

2. Che cos'è e a cosa serve un business plan

2.1. Il business plan

Il business plan (che può essere anche definito “studio di fattibilità” o “piano strategico d'impresa”) rappresenta lo strumento essenziale per presentare in maniera organica ed efficace un'idea imprenditoriale ed i risultati della sua possibile implementazione.

Il business plan si concretizza in un documento in cui vengono espone sinteticamente le informazioni chiave di una nuova iniziativa imprenditoriale a beneficio dei potenziali investitori.

La maggior parte dei nuovi business sono avviati con i fondi degli imprenditori, sulla base di una valutazione sintetica dell'idea imprenditoriale, dei prodotti e delle prospettive di sviluppo dell'iniziativa.

Quando le intenzioni degli imprenditori sono di creare un'iniziativa di alto potenziale, le risorse proprie sono spesso insufficienti per finanziare gli investimenti e sostenere lo sviluppo iniziale dell'attività.

In tali casi è necessario ulteriore capitale di rischio, non solo per dotarsi di maggiori fondi propri, ma anche per avere accesso al necessario credito bancario.

La fonte primaria di tali capitali aggiuntivi è costituita dai soci finanziatori.

Un business plan ben preparato, che presenti in maniera persuasi-

va le potenzialità dell'iniziativa e la competenza del gruppo imprenditoriale, è il principale strumento da sottoporre ai potenziali soci per convincerli a finanziare l'iniziativa. Inoltre, esso è spesso lo strumento per avviare un rapporto con gli istituti bancari.

Un business plan efficace deve convincere il potenziale investitore che si è individuato un prodotto/servizio ad alto potenziale e che il gruppo imprenditoriale possiede le capacità manageriali necessarie per sviluppare l'iniziativa.

2.2. Utilizzi del business plan

Le finalità per cui un business plan può essere elaborato possono essere svariate e dipendono dalla specificità della singola iniziativa. In generale si può affermare che i vantaggi derivanti dalla formulazione di un business plan possono essere esaminati da due punti di vista:

- ☞ punto di vista dell'imprenditore;
- ☞ punto di vista del finanziatore.

Dal punto di vista dell'imprenditore la preparazione di un business plan rappresenta un'occasione irripetibile per analizzare attentamente tutti gli aspetti della nuova iniziativa: esso, infatti, consente di valutare *ex ante* gli effetti delle possibili scelte alternative, nonché di quantificare le risorse umane e finanziarie necessarie per lo sviluppo dell'iniziativa.

Tutto ciò senza sopportare i costi connessi ad un'attività sperimentale sul campo e fornendo l'occasione agli imprenditori di:

- conoscere più a fondo il settore nel quale si inserisce la nuova impresa;
- pianificare l'avvio della iniziativa, delineando le strategie, i piani di azione ed i tempi di attuazione;
- verificare la fattibilità del progetto attraverso la previsione delle minacce e delle difficoltà che l'azienda si troverà ad affrontare nel corso del suo sviluppo;

- avere gli elementi per verificare costantemente se l'attività avviata è indirizzata nella giusta direzione attraverso un'analisi degli scostamenti rispetto alle previsioni.

Dal punto di vista dell'investitore, il business plan è la principale fonte di informazioni su cui basare la decisione di investimento. Un autorevole studio¹ sulle modalità di analisi di una nuova iniziativa dimostra che gli aspetti che maggiormente influenzano le decisioni dell'investitore sono:

- le caratteristiche dell'iniziativa e del settore;
- l'unicità dell'iniziativa;
- il calibro del gruppo imprenditoriale;
- i fabbisogni finanziari dell'iniziativa.

Pertanto, affinché un business plan sia efficace deve essere elaborato in maniera tale da convincere il potenziale finanziatore:

- di trattare con persone che, oltre ad avere individuato una buona opportunità di business, hanno anche una vocazione imprenditoriale ed un'attitudine manageriale;
- che tali persone abbiano già formulato una strategia di sviluppo della nuova iniziativa e ne abbiano verificato le concrete possibilità di attuazione in un piano organico di azioni da realizzare.

1. J. Mancuso, "How a business plan is read", in *Business Horizons*, Agosto 1974, pag. 33.