

INVITALIA

Agenzia nazionale per l'attrazione
degli investimenti e lo sviluppo d'impresa SpA



CULTURA CREA

Guida alla compilazione del piano di impresa

DECRETO MIBACT 11 MAGGIO 2016 – DIRETTIVA OPERATIVA n°55 20 LUGLIO 2016

Titolo II, Nuove Imprese dell'Industria Culturale

Sommario

Premessa	3
Sezione A) Soggetto Proponente	5
Sezione B) Dati principali del piano d'impresa	7
Sezione C) Analisi del contesto competitivo	12
Sezione D) Sistema di offerta	14
Sezione E) Obiettivi di vendita.....	15
Sezione F) Aspetti di marketing culturale	17
Sezione G) Aspetti tecnici	19
Sezione H) Aspetti Economico Finanziari	26

Premessa

Questa guida vuole fornire un supporto metodologico e contenutistico per la redazione del piano di impresa a coloro che hanno intenzione di presentare la domanda di ammissione alle agevolazioni **Cultura Crea**, previste dal **Titolo II del Decreto Mibact 11 Maggio 2016**.

La guida ha una struttura che riproduce quella del piano di impresa stesso e offre chiarimenti sulle informazioni richieste in ogni sezione del piano.

E' composta da 8 sezioni:

- **A. Soggetto proponente**
- **B. Dati principali del piano d'impresa**
- **C. Analisi del contesto competitivo**
- **D. Sistema di offerta**
- **E. Obiettivi di vendita**
- **F. Aspetti di marketing culturale**
- **G. Aspetti tecnici**
- **H. Aspetti economico-finanziari**

Prima di iniziare a predisporre la documentazione necessaria per richiedere le agevolazioni, di cui parte fondamentale è il piano d'impresa, è importante verificare di avere i requisiti richiesti e conoscere le modalità previste per presentare della domanda.

In particolare è necessario:

- 1)** Verificare attentamente il possesso dei requisiti necessari per accedere alle agevolazioni (art. 4 del Decreto Mibact 11 Maggio 2016).
- 2)** Verificare le modalità di presentazione della domanda e del piano di impresa (punti 2.4 e ss. della Direttiva Operativa n°55 del 20 luglio 2016).
- 3)** Tenere presente che le domande, compresi il piano di impresa e gli allegati, che siano presentate secondo modalità diverse da quelle indicate dalla norma non saranno prese in esame.
- 4)** Ricordare che ciascuna domanda di agevolazione deve essere correlata a un solo programma di investimento e uno stesso programma non può essere diviso in più domande di agevolazione.

Il piano d'impresa è lo strumento attraverso il quale i proponenti presentano la propria iniziativa, che sarà valutata sulla base delle informazioni in esso riportate.

È il documento che permette di:

- dimostrare la credibilità del business imprenditoriale,
- comprovare la fattibilità tecnica e la sostenibilità economica e finanziaria dell'iniziativa proposta.

Per questa ragione è fondamentale dedicare un adeguato impegno nella redazione del piano d'impresa e non lasciare nessuna parte incompleta.

Nel piano d'impresa sarà necessario:

- descrivere nel dettaglio ogni aspetto del progetto imprenditoriale;
- chiarire le caratteristiche fondamentali del business (quali problemi/bisogni verranno risolti/soddisfatti - la Value Proposition);
- argomentare ogni affermazione con analisi precise e dati concreti, attendibili e verificabili, riportando sempre le fonti delle informazioni e dei dati richiamati;
- evitare gli slogan: se si ritiene che il prodotto/servizio presentato sarà il migliore sul mercato, si dovrà spiegarne il motivo;
- rendere consequenziale ogni aspetto progettuale (principio della coerenza);
- servirsi di fonti esterne e indipendenti per sostenere quanto si afferma (ciò conferisce maggiore credibilità alle previsioni);
- evitare l'uso di tecnicismi: comunicare in modo chiaro/comprensibile a ciò che si ha intenzione di realizzare;
- compilare integralmente il piano d'impresa.

Lo schema di piano di impresa deve essere "scaricato" dal sito www.invitalia.it, compilato offline, firmato digitalmente dal legale rappresentante (in caso di società già costituita), ovvero dal referente di progetto (futuro socio della società da costituire) e poi trasmesso per via telematica insieme alla domanda e agli allegati, secondo le procedure previste dalla Direttiva Operativa n°55 del 20 luglio 2016.

I curricula dei soci e dei soggetti richiedenti (in caso di società non costituita), nonché gli eventuali curricula dei dipendenti che ricoprono ruoli afferenti gli aspetti tecnici dell'iniziativa, costituiscono parte integrante del piano di impresa.

Sezione A) Soggetto Proponente

In questa sezione vengono richieste informazioni anagrafiche e di contatto relative al referente del progetto (soggetto proponente). Il referente del progetto indicato nel piano d'impresa **deve** essere lo stesso di quello indicato nel modulo di domanda e che appone la firma digitale.

Sezione A.1 – Scheda anagrafica soggetto proponente

Referente del Progetto				
Nome		Cognome		
Codice Fiscale				
Residente in				
Via/Piazza		N.ro	Cap	Prov.
Cell.		e-mail		
Indirizzo PEC				

Forma Giuridica della costituenda società				
Impresa femminile (SI / NO)		Percentuale numerica donne		Percentuale di quote donne
Impresa giovanile (SI / NO)		Percentuale numerica giovani		Percentuale di quote giovani

Sezione A.2 - Profilo soggetto proponente

In questa sezione è necessario indicare e descrivere tutti i soggetti che faranno parte della compagine sociale e dell'organo amministrativo allo scopo di fornire una visione complessiva del profilo tecnico professionale del soggetto proponente.

I. Futura Compagine societaria:

Indicare i dati anagrafici di tutti i futuri soci e la percentuale di quote detenute da ciascuno.

Nome socio	Sesso (M/F)	Età al momento della presentazione	Percentuale quote detenute
<i>(riga duplicabile n volte)</i>			

II. Socio persona fisica/componente organo amministrativo

Questa sezione deve essere compilata per ciascuna persona fisica e per i componenti dell'organo amministrativo (nel caso in cui questi non siano soci).

Per ciascun socio sono richieste le seguenti informazioni: nome, cognome, ruolo/mansione che sarà ricoperto all'interno dell'impresa, esperienze formative e lavorative rilevanti rispetto all'iniziativa proposta e al ruolo/mansione all'interno dell'impresa, titoli di studio, attestati, abilitazioni professionali, attività svolte, ecc.

Per ciascun socio persona fisica è inoltre richiesto il curriculum vitae da allegare alla domanda.

Socio X: Quota di partecipazione prevista ___%

Cognome		Nome			
Codice fiscale		Nato a		il	

1. Percorso formativo e professionale (allegare curriculum vitae)

Descrivere sinteticamente il percorso formativo e professionale del socio X persona fisica e per i componenti dell'organo amministrativo.

2. Ruolo/mansione all'interno della compagine proponente

Indicare il ruolo che il socio X assumerà all'interno della futura società e descrivere le mansioni che gli saranno assegnate.

Sezione B) Dati principali del piano d'impresa

In questa sezione vengono richieste informazioni utili per inquadrare da subito i contorni dell'iniziativa, in particolare l'attività economica che si intende svolgere e la sua localizzazione. Nel compilare la tabella è importante tenere presenti le condizioni di ammissibilità.

Codice ATECO (2007) dell'iniziativa proposta	(a)		
Ambito di intervento	(b)		
Contenuto innovativo	(c)		
Spese di Investimento previste:	(d)		
Costi di esercizio previsti:	(e)		
Agevolazioni Richieste	(f)	<i>Di cui</i>	Finanziamento agevolato:
			Contributo Fondo Perduto:
Numero occupati al momento della domanda			Incremento occupazionale previsto
Localizzazione dell'iniziativa proposta (unità produttiva) (g)	Provincia		Comune

- a. Codice ATECO (2007) dell'iniziativa proposta:** indicare il codice Ateco dell'attività proposta, tenendo presente che le attività ammissibili al finanziamento sono esclusivamente quelle indicate nell'Allegato 2 del Decreto MIBACT 11 Maggio 2016.

Attenzione! Il riferimento a un codice ammissibile, pur se condizione necessaria, non costituisce garanzia di coerenza con gli obiettivi del programma. Tale coerenza verrà analizzata progetto per progetto. La valutazione di ammissibilità, per le iniziative inquadrare in codici idonei al perseguimento degli obiettivi fissati dal programma, prevede la verifica della coerenza della proposta progettuale con gli ambiti di riferimento previsti dalle singole azioni.

Attenzione! Il Codice ATECO prescelto per l'iniziativa dovrà essere aperto in sede di costituzione d'impresa o mantenuto in caso di imprese già costituite.

b. Ambito di intervento: indicare in quale ambito di intervento si colloca l’iniziativa proposta.

Gli ambiti di intervento sono così classificati:

- **Economia della Conoscenza:** in tale ambito potrà essere ad esempio sostenuto lo sviluppo e/o l’applicazione di tecnologie innovative o di tecnologie chiave abilitanti – KETs per la creazione e/o l’implementazione di contenuti (dati e informazioni) culturali e creativi in grado di accrescere, qualificare, innovare le modalità e gli strumenti di archiviazione, organizzazione, condivisione (anche nella logica degli Open Cultural Data), accessibilità, e gestione ecc. delle conoscenze – dati e metadati nei vari formati - legate al settore culturale.

Può rientrare in questo ambito lo sviluppo di una piattaforma informatica basata su intelligenza artificiale e di prossimità, che dia agli attori dell’industria culturale (musei, istituti e luoghi della cultura ...) la possibilità di offrire ai visitatori visite virtuali delle collezioni, percorsi e contenuti personalizzabili sia online che offline, suggerendo la fruizione dell’offerta culturale sulla base delle preferenze e delle caratteristiche dei visitatori.

Possono inoltre rientrare in questo ambito servizi innovativi che utilizzano know-how scientifico e tecnologico, come ad esempio: monitoraggio ambientale indoor/outdoor di monumenti, luoghi storici, musei e beni culturali, certificazione energetica e monitoraggio dei consumi energetici per l’efficientamento di luoghi di interesse storico, diagnostica sui beni culturali.

- **Economia della Conservazione:** in tale ambito potrà ad esempio essere sostenuto lo sviluppo e/o l’applicazione di processi e protocolli innovativi nel quadro delle attività conservative (restauro, manutenzione, recupero, rifunzionalizzazione, ecc.) in ragione di materiali, tecnologie, tecniche, strumenti, ecc. adottati, in particolare riferite a sostegno alle attività di diagnostica di monitoraggio e di analisi per la valutazione della vulnerabilità, alle attività di prevenzione e di gestione dei rischi e dei fattori di degrado, ai materiali e alle tecniche di intervento, alle soluzioni impiantistiche innovative ed energeticamente efficienti, applicate al patrimonio materiale e immateriale, ecc.

Può rientrare in questo ambito l’attività professionale rivolta a fornire servizi di rilievo, di analisi (comprese le indagini preliminari al restauro) di monitoraggio e di elaborazione digitale di dati relativi alle superfici dei beni culturali, artistici, architettonici e archeologici, attraverso strumentazioni all’avanguardia.

Vi possono rientrare anche le attività di restauro, conservazione e manutenzione di opere d’arte attraverso l’utilizzo di tecnologie ecosostenibili di ultima generazione e di prodotti compatibili con i materiali costituenti il bene culturale, in grado di salvaguardare l’opera, l’operatore e l’ambiente circostante.

- **Economia della Fruizione:** in tale ambito potrà ad esempio essere sostenuto lo sviluppo di modalità e strumenti innovativi di offerta di beni e sistemi di beni in forma integrata con le risorse del territorio, processi innovativi per la gestione – acquisizione, classificazione, valorizzazione, diffusione – del patrimonio culturale e risorse del territorio; piattaforme digitali, prodotti hardware e software per nuove modalità di fruizione e nuovi formati narrativi, di comunicazione e promozione, estendibili anche a specifiche categorie della domanda; dispositivi ed applicazioni a supporto e assistenza di specifici target di domanda e fruizione; idee di business legate all’incremento dell’offerta collegata alla fruizione turistico - culturale, come il merchandising, l’artigianato ispirato al patrimonio culturale, l’editoria tradizionale a contenuto artistico-culturale.

Può rientrare in questo ambito l'utilizzo di un sistema di stampa digitale artistica bi/tridimensionale per la produzione di merchandising, come ad esempio prodotti che replicano affreschi storici con l'utilizzo di materiali innovativi.

Può essere finanziabile anche una piattaforma informatica, che offre informazioni aggiornate in tempo reale sul patrimonio culturale, materiale e immateriale, delle città e sugli eventi culturali del territorio e attraverso cui i turisti possono organizzare la permanenza in base alle proprie necessità e interessi, selezionare itinerari e creare guide turistiche personalizzate.

- **Economia della Gestione:** rientrano in tale ambito l'apertura e la gestione di musei, di parchi archeologici, di teatri, di cinema, di centri culturali polivalenti, oppure l'ammodernamento degli stessi attraverso attrezzature e software che innovano i processi gestionali (es. utilizzo di programmi per la gestione della biglietteria e delle prenotazioni), oppure per il controllo degli accessi dei visitatori e dei dipendenti.

Può rientrare in questo ambito un allestimento museale che preveda l'utilizzo di strumenti hardware e software per la realizzazione di particolari narrazioni e/o percorsi, mappe interattive, contenuti multimediali, scenografie e rappresentazioni 3D.

Gli ambiti sopra descritti sono tra loro sovrapponibili e allo stesso tempo, possono convivere nello stesso progetto di impresa.

- Contenuto innovativo:** indicare quale tipo di innovazione è contenuta nella iniziativa proposta: di processo, di prodotto o servizio, organizzative, di mercato.
- Spese di investimento previste:** riportare il totale delle spese di investimento previste (Cfr. Sezione G.3 del piano d'impresa). Importante: **l'importo del programma di investimento non deve essere superiore a € 400.000,00.**
- Costi di esercizio previsti:** riportare il totale dei costi di esercizio previsti (Cfr. Sezione G.3 del piano d'impresa).
- Agevolazioni richieste:** possono essere richiesti congiuntamente: a) un finanziamento agevolato, a tasso d'interesse pari a zero, in misura pari al massimo al 40% (quaranta per cento) della spesa ammessa e della durata massima di otto anni di ammortamento; b) un contributo a fondo perduto, in misura pari al massimo al 40% (quaranta per cento) della spesa ammessa. La somma del finanziamento agevolato a tasso zero e del contributo a fondo perduto è pari all'80% (ottanta per cento) della spesa ammissibile. L'importo massimo è incrementato al 90% (novanta per cento) in caso l'impresa richiedente abbia le caratteristiche di impresa femminile o impresa giovanile o sia in possesso del rating di legalità.

Attenzione! le agevolazioni in oggetto sono concesse ai sensi e nei limiti del *Regolamento de minimis* (Regolamento UE n. 1407/2013 della Commissione, del 18 dicembre 2013), e non sono cumulabili con altre agevolazioni pubbliche concesse al soggetto beneficiario per le medesime spese e/o costi ammissibili. Il limite massimo previsto dal Regolamento è di

200.000,00 € nell'arco di tre esercizi finanziari calcolato in termini di Equivalente Sovvenzionato Lordo per unica impresa.

- g. Localizzazione:** l'unità operativa della nuova impresa deve essere ubicata nel territorio delle Regioni: Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sicilia.

Sezione B.1 - Descrivere l'attività economica che si intende svolgere

In questa sezione è richiesta la descrizione dell'attività economica oggetto dell'iniziativa, coerente con quanto indicato nella tabella precedente.

La descrizione dell'attività deve contenere gli elementi più rilevanti del piano. E' necessario spiegare il modello di business e le sue peculiarità, illustrando sinteticamente:

1) Cosa si intende produrre o erogare (prodotti/servizi): evidenziare e spiegare il valore che l'impresa intende creare nel settore di riferimento e quale problema/bisogno andrà a risolvere/soddisfare.

2) A chi è rivolta l'offerta dell'impresa: indicare quali sono le tipologie di clientela a cui si rivolge l'offerta (clienti identificati in gruppi di appartenenza, sulla base di parametri oggettivi - es: localizzazione; reddito; età; titolo di studio; etc. - e/o soggettivi - es: preferenze culturali; religione; moda; etc.). È necessario quantificare i clienti appartenenti alle suddette tipologie nell'anno di regime (ultimo anno previsionale) e indicare il fatturato atteso.

3) Bisogni che si intendono soddisfare: descrivere i bisogni specifici ai quali si intende dare risposta e come sono attualmente soddisfatti dai competitor diretti e/o indiretti presenti nel mercato di riferimento.

Sezione B.2 - Indicare gli elementi di innovazione dell'iniziativa imprenditoriale (innovazioni di processo, di prodotto o servizio, organizzative, di mercato) con focus sugli aspetti tecnologici

In questa sezione si richiede al proponente di descrivere chiaramente il carattere innovativo dell'idea imprenditoriale presentata.

Il carattere innovativo dell'idea imprenditoriale può riguardare i seguenti ambiti:

- **Innovazione dell'organizzazione:** applicazione di nuovi metodi organizzativi nelle pratiche commerciali, nell'organizzazione del luogo di lavoro o nelle relazioni esterne di un'impresa. Sono esclusi i cambiamenti che si basano su metodi organizzativi già utilizzati nell'impresa, i cambiamenti nella strategia di gestione, le fusioni e le acquisizioni, la cessazione dell'utilizzo

di un processo, la mera sostituzione o estensione dei beni strumentali, i cambiamenti derivanti unicamente da variazioni del prezzo dei fattori, la produzione personalizzata, l'adattamento ai mercati locali, le periodiche modifiche stagionali e altri cambiamenti ciclici nonché il commercio di prodotti nuovi o sensibilmente migliorati.

- **Innovazione di processo:** applicazione di un metodo di produzione o di distribuzione nuovo o sensibilmente migliorato (inclusi cambiamenti significativi nelle tecniche, nelle attrezzature o nel software). Sono esclusi i cambiamenti o i miglioramenti minori, l'aumento delle capacità di produzione o di servizio ottenuto con l'aggiunta di sistemi di fabbricazione o di sistemi logistici che sono molto simili a quelli già in uso, la cessazione dell'utilizzazione di un processo, la mera sostituzione o estensione dei beni strumentali, i cambiamenti derivanti unicamente da variazioni del prezzo dei fattori, la produzione personalizzata, l'adattamento ai mercati locali, le periodiche modifiche stagionali e altri cambiamenti ciclici nonché il commercio di prodotti nuovi o sensibilmente migliorati.
- **Innovazione di prodotto:** miglioramento di un prodotto/servizio già esistente, oppure introduzione di un nuovo prodotto/servizio, rispetto al proprio mercato di riferimento. Il miglioramento di un prodotto/servizio esistente, deve essere inteso come la capacità dell'iniziativa di riuscire ad offrire un prodotto/servizio aggiuntivo/sostitutivo rispetto al primo, andando così a soddisfare nuovi bisogni (latenti e/o inespressi).

Attenzione! Soluzione innovativa è da intendersi, non in valore assoluto/universale; essa dovrà essere relazionata con ciò che effettivamente avviene nel mercato di riferimento, al momento della presentazione della domanda; ciò significa che l'innovazione alla base dell'iniziativa proposta potrà essere dimostrata solo se dall'analisi del contesto competitivo relativo al proprio mercato di riferimento emergono con chiarezza positivi elementi di novità/diversificazione. È fondamentale descrivere gli elementi di differenziazione della propria offerta rispetto a quella dei competitor diretti/indiretti del mercato di riferimento e quali sono le azioni che si prevedono a difesa dell'innovazione

Sezione C) Analisi del contesto competitivo

Attenzione! Questa è una sezione fondamentale per la costruzione del piano d'impresa. Sulla base di una buona analisi del contesto in cui l'impresa andrà a inserirsi che i proponenti possono dimostrare la validità, la credibilità e la sostenibilità economica e finanziaria dell'iniziativa imprenditoriale.

Sezione C.1 - Descrivere le caratteristiche del mercato di riferimento, con indicazione dei principali clienti potenziali e loro quantificazione, definizione del vantaggio competitivo e degli elementi distintivi della propria offerta rispetto a quelle dei principali competitors diretti ed indiretti

In questa sezione, si richiede di descrivere le caratteristiche del mercato a cui si intende rivolgersi. In particolare:

- **Segmentazione della clientela e quantificazione:** è necessario identificare i clienti e classificarli in gruppi di appartenenza (segmenti), sulla base di parametri *oggettivi*, es: localizzazione; reddito; età; titolo di studio; etc., e/o *soggettivi*, es: preferenze culturali. È necessario quantificare i clienti appartenenti alle suddette tipologie, stimare il numero di clienti potenziali per ciascun segmento e su questa base arrivare a indicare il fatturato atteso fino all'anno di regime (ultimo anno previsionale).
- **Concorrenti diretti e indiretti:** identificare i concorrenti diretti attivi sul segmento di mercato prescelto; indicare le aziende che offrono ai target clienti individuati, prodotti/servizi simili (che devono essere descritti) cioè in grado di soddisfare le stesse classi di bisogno; identificare i concorrenti indiretti, vale a dire tutte quelle realtà in grado di offrire prodotti/servizi sostitutivi (che devono essere descritti), rispetto a quelli costituenti l'offerta aziendale; per entrambe le categorie di concorrenti, indicare la localizzazione ed il dimensionamento dei principali concorrenti (numero di addetti, volume d'affari, quote di mercato possedute). Fornire, se disponibili, informazioni sulle modalità organizzative e distributive dei principali concorrenti (il prodotto/servizio è realizzato completamente al loro interno? Da chi si approvvigionano? Quali politiche di marketing sono utilizzate- prezzi, distribuzione, comunicazione). Analizzare i punti di forza e punti di debolezza dei principali concorrenti.
- **Vantaggio competitivo:** descrivere gli aspetti distintivi o di diversificazione dalla concorrenza in termini di prodotti/servizi offerti e strategie commerciali. A titolo di esempio il vantaggio competitivo potrebbe derivare da:
 - un metodo di vendita innovativo;

- un accesso privilegiato ad una rete distributiva e/o di approvvigionamento molto efficace;
- un know how collaudato;
- una nuova forma di gestione di un processo produttivo; etc.

Se i proponenti ritengono di avere un vantaggio competitivo, descrivere come e per quanto tempo potrà essere difeso in termini di:

- durata: rapidità con cui si esaurisce;
- imitabilità: possibilità per i concorrenti di poterlo imitare;
- trasferibilità: possibilità per i concorrenti di poterlo acquisire sul mercato;
- riproducibilità: possibilità per i concorrenti di poterlo sviluppare autonomamente al loro interno.

Attenzione! E' sempre necessario specificare le **fonti dei dati**.

Sezione D) Sistema di offerta

In questa sezione, il proponente dovrà descrivere in modo dettagliato i prodotti e/o i servizi che costituiranno l'offerta aziendale realizzata con l'investimento oggetto della richiesta di agevolazioni.

Sezione D.1 - Descrivere i prodotti/servizi che si intende realizzare, con focalizzazione sui contenuti culturali e/o sugli elementi di tutela e di valorizzazione del patrimonio culturale

Sulla base dei bisogni insoddisfatti e dei clienti target, in coerenza con quanto indicato nella sezione C.1, descrivere nel dettaglio i prodotti o i servizi che saranno offerti nel mercato di riferimento.

In particolare, per ciascun prodotto/servizio è necessario mettere in evidenza:

- **le caratteristiche** più significative (es: tecnologiche; fisiche; materie prime utilizzate; packaging; servizi accessori e sistema di garanzia; qualità; design; etc.), la cui combinazione fornisce un insieme di benefici all'utilizzatore.
- **i clienti target.**
- **i bisogni** da soddisfare.

Indicare inoltre:

- eventuale presenza di **barriere all'ingresso** (es: difficoltà/facilità di approvvigionamento; economie di scala; necessità di contenuti culturali approvati/certificati per avviare gli investimenti per l'attività d'impresa, ecc.);
- **normative particolari** che regolano il settore.

Sezione E) Obiettivi di vendita

In questa sezione, indicare, in coerenza con la tempistica di realizzazione del programma degli investimenti e per ogni prodotto/servizio del sistema di offerta aziendale, le quantità che ha previsto di commercializzare nei primi anni di esercizio e i prezzi di vendita che intende applicare.

Sezione E.1 - Fatturato previsto per singola tipologia di prodotto/servizio

Data presunta avvio attività produttiva: anno 201.....

Indicare l'anno presunta di avvio dell'attività. Per alcune iniziative, specie quelle che erogano servizi, potrebbe essere corretto ipotizzare l'avvio dell'attività prima di aver completato il programma degli investimenti.

Prodotti /servizi	unità di misura	Prezzo unitario (a)(€)	anno 1*	anno 2	anno 3	regime	anno 1*	anno 2	anno 3	regime
			Quantità/servizi vendute/i				fatturato realizzato (€)			
			(b1)	(b2)	(b3)	(b..)	(a x b1)	(a x b2)	(a x b3)	(a x b..)
1.										
2.										
3.										
4.										
5.										
<i>Totale per anno</i>										

(*): per "Anno 1" si intende l'anno di avvio dell'attività produttiva

Nella compilazione dei campi della tabella sopra riportata occorre articolare l'offerta di prodotti/servizi che s'intendono offrire, la loro unità di misura (kg, metri, unità, tempo, ecc.), e quindi il modo in cui vengono misurati, il prezzo unitario di vendita dei propri prodotti/servizi (€), la quantità che si stima di vendere per ogni tipologia; i ricavi derivanti dalla vendita, che si ottengono moltiplicando le quantità di prodotto/servizio previste per il prezzo unitario di vendita; la somma dei ricavi che si prevede di realizzare per ogni anno, costituisce il fatturato realizzato. Le ipotesi di base su cui si costruiscono le stime di vendita devono derivare dalle analisi presentate nella sezione C.1.

Sezione E.2 - Esplicitare i criteri utilizzati per la definizione delle quantità vendute a regime e dei prezzi di vendita

Esplicitare i criteri utilizzati per la definizione delle quantità vendute nell'esercizio di regime, anche in relazione all'andamento del mercato di riferimento e in coerenza con gli aspetti affrontati nell'analisi del contesto competitivo (Cfr. sezione C.1).

Descrivere i criteri utilizzati per la determinazione dei prezzi di vendita. Si consiglia di tenere conto del valore percepito (rapporto qualità/prezzo) e di esplicitare in maniera sufficientemente

approfondita il/i criterio/i seguito per la determinazione del prezzo (es: copertura dei costi, allineamento ai concorrenti, diversificazione, etc.)

Attenzione! Obiettivi di vendita definiti sulla base di ipotesi non adeguatamente dimostrate (come ipotizzare una percentuale) intaccano anche l'attendibilità dell'analisi di mercato precedentemente effettuata e la sostenibilità economico- finanziaria dell'iniziativa.

Sezione E.3 - Indicare le strategie di marketing utilizzate per il raggiungimento degli obiettivi di vendita e esplicitare le politiche commerciali e promozionali

In questa sezione, si richiede di specificare, coerentemente con i segmenti di clientela individuati, alle loro caratteristiche distintive, ai prodotti/servizi proposti e al mercato geografico di riferimento individuato, i seguenti aspetti:

- le azioni promozionali e/o pubblicitarie per far conoscere i propri prodotti/servizi;
- i relativi canali (utilizzo dei social; passaggi radio/Tv; volantinaggio; affissioni; et.);
- i costi che dovranno essere sostenuti (al netto di IVA);
- le eventuali partnership (specificando le modalità e le caratteristiche dell'accordo).

Specificare quali canali commerciali/distributivi saranno utilizzati per raggiungere i segmenti di clientela individuati, l'organizzazione delle vendite che si pensa di attivare per distribuire i propri prodotti/servizi e dunque le modalità con cui si è deciso di veicolarli fino ai clienti a cui sono destinati.

Sezione F) Aspetti di marketing culturale

Sezione F.1 - Definire il contesto socio-culturale di riferimento e la pertinenza dell'idea imprenditoriale rispetto al medesimo. Rappresentare l'impatto socio-economico e socio-culturale dell'intervento sul territorio-obiettivo ed i benefici durevoli indotti

Descrivere il contesto socio-culturale in cui si inserisce l'iniziativa e presentare in dettaglio l'impatto socio-economico e socio culturale che verrà generato sul territorio di riferimento (maggiore occupazione, migliore sostenibilità ambientale, maggior numero di visitatori, ricadute sull'indotto, etc.).

Si tratta di descrivere le pratiche utili, sostenibili e replicabili, in grado di generare un impatto significativo nei modi di concepire, produrre, condividere e fruire la cultura e valorizzare il Patrimonio storico-artistico.

Un'impresa culturale innovativa efficiente dovrebbe generare un impatto sul contesto in opera in quanto i beni e servizi prodotti, oltre ad avere un valore materiale, hanno un valore legato alla produzione di conoscenza. Ad esempio, un teatro, un cinema, un museo, una libreria, una galleria d'arte collocati in una periferia di una città possono avere un impatto positivo su tale contesto creando occasioni di partecipazione e coinvolgimento sociale, offrendo nuovi stimoli e possibilità di aggregazione alla comunità. Inoltre, la presenza di imprese culturali in una determinata area, contribuisce, in maniera positiva, a modificarne l'immagine e la percezione che si ha della stessa. Ad esempio, se in un'area abbandonata al degrado si collocano imprese culturali, tale area si riquifica al livello economico e diventa più attrattiva e vivibile.

Sezione F.2 - Descrivere gli aspetti di audience development (partecipazione, ampliamento, diversificazione e miglioramento del pubblico)

Descrivere come la futura impresa intende contribuire allo sviluppo della domanda culturale (*audience development*), ossia al processo di allargamento e diversificazione del pubblico e di miglioramento delle condizioni complessive di fruizione. L'obiettivo è quello di andare oltre il proprio pubblico di riferimento, per raggiungere anche un pubblico nuovo, con esigenze e caratteristiche diverse, ad esempio agevolando il superamento di barriere economiche, sociali, psicologiche e fisiche.

L'audience development

è un processo a lungo termine e rappresenta sia una risposta alla frammentazione dei mercati culturali, sia una strategia per creare nuove forme di coinvolgimento del pubblico (anche attraverso le ICT) e, soprattutto, del "non pubblico". Le organizzazioni culturali dovrebbero creare e sperimentare nuovi modi per interagire con il pubblico, cercando anche di coinvolgerlo in processi di co-creazione e co-produzione.

Ad esempio, rendendo disponibile la fruizione online di eventi culturali, concerti, conferenze, spettacoli teatrali, in streaming, registrati oppure tramite dirette sui social. Anche le visite virtuali ai musei e alle aree archeologiche possono essere parte di questa strategia. In tal caso la fruizione a distanza consente di raggiungere nuovi pubblici, ovvero consente di rivolgersi al proprio pubblico di riferimento che per questioni logistiche o di tempo non può partecipare fisicamente all'evento o effettuare la visita. Anche un videogioco con contenuti culturali può essere uno strumento innovativo per raggiungere nuove fasce di pubblico (es. giovani che normalmente non visitano i musei). Questo è il caso del MANN (Museo Archeologico di Napoli), del MARTA (Museo Archeologico Nazionale di Taranto) o del Teatro Regio di Parma che hanno sviluppato videogiochi in collaborazione con imprese culturali.

Sezione F.3 - Descrivere l'impatto economico-culturale dell'iniziativa imprenditoriale rispetto alla filiera culturale di riferimento e, nell'ambito della stessa, individuare eventuali partnership e relazioni con altri soggetti attivi nel settore

Descrivere come la futura impresa contribuirà a sostenere e valorizzare la filiera culturale di riferimento. Considerare l'impatto dell'impresa che comprende, oltre ai flussi economico finanziari generati nel contesto dell'economia locale, anche i benefici materiali e immateriali che l'impresa produce attraverso ricadute positive (effetti di spillover), contaminazioni e interconnessioni con i settori creativi. Anche altri settori possono beneficiare delle ricadute culturali per generare innovazione, miglioramenti e altre esternalità positive nei rispettivi ambiti produttivi. Inoltre, l'intera filiera può beneficiare di ricadute di immagine positive in relazione all'attività dell'impresa.

L'impatto sulla filiera viene soprattutto interpretato come la capacità di stringere accordi con Istituzioni culturali o con partner strategici per lo sviluppo del mercato e del progetto di impresa. Diventa fondamentale la formalizzazione dell'accordo quando lo stesso risulta essenziale per la cantierabilità del progetto. Ad esempio, quando si individua un luogo per la realizzazione di una mostra o di uno spettacolo è necessario avere un accordo formalizzato o quantomeno una "lettera d'intenti" con il proprietario/gestore del bene culturale.

Sezione F.4 - Descrivere le eventuali partnership con soggetti pubblici e privati (collaborazioni e progetti di fund raising)

In questa sezione, si richiede di descrivere le partnership (es. commerciali, tecniche, ecc.) che la futura compagine ritiene strategiche per lo sviluppo dell'iniziativa. Evidenziare se sono state già attivate e comprovabili con lettere di intenti, oppure se sono ancora da attivare.

Sezione G) Aspetti tecnici

Sezione G.1 - Descrivere il processo produttivo e il dettaglio degli eventuali elementi di innovazione

In questa sezione, deve essere dimostrata la coerenza del programma di investimenti proposto rispetto all'idea di business.

Nello specifico, è richiesto di elencare e descrivere le fasi del ciclo produttivo, specificando nel dettaglio gli eventuali elementi di innovazione (nel caso si introduca un'innovazione di processo). Indicare anche i principali beni d'investimento, materiali e immateriali ad utilità pluriennale in coerenza con quanto indicato nei punti precedenti del piano.

Attenzione! il processo produttivo indicato deve essere coerente con i livelli occupazionali previsti e con le potenzialità e la capacità produttiva dell'iniziativa in oggetto.

Sezione G.2 - Descrivere la struttura organizzativa, evidenziando le principali competenze distintive in capo ai proponenti necessarie per la gestione dell'attività (titoli di abilitazione, corsi di formazione, esperienze lavorative pregresse nel settore) ed indicando i criteri utilizzati per l'attribuzione dei ruoli degli stessi all'interno della società. Specificare, inoltre, gli eventuali fabbisogni di know-how e di professionalità specifiche esterne alla compagine (dipendenti, consulenti, partner)

Descrivere la struttura organizzativa della società, indicando per ciascuna area aziendale (amministrazione, acquisti, vendite, area tecnico-produttiva etc.), ruoli, funzioni, compiti e rapporti gerarchici. Fornire indicazioni in merito alle competenze e al profilo formativo-esperienziale dei componenti della compagine sociale coerentemente a quanto descritto nei curricula allegati alla domanda. Individuare i profili esterni alla compagine sociale, eventualmente necessari alle varie fasi del processo ed al suo ottimale svolgimento. Descrivere, infine, come si acquisiranno le eventuali competenze non presenti nella compagine sociale.

Attenzione! nel caso di rapporti di collaborazione con profili esterni alla compagine, indicare anche la tipologia del rapporto e la durata.

Sezione G.3 - Programma degli investimenti

Attenzione! Le tipologie di spese ammissibili e i relativi limiti, divieti e condizioni sono contenuti all'articolo 17 della Direttiva Operativa n.55 del 20 luglio 2016 alla quale si rimanda per i necessari approfondimenti.

Spese di investimento

Nelle due tabelle seguenti indicare il dettaglio delle spese di investimento (IVA esclusa) per le quali si richiede il finanziamento, ripartite tra Macchinari Impianti e Attrezzature e Immobilizzazioni immateriali. Tutte le spese devono essere commisurate alle esigenze produttive e gestionali dell'impresa. Il programma di investimento complessivo non deve superare i 400.000 euro (IVA esclusa) e deve coincidere con quanto indicato nel format di domanda e nell'allegato 5.

Macchinari Impianti e Attrezzature	Importo imponibile (€)
IMPIANTI MACCHINARI ED ATTREZZATURE	
Macchinari (descrizione dei singoli macchinari)	
TOTALE MACCHINARI	
Impianti (descrizione dei singoli impianti)	
TOTALE IMPIANTI	
Attrezzature (descrizione compresi mobili e attrezzature d'ufficio)	
TOTALE ATTREZZATURE	
Arredi	
TOTALE ARREDI	
Mezzi mobili (descrizione)	
TOTALE MEZZI MOBILI	
TOTALE	

Immobilizzazioni immateriali commisurate alle esigenze produttive e gestionali dell'impresa	Importo imponibile (€)
PROGRAMMI INFORMATICI	
BREVETTI	
LICENZE E MARCHI	
CERTIFICAZIONI KNOW-HOW E CONOSCENZE TECNICHE	
TOTALE	

Costi di esercizio

Nelle tabelle seguenti indicare i costi relativi a: Personale interno impiegato per lo sviluppo sperimentale, Consulenze esterne specialistiche, Servizi per le tecnologie dell'informazione e della comunicazione commisurate alle esigenze produttive e gestionali dell'impresa.

Personale interno impiegato per lo sviluppo sperimentale			Costo totale (€)
Numero	Qualifica	Area aziendale di competenza	
TOTALE			

Consulenze esterne specialistiche	Importo imponibile (€)
TOTALE	

Servizi per le tecnologie dell'informazione e della comunicazione commisurate alle esigenze produttive e gestionali	Importo imponibile (€)
TOTALE	

Nella tabella seguente riepilogare la composizione interna delle spese e dei costi indicando la percentuale di ogni macrovoce rispetto al totale per il quale si richiedono le agevolazioni (al netto di IVA).

Composizione interna delle spese e dei costi	Importo imponibile (€)	%
Macchinari, impianti ed attrezzature		
Immobilizzazioni immateriali		
Totale Spese di Investimento		

Personale interno impiegato per lo sviluppo sperimentale		
Servizi per le tecnologie dell'informazione e della comunicazione commisurate alle esigenze produttive e gestionali		
Consulenze esterne specialistiche		
Totale Costi d'esercizio		
TOTALE		

Attenzione! Nella predisposizione delle tabelle tenere conto delle condizioni di ammissibilità della spesa contenute nel Decreto MIBACT 11 maggio 2016, e nella Direttiva Operativa n°55 del 20 luglio 2016.

Sezione G.4 - Specificare la data (presunta o effettiva) di avvio del programma degli investimenti, la durata in mesi dell'iniziativa, con esplicita indicazione della data di ultimazione degli investimenti e l'anno di esercizio a regime, successivo alla conclusione del programma degli investimenti.

In questa sezione, si richiede di specificare **la data di avvio del programma degli investimenti** (data del primo impegno di spesa giuridicamente vincolante a ordinare attrezzature o di qualsiasi altro impegno che renda irreversibile l'investimento), la **durata in mesi della realizzazione degli investimenti**, con esplicita indicazione della **data di ultimazione degli investimenti** e **l'anno di esercizio a regime**, successivo alla conclusione dell'iniziativa.

Data avvio investimenti	
Durata in mesi	
Data ultimazione investimenti	
Anno di regime	

Attenzione! I programmi di spesa devono essere realizzati entro 12 mesi dalla stipula del contratto di finanziamento. L'anno a regime deve coincidere con quello indicato nel prospetto del Conto Economico previsionale (Cfr- Sez. H.1)

Sezione G.5 - Indicare le previsioni di rendicontazione della spesa per stato avanzamento lavori (SAL) su base trimestrale:

In questa sezione si richiede di pianificare la rendicontazione delle spese e quindi indicare il numero e il valore dei SAL che si intendono presentare.

Per le sole spese di investimento, è possibile optare per una delle seguenti modalità di erogazione delle agevolazioni:

- a) Erogazione sulla base di **fatture d'acquisto non quietanzate**, secondo le modalità stabilite nella Direttiva operativa n. 55, punto 7 (utilizzo del conto corrente vincolato con l'adesione alla Convenzione ABI).
- b) Erogazione sulla base di **fatture d'acquisto quietanzate**, con eventuale richiesta di erogazione della prima quota a titolo di anticipazione.

Nel costruire la previsione è necessario considerare quale modalità di erogazione si intende scegliere e tenere presente che:

1. **Solo nel caso** in cui si opti per l'erogazione con **fatture d'acquisto quietanzate** è possibile richiedere un'anticipazione di importo non superiore al 50% del finanziamento a fondo perduto, dietro presentazione di idonea fideiussione bancaria o polizza assicurativa.
2. Ogni impresa può presentare fino a un massimo di 4 SAL, comprensivi dell'anticipazione.
3. Il SAL a saldo non può essere inferiore al 20% dei costi ammissibili da contratto (Direttiva operativa n. 55, punto 6.6).

IMPORTI SAL	Anno 1			
	I	II	III	IV
ANTICIPAZIONE /SAL I				
SAL II				
SAL III				
SAL Saldo				

Attenzione! La previsione di presentazione dei SAL deve essere coerente con le tabelle del punto precedente e con quelle dei punti successivi.

Convenzione ABI

Con riferimento alle modalità di erogazione di cui alla lett. a) Tale modalità di erogazione prevede che l'impresa beneficiaria apra un conto corrente vincolato presso una banca convenzionata prescelta tra quelle di cui all'elenco riportato nei siti del PON Cultura & Sviluppo (<http://ponculturaesviluppo.beniculturali.it>) e dell'ABI (www.abi.it). Per l'apertura, la gestione e la tenuta del conto corrente vincolato si rinvia a quanto previsto dalla convenzione. La società beneficiaria è tenuta a conferire alla banca convenzionata presso la quale è stato aperto il conto corrente vincolato mandato irrevocabile di pagamento dei fornitori dei beni di investimento agevolabili, redatto in conformità all'allegato alla convenzione e ad assicurare la disponibilità sul medesimo conto delle risorse finanziarie di propria competenza, necessarie ai fini della presentazione delle richieste di erogazione.

Sezione G.6 - Prospetto risorse umane a regime

Personale dipendente

In questa sezione, vanno riportati i dati relativi al personale dipendente previsto per la realizzazione dell'idea di business.

Numero risorse (ULA)	Descrizione competenza	Costo annuo unitario aziendale (€)	Costo annuo totale (€)

Descrivere il prospetto sulle risorse umane impiegate a regime, coerente con la tabella la tabella relativa alla struttura organizzativa (G.2). Si richiede di compilare i seguenti campi:

- numero risorse (ULA - Unità Lavorative Annu);
- descrizione competenza;
- costo annuo unitario aziendale (€), inclusi TFR e contributi, specificando se trattasi di risorse impiegate a tempo determinato/indeterminato con part-time/full time;
- costo annuo totale (€).

Sezione G.7 - indicare eventuali contratti in essere, le autorizzazioni e/o le certificazioni necessarie per lo svolgimento dell'attività proposta

In questa sezione, si richiede di indicare le autorizzazioni necessarie per lo svolgimento dell'attività.

Tipologia	Ente/Amministrazione interessato/a	Data rilascio	Data prevista per il rilascio
<i>(riga duplicabile n volte)</i>			

Andranno specificati licenze, permessi, autorizzazioni, abilitazioni, adempimenti previsti per il regolare svolgimento dell'attività, fornendo la data di rilascio per le autorizzazioni già ottenute o la relativa stima per quelle da ottenere.

Si richiede di compilare i seguenti campi:

- tipologia autorizzazioni,
- Ente di riferimento,
- data rilascio (se rilasciato),
- data prevista per il rilascio (se non rilasciato).

Attenzione! Quanto descritto nella tabella G.7 deve permettere di capire se l'iniziativa potrà essere realizzata in coerenza con le tempistiche precedentemente descritte e relative alla data di completamento degli investimenti e di inizio attività.

Sezione G.8 - Indicare la normativa di riferimento a cui attenersi per lo svolgimento dell'attività proposta

In questa sezione, si richiede di descrivere la normativa di riferimento dell'attività oggetto del programma proposto alle agevolazioni.

Sezione H) Aspetti Economico Finanziari

In questa sezione, il proponente deve predisporre i prospetti di conto economico previsionale fino all'anno di entrata a regime dell'attività. I criteri utilizzati per la quantificazione dei costi e dei ricavi di esercizio devono essere esplicitati e descritti come commento alla tabella.

COSTI DI ESERCIZIO	Anno 1* (€)	Anno 2 (€)	Anno 3 (€)	Anno regime (€)
- materie prime e sussidiarie				
- costo personale (cfr. tabella precedente)				
- servizi generali di stabilimento (utenze - manutenzioni ecc)				
- costi per godimento beni di terzi				
- costi di vendita e pubblicitari				
- spese Generali e Amministrative				
TOTALE COSTI				

(*): per "Anno 1" si intende l'anno in cui si prevede di avviare il programma di investimenti

Attenzione! I costi di esercizio devono essere identificati e quantificati sulla base degli elementi già definiti nelle altre sezioni del piano. In particolare le quantificazioni devono essere coerenti con gli obiettivi di produzione e di vendita, con il processo produttivo e la struttura organizzativa.

Sezione H.1 - Conto economico previsionale:

Nella tabella è necessario esplicitare le previsioni economico-finanziarie fino all'anno di entrata a regime dell'attività.

	Anno 1*		Anno 2		Anno 3		Anno regime	
	€	%	€	%	€	%	€	%
Fatturato								
Altri ricavi								
Variazione riman. Prod. Fin. Semilav.								
Valore della produzione								
Consumo MP (acquisti +/- Var. rimanenze MP)								
Servizi								
Godimento beni di terzi								
Personale								
MOL								
Ammortamenti								
Risultato Operativo								
(+/-) Gestione Finanziaria								
(+/-) Gestione Straordinaria								

Risultato lordo								
Risultato netto								

(*): per "Anno 1" si intende l'anno in cui si prevede di avviare il programma di investimenti

Attenzione! Le previsioni economico-finanziarie devono essere coerenti con le informazioni riportate nel piano di impresa relativamente alle caratteristiche del sistema competitivo di riferimento, all'identificazione del proprio mercato obiettivo, alla struttura dei costi e ai valori degli obiettivi di vendita.

Di seguito si riporta una descrizione sintetica delle principali voci del **Conto Economico Previsionale**:

- **Fatturato di vendita:** il valore da inserire alla prima voce è il totale calcolato nella tabella E.1.
- **Variazione rimanenze semilavorati e prodotti finiti:** in questa voce va indicata la differenza tra il valore delle rimanenze di magazzino di semilavorati e prodotti finiti di fine anno rispetto al corrispondente valore dell'esercizio precedente. S'inserrerà un valore nullo quando s'ipotizza di vendere tutti i prodotti realizzati nell'esercizio e nessun prodotto in rimanenza dall'anno precedente; s'inserrerà un valore negativo quando s'ipotizza di vendere tutta la produzione dell'anno più una parte o tutte le rimanenze dell'anno precedente; s'inserrerà un valore positivo quando s'ipotizza di non riuscire a vendere tutta la produzione dell'anno.
- **Altri ricavi e proventi:** in questa voce si includono i ricavi derivanti da attività caratteristiche di esercizio, ancorché non tipiche.
- La somma delle voci precedenti fornisce il **VALORE DELLA PRODUZIONE** atteso per l'esercizio di regime.
- **Acquisti di materie prime sussidiarie, di consumo e merci:** il valore da inserire è dato dal totale dei costi sostenuti nelle annualità.
- **Variazione rimanenze materie prime, sussidiarie, di consumo e merci:** in questa voce va inserita la variazione del valore del magazzino materie prime di fine anno rispetto al corrispondente valore dell'esercizio precedente. La variazione del magazzino materie prime sarà zero se s'ipotizza di consumare tutto il materiale acquistato nell'anno; sarà positiva se s'ipotizza di consumare tutte le materie acquistate nell'anno più una parte delle materie in rimanenza; sarà negativa se s'ipotizza di non consumare tutte le materie acquistate nell'anno.
- **Servizi:** in questa voce vanno inserite tutte le spese per l'acquisto di servizi da soggetti esterni all'azienda.
- **Godimento di beni di terzi:** questa voce include tutti quei costi che l'azienda sostiene per l'utilizzo di beni di proprietà di altri soggetti. Rientrano, pertanto, nella voce i canoni di locazione, i noleggi, et.
- **Personale:** riepiloga tutti i costi aziendali che si sostengono per l'impiego delle risorse umane e include i costi di retribuzione lorda, il trattamento di fine rapporto, gli oneri

sociali/previdenziali e le eventuali componenti accessorie di costo. Il valore da inserire alla voce Personale per l'anno a regime è già calcolato nella tabella G.6.

- **Ammortamenti e svalutazioni:** La voce include principalmente l'ammortamento beni materiali e immateriali. Per calcolare gli ammortamenti è necessario riprendere gli investimenti previsti per l'iniziativa in oggetto e, per ogni investimento presunto, applicare la relativa aliquota di ammortamento prevista dalla normativa fiscale.
- **Accantonamenti per rischi ed oneri:** in questa voce si deve inserire la quota di accantonamento per rischi su crediti. L'inclusione di questo costo nel conto economico consente di stimare il risultato economico aziendale in maniera più prudentiale.
- **Oneri diversi di gestione:** si tratta di costi residuali di gestione, non inseriti nelle voci precedenti del conto economico.
- **Gestione finanziaria:** questa voce include i proventi generati da c/c attivi bancari, postali, da titoli.
- **Interessi e altri oneri finanziari:** gli interessi finanziari passivi derivano da operazioni di finanziamento onerose, quali per esempio: scoperti di c/c, mutui bancari, altri finanziamenti.
- **Gestione straordinaria:** in questa sezione vanno inseriti i proventi e/o oneri di natura straordinaria. Tale voce dovrebbe, di norma, avere un valore nullo, a meno che l'imprenditore non preveda componenti straordinarie di reddito, positive o negative, per l'esercizio di regime.
- **Risultato lordo:** questa voce include il risultato economico prima delle imposte.
- **Risultato netto:** questa voce include il risultato economico risultante dall'applicazione delle imposte. Queste ultime si calcolano applicando al Risultato prima delle imposte le aliquote fiscali a seconda della natura giuridica del soggetto proponente.

Sezione H.2 - Prospetto fonti / impieghi

In questa sezione, la futura impresa dovrà evidenziare le condizioni di equilibrio tra il fabbisogno finanziario (**Impieghi**) e le fonti di finanziamento a disposizione per la realizzazione del programma di investimento presentato (**Fonti**). La tabella rappresenta una fotografia del fabbisogno e della disponibilità finanziaria dell'azienda nella fase di realizzazione dell'iniziativa.

Impieghi (€)	
	Totale
Investimenti	
Spese di gestione	
IVA sugli investimenti	
Altri fabbisogni (<i>Eventuali investimenti non ammissibili, altro da specificare</i>)	
Totale impieghi (A)	
Fonti (€)	

Fonti (€)	
	Totale
Agevolazioni relative al programma di investimento	
Contributo fondo perduto	Max 40% elevabile al 45%
Finanziamento agevolato	Max 40% elevabile al 45%
Totale agevolazioni erogate per il programma di investimento (B)	
Altre fonti di copertura ***	
Capitale proprio	
<i>di cui Versamento in conto capitale sociale</i>	
<i>di cui Versamento in conto futuro aumento capitale sociale</i>	
Finanziamento soci	
Finanziamenti bancari a medio/lungo termine	
Finanziamenti bancari a breve termine	
Altre disponibilità (<i>specificare tipologia e orizzonte temporale</i>)	
Totale altre fonti di copertura (C)	
Totale fonti (B+C)	

La sezione **Impieghi** ricomprende le spese di investimento necessarie alla realizzazione dell'iniziativa, che generano quindi il fabbisogno di capitale:

- beni di investimento materiali ed immateriali da acquistare;
- spese di gestione;
- IVA importo da corrispondere all'acquisto dei beni di investimento;
- altri fabbisogni.

Attenzione! In altri fabbisogni non vanno inserite le spese di costituzione. In questa sezione eventualmente possono essere inserite spese per opere murarie, non finanziabili, ma facenti parte della cantierabilità dell'iniziativa.

Nella sezione **Fonti**, si dovrà determinare/garantire l'adeguata copertura del totale degli impieghi, indicando le fonti di copertura (capitale sociale, aumento di capitale sociale, versamento in c/futuro aumento, finanziamento soci infruttifero e/o finanziamento bancario a medio/lungo termine).

Attenzione! il finanziamento bancario a breve termine può essere utilizzato solo per le spese di gestione.

Sezione H.3 - Capitale proprio da apportare (aumento di capitale sociale e/o versamenti in conto futuri aumenti di capitale Sociale) – Fornire informazioni sull'attuale e/o futura disponibilità delle risorse finanziarie che i soci dovranno apportare in società a titolo di capitale proprio

In questa sezione, in coerenza con il prospetto fonti/impieghi, il proponente dovrà fornire informazioni sull'attuale e/o futura disponibilità delle risorse finanziarie che saranno apportate in società a titolo di capitale proprio e/o di credito (finanziamenti bancari a breve, medio/lungo termine).

Andranno descritti anche i tempi e le modalità con cui saranno apportate tali risorse.

In **conclusione**, andrà compilata e sottoscritta la **dichiarazione di veridicità** a cura del proponente della domanda di agevolazione.

Il sottoscritto, nella sua qualità di soggetto proponente della domanda di agevolazione presentata a valere sul Decreto Mibact 11.05.2016

Dichiara che:

- tutte le notizie contenute nel presente documento corrispondono al vero;
- autorizza l'Agenzia ad effettuare le indagini tecniche ed amministrative ritenute necessarie all'istruttoria del presente progetto imprenditoriale;
- è consapevole che l'esame sulla funzionalità e sulla congruità delle spese presentate, rispetto allo svolgimento dell'attività prevista, sarà riservato alla fase di erogazione del SAL a saldo, di cui al punto 10 della Direttiva Operativa n. 55 del 20.07.2016, a meno che non emergano, nelle fasi precedenti dell'iter procedurale, elementi chiaramente incongrui.

Il sottoscritto, altresì, si impegna ad esibire l'ulteriore documentazione che l'Agenzia dovesse richiedere per la valutazione dell'iniziativa imprenditoriale proposta ed a comunicare tempestivamente eventuali variazioni e/o modifiche dei dati e/o delle informazioni contenute nel presente documento.

I dati e le notizie contenute nel presente documento potranno essere comunicati dall'Agenzia a soggetti che intervengono nel suo processo aziendale, nonché a soggetti nei confronti dei quali la comunicazione dei dati risponde a specifici obblighi di legge, quali enti pubblici e ministeri. Le stesse informazioni potranno, altresì, essere utilizzate da Incaricati del trattamento da parte dell'Agenzia ai quali sono state fornite le istruzioni operative in ossequio al Regolamento (UE) n. 679/2016 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati, ma non saranno soggette a diffusione né a trasferimento all'estero.

Data,

Firma digitale