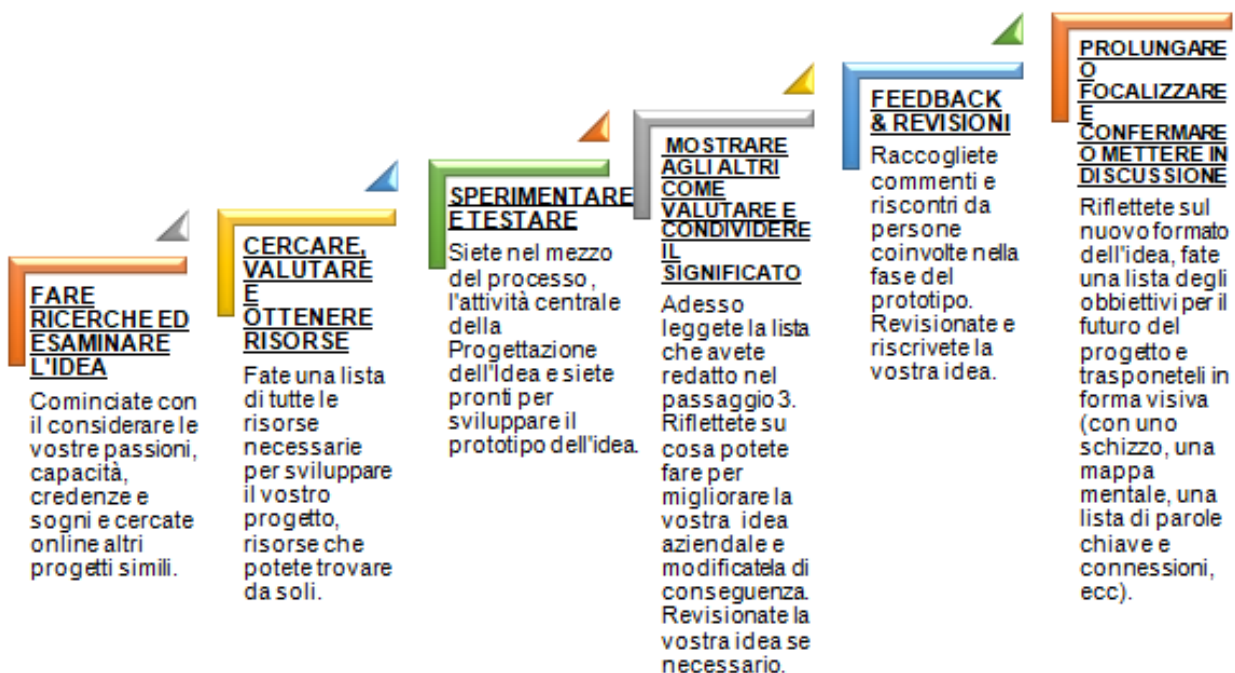
**PASSAGGI
o 6**

Estendere o focalizzare e confermare o mettere alla prova – Fallimento e successo

Rifletti sulla nuova forma della tua idea aziendale, elenca gli obiettivi per il futuro del progetto e rendili visivi (tramite uno schizzo, una mappa mentale, un elenco di parole chiave e connessioni, ecc.).

Sviluppa il Processo di Progettazione delle Idee: questo è il Processo di Progettazione delle Idee spiegato passo dopo passo. Una spiegazione dettagliata di questo strumento e dello strumento Creative Project Canvas è disponibile nel WorkPlayBook, che comprende anche giochi interattivi, sul sito: <https://www.creativeprojectcanvas.com/>

Goditi il processo di creazione della tua idea aziendale!



2) Strumento 2: Creative Project Canvas

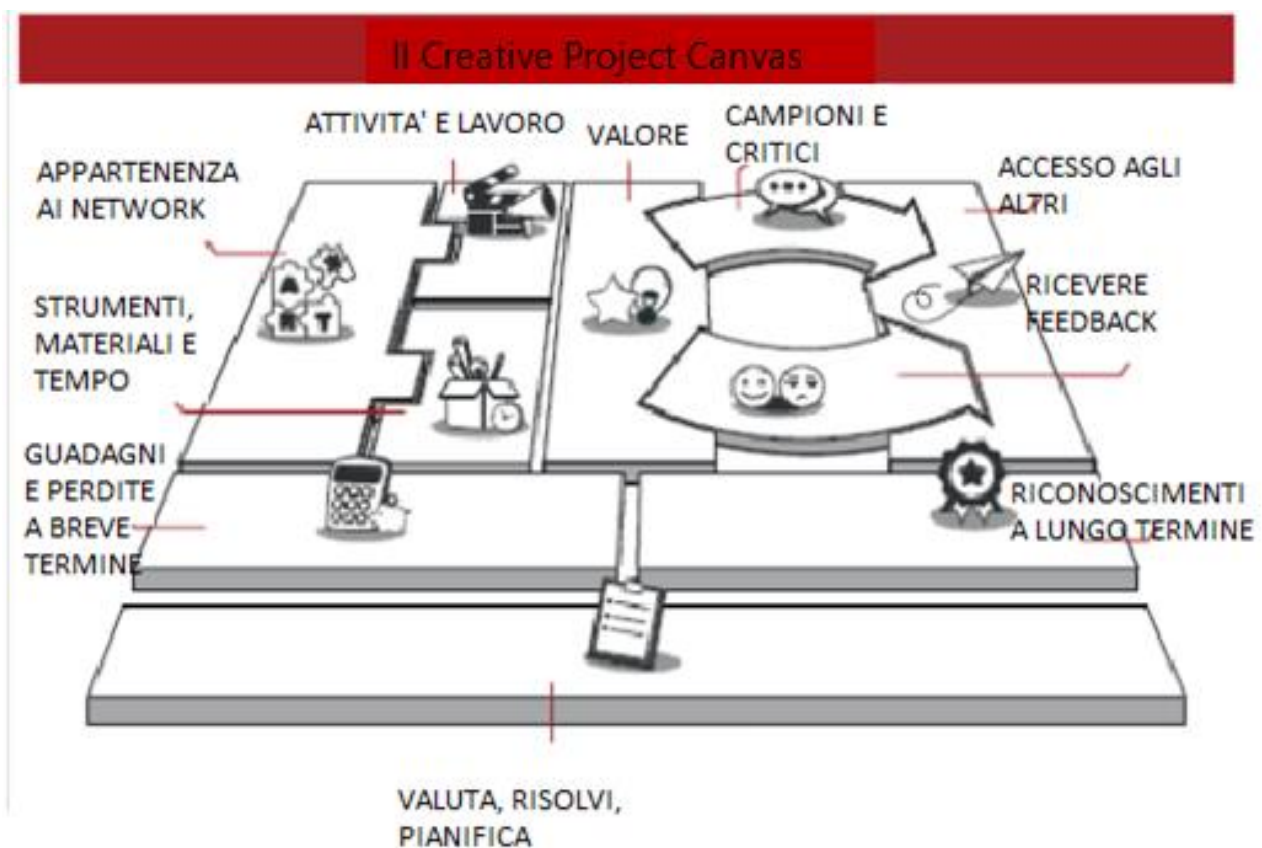
Perché i modelli aziendali sono così importanti?

I modelli di business o modelli aziendali consentono di creare valore con nuove idee. Non è sufficiente avere una buona idea per un nuovo prodotto o servizio se non è possibile rispondere ad

alcune domande chiave su come, ad esempio, promuoverlo e svilupparlo. Allo stesso modo, provare sentimenti positivi e avere il desiderio di fare cose buone per le persone non è una solida base per creare una piattaforma per fornire servizi importanti, specialmente in settori come lo sviluppo e l'impresa sociale. Lavorare con i colleghi per strutturare un'idea aiuta a capire quali sono i fattori di rischio più importanti e i presupposti associati a tale idea.

Un innovativo modello aziendale: the Creative Project Canvas (CPC)

Partendo dal Business Model Canvas (BMC), uno strumento di gestione strategica e imprenditoriale per visualizzare la tua idea e trasformarla in realtà, Materahub ha sviluppato l'innovativo Creative Project Canvas.



Il Creative Project Canvas è un quadro strategico per pianificare progetti SOSTENIBILI, in cui "sostenibilità" non si riferisce necessariamente a profitti economici a lungo termine, ma a solide basi che è necessario fondare per i tuoi progetti umani e professionali.

Il nostro **Creative Project Canvas** è uno strumento di esplorazione di idee e pianificazione mirata ai progetti creativi.

Perché ho bisogno di usare **Creative Project Canvas**? Perché mi può aiutare a...



Ci sono 9 temi per ogni blocco, ed ogni blocco include una breve descrizione e delle domande per aiutarti a chiarire e riflettere sul tuo progetto. "Trova le tue risposte!"

Di seguito puoi osservare il Creative Project Canvas diviso in 4 parti, per aiutarti a visualizzare gli aspetti principali del tuo progetto:

2. La parte pratica del progetto
Chi ti aiuterà, come farai a mettere l'idea in pratica, cosa ti servirà?

1. Il nucleo del progetto
Che cosa farai?

3. La percezione esterna del progetto
Come interagirai e come raggiungerai il tuo pubblico?

CREATIVE PROJECT CANVAS

Project name:
Date:

Team members:
Rate: ☐ ☐ ☐ ☐

BELONGING TO NETWORKS - How can current and potential networks support with this project? - Learning? - Preparing? - Traveling? - Creating, producing and sharing? - Coordinating all the aspects of it? - Renewing and reflecting? - Recovering and refreshing before the next project?	ACTIVITIES AND WORK - What activities are required? - Who does these? - Could others do these? - What would enable them to do these? - What impact would that have on the project, you, family, others? EQUIPMENT, MATERIALS AND TIME - What equipment and materials are needed? - Who provides these? - Who else has these? - What would enable others to provide these? - How much time is needed? - Recovering and refreshing before the next project?	VALUE - How would you describe the value of this project to yourself, your family, others? - Emotional - Intellectual - Material/Financial - Spiritual - Social - Other	CHAMPIONS AND CRITICS - Who is a champion and supporter of your creative projects? - What impact do they have on the project, you, family, others? - Who is a critic and blocker of your creative projects? - What impact do they have on the project, you, family, others? - How can you increase the positive and reduce the negative impact? GETTING FEEDBACK - Who gives feedback about your project? - How do you use this? - What is important to know about? - How often? - How can others give feedback? - How can others request the opportunity to give feedback? - How can you get more useful feedback?
---	--	---	---

SHORT TERM GAINS AND LOSSES

- What are the short-term gains from doing this project?
- Money, Contacts, Credibility, Opportunities, Other;
- What are the short-term losses from doing this project?
- Money, Time, Missed opportunities;

LONG TERM REWARDS

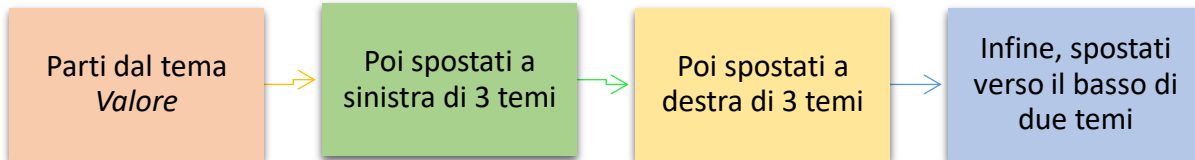
- What are the long-term rewards from undertaking this creative project?
- How will you use these rewards to stimulate further opportunities, create sustainability or long-term impact?

REVIEW, PROBLEM-SOLVE, SCOPE AND PLAN

4. I piani futuri per il progetto
Cosa potresti acquisire o perdere in futuro? Quali ricompense?

Come usarlo?

- Leggi le domande chiave elencate in ciascuno dei 9 temi e scrivi le tue risposte su un post-it, che va appiccicato su ciascun tema (ricorda: 1 post-it per ogni blocco)



- Dopo aver creato una "prima bozza" del Creative Project Canvas, rivedila regolarmente per verificare i tuoi progressi e/o cambiare qualsiasi cosa vada cambiata, modificata, adattata, eliminata.

SEZIONE (B) Risorse principali per finanziare i business creativi

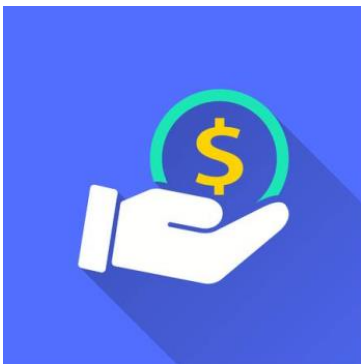
B.1 Come finanziare il proprio business



- **Investimenti permanenti**

Ovvero, credito bancario a lungo termine. Sono prestiti ricevuti da istituti finanziari e la cui scadenza è superiore a un anno. Il credito bancario (sia a lungo che a breve termine) è la fonte di finanziamento più comune nel mondo degli affari, e solitamente scade in meno di un anno.

È evidente che l'accesso a questi crediti sarà molto più semplice per quelle società con risultati e attività consolidati rispetto a nuove società o imprenditori che desiderano avviare un nuovo progetto. Se verrà richiesto un prestito per o durante l'avviamento di una nuova attività, è certo che le condizioni poste dall'entità finanziaria saranno più dure rispetto a quelle che verrebbero poste ad un'impresa già consolidata. Tali condizioni più severe si traducono in: interessi di rimborso più elevati, in alcuni casi limiti di tempo più stretti nel periodo stabilito per il rimborso, commissioni più elevate e, soprattutto, l'esigenza di maggiori garanzie che si estenderanno da quelle personali a quelle reali o ipotecarie, e che nella maggior parte dei casi richiederanno l'approvazione e la garanzia di terzi attraverso un patrimonio netto.



- **Investimenti a breve termine**

Prestiti a breve termine. In questo caso la scadenza e quindi il tempo di rimborso per il prestito (comprensivo degli interessi della banca), sarà inferiore ad un anno.

La complessità della procedura per i prestiti a breve termine è uguale a quella dei prestiti a lungo termine nel caso di nuove società con nuovi progetti mirati ad avviare nuove attività.

L'unica differenza è che questo tipo di finanziamento non utilizza la garanzia ipotecaria, a causa del breve periodo di tempo. Di solito, in questi casi, le garanzie sono solo personali ma quasi sempre accompagnate da una garanzia richiesta a terzi, che devono avere una grande credibilità e, quindi, capitale.



- **Risorse proprie**

Aumenti di capitale: un'impresa può optare per questo tipo di finanziamento per qualsiasi nuovo progetto. Di solito però un finanziamento di questo tipo viene richiesto quando l'azienda può fare affidamento su una certa credibilità sul mercato. È praticamente impossibile che questo finanziamento venga utilizzato dalle start-up, poiché non hanno ancora ottenuto risultati che possano fungere da garanzia per la loro attività. Viene utilizzato da aziende che decidono di aumentare il proprio capitale. Avviene attraverso l'offerta di nuove azioni o aumentando il valore delle azioni già esistenti, come nel caso di una società per azioni; nel caso di una società a responsabilità

limitata, gli azionisti forniscono denaro sotto forma di nuove azioni o aumentando il valore di quelle esistenti.

Autofinanziamento: questo tipo di finanziamento interno per l'avvio di nuovi progetti potrebbe essere utilizzato da aziende che operano da tempo, con attività dalle quali ottengono un profitto minimo.

Si tratta di finanziare utilizzando i profitti dell'azienda, o solo una parte di essi, e gli ammortamenti. Pertanto, questa fonte di finanziamento non ha bisogno dell'indebitamento per avviare nuovi progetti. Una delle conseguenze più rilevanti dell'autofinanziamento è la diminuzione della dipendenza esterna dell'azienda e l'eliminazione degli oneri finanziari. Si potrebbe dire che l'unico svantaggio di questa fonte di finanziamento è il fatto che fintanto che la società la utilizza, elimina o riduce la ripartizione degli utili tra i proprietari o gli azionisti.

Vendita di immobilizzazioni: in questo caso (e se la sua situazione lo rende possibile), la società finanzia nuovi progetti vendendo immobilizzazioni o capitali fissi che non sono più utili o che possono aumentare il loro valore mediante la nuova attività. Questo tipo di finanziamento può essere attuato solo dalle imprese che sono consolidate in una certa misura in altre attività, attività che hanno permesso loro di contare su un determinato importo di capitale in attività.

Riduzione dell'inventario: questo tipo di finanziamento è fondamentalmente possibile per le imprese la cui attività principale è la produzione, poiché dispongono di un elevato stock, costituito da materie prime o da prodotti finiti. Si tratta di migliorare la gestione dei magazzini (materie prime) o della produzione (rispetto alle tempistiche) o migliorare le vendite al fine di ridurre il volume dello stoccaggio, con un conseguente risparmio dei costi generali dell'impresa.

Riduzione del ciclo di raccolta di liquidità da parte dei clienti: questo finanziamento può essere utilizzato dall'impresa mediante una riduzione massima del periodo di raccolta di liquidità da parte dei clienti. Questo tipo di finanziamento è strettamente associato alla capacità dell'azienda di estendere il pagamento ai propri fornitori il più possibile. Maggiore è la differenza tra il tempo che l'azienda impiega per il pagamento ai propri fornitori e la riscossione dai propri clienti, maggiore e migliore sarà il loro livello di finanziamento attraverso questo sistema.

Questo tipo di finanziamento richiede buone capacità di negoziazione con clienti e fornitori. La capacità di negoziazione è generalmente legata alla credibilità, all'anzianità e all'immagine dell'azienda, tutte condizioni che possono essere raggiunte solo con il tempo e lavorando in maniera ottimale. Ciò significa che attuare questo sistema per ottenere finanziamenti non è così semplice per un imprenditore alle prime armi o per un'azienda appena nata che desidera avviare un nuovo progetto.

Per ovvie ragioni, nel caso di un privato o di un'azienda che voglia avviare un progetto nuovo per la prima volta, i fornitori avranno la tendenza a voler essere pagati in contanti o a ridurre il più possibile il periodo di raccolta del denaro, a causa della percepita o reale mancanza di esperienza dell'imprenditore e mancanza di riferimenti commerciali. Allo stesso modo, i clienti avranno la tendenza ad aumentare il più possibile il periodo di pagamento, a seconda dell'attività, ed agiranno in questo modo basandosi sulla loro mancanza di conoscenza o familiarità verso il nuovo prodotto o servizio e quindi negozieranno e cercheranno di migliorare le condizioni di acquisto.

B.2 Opportunità di finanziamento in Europa

L'Unione Europea offre vari programmi di finanziamento, ed è possibile richiedere finanziamenti a seconda della natura delle attività o del progetto. Esistono due tipi di finanziamento: *diretto* e *indiretto*.

La concessione di *finanziamenti diretti* è gestita dalle istituzioni europee. Il finanziamento può assumere la forma di sovvenzioni o contratti. Puoi richiedere una lista delle sovvenzioni e dei contratti gestiti dalla Commissione Europea tramite il portale: "[Finanziamenti e Bandi](#)".

Il *finanziamento indiretto* è gestito da autorità nazionali e regionali responsabili della fornitura di finanziamenti indiretti, che rappresentano quasi l'80% del bilancio dell'UE, ed avviene principalmente attraverso cinque importanti fondi, che costituiscono i fondi strutturali e di investimento europei. L'Unione europea fornisce sostegno agli imprenditori e alle imprese europee. Questo tipo di

finanziamento è disponibile direttamente o tramite programmi gestiti a livello nazionale o regionale, come i fondi strutturali dell'Unione Europea. Gli imprenditori possono inoltre beneficiare di una serie di misure di assistenza non finanziaria sotto forma di servizi di sostegno alle imprese.

- **Programma Europa Creativa**

Europa Creativa è il programma di riferimento della Commissione Europea per il sostegno ai settori della cultura e dell'audiovisivo. In seguito al precedente programma Cultura e al programma MEDIA, Europa Creativa, con un budget di 1,46 miliardi di euro, sosterrà i settori culturali e creativi dell'Europa.

Gli obiettivi dichiarati di Creative Europe sono:

- aiutare i settori culturali e creativi a cogliere le opportunità dell'era digitale e della globalizzazione
- consentire ai settori di raggiungere il loro potenziale economico, contribuendo alla crescita sostenibile, all'occupazione e alla coesione sociale.
- dare accesso ai settori della cultura e dei media europei a nuove opportunità, mercati e ad un pubblico internazionale. Ciò comporterà in particolare la fornitura di finanziamenti così suddivisi: 2.500 finanziamenti ad artisti e professionisti della cultura, 2.000 al cinema, 800 alla produzione di film, 4.500 alle traduzioni di libri. Nel 2016 sarà inoltre istituito un meccanismo di garanzia finanziaria fino a 750 milioni di euro per le piccole imprese attive nel settore.

Chi può partecipare?

Il programma Europa Creativa è aperto alle organizzazioni culturali e creative degli Stati membri dell'UE, nonché ai paesi terzi. Sotto determinate condizioni, anche i paesi SEE (Spazio Economico Europeo), candidati/potenziati candidati e gli stati ENP (European Neighbourhood Policy o Politica Europea di Vicinato) possono partecipare al programma su un piano di parità con gli stati membri.



Ulteriori informazioni sui paesi idonei sono disponibili nella tabella relativa ai paesi terzi, nonché nelle linee guida di ogni Call for Proposal (Invito a Presentare Proposte).

Come ci si può candidare?

Le organizzazioni interessate a richiedere questi finanziamenti o ad avere maggiori informazioni su queste opportunità possono scoprire di più nelle singole pagine: Opportunità nel settore culturale; Opportunità nel settore audiovisivo; Il filone intersettoriale. Informazioni più dettagliate sulla procedura di candidatura e sui risultati dei precedenti Call for Proposal sono disponibili sul sito web dell'Agenzia Esecutiva per l'Istruzione, gli Audiovisivi e la Cultura (EACEA).

- **Strumento per le PMI (Fase 1 e Fase 2)**

L'Unione Europea fornisce sostegno alle piccole e medie imprese (PMI) europee. Questo sostegno è disponibile sotto diverse forme, quali sovvenzioni, prestiti e, in alcuni casi, garanzie. Le PMI possono inoltre beneficiare di una serie di misure di assistenza non finanziaria sotto forma di programmi e servizi di sostegno alle imprese. Di seguito sono riportati i programmi di assistenza, suddivisi schematicamente nelle seguenti quattro categorie:

1. Opportunità di finanziamento tematiche: questo finanziamento è prevalentemente tematico, con obiettivi specifici - ambiente, ricerca, istruzione - progettato e realizzato da vari dipartimenti della Commissione Europea. Le PMI o altre organizzazioni generalmente possono presentare domanda direttamente per i programmi, di solito a condizione che presentino progetti



sostenibili, a valore aggiunto e transnazionali. A seconda del programma, i candidati possono anche includere raggruppamenti industriali, associazioni di imprese, fornitori di sostegno alle imprese e/o consulenti. Il cofinanziamento è la regola generale: il sostegno dell'Unione Europea di solito consiste in sussidi che coprono solo una parte dei costi di un progetto.

2. I fondi strutturali: (Fondo Europeo di Sviluppo Regionale [FESR] e Fondo Sociale Europeo [FSE]) sono i maggiori strumenti comunitari di finanziamento a beneficio delle PMI, finanziamento che avviene attraverso i diversi programmi tematici e le iniziative comunitarie attuate nelle regioni. I beneficiari dei fondi strutturali ricevono un contributo diretto per finanziare i loro progetti. Si noti che i programmi sono gestiti - e i progetti vengono selezionati - a livello nazionale e regionale.

3. Strumenti finanziari: la maggior parte degli strumenti finanziari è disponibile solo indirettamente, tramite intermediari finanziari nazionali. Molti di questi sono gestiti dal Fondo Europeo per gli Investimenti.

4. Sostegno all'internazionalizzazione delle PMI: ovvero, generalmente assistenza alle organizzazioni intermedie e/o alle autorità pubbliche nel campo dell'internazionalizzazione, al fine di aiutare le PMI ad accedere ai mercati al di fuori dell'UE.

Strumento per le PMI – Come funziona

Questo programma di sostegno finanziario orientato alle piccole e medie imprese può risultare molto efficace anche per le start-up. È perfetto per sviluppare e ampliare un'idea imprenditoriale innovativa. Inoltre, un imprenditore può utilizzare le risorse per lo sviluppo del business e il coaching per portare avanti la sua azienda. Lo Strumento per le PMI fa ora parte del progetto pilota del Consiglio Europeo dell'Innovazione (European Innovation Council o EIC) che sostiene innovatori, imprenditori, piccole imprese e scienziati di alto livello con opportunità di finanziamento e servizi di accelerazione. Il focus principale dell'EIC è sulle innovazioni radicali e che creano mercato, per migliorare la produttività e la competitività internazionale e generare nuovi posti di lavoro e standard di vita più elevati.

Chi dovrebbe candidarsi?

Lo strumento per le PMI si rivolge alle piccole e medie imprese (PMI) con un'idea radicalmente nuova, sostenuta da un piano aziendale per la realizzazione di soluzioni di innovazione commerciabili, PMI che posseggano una spinta verso l'ambizione e l'espansione. Supporta le PMI ad alto rischio e ad alto potenziale e le PMI a scopo di lucro, comprese le giovani imprese e le start-up, appartenenti a qualsiasi settore. Bisogna essere residenti di uno Stato membro dell'UE o di un paese associato a Horizon 2020.

La concorrenza è accanita, solo le proposte più convincenti ed ottimali vengono finanziate dopo un'accurata valutazione da parte di gruppi multinazionali di esperti di tecnologia, affari e finanza. Le aziende selezionate ricevono finanziamenti e hanno la possibilità di accedere a programmi di business coaching per ampliare la loro idea innovativa e ricevere tutoraggio. Queste aziende vengono supportate nel lavorare in rete con altri clienti di strumenti EIC per le PMI, con altre società di tutte le dimensioni e con potenziali coinvestitori in tutta Europa. Fino a 4000 piccole imprese circa saranno selezionate per il finanziamento sino al 2020. Come cliente dello strumento per le PMI, otterrai visibilità e aumenterai le tue possibilità di successo nei mercati europei e internazionali.

Quale tipo di supporto puoi ottenere?

Lo strumento per le PMI fornisce supporto verso l'innovazione aziendale a ciclo completo. È formato da tre fasi, tra cui un servizio di coaching e mentoring. Non ci sono tematiche fisse, le aziende innovative sono invitate a presentare le loro idee migliori. Si consiglia alle aziende di fare domanda per la Fase 1, ma possono anche fare domanda direttamente per la Fase 2 a seconda della maturità del loro progetto.

Studio di attuabilità - Fase 1

La fase 1 ti aiuta a comprendere la ricerca e lo sviluppo, l'attuabilità tecnica e il potenziale commerciale di un'idea innovativa e originale e ti aiuta a trasformare questa idea in un piano aziendale credibile. I progetti riceveranno una somma forfettaria di € 50.000 e dovrebbero durare circa 6 mesi.

Dall'idea al mercato - Fase 2

La fase 2 ti aiuta a sviluppare ulteriormente il tuo concetto o idea di business in un prodotto, servizio o processo pronto per il mercato e in linea con la strategia di crescita della tua azienda.

Le attività potrebbero, ad esempio, includere prove, prototipazione, validazione, dimostrazione e test in condizioni reali e una replica sul mercato.

Se l'attività riguarda principalmente un'innovazione tecnologica, è previsto un livello di Technology Readiness Level (TRL o "prontezza tecnologica") pari o superiore a 6. I progetti riceveranno tra i 0,5 e i 2,5 milioni di €, ma è possibile richiedere un importo superiore o inferiore, debitamente giustificato, al momento della richiesta. Il completamento dei progetti dovrebbe normalmente durare dai 12 ai 24 mesi, ma potrebbe essere esteso per casi eccezionali o giustificati.

Come candidarsi?

Lo strumento per le PMI è un invito aperto costantemente a presentare proposte (un Call for Proposal, quindi), con 4 interruzioni annuali per ogni fase.

Le proposte vengono valutate da esperti sulla base di tre criteri di aggiudicazione: "impatto", "eccellenza e qualità" e "efficienza di attuazione".

Per la Fase 1 le proposte vengono valutate a distanza da esperti indipendenti.

Le proposte che superano la soglia di qualità di 13 su 15 saranno prese in considerazione per il finanziamento nella misura del budget disponibile. Per la Fase 2, le domande vengono valutate in due fasi. Nella Fase 1 le proposte vengono valutate a distanza da esperti indipendenti. Le proposte che superano il livello di soglia di qualità più alto saranno idonee a passare alla Fase 2 (circa il doppio delle proposte rispetto al budget disponibile saranno idonee a passare alla Fase 2). Il secondo passaggio consiste in colloqui con una giuria di esperti in tecnologia, affari, finanza e industria.



- **COSME**

COSME è il programma della Commissione Europea dedicato alla competitività delle imprese. Mira a promuovere le imprese e l'imprenditorialità in Europa, con particolare riferimento alle piccole e medie imprese (PMI), che costituiscono la "spina dorsale" dell'economia europea e creano l'85% di tutti i nuovi posti di lavoro.

Il programma COSME contribuisce agli obiettivi di Europa 2020, indirizzati verso una crescita intelligente, inclusiva e sostenibile, ottimizzando al contempo le sinergie con altri programmi dell'UE, come Horizon 2020 e i Fondi Strutturali e di Investimento Europei.

Questi sono gli obiettivi che ci si propone di raggiungere: migliorare l'accesso ai finanziamenti per le PMI, facilitare l'accesso al mercato, in particolare all'interno dell'Unione Europea ma anche a livello globale, migliorando le condizioni del quadro generale per la competitività e la sostenibilità delle imprese, in particolare per le PMI (compreso il settore turistico), sostenere gli imprenditori e promuovere l'imprenditorialità. COSME ha un budget indicativo di 2,3 miliardi di euro per il periodo 2014-2020. Il programma viene realizzato attraverso un piano di lavoro annuale e misure di sostegno. Il programma di lavoro per il 2017 aveva un budget totale di 292 milioni di euro, di cui il

60% è stato destinato a strumenti finanziari e il 20% ad attività per facilitare l'accesso delle imprese al mercato, le due priorità principali del programma.

Enti ammissibili e partnership

Come già accennato, i potenziali beneficiari del programma COSME sono tutti gli attori (fisici e legali) che orbitano all'interno dell'impresa: imprenditori, imprese, aspiranti imprenditori, start-up e organizzazioni a sostegno di imprese pubbliche e private, attive a livello locale, regionale e nazionale.

Come per altri programmi, è opportuno distinguere tra due tipi di beneficiari: gli organismi che forniscono sostegno alle imprese (i primi beneficiari di molti degli inviti - Call for Proposal - lanciati tramite COSME) e le imprese stesse, che beneficiano del sostegno fornito. Ad esempio, per una PMI o start-up è importante conoscere gli strumenti di sostegno finanziario (accesso a prestiti e capitale proprio) offerti da COSME, ma l'accesso a tali strumenti avviene principalmente attraverso gli intermediari finanziari presenti a livello locale, il cui accreditamento è soggetto a una "chiamata" (call) o invito specifico da parte di COSME.

Esistono tuttavia numerosi Call for Proposal (inviti a presentare proposte) lanciati da COSME, volti alla partecipazione diretta delle PMI e di altri attori minori nell'area, quindi sarebbe opportuno consultare i singoli inviti.

La formazione di una partnership (e in particolare di una partnership transnazionale) deve essere orientata alla produzione di un "valore aggiunto europeo" funzionale al tipo di azione specifica finanziata: a seconda del caso, l'innovazione di un'idea, il suo potenziale di mercato, la trasferibilità delle pratiche a diversi settori, paesi e processi produttivi o persino la capacità del progetto di influenzare le "politiche", possono essere decisive per l'azienda e l'ambiente aziendale. Gli inviti a presentare proposte sono aperti ad enti e attori appartenenti all'area dell'UE, e all'area EFTA/SEE, e (sulla base di accordi specifici da verificare caso per caso) a paesi candidati, potenziali candidati e vicini.

COSME - Tipologie e campi d'azione:

Il programma COSME è strutturato in quattro principali sezioni chiave, che sono anche le sue principali aree di intervento:

1) Accesso al finanziamento.

La prima priorità di COSME, in ordine di importanza e di volume, è quella di facilitare l'accesso ai finanziamenti per le PMI, in tutte le fasi del loro ciclo di vita, in particolare nei momenti chiave della creazione, dell'avvio, dell'espansione e del trasferimento delle attività. Le forme di supporto comprendono l'accesso a garanzie, prestiti, capitale di rischio ed equità, canalizzate attraverso istituti finanziari già presenti sul territorio.

Sono disponibili due strumenti principali per raggiungere questo obiettivo:

- Loan Guarantee Facility (LGF o Strumento di Garanzia dei Prestiti), attraverso il quale il programma fornisce garanzie e controgaranzie agli intermediari finanziari (banche, società di leasing e di garanzia, ecc.), in modo che possano aumentare il volume dei prestiti concessi alle PMI, sia in termini quantitativi che in termini di tipologie di PMI supportate e di tipi di servizi forniti alle PMI. In particolare, il progetto inciderà sulle microimprese (meno di 10 dipendenti), sulle imprese con meno garanzie e su quelle che possiedono una "percezione di rischio" più elevata; (es. perché sono aziende/imprenditori giovani o innovative).

- The Equity Facility for Growth (EFG o Strumento di Capitale Proprio per la Crescita), attraverso il quale il programma fornisce capitale di rischio a fondi di investimento (principalmente fondi di capitale di rischio) destinati principalmente alle piccole e medie imprese che si trovano nella fase di espansione e crescita.

Particolare attenzione è riservata alle PMI attive a livello internazionale. La scelta delle PMI che beneficeranno degli investimenti sarà effettuata dai gestori di fondi che, oltre ad operare sulla base di criteri commerciali, valuteranno il potenziale di crescita delle società.

2) Accesso al mercato.

COSME aiuta le aziende ad accedere ai mercati dell'UE e di paesi terzi. In particolare, il programma supporta:

Enterprise Europe Network, una rete di oltre 600 sedi in oltre 50 paesi che aiuta le PMI a trovare partner commerciali e tecnologici, comprendere la legislazione europea e accedere ai finanziamenti dell'UE; La tua Europa - Portale commerciale e il Portale per l'internazionalizzazione delle PMI, che forniscono informazioni pratiche agli imprenditori che desiderano avviare attività (rispettivamente) in un altro Stato membro o al di fuori dell'Europa; Helpdesk IPR per le PMI, per il supporto riguardo la proprietà intellettuale, le norme o gli appalti pubblici con particolare riferimento al Sud-est asiatico, alla Cina e all'America Latina; Il Centro di cooperazione industriale UE-Giappone, che promuove tutte le forme di cooperazione industriale, commerciale e di investimento tra i due paesi.

3) Migliorare le condizioni del contesto delle infrastrutture per le imprese.

Migliorare le condizioni del contesto attuale per le imprese rappresenta una priorità per COSME, che prevede una serie di linee d'azione, che possono essere oggetto di specifici inviti a presentare proposte: riduzione degli oneri amministrativi e regolamentari per le imprese (in particolare PMI) valutando l'impatto e sviluppando una legislazione più adatta alle imprese e alle PMI; creazione di industrie competitive con potenziale di mercato, sostenendo le PMI nell'adottare nuovi modelli di business e integrandoli nelle "catene del valore"; azioni specifiche (a complemento di quelle svolte a livello nazionale) in aree ad alto potenziale di crescita (ad esempio il settore turistico); sviluppo di cluster di alto livello e loro internazionalizzazione nell'Unione Europea, con particolare attenzione alla cooperazione intersettoriale e alle industrie emergenti; digitalizzazione della comunità imprenditoriale e promozione della competenza/leadership nell'uso delle TIC.

4) Sostegno agli imprenditori e all'imprenditorialità.

Anche per COSME questa rappresenta una priorità, e vi sono numerose linee d'azione che potrebbero essere oggetto di specifici inviti a presentare proposte: iniziative di mobilità e di scambio, per la ricerca e la diffusione di buone pratiche; Progetti pilota in settori quali l'educazione all'imprenditorialità, il tutoraggio o lo sviluppo di servizi di orientamento per imprenditori nuovi e potenziali (giovani, donne e anziani); Erasmus per giovani imprenditori: un sistema di scambio transfrontaliero volto ad aiutare i nuovi imprenditori - o aspiranti imprenditori - ad acquisire le competenze necessarie per gestire ed espandere un business, assistendo un imprenditore ad acquisire esperienze in un altro paese per un periodo da uno a sei mesi; Supportare l'imprenditoria digitale e la "trasformazione digitale" delle imprese europee, al fine di comprendere appieno e trarre vantaggio dalle opportunità offerte dalle nuove tecnologie.



B.3 Fonti di finanziamento

Finanziamento basato sul mercato

Con "finanziamento basato sul mercato", si intendono generalmente fonti finanziarie diverse dalle banche. In questo paragrafo vengono delineate le opportunità di finanziamento che provengono da altre fonti, quali investimenti, crowdfunding e acceleratori di attività.

- **Business Angels**

Un Business Angel, o un Investitore Angelo, è una persona, un'azienda o un gruppo che fornisce una fonte finanziaria alle piccole start-up o agli imprenditori. Il capitale che fornisce può essere un

apporto di denaro una tantum o un supporto continuo per supportare l'azienda in tempi difficili. Un investitore angelo usa le proprie finanze personali e l'esperienza imprenditoriale o professionale per investire nella crescita di una piccola impresa, generalmente in start-up che si trovano nelle fasi iniziali. Gli investitori angelo possono fare investimenti da soli o come parte di un sindacato. Questo tipo di investitori offre denaro in cambio di un interesse azionario.

L'investimento tipico dell'investitore angelo varia da 25.000 euro a 100.000 euro per azienda, ma può essere ancora più elevato. Sono interessati in particolare ai seguenti aspetti: la qualità del business o dell'idea, la passione delle persone, l'integrità dei fondatori.

Se vuoi avere accesso a questo tipo di finanziamento, devi avere un piano aziendale ben ponderato e portare prove e prototipi iniziali a sostegno del progetto. Gli investitori angelo sono interessati alla tecnologia innovativa e/o alla proprietà intellettuale.

Gli investitori angelo offrono condizioni più favorevoli rispetto ad altri istituti di credito e si concentrano sull'aiutare il business ad avere successo piuttosto che sul trarre un enorme profitto dal loro investimento. Due reti di Business Angels in Europa sono: Business Angels Europe e European Business Angels Network. Su entrambi i siti Web è possibile consultare un registro dei membri.

- **Venture Capital**

Le società di venture capital (VC) investono denaro di altre persone nella tua idea. Questi tipi di investitori in genere vogliono ottenere dal 20 al 30 per cento dei profitti o delle azioni della tua azienda, si uniscono al tuo consiglio di amministrazione e proveranno a guidarti verso l'uscita potenziale dal mercato più redditizia, uscita che potresti non voler attuare, quindi dovresti ragionare molto prima di accettare finanziamenti di questo tipo. Le società VC sono organizzazioni private che accumulano capitali per acquistare posizioni azionarie in giovani imprese con un potenziale di crescita a lungo termine e la potenzialità di svilupparsi in un'impresa redditizia.

Un investitore in capitale di rischio può essere un ente, ad esempio un fondo o un'impresa tradizionale. La loro attività principale è l'investimento in altre imprese. Gli investitori in capitale di rischio sono interessati a qualsiasi potenziale opportunità commerciale redditizia, quindi sono abituati a identificare tali opportunità, a valutarle e a negoziare con gli imprenditori i termini in base ai quali gli investitori otterranno rendimenti elevati.

Gli investitori VC sfruttano il vantaggio rappresentato dal valore ridotto dell'azienda in cui investono. Ciò consente loro di ottenere profitti redditizi vendendo la loro partecipazione azionaria quando il valore dell'azienda cresce in maniera rilevante. Pertanto, l'obiettivo degli investitori di VC è investire, disinvestire e guadagnare in redditività. Investendo in una società start-up, l'investitore diventa un azionista aggiuntivo di questa società (con partecipazione di minoranza o maggioranza). Al momento della cessione e/o dell'uscita dal mercato, l'investitore venderà la sua quota azionaria. In genere, la partecipazione dell'investitore VC dura da tre a sette anni.

Oltre agli investitori VC puramente finanziari, esistono partner industriali che possono risultare importanti anche per una start-up. Entrambi sono partner strategici ma i loro interessi e ruoli sono diversi. Ad esempio, se una start-up sviluppa una particolare soluzione tecnologica per una grande azienda industriale nel settore delle telecomunicazioni, questa grande azienda potrebbe mostrare interesse nell'acquisire una partecipazione azionaria della start-up, poiché questa start-up è strettamente legata all'attività principale. Quale partner è migliore? È difficile generalizzare poiché ogni start-up ha una sua specificità, le sue esigenze, le proprie proiezioni future e così via. Inoltre, è importante tenere presente la legislazione, che cambia a seconda degli stati.

Gli investitori finanziari in VC sono interessati a vendere la propria partecipazione dopo un certo periodo di tempo, ma i partner industriali non stabiliscono un limite temporale, quindi il loro coinvolgimento in una partecipazione societaria può essere illimitato. Il loro obiettivo si differenzia

dalla semplice ottemperanza di un piano aziendale, poiché la partnership viene vista come una decisione strategica che contribuisce a una strategia globale dell'impresa principale (quindi, migliora principalmente la sua posizione sul mercato). Ma ciò non significa che gli investitori industriali non presteranno attenzione al piano aziendale di una start-up e non si impegneranno a far sì che questa società acquisisca un valore elevato.

Per qualsiasi tipo di investitore in capitali di rischio, è importante che i fondatori originali di una start-up mantengano la loro partecipazione e siano indipendenti, autonomi e responsabili del progetto commerciale.

Gli investitori VC possono imporre determinate condizioni per garantire una corretta gestione. Di solito si richiede all'azienda di implementare determinati meccanismi di controllo, che forniranno anche un'analisi dettagliata della realtà dell'azienda, facilitando quindi il processo decisionale. Ciò mette in luce il ruolo dei partner esistenti tra gli investitori di capitali di rischio e i fondatori dell'azienda.

Un'associazione di successo che rappresenta il settore del private equity (o "capitale privato") è Invest Europe. Questa associazione contribuisce alle polizze che incidono sugli investimenti di capitale privato in Europa, e fornisce informazioni sul ruolo dei propri membri;

La struttura della sua piattaforma comprende: Partner Limitati, Venture Capital, Mid-Market (Fascia Media) e Buyout di grandi dimensioni (Buonuscita o Acquisti in Blocco).

Sul sito Web di Invest Europe è possibile trovare l'elenco degli investitori membri dell'associazione. Clicca su questo link per scoprire quali membri fanno parte di Invest Europe.

- **Crowdfunding (Raccolta di fondi)**

Il crowdfunding rappresenta un metodo efficace in rapida crescita - utile per raccogliere capitali - che sfrutta il potere dei social network e consente agli imprenditori di pubblicare le loro proposte e proporre termini di investimento su siti web specializzati, e così facendo raccogliere fondi da gente comune (quindi non investitori accreditati) che investe poche quantità di denaro tramite donazioni online. Gli investitori di crowdfunding possono includere seguaci del marchio e persino clienti o altre tipologie di persone che desiderano supportare l'idea imprenditoriale.

In genere il crowdfunding viene utilizzato per raccogliere fondi per cause sociali o supportare espressioni culturali, ma è anche molto utile per le nuove imprese perché gli "investitori" hanno la possibilità di comprendere che l'idea imprenditoriale ha un valore finanziario o che il progetto ha attrattiva sociale. Il contributo delle persone che investono nel business è considerato una donazione e non un investimento nel senso stretto del termine. I siti web che fungono da piattaforme per la raccolta di fondi sono molto rilevanti nel crowdfunding, poiché consentono agli investitori e alle aziende di entrare in contatto e di interagire. Le aziende che beneficiano del crowdfunding dovrebbero garantire una sorta di ricompensa o "rendimento" per chi ha contribuito con una donazione, qualcosa a cui i donatori potrebbero essere interessati, ad esempio: sconti, prenotazioni preferenziali, prodotti o servizi gratuiti (con importo o quantità determinati), download gratuiti, contanti e così via.

In Europa, esiste la Rete Europea di Crowdfunding (European Crowdfunding Network o ECN) una rete professionale che realizza iniziative volte a innovare, rappresentare, promuovere e proteggere l'industria europea del crowdfunding. Ha lo scopo di facilitare l'interazione tra i membri e i partecipanti chiave del settore. Può essere uno strumento utile per trovare piattaforme di crowdfunding al fine di finanziare un progetto. Per maggiori informazioni su quali piattaforme include questo network, clicca su questo link.

Una piattaforma di crowdfunding di successo è Crowd Cube, a cui viene riconosciuto il titolo di più grande sito di crowdfunding del Regno Unito nel 2018. Negli Stati Uniti questa fonte finanziaria ha recentemente generato contributi per un valore di 16 trilioni di dollari.

- **Acceleratori di start-up**

Molte regioni, comunità e università mettono in atto programmi di accelerazione che offrono un piccolo capitale iniziale e supporto aggiuntivo per le start-up. Gli acceleratori, attraverso intensi programmi di sviluppo aziendale e personale, aiutano gli imprenditori a passare dall'idea imprenditoriale iniziale a un modello aziendale solido su cui poter costruire la loro nuova impresa. Ciò si rivela molto efficace per attrarre gli investitori in vista di un ulteriore sviluppo.

Gli acceleratori di solito utilizzano un programma strutturato che dura al massimo un anno e che viene offerto a un numero limitato di imprenditori che si dimostrano impegnati nel progetto e che presentano un'idea imprenditoriale attuabile (quindi la più promettente, quella per la quale vale la pena investire). Oltre ad uno spazio in cui lavorare, gli imprenditori hanno accesso a dei tutor che li guidano nella progettazione della propria attività. Entro la scadenza, gli imprenditori presentano le loro proposte (durante una cosiddetta "giornata dimostrativa") agli investitori e ai venture capitalist con l'intento di raccogliere i primi finanziamenti.

Un'importante iniziativa lanciata dalla Commissione Europea è Start-up Europe, un punto d'incontro per le start-up in Europa, per aiutarle ad accedere alle informazioni di cui hanno bisogno per crescere. Start-up Europe mette in contatto tra loro start-up, investitori, acceleratori e altre parti interessate al fine di creare un ecosistema locale e di supportarlo.

Un'altra rete di successo formata da circa 150 aziende, centri per l'innovazione e altre 70 organizzazioni è la rete di innovazione EBN. Essa mira a sostenere lo sviluppo e la crescita degli imprenditori, delle start-up e delle PMI. Di EBN fa parte anche una comunità di professionisti che aiuta queste aziende a crescere nel modo più efficace, efficiente e sostenibile.

SEZIONE (C) Procedure legali ed amministrative per finanziare e gestire un'azienda

C.1 Norme legali ed amministrative di base in Italia

Esistono diversi modi per avviare un'azienda in Italia. In Italia la forma più comune di impresa è la piccola e media impresa o PMI. Si tratta di aziende in partnership con altri imprenditori, piccole imprese che operano solo in una parte della catena di valore o cooperano con altre società per la produzione e il commercio di un prodotto finito o di un servizio. Le forme legali più diffuse di PMI sono:



- Spa: Incorporated Spa - società per azioni
- Srl: società a responsabilità limitata
- Srls: società a responsabilità limitata semplificata
- Sapa: società in accomandita per azioni
- Snc: società in nome collettivo
- Sas: società in accomandita semplice
- Società cooperativa europea
- Azienda individuale

• Come avviare una società o un'impresa individuale in Italia

Se vuoi avviare una società o un'impresa individuale in Italia, devi:

- Registrare la tua attività nel Registro delle Imprese presso la Camera di Commercio. La data di registrazione non è necessariamente la stessa della data di inizio delle attività, che può essere posticipata.
- Informare il Repertorio Economico e Amministrativo (REA) presso la Camera di Commercio della data di avvio dell'attività. La notifica deve essere effettuata tramite il sito Web ComUnica entro trenta giorni dalla data di inizio.
- Ottenere informazioni sui requisiti necessari per avviare un'attività (disponibile solo in italiano).
- Se si necessita dell'autorizzazione del comune prima di poter avviare la propria attività, è necessario contattare lo sportello unico delle attività produttive, (SUAP, ovvero Sportello Unico Attività Produttive), lo sportello online dove si applicano le licenze e i permessi richiesti dalla legge.
- Richiedere una e-mail certificata.

• Cose da fare

Come richiesto dal codice civile, il Registro delle Imprese contiene informazioni relative alle società e alle imprese individuali che svolgono attività agricole, commerciali o produttive. Fornisce informazioni di base sui nomi commerciali, sugli statuti, sui consigli di amministrazione e sulle sedi centrali; e registra eventi chiave come modifiche a statuti, nomi o gestione, procedure concorsuali e aperture di nuove filiali. È un database esaustivo utile per analizzare e comprendere le tendenze delle economie locali in qualsiasi provincia d'Italia.

Il Repertorio Economico e Amministrativo (REA) è un registro pubblico che contiene dati economici, amministrativi e statistici su tutte le attività registrate nel Registro delle Imprese italiano, vale a dire fatturati annuali, data di inizio delle attività, chiusure temporanee di attività commerciali superiori a 30 giorni e aperture di nuove filiali. È necessario firmare qualsiasi richiesta di registrazione o modifica relativa alla propria azienda/ditta individuale mediante un dispositivo di firma digitale.

- **Quali sono le principali procedure per registrare un'azienda**

Per poter registrare un'azienda in Italia, è necessario seguire diversi passaggi e generalmente questi passaggi fanno riferimento alla registrazione presso le autorità locali, che autenticano i documenti della società insieme ad un notaio locale e che registrano la società in modo che possa assolvere questioni fiscali. All'avvio di un'attività in Italia, gli investitori dovrebbero anche prendere in considerazione quanto segue:

- redigere il memorandum e lo statuto della società e notificarli ad un notaio in Italia;
- depositare tutti i documenti richiesti presso il Registro delle Imprese in Italia;
- acquistare libri societari e contabili, come previsto dall'articolo 2478 del codice civile;
- quando si assumono dipendenti in Italia, è necessario registrarli presso l'Ufficio del Lavoro e avvisare le istituzioni ogni volta che viene assunto un nuovo dipendente (la notifica deve essere inviata almeno un giorno prima dell'inizio del contratto di lavoro).

- **Tassazioni per le aziende in Italia**

Come regola generale, una società/azienda è soggetta a tassazione in Italia, a condizione che sia stata fondata in questo paese o che svolga le sue attività commerciali attraverso un'organizzazione stabile.

Un'azienda è soggetta all'imposta sulle società, all'imposta sulle plusvalenze, all'imposta sui dividendi e sulle ritenute alla fonte applicabili a royalties, interessi e altro. Inoltre, è responsabile per la tassazione sul reddito dei dipendenti dell'azienda e, quindi, deve registrarsi per la previdenza/sicurezza sociale.

Gli investitori devono inoltre tenere a mente che alle fusioni e alle acquisizioni viene applicata un'imposta sostitutiva sulla riorganizzazione, applicabile a condizioni specifiche.

- **Come aprire una nuova attività se non si è cittadini dell'UE**

I cittadini di paesi terzi che desiderano avviare un'attività commerciale, come ad esempio una ditta individuale, o diventare soci di una nuova società in nome collettivo, o dirigenti di una nuova società a responsabilità limitata, rappresentanti legali di una società straniera o dirigenti di una società esistente, devono soddisfare le seguenti condizioni:

- se si stabiliscono all'estero: devono verificare le condizioni di reciprocità esistenti;
- se si stabiliscono in Italia (già residenti oppure intendono trasferirsi in Italia):
- devono verificare le condizioni di reciprocità e ottenere un permesso di soggiorno valido rilasciato per lavoratori autonomi, dipendenti e altri lavoratori in attesa di occupazione, per motivi familiari, per motivi umanitari o asilo politico;
- o, in alternativa, devono ottenere un permesso di soggiorno e di lavoro, ai sensi del decreto legislativo 40/2014 (disponibile solo in italiano). I cittadini extracomunitari in possesso di un permesso di soggiorno di lunga durata possono svolgere qualsiasi attività economica in Italia (decreto legislativo 3/2007).

Il principio di reciprocità implica che, nel paese di origine del cittadino straniero, a un cittadino italiano siano concessi gli stessi diritti richiesti dal cittadino straniero. Le condizioni di reciprocità possono essere verificate da chiunque presso l'ambasciata italiana nel paese di origine e devono essere

verificate, in particolare, da un pubblico ufficiale/ente pubblico che riceve la richiesta (vale a dire un notaio, quando viene costituita una società, la Camera di commercio, quando viene nominato un dirigente, ecc.).

Una volta soddisfatte tutte le condizioni necessarie, la società/ditta individuale deve essere iscritta al Registro delle Imprese italiano entro 30 giorni dalla data di inizio delle attività. Vengono richiesti i seguenti documenti:

- i cittadini in possesso di un permesso di soggiorno valido (o con un permesso UE per soggiorno di lunga durata) devono presentare una fotocopia del permesso;
- i cittadini in attesa di rilascio di un permesso di soggiorno devono presentare la ricevuta della raccomandata, inviata al Centro Servizi Amministrativi di Roma tramite Poste Italiane quando hanno richiesto il permesso, e una fotocopia del passaporto con un visto di tipo "D" valido;
- i cittadini in attesa di rinnovo del permesso di soggiorno devono presentare una fotocopia del permesso scaduto e la ricevuta della lettera raccomandata, inviata al Centro Servizi Amministrativi di Roma tramite Poste Italiane quando hanno presentato domanda di rinnovo. Durante il rilascio o il rinnovo del permesso di soggiorno, i cittadini ricevono una ricevuta temporanea con la seguente nota: "Un permesso di soggiorno è stato richiesto e non ancora rilasciato/rinnovato".

C.2 Norme legali e amministrative di base in Belgio

Il Belgio viene considerato un ottimo stato per avviare un'impresa e possiede una forte cultura imprenditoriale, in particolar modo a Bruxelles e in alcune delle città più grandi. Secondo le statistiche dell'UE, ci sono oltre 620.000 imprese attive in Belgio. La maggior parte di esse sono piccole e medie imprese (PMI) che generano circa il 62,4% del valore dell'economia belga. Ci sono molte aziende belghe di proprietà di stranieri, che rappresentano circa il 28% del valore nel settore privato. Le aziende sono tipicamente piatte nella struttura organizzativa, con un numero inferiore alla norma di dirigenti intermedi.



Per avviare un'attività professionale in Belgio, il primo passo prevede la scelta della struttura giuridica più adatta al progetto. Esistono due modi per avviare un'attività indipendente:

- lavorare come lavoratore autonomo (persona fisica autonoma)
- oppure mediante la costituzione di una società (persona giuridica)

Entrambe le opzioni offrono vantaggi e svantaggi e la tua scelta avrà conseguenze importanti sulla vita della tua azienda:

- **La società per azioni (SA)** è una società in cui almeno due azionisti sono disposti a investire;
- **La società a responsabilità limitata (SPRL)** è formata da una o più persone vincolate esclusivamente dal loro investimento. I diritti degli azionisti possono essere assegnati solo a determinate condizioni. Questa forma societaria può essere istituita da una sola persona fisica;
- **Società a responsabilità limitata di avviamento (SPRL-S)**, riservata alle persone fisiche che non dispongono sempre di risorse finanziarie sufficienti per costituire la propria

società. Lo scopo di questa modalità è quello di incoraggiare la creazione di nuove imprese proteggendo al contempo la proprietà privata e familiare dell'imprenditore dai rischi commerciali;

- **Società cooperativa a responsabilità limitata o illimitata (SCRL o SCRI)**: la società cooperativa è una società i cui membri lavorano per il raggiungimento di obiettivi comuni e condividono valori comuni. È una forma specifica di società commerciale caratterizzata da un numero variabile di soci e capitali;

- **Società in nome collettivo (SNC)**: è una società formata da soci che sono responsabili in solido. Il suo scopo è quello di svolgere un'attività civile o commerciale sotto un nome aziendale. Tutte le decisioni devono essere prese all'unanimità;

- **La società in accomandita semplice (SCS)** è formata da partner attivi e passivi. I partner di lavoro gestiscono l'azienda. Gli sponsor sono finanziatori ma non hanno voce in capitolo nella gestione;

- **Società in accomandita per azioni (SCA)**: è una società costituita da uno o più soci in solido, chiamati partner di gestione, e uno o più soci in accomandita semplice, che contribuiscono a un investimento specifico.

- **Associazione senza scopo di lucro (ASBL)** è un'associazione senza scopo di lucro, ovvero un gruppo di persone fisiche o giuridiche guidate da uno scopo altruistico. L'ASBL comprende almeno tre persone.

Dopo aver fatto la tua scelta, puoi compiere i primi passi nella creazione della tua azienda:

- stabilire l'atto costitutivo
- archiviare l'atto costitutivo
- registrare il protocollo d'associazione

La prima formalità è stabilire, per iscritto, il protocollo di costituzione dell'azienda. Ciò include lo statuto della società, che comprende tutte le sue caratteristiche (nome, forma giuridica della società, indirizzo in cui si trova la sede principale, durata della società: durata fissa o indeterminata, scopo, ove applicabile, importo del capitale, azioni della società) e le sue procedure operative. Per stabilire il protocollo di associazione, sono necessari i seguenti documenti:

- un piano finanziario, che giustifica l'ammontare del capitale o del capitale iniziale della società in formazione e fornisce una stima delle necessità e dei ricavi previsti;
- nel caso di un contributo in denaro: prova dell'avvenuta apertura di un conto speciale a nome della società (certificato bancario);
- in caso di contributo in natura (edificio, attrezzatura, ecc.): una relazione di un revisore di conti.

È quindi necessario presentare l'atto costitutivo all'impiegato del tribunale della società in cui l'azienda ha sede legale. Tale deposito deve essere effettuato entro 30 giorni dall'istituzione del memorandum di associazione.

A seconda del tipo di azienda, questo atto può assumere la forma di:

- **un atto autenticato stilato tramite un notaio** (indice dei notai in Belgio): se si sceglie una delle forme giuridiche più comuni (SRL, SA, SC), è necessario rivolgersi a un notaio per redigere il memorandum di associazione della società. Il costo varia in base alla complessità dell'atto. Gli accordi così conclusi acquistano valore e certezza del diritto. I firmatari di questi atti possono avvalersi di questa garanzia tra loro e nei confronti di chiunque al di fuori dell'accordo.

- **un atto privato:** se si opta per una delle altre forme di società (SNC, SComm), un atto privato è sufficiente. È un accordo scritto, redatto dalle parti stesse o da una terza parte. Lo statuto può essere depositato presso l'ufficio del tribunale di un tribunale commerciale:
 - Online (per le società costituite come SCS, SNC, SCRI, SAGRI e GIE) con autenticazione elettronica
 - depositando fisicamente i documenti presso l'ufficio del tribunale di un tribunale commerciale:
 - tramite uno sportello unico (fr)

A seguito di questo deposito, l'impiegato inserisce i dati identificativi dell'azienda nella Crossroads Bank for Enterprises. Ciò assegna un numero commerciale all'azienda. Il cancelliere assicura anche la pubblicazione dell'atto costitutivo per estratto negli allegati della Gazzetta Ufficiale belga. Il memorandum di costituzione di una società deve essere registrato in uno dei registri dell'FPS Finance (*Administration du Cadastre, de l'Enregistrement et des Domaines*).

Assunzione di personale all'avvio di un'attività in Belgio

Le aziende che impiegano personale in Belgio devono completare alcune fasi amministrative relative alla legislazione fiscale e previdenziale, quali:

- registrarsi come datori di lavoro presso l'ufficio nazionale di previdenza sociale belga (ONSS)
- fare una dichiarazione di assunzione elettronica (DIMONA)
- fare una dichiarazione trimestrale multifunzionale all'ONSS che tratta i benefici e le retribuzioni dei dipendenti

Una volta assunto il personale, dovrai aderire alle leggi belghe sul lavoro e alla legislazione sul lavoro. Ciò comprende:

- non superare la settimana lavorativa legale di 38 ore per tutti i dipendenti
- offrire un minimo di 20 giorni di ferie annuali per il personale a tempo pieno
- seguire le linee guida sulla sicurezza e il benessere dei lavoratori
- pagare il salario minimo belga
- offrire prestazioni sociali come l'indennità di disoccupazione e di inabilità

Tutte le imprese in Belgio devono tenere una contabilità accurata e dettagliata a fini fiscali. Questi dati o registri contabili devono essere conservati per sette anni dopo il periodo fiscale a cui corrispondono. Gli obblighi contabili dipendono dal tipo di attività:

- **Piccole e medie imprese:** devono tenere una serie completa di resoconti e bilanci utilizzando il principio della doppia registrazione e possono scegliere di presentare i loro resoconti in forma ridotta
- **Grandi imprese:** è necessario presentare i resoconti annuali nel pieno rispetto dei buoni resoconti commerciali, ovvero tenere traccia delle entrate e delle uscite, nonché emettere fatture per beni e servizi secondo le linee guida.

Una fattura belga dovrebbe includere:

- Informazioni sulla società (nome legale, partita IVA, indirizzo, ecc.)
- Informazioni sul cliente, se si tratta di un'altra società
- Informazioni sulla fattura (numero di fattura, data, termine di pagamento)
- Informazioni sul prodotto o sul servizio (descrizione, prezzo unitario, importo totale, aliquota IVA, ecc.)

Fonti:

- sito web ufficiale belga sulle informazioni commerciali
- sito web ufficiale belga
- Servizio pubblico di giustizia federale
- FRNB

C.3 Norme legali e amministrative di base in Slovenia

Esistono molti modi diversi di costituire una società in Slovenia e ci sono molti fattori che influenzano la scelta della forma giuridico-legale dell'azienda.

Secondo il portale sloveno per l'imprenditoria [MladiPodjetnik](#), le forme più comuni di società in Slovenia sono **società a responsabilità limitata** ed **imprenditori privati**.

Negli ultimi anni la procedura per la registrazione di una società è stata semplificata, ed i costi di registrazione vengono coperti dallo Stato. Una volta raccolti tutti i dati, un'azienda deve essere registrata presso il VEM Spot. Ci si può recare di persona presso un VEM Spot o si può eseguire la registrazione online tramite e-VEM Spot (VEM Spot è un punto informativo in cui è possibile ottenere informazioni e consigli sul processo di registrazione di un'azienda).

Alcune tipologie di entità aziendali comuni in Slovenia

I. IMPRENDITORE PRIVATO

Se vuoi lavorare come imprenditore privato, devi prima registrare la tua azienda. Puoi farlo seguendo i seguenti passaggi:

Per prima cosa, devi compilare la domanda di REGISTRAZIONE NEL REGISTRO AZIENDALE AJPES. Puoi fare ciò compilando un modulo speciale in formato elettronico o cartaceo.

Per registrare la società è necessario avere a disposizione alcuni dati, quali:

- la data in cui è stata presentata la registrazione, che è successiva alla data di deposito della domanda di registrazione e non supera i tre mesi dalla data di deposito della domanda di registrazione;
- il nome dell'azienda e informazioni sulla sede;
- informazioni sul nome abbreviato della società;
- informazioni riguardo l'imprenditore: nome e cognome, numero di registrazione personale, residenza, codice fiscale;
- informazioni sull'agente: nome e cognome, registrazione personale, residenza, codice fiscale;
- le attività che eseguirai;

Entro 8 giorni dalla registrazione nel registro delle imprese della Slovenia, l'imprenditore deve informare l'ufficio delle imposte (Amministrazione fiscale della Repubblica di Slovenia) e fornire loro le seguenti informazioni:

- il numero e la posizione dei locali commerciali utilizzati per svolgere attività e ottenere ricavi;
- le informazioni sulle unità di business in patria e all'estero;
- informazioni sugli investimenti di capitale in patria e all'estero; sui numeri di conto all'estero; sulle parti associate; informazioni sulla persona che amministra i libri contabili.

II. SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA è la forma di società più comune in Slovenia e nel mondo. Può essere istituita da una o più entità legali e naturali. Secondo la definizione del [dizionario commerciale](#): *"una società a responsabilità limitata (Limited Liability Company o LLC) è un tipo di attività che combina i tratti sia di una ditta individuale che di una società (...). Poiché la LLC non viene considerata come un'entità separata, la società non paga le tasse o subisce perdite. Al contrario, questi doveri vengono assolti dai proprietari in quanto devono riportare gli utili o le perdite aziendali sulle loro dichiarazioni dei redditi personali. Tuttavia, proprio come le società, i membri di una LLC sono protetti dalle responsabilità personali (da cui la nomenclatura "Responsabilità Limitata)"*.

Per registrare tale società in Slovenia il richiedente deve:

- inviare l'originale o una copia certificata del contratto;
- presentare un elenco dei membri dell'azienda e un'indicazione dei fattori di produzione;
- presentare una relazione sui contributi in natura;
- presentare una conferma bancaria del deposito di contributi in contanti con una dichiarazione della banca che affermi che la società può disporre liberamente dei fondi;
- presentare una relazione del revisore certificato sul valore dei contributi non in contanti.

Se una sola persona sta costituendo la società, la persona accetta l'atto istitutivo, che non deve necessariamente essere sotto forma di atto notarile. L'atto istitutivo può anche essere in forma speciale, in forma scritta o elettronica.

III. SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA PUBBLICA

Una società a responsabilità limitata può essere costituita da una o più persone fisiche o giuridiche che adottano uno statuto, che deve essere redatto sotto forma di atto notarile.

La società per azioni a responsabilità limitata pubblica è *"una società i cui valori mobiliari vengono negoziati in borsa e possono essere acquistati e venduti da chiunque. Le società pubbliche sono rigorosamente regolamentate e sono obbligate per legge a pubblicare la loro posizione finanziaria completa e reale in modo che gli investitori possano determinare il valore reale delle proprie azioni. Viene chiamata anche società per azioni. La società per azioni pubblica (Public Limited Company) e la sua abbreviazione PLC sono termini comunemente utilizzati nel Regno Unito, allo stesso modo in cui Corporation e Inc. sono termini utilizzati comunemente negli Stati Uniti"*.

Fonte: <http://www.businessdictionary.com/definition/public-limited-company.html>

C.4 Norme legali e amministrative di base in Spagna

Il primo passo che il proprietario deve fare è quello di registrare il nome dell'azienda in municipio, tenendo presente che questo nome deve essere unico. Se il nuovo proprietario riceve un avviso che nega il nome scelto, è perché un'altra azienda utilizza già quel nome. Gli imprenditori devono decidere quale tipo di attività vogliono istituire. I tipi più comuni di attività sono: ditta individuale/unico proprietario (Empresario Individual o Autónomo); Partnership (Sociedad Civil); Società a responsabilità limitata (Sociedad Limitada / SL o Sociedad de Responsabilidad Limitada / SRL); Società per azioni (Sociedad Anónima / SA); Nuova



Società a Responsabilità Limitata (Sociedad Limitada Nueva Empresa / SLNE); e comproprietà (Comunidad de Bienes / CB). Verrà determinato a quale categoria l'azienda appartiene in base a diversi fattori, come ad esempio: i membri dell'azienda, il denaro investito nell'azienda e le responsabilità esterne. Queste condizioni influenzeranno la formazione dell'impresa e determineranno i passaggi successivi. Esistono risorse online come: www.paeelectronico.es o www.eugo.es che consentono e facilitano l'attuazione del processo di creazione di un'azienda.

Per quanto riguarda la burocrazia, al momento della registrazione della nuova azienda, il proprietario/i proprietari riceveranno un codice alfanumerico, insieme ad un codice fiscale necessario per l'identificazione.

Esistono due atti: il primo è un atto pubblico, che stabilisce il contratto per la costituzione di una società e deve essere firmato dai soci fondatori, e il secondo, un atto notarile, in cui il notaio effettua una verifica dei dati. Per quanto riguarda le tasse e le registrazioni, esiste una tassa sui trasferimenti di attività, sulle operazioni societarie e sugli atti legali documentati; esiste inoltre la possibilità di effettuare la registrazione della propria società nel Registro Commerciale, e così facendo si fornisce all'azienda la piena capacità giuridica e la possibilità di iscriversi in registri speciali, per le società commerciali con specificità differenti.

Bisogna assolvere alcune formalità per avviare l'attività, come: la registrazione nel Censimento degli Imprenditori, dei Professionisti e dei Detentori e il pagamento delle Imposte sulle Attività Economiche, che vengono firmate nell'AEAT e su cui è possibile documentarsi tramite questi siti Web:

- Sito web ufficiale spagnolo del Censimento degli Imprenditori
- Sito web ufficiale spagnolo delle Imposte sulle Attività Economiche

Esistono due registrazioni: la registrazione nel regime speciale per i lavoratori autonomi (RETA) regola il contributo di previdenza sociale dei lavoratori autonomi, e la registrazione di soci e amministratori nei regimi di previdenza sociale.

Il proprietario è anche responsabile di diverse autenticazioni e registrazioni. Tra le autenticazioni vi sono l'approvvigionamento e l'autorizzazione/legittimazione delle Società ospiti (Libro de visitas), la Legittimazione del bollettino (Legalización del libro de actas) e la legittimazione del Registro degli Atti (Libro de Actas). Tra i registri, figurano il Registro dei soci (Registro de socios), il Registro delle azioni nominative (Registro de acciones nominativas) e il Registro dei contratti tra l'azionista unico e la società (Registro de contratos tra il fisarmonicista e la società). Il proprietario deve inoltre conservare l'inventario e il Libro contabile annuale (Libro de inventarios y cuentas anuales) e procurarsi un certificato elettronico che consenta di firmare documenti elettronici (ottenimento di un certificato elettronico).

Per maggiori informazioni: www.ipyme.org

A seconda delle attività di ciascuna impresa, il proprietario deve procurarsi una licenza di attività o un documento di registrazione in altri registri ufficiali. Se l'imprenditore vuole assumere lavoratori, deve registrare l'impresa con i suoi lavoratori/affiliati e includerli nel registro di previdenza sociale; deve registrare i loro contratti di lavoro e comunicare loro quando devono iniziare a lavorare e quando possono aspettarsi le ferie, fornendo loro il calendario lavorativo. Infine, esiste la possibilità di registrare i marchi distintivi dell'impresa, che possono così essere distinti legalmente da quelli di imitatori e concorrenti.

C. Norme legali e amministrative di base in Grecia

Come creare un'azienda in Grecia?

Dipende dalla forma giuridica dell'azienda. Alcune delle forme che la tua azienda può assumere sono:

- **Impresa individuale:** un tipo di azienda posseduta e gestita da una sola persona.
- **Società a responsabilità limitata:** una società privata i cui proprietari sono responsabili dei propri debiti soltanto in proporzione alla quantità di denaro investita.
- **Società in nome collettivo:** un accordo commerciale in cui due o più persone concordano nel condividere tutte le attività, i profitti e le responsabilità finanziarie e legali.
- **Società in accomandita semplice:** una società costituita da un partner che gestisce l'attività e ha una responsabilità personale illimitata per quanto concerne i debiti e gli obblighi, e un altro partner che ha una responsabilità limitata ma non può partecipare alla gestione.
- **Società a responsabilità limitata:** un tipo di società che consente ai proprietari di evitare la responsabilità personale per quanto concerne i debiti e gli obblighi dell'azienda



Tieni presente che per alcune categorie professionali potresti aver bisogno di una **licenza professionale** per avviare un'attività. Ad esempio, se si desidera avviare un'azienda tecnica, aprire un salone da parrucchiere, un ufficio turistico, è necessaria una licenza professionale. Per ottenere la licenza, dovrai contattare il dipartimento competente della Prefettura. .

Inoltre, a seconda del tipo di attività commerciale, potrebbe essere necessario ottenere un **permesso speciale per operare**. I tipi di attività commerciali che necessitano di questo permesso sono solitamente attività che riguardano alimenti, alcol, medicinali, sostanze chimiche, fertilizzanti, ecc.

Dopo aver deciso la forma giuridica della società e l'**ubicazione della sede**, dovrai registrare la tua attività presso la **Camera di Commercio** della tua zona. Sul sito web dell'[Unione delle Camere di Commercio Elleniche](https://europa.eu/youreurope/business/running-business/start-ups/starting-business/greece/index_en.htm) è possibile trovare l'elenco delle Camere di Commercio in Grecia e il relativo modulo di registrazione. La Camera ti dirà cosa devi fare in base al tipo di attività. Infine, dovrai richiedere un **numero di identificazione IVA** presso l'**autorità fiscale locale**. Per ulteriori informazioni è possibile visitare il portale governativo [Ermis](https://ermis.gov.gr/), che fornisce informazioni e servizi online a imprese e cittadini.

Riferimenti

Avviare un business – Grecia (Ottobre 2018).

Estratto da: https://europa.eu/youreurope/business/running-business/start-ups/starting-business/greece/index_en.htm

Σύσταση νέας επιχείρησης. (Luglio 2014).

Estratto da: <https://www.supportbusiness.gr/financial/companies-legalforms/81-systash-neas-epixeirhsh>

Διαδικασίες ίδρυσης Μικρής-Μεσαίας Επιχείρησης σε 9 βήματα. Γραφείο Διασύνδεσης Πολυτεχνείου Κρήτης.

Estratto da: https://www.career.tuc.gr/fileadmin/users_data/career/oldsite/downloads/newstart.pdf

C.6 Una panoramica sull'Europa



Una delle massime priorità della Commissione Europea è quella di ridurre l'onere delle procedure amministrative e incoraggiare più persone a diventare imprenditori, così da creare nuovi posti di lavoro e migliorare le prestazioni economiche dell'Europa. In particolare, la Commissione Europea ha intrapreso diverse iniziative, volte a semplificare le procedure amministrative:

- Le procedure di avvio sono state prese in considerazione dal Consiglio nel 2006.
- Nel 2007 è stato istituito un gruppo di esperti dedicati di coordinatori delle start-up per monitorare i progressi compiuti dai paesi dell'UE nella semplificazione delle procedure di avvio. Le procedure di avvio sono state anche oggetto di discussioni tenutesi con i rappresentanti nazionali delle PMI.
- La legge sulle piccole imprese (2008) invita i paesi dell'UE a semplificare e ridurre gli oneri amministrativi per le imprese e a migliorare la qualità della legislazione.
- Il Consiglio per la Competitività del maggio 2011 ha chiesto ai paesi dell'UE di ridurre i tempi di avvio delle nuove imprese a 3 giorni e il costo di registrazione a € 100 entro il 2012.
- Il ruolo principale della Commissione è quello di seguire gli sviluppi nei paesi dell'UE, monitorarli, pubblicare i risultati e facilitarsi nello scambio delle migliori pratiche.
- Il piano d'azione per l'imprenditorialità adottato nel gennaio 2013 promuove il digital e il web start-up.
- Relazione sullo stato di avanzamento delle procedure di avvio per le start-up nel 2018
- Tabella panoramica delle valutazioni paese per paese nel 2018

La **legislazione societaria** è parzialmente codificata nella direttiva (UE) 2017/1132, relativa a determinati aspetti degli atti societari, ma gli stati membri continuano ad utilizzare atti societari separati, che di volta in volta vengono modificati per conformarsi alle direttive e ai regolamenti dell'UE. I continui sforzi per istituire una struttura moderna ed efficiente in materia di legislazione delle società e di gestione societaria per le imprese, gli investitori e i dipendenti europei mirano a migliorare l'ambiente imprenditoriale nell'UE.

L'articolo 49, secondo comma, TFUE garantisce il diritto di intraprendere e svolgere attività a titolo autonomo e di costituire e gestire aziende, in particolare società o imprese (2.1.4). Lo scopo delle norme dell'UE in questo settore è quello di consentire alle imprese di essere istituite in qualsiasi parte dell'UE, e di godere della libera circolazione delle persone, dei servizi e dei capitali (2.1.3), al fine di fornire protezione agli azionisti e alle altre parti, con un particolare interesse verso le imprese, per renderle più competitive e incoraggiare la cooperazione oltre i confini (2.1.5). Sebbene non vi sia una legislazione societaria europea codificata in quanto tale, l'armonizzazione delle norme nazionali in materia di legislazione delle società ha creato alcuni standard minimi, e copre settori quali: la tutela degli interessi degli azionisti e dei loro diritti, le norme sulle offerte pubbliche di acquisizione per le società per azioni, la divulgazione di succursali, fusioni e divisioni, le norme

minime per le società a responsabilità limitata con un unico socio, la rendicontazione e la contabilità finanziaria, l'accesso più facile e rapido alle informazioni sulle società e determinati requisiti di divulgazione per le società.

I requisiti variano in base al Paese. Tuttavia, **l'UE incoraggia tutti i paesi a raggiungere determinati obiettivi** per facilitare l'istituzione di nuove società, tra cui:

- tempistiche di avvio in non più di 3 giorni lavorativi
- costo inferiore a 100 euro
- completamento di tutte le procedure attraverso un unico organo amministrativo
- completamento di tutte le formalità di registrazione online
- registrazione online di una società in un altro paese dell'UE (tramite i punti di contatto nazionali)

Esistono diversi enti giuridici europei che operano in tutta l'UE e che coesistono con gli enti nazionali:

1. La Società Europea (SE): sono disponibili diverse opzioni per le imprese di almeno due Stati membri che desiderano costituirsi come SE: fusione, costituzione di una società holding, costituzione di una filiale o conversione in una SE. La SE deve assumere la forma di una società con capitale sociale. Al fine di garantire che tali società abbiano dimensioni ragionevoli, è stato fissato un importo minimo di capitale, non inferiore a 120 000 euro.

2. La Società Cooperativa Europea (SCE) consente la costituzione di una cooperativa da parte di persone residenti in diversi stati membri o da parte di soggetti giuridici istituiti in base alle leggi di diversi Stati membri. Con un capitale minimo di 30 000 euro, queste nuove SCE possono operare in tutto il mercato unico con un'unica personalità giuridica, un unico insieme di regole e un'unica struttura.

3. Il Gruppo Europeo di Interesse Economico (GEIE): dotato di capacità giuridica, consente a una società di uno stato membro di cooperare in una joint venture, o società mista (ad esempio, per facilitare o ampliare le attività economiche dei suoi membri, ma non per ottenere profitti per sé) con società o persone fisiche di altri stati membri; i profitti vengono poi condivisi tra i membri.

4. Società a Responsabilità Limitata con un Unico Socio (Societas Unius Personae o SUP)

Inoltre, la Commissione Europea fornisce supporto e informazioni agli imprenditori e alle PMI attraverso:

- Il portale *Your Europe Business Portal*, una guida pratica per fare affari in Europa. Offre agli imprenditori informazioni e servizi interattivi che facilitano i MEP e le loro attività all'estero;
- La rete *Enterprise Europe Network* aiuta le PMI e gli imprenditori ad accedere alle informazioni sul mercato, a superare gli ostacoli legali e a trovare potenziali partner commerciali in tutta Europa;
- La *Pagina di Supporto per l'Internazionalizzazione delle PMI* fornisce informazioni sui mercati esteri e aiuta le imprese europee a internazionalizzare le loro attività;
- Il *Portale Unico sull'Accesso ai Finanziamenti* aiuta le PMI a trovare finanziamenti supportati dall'UE.
- *L'Apprendimento Informale e l'Educazione Formale*
- Il *Programma Erasmus per Giovani Imprenditori*, un programma transfrontaliero che facilita lo scambio di esperienze imprenditoriali e gestionali.

SEZIONE (D) Suggerimenti e consigli su abilità linguistiche, imprenditoriali e digitali cruciali

D.1 ABILITÀ DIGITALI



Che cosa sono?

E se da domani internet scomparisse? Non puoi inviare e-mail a un partner commerciale, non puoi controllare le notizie online, non puoi guardare video su YouTube e non puoi controllare il tuo profilo Facebook. Per pagare le bollette devi andare in banca e stare in coda. Per informare i tuoi clienti riguardo al nuovo prodotto che stai per lanciare, non puoi affidarti a nessun social media o sito Web aziendale che ti aiuti a pubblicizzarlo, quindi devi utilizzare i metodi di marketing tradizionale.

Fortunatamente, Internet è ancora qui, e le competenze digitali sono fondamentali per il successo di qualsiasi azienda nel 21° secolo. Che tu voglia inviare un'e-mail al tuo partner commerciale, pubblicare notizie sul tuo nuovo prodotto sul tuo sito Web, pagare le bollette o sviluppare un nuovo prodotto/servizio, avrai bisogno di possedere tutta una serie di competenze digitali. In questa sezione, troverai alcuni suggerimenti utili per aiutarti a navigare tra i diversi campi delle competenze digitali e a prendere decisioni ragionate.

II. Come trovare risorse aperte online

Se devi preparare una tesina, fare una ricerca rapida o fare una ricerca su un argomento specifico, potresti sentirti un po' intimidito dalle infinite informazioni che Internet ti offre. Fortunatamente, esistono molte opzioni utili per poter trovare materiali di qualità e ad accesso libero, che possono essere utilizzati per scopi di studio e/o ricerca. Ad esempio, puoi consultare una vasta gamma di riviste, archivi o libri ad accesso libero disponibili online.

Puoi iniziare con Wikipedia: include molte informazioni e ti offre una buona panoramica sulla maggior parte degli argomenti.

Passa a Google: inserisci le principali parole chiave correlate all'argomento che stai cercando nella barra di ricerca. Inizia con una ricerca generale usando parole chiave.

Spostati sul multimediale: online puoi trovare molto più che semplici testi! Cerca contenuti multimediali (video, audio, ecc.).

Scegli tra le Risorse Didattiche Aperte: online esistono tonnellate di corsi gratuiti e una grande quantità di informazioni organizzate su qualsiasi argomento. L'uso delle Risorse Didattiche Aperte (Open Educational Resources o OER) può farti risparmiare tempo e fatica, contribuendo nel contempo a migliorare l'istruzione a livello globale. Le OER sono testi, media e altre risorse digitali liberamente accessibili, con licenza libera, utili per l'insegnamento, l'apprendimento e la valutazione, nonché utili a scopo di ricerca. Soprattutto nei paesi in via di sviluppo, dove molti studenti non possono nemmeno permettersi i libri e l'accesso alle aule è limitato, le OER sono molto importanti. *Cerca dei tutorial:* ti aiuteranno sicuramente a scoprire come fare ciò di cui hai bisogno attraverso istruzioni dettagliate.

Usa gli strumenti a tua disposizione: ci sono molti strumenti che possono aiutarti a rendere più facile il fare ricerche online. Questi strumenti hanno funzioni speciali e possono fungere da assistenti di ricerca!

Siti Web specializzati: esistono biblioteche online che coprono un'ampia varietà di argomenti. Ogni cosa ha una propria libreria di risorse dedicata da qualche parte sul Web!

III. Come creare la tua identità di marca

Prima di creare la tua identità di marca, è vitale seguire alcuni passaggi cruciali:

- Fai una ricerca di mercato, identifica e analizza i tuoi concorrenti.
- Pensa esattamente a cosa/chi rappresenta la tua azienda e definisci i valori fondamentali della tua azienda. Ciò contribuirà a distinguere la tua azienda dalla concorrenza.
- Definisci le esigenze dei tuoi clienti e definisci i tuoi obiettivi principali.
- Quando scegli il nome della tua attività, scegline uno che non possa essere confuso o scambiato con il nome di un'altra società e che non sia troppo lungo o difficile da pronunciare.
- Durante il processo di creazione del logo e del tuo slogan, pensa ai valori della tua azienda, alla tua missione e ai tuoi obiettivi. Prova a creare un logo semplice, facile da ricordare, unico e intramontabile. In questo modo sarà compreso meglio dai tuoi gruppi di riferimento. Assicurati di utilizzare un design di alta qualità per il tuo logo.
- Scegli la piattaforma di social media più appropriata per il tuo marchio.
- Quando pubblicizzi il tuo marchio sui social media, presta attenzione a quanto segue: la lingua che usi, lo stile delle fotografie che usi, la frequenza degli aggiornamenti (comunicazione regolare con i tuoi gruppi di riferimento).
- Usa il tuo marchio per diversi aspetti della tua attività ed evolvilo man mano che l'attività cresce.

IV. Lavora online! Servizi bancari online e freelancing

Che tu sia un fruitore dell'online banking (servizi bancari online) già da tempo o che tu faccia ancora affidamento sui servizi bancari tradizionali, è importante conoscere le insidie associate a questi servizi e gestire il proprio conto bancario online in modo responsabile.

- Se hai deciso di creare un conto bancario online, verifica tramite il sito web della tua banca se esiste la possibilità di accedere online al tuo conto bancario. Informati riguardo ai vantaggi e agli svantaggi dei conti bancari online.

- Se usi il tuo conto bancario online per la prima volta, potresti aver bisogno di aiuto. Chiedi aiuto ad una persona di cui ti puoi veramente fidare.

Dopo aver installato l'app del tuo conto bancario sui tuoi dispositivi digitali e aver iniziato ad usarla, è consigliabile seguire i seguenti suggerimenti:

- evitare di utilizzare il Wi-Fi pubblico
- non condividere i dettagli del tuo conto bancario con nessuno
- effettuare sempre il logout quando hai finito di utilizzare il conto
- non rispondere alle persone che ti inviano e-mail o ti chiamano per chiederti informazioni sulla sicurezza
- controlla regolarmente il tuo account e mantieni aggiornato il tuo sistema operativo e il tuo antivirus. Se sei entrato nel mondo degli affari come libero professionista, è importante assicurarsi di essere ben informato riguardo ai tuoi oneri finanziari (imposte sul lavoro autonomo). Potresti fare un elenco dei vantaggi e degli svantaggi.

V. Come rendere visibile la tua attività online (account personali e immagine e marketing attraverso i social media)

Oggi è praticamente impossibile per un'azienda non avere un sito web. Un sito Web davvero valido può avere un impatto enorme sulla tua attività e aumentare notevolmente le possibilità di successo. D'altra parte, un sito Web scadente può allontanare i tuoi potenziali clienti e contribuire ad una pessima identità di marca. Di seguito, troverai alcuni suggerimenti per la creazione di un sito Web efficiente, che ti aiuterà a potenziare la tua attività.

• Alcuni suggerimenti per la creazione di un sito web

- Una delle parole chiave è *usabilità*. Pertanto, rispetta alcune regole di base e crea un sito Web intuitivo.
- Gestire l'attenzione dell'utente è un altro aspetto cruciale. Non dovrai richiedere troppe azioni da

parte degli utenti (ad es. la compilazione di un modulo online troppo lungo) poiché potrebbero perdere la pazienza. Se all'utenza vengono richieste meno azioni, le possibilità che un utente casuale interagisca con il tuo servizio sono maggiori. È bene ricordare che meno l'utente sarà costretto ad intraprendere sforzi, migliore sarà la sua esperienza, quindi conviene saper gestire bene l'attenzione degli utenti.

- Per quanto riguarda la lingua e il registro linguistico che utilizzi per comunicare con i tuoi gruppi di riferimento, è bene usare frasi brevi e concise. Il linguaggio semplice è facile da capire e non scoraggia gli utenti. Mantieni il lessico semplice e trasparente e non aver paura degli spazi bianchi poiché aiutano l'utente a percepire le informazioni sullo schermo.

- Inoltre, bisognerebbe fornire all'utente una struttura concettuale chiara e coerente e sfruttare al massimo la quantità minima di segnali ed elementi visivi. Quando comunichi con i tuoi gruppi di riferimento, abbina la presentazione alle capacità dei gruppi di riferimento.

- Sarà necessaria anche una valutazione. Testa presto e testa spesso. I test di usabilità spesso forniscono informazioni cruciali su problemi significativi e problemi relativi a un determinato layout.

- **Con quali strategie di marketing online hai familiarità? Puoi provare a mettere in atto le seguenti strategie di marketing online; familiarizza con queste strategie:**

- Il *personal branding* ti dà l'opportunità di sfruttare un'immagine più affidabile e personale per promuovere il tuo marchio.

- Il content marketing (marketing dei contenuti) ti consente di conseguire diversi obiettivi. Esistono molte forme di marketing dei contenuti a seconda dei tuoi obiettivi, prodotti e servizi. Scegli quella più adatta rispetto alle esigenze della tua attività.

- Scopri l'ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO - il processo per dare al tuo sito web più visibilità nei motori di ricerca) e scopri come la tua presenza sul web può essere migliorata e indirizzata verso i tuoi potenziali clienti.

- Quando un potenziale cliente apre la tua pagina web, il prossimo passaggio dovrebbe essere quello di portarlo ad interagire e idealmente ad acquistare il tuo prodotto o servizio.

L'ottimizzazione delle conversioni ti aiuta ad assicurarti di ottenere più valore da ogni singolo visitatore massimizzando il tasso di conversione.

- Il social media marketing ha un potenziale significativo nella costruzione e nella promozione di un pubblico sui social media.

Anche una semplice newsletter di contenuti può aiutarti ad incoraggiare il traffico verso il tuo sito, a facilitare un maggiore coinvolgimento con il brand e a fare in modo che il pubblico si ricordi di te.

- **Come proteggere il PC e la documentazione digitale aziendale**

Quando utilizziamo i nostri computer e altri dispositivi digitali tendiamo a credere che problematiche quali malware, furto di identità e perdita di dati siano cose che non possano capitare a noi. Ci sentiamo al sicuro. Pertanto, molte volte non prestiamo sufficiente attenzione alla protezione dei nostri dispositivi digitali e ci comportiamo in modo disattento, il che aumenta il rischio di danneggiare la nostra documentazione aziendale digitale. Per evitare ciò, ti consigliamo di seguire questi suggerimenti:

- Usa i tuoi dispositivi lontano da elementi che potrebbero danneggiarli. Usa il PC in luoghi sicuri da elementi che potrebbero danneggiarlo, in particolare fai attenzione alle prese e alle spine che usi per ricaricarlo, un guasto del PC potrebbe causare la perdita di documenti

- Non è consigliabile lasciare i dispositivi digitali incustoditi poiché qualcuno potrebbe rubarli o copiare i dati in esso contenuti.

- Proteggi sempre l'accesso ai tuoi file digitali con una password complessa. Una password complessa include caratteri diversi (numeri, lettere minuscole e maiuscole, segni di punteggiatura ecc.)

- Assicurarti di non perdere gli strumenti di memoria esterna in cui sono archiviati i documenti.

- Effettua regolarmente copie dei file del computer in modo da non dipendere dal computer in caso di danneggiamento.

D.2 ABILITÀ IMPRENDITORIALI



Che cosa sono?

L'imprenditorialità è un'abilità che può essere appresa. Non devi nascere imprenditore per gestire un'attività di successo. Puoi diventare un imprenditore sviluppando una mentalità e delle abilità imprenditoriali.

L'imprenditorialità è la capacità di un individuo di trasformare le idee in azioni, e racchiude in sé creatività, innovazione e assunzione di rischi, nonché la capacità di pianificare e gestire progetti al fine di raggiungere obiettivi.

Inoltre, le abilità imprenditoriali offrono anche dei vantaggi, indipendentemente dal fatto che una persona preveda nel proprio futuro di avviare un'impresa o meno. Le abilità e le capacità imprenditoriali possono essere utilizzate nella vita personale e lavorativa, in quanto comprendono: creatività, iniziativa, tenacia, lavoro di squadra, comprensione del rischio e senso di responsabilità. Che cosa costituisca le abilità imprenditoriali è stato oggetto di molte discussioni. A differenza di altre importanti abilità economiche, le abilità imprenditoriali non sono correlate a una specifica occupazione, disciplina o qualifica. Tuttavia, la maggiore enfasi sull'educazione all'imprenditorialità e lo sviluppo delle capacità imprenditoriali ha portato ad una maggiore analisi e a nuovi consensi sulle capacità e competenze imprenditoriali.

Le abilità imprenditoriali combinano una serie di competenze tecniche, gestionali e personali. Non esiste una definizione semplice o definita delle competenze imprenditoriali. L'OCSE ha identificato tre gruppi principali di competenze ed abilità che gli imprenditori devono possedere:

- 1) Competenze tecniche - comunicazione, monitoraggio ambientale, problem solving, implementazione e utilizzo della tecnologia, capacità interpersonali, organizzative.
- 2) Competenze di gestione aziendale: pianificazione e definizione degli obiettivi, processo decisionale, gestione delle risorse umane, marketing, finanza, contabilità, relazioni con i clienti, controllo qualità, negoziazione, avvio delle attività, gestione della crescita, capacità di rispettare le normative.
- 3) Competenze di imprenditorialità personale - autocontrollo e disciplina, gestione del rischio, innovazione, persistenza, leadership, gestione del cambiamento, costruzione dei network e pensiero strategico.

Queste combinazioni di abilità, competenze e attributi sono necessarie e cruciali sia per i manager commerciali che per i lavoratori creativi. Inoltre, gli imprenditori necessitano di possedere una conoscenza approfondita riguardo ai settori in cui operano (vale a dire un imprenditore IT, delle costruzioni o della ristorazione dovrà conoscere a fondo quei settori o quella professione specifica).

VI. Come posso fare ricerche e trovare un'idea imprenditoriale?

Al fine di effettuare una ricerca per pianificare la tua idea di business, dovresti possedere alcune abilità di pianificazione. Le capacità di pianificazione si riferiscono alla capacità di stabilire le priorità, i punti di forza, i punti deboli e gli obiettivi "SMART". Alcune "capacità di pianificazione ottimali" sono essenziali, come la capacità di saper essere analitico, comunicativo, risoluto, di saper essere un leader e un abile risolutore di problemi.

Il *processo di pianificazione* riguarda principalmente la definizione degli obiettivi e il saper determinare le risorse necessarie per raggiungere tali obiettivi. Il raggiungimento di una visione richiede sforzi coordinati. Una delle principali abilità coinvolte nel processo di pianificazione è la capacità di identificare e valutare i punti di forza, i punti deboli, le potenziali minacce e le opportunità ("SWOT") di qualsiasi azienda e in particolare di un'azienda familiare, per garantire una strategia e una pianificazione di successione più solide.

La gestione strategica è fondamentale per la creazione di un business di successo e comporta lo sviluppo di un piano per guidare un'azienda nel tentativo di realizzare la sua missione e i suoi obiettivi e per mantenerla sulla rotta desiderata. Uno degli strumenti migliori di pianificazione e gestione (e una delle strategie migliori per realizzare con efficacia un piano d'azione concreto ed efficace, fondamentale sia per i risultati personali che professionali) è lo strumento degli obiettivi SMART (S - Specifico; M - Misurabile; A - Attivabile; R - Raggiungibile; T - Temporizzabile).

Ciò di cui hai veramente bisogno è trovare strategie e strumenti per costruire la tua idea di business passo dopo passo e rendere reale il tuo progetto, perché un'idea aziendale ha bisogno di tempo per essere sviluppata, testata e valutata e lo strumento del Processo di Progettazione delle Idee è lo strumento chiave per analizzare i punti di forza, i punti deboli e l'attuabilità della tua idea, in base a chi sei e al contesto in cui vorresti realizzarla.

VII. Pianifichiamo! Come preparare un piano aziendale

Per avere successo nel mondo del business, l'intuizione, i buoni sentimenti e il supporto non sono sufficienti. Bisogna avere un'idea chiara di ciò che si sta facendo e della direzione in cui si vuole andare. Un modello di piano aziendale, come ad esempio il Creative Project Canvas, rappresenta la spina dorsale di un progetto aziendale. È costruito secondo la tua visione e la strategia che desideri implementare. Ti aiuta a definire in che modo la tua azienda creerà valore e in che modo verrà ripagata degli sforzi compiuti. Un modello aziendale/di business consiste nello studio del proprio mercato di riferimento (definire opportunità e minacce), nella raccolta e nell'analisi dei dati e nella definizione della missione e delle strategie della propria attività (a breve, medio e lungo termine).

VIII. Sai come registrare un'azienda? (Strutture legali nazionali)

Prima che tu ti metta al lavoro, dovrai porti una serie di domande, mirate a descrivere il tuo progetto, ad analizzarne il contesto, a commercializzare la tua idea, ad organizzare la tua azienda e persino a finanziare il tuo progetto. Dovrai quindi espletare una serie di formalità, condizioni e obblighi amministrativi che variano a seconda del tipo di attività e della forma giuridica della società. I passaggi principali per avviare un'attività sono i seguenti:

- Scegliere uno status legale.
- Impresa individuale (persona fisica) o società (persona giuridica).
- Costituire una società mediante uno strumento di costituzione registrato di incorporazione.
- Registrare l'azienda presso un ufficio vendite autorizzato.
- Aprire un conto corrente specifico.
- Identificarsi per pagare l'IVA e rispettare determinati oneri.
- Partecipare a un fondo di sicurezza/previdenza sociale per i lavoratori autonomi e versare contributi di previdenza sociale.
- Unirsi ad una mutua società (a scelta) per beneficiare delle indennità/prestazioni assicurative sulla salute e sulla disabilità.
- Stipulare determinati tipi di assicurazione, obbligatoria o meno.

Se avvii la tua attività sottoforma di azienda individuale (come persona fisica), puoi scegliere di avviarla utilizzando un nome diverso dal tuo cognome.

Scelta del nome commerciale: la scelta del nome commerciale è importante, perché è con quel nome che la tua azienda dovrà affrontare il mercato e i suoi concorrenti. Permette, da un lato, di identificare la tua azienda e, dall'altro, di distinguerla dalle altre società sul mercato. Questo nome ha anche una funzione pubblicitaria. Inoltre, il nome della tua azienda deve essere indicato su tutti i documenti ufficiali relativi alla tua attività professionale (fatture, ordini di acquisto, biglietti da visita, ecc.).

Sebbene la scelta del nome commerciale sia in linea di principio libera, è necessario garantire che il nome scelto non violi un diritto precedente appartenente a una società concorrente. Se avvii la tua attività come azienda, devi fare distinzione tra il nome commerciale della tua azienda e il nome della società, la sua denominazione sociale (o ragione sociale). Il nome commerciale è il nome con il quale un'impresa commerciale è nota ai suoi clienti e sotto il quale opera. La denominazione sociale è il nome ufficiale della società, che è incluso nello statuto della società e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale Nazionale. Questo nome serve solo per identificare la società, ma non ha un ruolo pubblicitario come nome commerciale della società. È ovviamente possibile utilizzare lo stesso nome come nome commerciale e come nome di una società.

IX. Come gestire contratti, fiscalità e assunzioni?

Quando si avvia una piccola impresa, bisogna pagare un certo numero di imposte al governo. È importante che tu sappia quali tasse sono legate alla tua attività, quando le devi pagare e perché le devi pagare. Se sei un datore di lavoro, dovrai pagare l'imposta sul reddito e i contributi previdenziali. Normalmente sono soggette all'imposta sul reddito delle società le società, le associazioni, le organizzazioni e le istituzioni che hanno personalità giuridica. Se l'attività viene svolta a proprio nome e non sotto forma di società, i profitti dell'imprenditore saranno soggetti all'imposta sul reddito delle persone fisiche.

Un contratto d'assunzione è un accordo, o un patto, tra due o più persone - datore di lavoro e lavoratore - che specifica i termini e le condizioni in base alle quali una persona acconsente di svolgere determinate mansioni dirette e controllate da un datore di lavoro in cambio di un salario o di una retribuzione concordata. Un contratto è necessario perché impiegato e datore di lavoro salvaguardino i propri interessi. Ogni lavoratore è tenuto a svolgere le mansioni che gli vengono assegnate dal datore di lavoro. Prima di firmare un contratto, assicurati che tutti questi elementi di base siano inclusi in esso e descritti nel dettaglio:

- Nomi e indirizzi di tutte le parti interessate
- Descrizione dell'attività
- Posizione e ruolo definiti in modo chiaro
- Requisiti/tutele specifiche dell'azienda
- Durata del lavoro e durata delle ore lavorative
- Paga, indennità, benefici
- Categoria di classificazione dei dipendenti
- Informative sulla privacy
- Requisiti prestazionali
- Compiti; doveri
- Termini della relazione
- Linee guida per la risoluzione
- Firme e date

L'assunzione è un contratto in base al quale una persona concede a terzi di usufruire del lavoro svolto da egli stesso o da un suo dipendente, durante un certo periodo di tempo, in cambio di un compenso stipulato. Un contratto di assunzione può anche comprendere la stipulazione di un accordo volto alla fruizione del lavoro o dei servizi di una terza parte relativi a qualcosa rilasciata a terzi per uno scopo specifico.

X. Come posso finanziare/accreditare la mia attività?

Per finanziare o ottenere un credito per implementare la tua attività, puoi utilizzare diversi strumenti finanziari:

Prestito tradizionale/prestito bancario: esistono molti tipi diversi di prestiti commerciali, ma rientrano tutti in due categorie. Non garantito (prendere in prestito denaro senza il rischio di utilizzare le risorse aziendali come garanzia) e Protetto (prendere in prestito denaro utilizzando un'attività come garanzia. Se non si restituisce il prestito, il creditore può vendere l'attività per riavere il proprio denaro).

Prestiti bancari: si tratta di prestiti in contanti offerti da banche e società di credito. Un'azienda prende in prestito una somma forfettaria e la restituisce entro un determinato periodo di tempo. La maggior parte dei prestiti bancari richiede anche un garante (spesso un amministratore) o una garanzia. Ciò significa che se l'azienda non è in grado di rimborsare il prestito, gli amministratori/dirigenti/responsabili saranno personalmente responsabili del debito contratto.

Le banche spesso non si occupano di microprestiti, in quanto questo metodo di finanziamento si basa su prestiti troppo ridotti. Quindi, è necessario rivolgersi a un micro finanziatore, un'organizzazione senza fini di lucro che opera in modo diverso rispetto alle banche. I micro finanziatori offrono prestiti di dimensioni inferiori, di solito richiedono meno documentazione rispetto alle banche e spesso applicano criteri di sottoscrizione più flessibili.

I *prestiti all'avviamento* sono garantiti dal governo e applicano un tasso di interesse fisso all'anno. È possibile rimborsare il prestito durante un periodo di tempo che può durare anche diversi anni. Non ci sono costi d'iscrizione né rimborsi anticipati.

Esistono anche altre possibilità di finanziamento, alcune supportate dall'UE. L'Unione Europea promuove vari programmi di finanziamento, che è possibile richiedere a seconda della natura delle attività o del progetto. Esistono due tipi di finanziamento: diretto e indiretto.

-La concessione di finanziamenti diretti è gestita dalle istituzioni europee. Il finanziamento può assumere la forma di sovvenzioni o contratti. È possibile richiedere sovvenzioni e contratti gestiti dalla Commissione Europea sul portale "Finanziamenti e Bandi".

-Il finanziamento indiretto è gestito da autorità nazionali e regionali responsabili della fornitura di finanziamenti indiretti, che rappresentano quasi l'80% del bilancio dell'UE, ed avviene principalmente attraverso cinque importanti fondi, che costituiscono i fondi strutturali e di investimento europei. Lo strumento per le PMI si rivolge alle piccole e medie imprese (PMI) con un'idea radicalmente nuova, sostenuta da un piano aziendale per la realizzazione di soluzioni di innovazione commerciabili, PMI che posseggano una spinta verso l'ambizione e l'espansione. Supporta le PMI ad alto rischio e ad alto potenziale a sviluppare e portare sul mercato nuovi prodotti, servizi e modelli di business che potrebbero favorire la crescita economica. Supporta le PMI ad alto rischio e ad alto potenziale e le PMI a scopo di lucro, comprese le giovani imprese e le start-up, appartenenti a qualsiasi settore.

Lo strumento per le PMI è un invito aperto costantemente (un Call for Proposal, quindi) con 4 interruzioni annuali per ogni fase. Le proposte sono valutate da esperti sulla base di tre criteri di aggiudicazione: "impatto"; "eccellenza" e "qualità ed efficienza di attuazione". COSME è l'acronimo di Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises, ovvero Competitività delle Società e delle Piccole e Medie Imprese. Il programma mira a migliorare l'accesso delle PMI ai finanziamenti e ai mercati attraverso due strumenti finanziari (lo Strumento di Garanzia dei Prestiti e lo Strumento di Capitale Proprio per la Crescita).

D.3 ABILITÀ LINGUISTICHE

Che cosa sono?

Sono un insieme di quattro capacità che consentono a un individuo di comprendere e parlare la lingua, in modo da saper trasmettere una comunicazione interpersonale corretta ed efficace. Queste abilità sono: ascoltare, parlare, leggere e scrivere (tenendo in considerazione la consapevolezza culturale rispetto alla cultura di origine).

- **Come preparare il mio CV**

- Dovresti concentrarti su verbi frasali quali: "presentare domanda per", "sono in cerca di", che potrebbero esserti utili durante il colloquio.



- Dovresti preparare un profilo personale, corredato da una fotografia (che dovrebbe mostrare il tuo viso nella sua interezza e apparire professionale), nome, dettagli di contatto, data di nascita, cosa puoi offrire all'azienda, i tuoi obiettivi professionali, i tuoi precedenti lavori (compresi i lavori che hai svolto, i tuoi doveri e responsabilità, il datore di lavoro e il tempo per cui hai prestato servizio), la tua formazione (i tuoi risultati accademici - dall'ultimo titolo conseguito in ordine decrescente - e i più rilevanti titoli conseguiti) e le tue capacità e competenze (comprese le lingue che parli e i software che sai usare).

Come preparare un buon CV

Dai un'occhiata a questi esempi di CV.

Sei pronto per un colloquio?

Dovresti prestare attenzione a come usi la grammatica e il lessico durante un colloquio, poiché possono fornire degli indizi cruciali su chi sei come persona:

- Quando usi "posso", stai esprimendo un'abilità, un'autorizzazione, una possibilità o una richiesta, ma quando usi "potevo, potrei" stai esprimendo un'abilità passata, una concessione, una possibilità o una richiesta educata.

- Quando si utilizza "devo/non devo" si sta esprimendo un obbligo o un divieto, mentre quando si utilizza "dovrebbe" si sta esprimendo un consiglio o una raccomandazione.

- Quando si utilizza "magari", si esprime una possibilità, ma quando si utilizza "forse", si esprimono insicurezza e scarse possibilità.

- Quando si utilizza "dover fare" si sta esprimendo un obbligo, ma quando si utilizza "non si deve" si sta manifestando mancanza di obbligo.

- Tieni presente che per porre una domanda in inglese correttamente, devi mettere il verbo ausiliare prima del soggetto. Se non è presente alcun verbo ausiliare, è necessario utilizzare la parola "do" o "does" nel presente indicativo se è presente una parola come "what", "where", ecc.

- Dovresti fare ricerche sul lavoro e sull'azienda (di cosa si occupano, chi sono...) prima del colloquio, per capire se stanno cercando persone che corrispondano al tuo profilo

- Dovresti fare due elenchi: uno sulle capacità, conoscenze, qualità professionali e personali richieste e l'altro sulle risorse, e abbinarle ai requisiti del lavoro

Preparazione del colloquio lavorativo: una lista di verifica fondamentale

- Dovresti anticipare potenziali domande come: "Come ti descriveresti?" o "Quali sono i tuoi punti di forza e i tuoi punti deboli?", che forniscono informazioni su di te al tuo intervistatore. Dovresti essere fiducioso quando parli e mostrare il meglio di te.

Domande e risposte comunemente usate nei colloqui

- Quando l'intervistatore ti chiede perché stai lasciando il tuo lavoro, dovresti mostrarti positivo e sicuro di te. L'intervistatore potrebbe chiedere al tuo precedente datore di lavoro come sei come lavoratore o potrebbe conoscere il tuo capo

- Fornisci esempi e parla dei tuoi obiettivi a lungo termine, che potresti perseguire in questo nuovo lavoro

- Durante il colloquio, dovresti salutare educatamente tutte le persone che incontri, mantenere la calma e la fiducia, fare attenzione al tuo linguaggio del corpo, ascoltare attentamente, riflettere prima di rispondere e far sapere all'intervistatore che sei interessato al posto di lavoro

- Dopo il colloquio, dovresti scrivere una "e-mail di ringraziamento" per far sapere al datore di lavoro che apprezzi l'essere stato preso in considerazione per la posizione lavorativa.

- **Lavoriamo! Come comunicare con i tuoi colleghi**

Non dovresti interrompere quando qualcuno ti parla, dovresti mantenere il contatto visivo quando parli con i colleghi e fare attenzione alla tua postura e all'espressione facciale.

Comunicare al meglio con i colleghi

- Non a tutti piace comunicare faccia a faccia; alcuni preferiscono comunicare con una telefonata, un'e-mail o un messaggio WhatsApp.

- Non dovresti mai sbraitare. Se qualcosa o qualcuno ti ha mandato su tutte le furie, espira ed inspira per alcuni secondi e poi parla; ciò ti aiuterà a calmarti.

- Dovresti essere amichevole, ma non troppo amichevole: dovresti interagire a livello personale ma non essere troppo informale.

- Dovresti essere in grado di dare feedback ma non sembrare troppo autoritario nel farlo, dando consigli utili per svolgere le mansioni al meglio.

- Potresti ripetere le informazioni importanti che il tuo capo ti ha comunicato, per dimostrargli che hai capito correttamente di cosa stava parlando.

- Dovresti ascoltare attentamente ogni discussione; ciò faciliterà la risoluzione dei problemi e porrà le basi per una migliore mediazione in futuro.

Evitare i conflitti sul posto di lavoro

- Quando hai una riunione, dovresti essere puntuale, fare attenzione alle problematiche che hai precedentemente messo in luce, fare attenzione al linguaggio del corpo, ascoltare i tuoi colleghi e rispettare il loro punto di vista ed essere chiaro, conciso e diretto nel sostenere le tue idee.

7 modi per comunicare efficacemente durante le riunioni

- **Come scrivere un'e-mail e gestire la burocrazia**

Prima di scrivere un'e-mail, dovresti pensare a che tipo di e-mail sarà: formale, semi-formale o personale.

Scrivere e-mail formali e informali

- Quando scrivi un'e-mail, ricordati di scrivere un oggetto, un saluto appropriato (utilizza una virgola dopo il saluto) e di tenere a mente la punteggiatura, di utilizzare una chiusura appropriata, di ricontrollare gli indirizzi e-mail di tutti i destinatari, di evitare di inoltrare e-mail a terzi e di rispondere a tutti e di essere chiaro, breve ed educato, utilizzando frasi concise.

- Dovresti utilizzare indirizzi e-mail personali e aziendali separati, sarà più facile per te controllare la tua e-mail personale a casa.

- Dovresti tenere a mente la struttura dell'e-mail prima di iniziare a scriverla, e dovresti menzionare perché stai scrivendo e dove hai trovato l'offerta di lavoro. Dovresti fornire informazioni sulle tue qualifiche e sulle tue esperienze, sul perché ritieni di essere adatto al lavoro, su quando sei disponibile per un colloquio e su come contattarti.

Come scrivere e-mail in inglese

- **Come effettuare chiamate telefoniche**

Dovresti pensare in anticipo a cosa vorresti dire durante la chiamata. Potrebbe essere necessario preparare alcuni documenti.

- Durante la chiamata, è necessario presentarsi, con il proprio nome e il nome dell'azienda; menzionare chiaramente lo scopo della chiamata, chiedere feedback, prendere appunti e chiarire le azioni di follow-up, se necessario.

Come parlare al telefono in maniera efficace

- Dovresti preparare in anticipo un saluto professionale; parlare educatamente; quando un interlocutore sta parlando, ascolta senza interromperlo; se il destinatario della chiamata è un'altra persona, dovresti chiedere se l'interlocutore desidera lasciare un messaggio; mai dire le parole "Non lo so" quando si parla con qualcuno al telefono; e infine quando si termina una chiamata, non riagganciare il telefono senza salutare adeguatamente, ad esempio dicendo: "Grazie per aver chiamato" o "Buona giornata".

Come fare telefonate aziendali efficaci



increa.erasmusplus.website



increa project