



KA205 - Strategic Partnerships for youth  
Fostering Entrepreneurial Mindset in Migrants  
through Education –

**FEMME**

**(2019-1-FR02-KA205-015830)**

**GUIDA PER DONNE MIGRANTI IMPRENDITRICI**



SIHTASUTUS NOORED TEADUSES JA ETTEVÕTLUSES  
YOUTH IN SCIENCE AND BUSINESS FOUNDATION





## Content

1. Introduzione al progetto.....	3
2. Introduzione alla Guida .....	4
3. Sezione teorica .....	5
Competenze imprenditoriali .....	5
Esercizio .....	7
4. Sessioni pratiche.....	9
4.1. Prodotto/servizio .....	9
4.2. Analisi di mercato .....	10
4.3. Marketing .....	14
4.4. Servizio clienti .....	16
4.5. ICT.....	18
4.6. Gestione risorse umane .....	21
4.7. Legislazione.....	24



## 1. Introduzione al progetto

"Fostering Entrepreneurial Mindset in Migrants through Education" (FEMME) mira a sviluppare la mentalità imprenditoriale e le relative competenze nelle giovani migranti di prima e seconda generazione di età compresa tra i 18 e i 25 anni.

Il progetto risponde alla sfida di rafforzare lo spirito imprenditoriale e l'educazione dei giovani nell'UE, al fine di aumentare i tassi di creazione di imprese e fornire percorsi alternativi di occupabilità e realizzazione personale ai giovani, con particolare attenzione alle giovani donne. Secondo gli ultimi dati statistici della CE (vedi [https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women_en)), la sfida della partecipazione imprenditoriale femminile è cruciale, con le donne che rappresentano il 52% della popolazione europea totale, ma solo il 34,4% dei lavoratori autonomi dell'UE e il 30% degli start-upper. Le società europee sono anche al centro delle dinamiche dei flussi migratori e della relativa sfida di integrare grandi masse di migranti/rifugiati, molti dei quali sono donne. La suddetta tendenza è già in gioco, e lo sarà sempre di più in futuro, nell'orientare l'evoluzione delle società europee in una prospettiva multiculturale. Oggi, la popolazione complessiva dell'Europa è composta da stranieri fino al 5%. Lungi dal rappresentare un ostacolo allo sviluppo delle società che li ospitano, i migranti hanno ripetutamente dimostrato di fornire un valore aggiunto alla crescita socioeconomica, rappresentando un ulteriore serbatoio di motivazione e potenziale imprenditoriale.

FEMME sta realizzando l'obiettivo sopra menzionato attraverso le seguenti attività:

- Rapporto di ricerca per l'identificazione dei bisogni formativi delle giovani imprenditrici migranti e la loro connessione con l'offerta educativa esistente.
- Guida per le imprenditrici migranti che integra metodologie di auto-apprendimento che le supportano nel dare forma e sviluppare le loro idee imprenditoriali.
- Toolkit di formazione che integra le linee guida e le metodologie di NFE (Non-Formal Education) su misura per le esigenze degli operatori giovanili che vogliono implementare programmi educativi per supportare le potenziali imprenditrici migranti.



- Moduli online e piattaforma web che forniscono alle destinatarie informazioni utili ed esercizi che le supportano nella progettazione e nello sviluppo delle loro idee imprenditoriali.

## 2. Introduzione alla Guida

La guida per le imprenditrici migranti consiste di due sezioni - una teorica e una pratica – la realizzazione delle quali è stata suddivisa tra i partner.

Sezione teorica – fornisce informazioni concettuali sulle soft skill generali e sulle hard skill imprenditoriali specifiche (basate sui risultati del Rapporto di ricerca) che compongono un profilo imprenditoriale specifico adatto ai bisogni particolari delle giovani donne migranti, insieme a un esercizio individuale per sviluppare concretamente queste soft/hard skills.

Sezione pratica - fornisce una guida e un orientamento concreto alle utenti nelle diverse dimensioni, necessaria per il successo della creazione, gestione e sviluppo di una start-up.

### **ARGOMENTO DELLA SEZIONE PRATICA:**

- Prodotto/Servizio;
- Analisi di mercato;
- Marketing;
- Servizio clienti;
- ICT;
- Gestione delle risorse umane;
- Legislazione.



### 3. Sezione teorica

#### Competenze imprenditoriali

##### SOFT SKILLS

Leadership skills	● ● ● ● ●
Communication	● ● ● ● ●
Teamwork	● ● ● ● ●
Time Management	● ● ● ● ●
Decision Making	● ● ● ● ●
Problem Solving	● ● ● ● ●
Flexibility/ Adaptability	● ● ● ● ●
Self-Confidence	● ● ● ● ●
Self-Motivated	● ● ● ● ●
Critical Thinking	● ● ● ● ●

##### HARD SKILLS

Marketing Campaign	● ● ● ● ●
Management	● ● ● ● ●
Marketing	● ● ● ● ●
Language skills	● ● ● ● ●
Accounting	● ● ● ● ●
Presentation skills	● ● ● ● ●
Business Management skills	● ● ● ● ●
Project Management skills	● ● ● ● ●

Nell'immagine sopra sono menzionate abilità Soft e Hard di cui gli imprenditori hanno bisogno per iniziare il loro business. Qual è la differenza tra le competenze ``soft`` e ``hard``?

Le soft skill sono abitudini personali e tratti che modellano il proprio modo di lavorare, da soli e con gli altri. La comunicazione efficace, per esempio, è una soft skill chiave che molti datori di lavoro cercano. Altre includono l'affidabilità, il lavoro di squadra efficace e l'ascolto attivo.

Le hard skill sono conoscenze tecniche che si acquisiscono attraverso qualsiasi esperienza di vita, compresa la carriera e l'istruzione".

Come possiamo vedere tutte le soft skills menzionate sono competenze che dipendono dal nostro tipo di personalità o abilità che possiamo imparare noi stessi sperimentando e lavorando su di esse. Tutte le abilità menzionate sono importanti perché un imprenditore non solo deve avere una grande idea di business ed essere creativo, avere la capacità di adattarsi ed essere flessibile, ma deve anche essere in grado di guidare una squadra, comunicare con successo, prendere decisioni importanti e risolvere i problemi che si verificano quando si gestisce il



business. Inoltre, ognuna di queste abilità si completa a vicenda e tutte sono in qualche modo collegate tra loro. Per esempio, per essere in grado di prendere le decisioni giuste per il business, l'imprenditore deve essere in grado di pensare criticamente. Inoltre, la fiducia in se stessi è necessaria per riuscire a guidare un gruppo di lavoro e comunicare con esso.

Tuttavia, le hard skills sono diverse dalle soft skills. Le hard skills sono quelle che si studiano separatamente. Si basano su una serie di informazioni teoriche che normalmente hanno bisogno di essere capite prima che una persona possa usare questa abilità nella pratica. Per esempio, le competenze linguistiche sono fra le più importanti per le giovani migranti al fine di essere in grado di aprire un business in un altro paese, poiché la maggior parte della burocrazia e delle leggi sono nella lingua locale. Le competenze di marketing sono necessarie per essere in grado di divulgare e vendere prodotti o servizi. Le competenze di gestione aziendale sono importanti per poter gestire e capire i diversi processi che si affrontano quando si apre e si gestisce un'attività. Le abilità di gestione del progetto sono cruciali per dividere le responsabilità e i compiti dei dipendenti. È anche importante saper riconoscere i lati forti di ogni persona coinvolta nel business e basarsi su questi nella divisione delle responsabilità e dei compiti. Le abilità di presentazione sono menzionate come un'abilità difficile perché è qualcosa che si può sviluppare e imparare a fare.

Qui abbiamo completato l'elenco delle competenze necessarie per aprire un'attività come migrante. Nella prossima parte, troverete esercizi per sviluppare alcune di queste abilità.



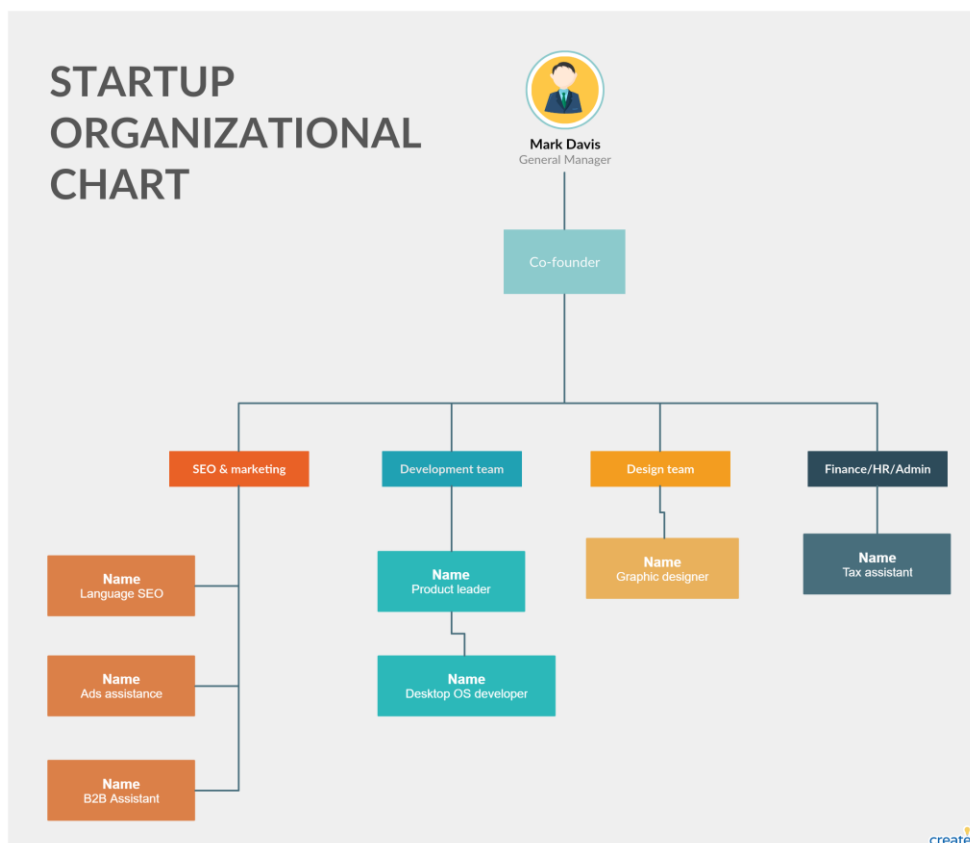
## Esercizio

### Capacità di gestione aziendale

Per costruire con successo un'impresa l'imprenditore ha bisogno di competenze di gestione aziendale. In primo luogo, è importante capire come costruire una struttura d'impresa e dividere le responsabilità fra tutte le persone coinvolte. Sarà più facile gestire il business se le responsabilità sono chiare a tutti. Ti aiuterà anche a capire che tipo di persone hai bisogno di assumere.

Materiali necessari - puoi usare <https://app.creately.com/diagram/qxYA61Z4x1s/edit> per creare l'organigramma della tua impresa (inoltre, hai la possibilità di aggiungere informazioni sulle responsabilità di ogni persona).

### Membri di un'organizzazione





Come possiamo vedere nella foto sopra, ci sono molti membri diversi in ogni organizzazione. La struttura può essere anche diversa.

Membri dell'organizzazione:

- ✓ CEO - principale responsabile della gestione dell'azienda;
- ✓ Marketing Manager - controlla la comunicazione tra l'azienda e i clienti;
- ✓ IT Manager - implementa e mantiene l'infrastruttura IT;
- ✓ Sales Manager - conduce e guida un team di venditori nell'organizzazione;
- ✓ HR Manager - responsabile per l'occupazione, la formazione, il supporto, le registrazioni ecc.
- ✓ Support Manager - determina e implementa le necessità e le priorità tecniche specifiche di un'organizzazione;
- ✓ Finance Manager - responsabile della salute finanziaria di un'organizzazione.

Per capire meglio quale è/sarà la struttura della vostra azienda, è importante creare un organigramma.

**Organigramma** = Organigramma è un diagramma che mostra come un'organizzazione è strutturata, e come le posizioni nell'organizzazione sono collegate tra loro.

Include:

- ✓ I titoli di lavoro;
- ✓ I nomi;
- ✓ Le aree di responsabilità degli impiegati.

È importante per facilitare la pianificazione e definire la struttura organizzativa, la cultura e lo stile mentre mostra chiaramente la linea di autorità e di responsabilità di tutti nell'organizzazione.

Maggiori informazioni - <https://www.orgcharting.com/organogram-definition-purpose/>



## 4. Sessioni pratiche

### 4.1. Prodotto/servizio

<b>Branding di un prodotto/servizio</b>	
<b>Risultati dell'apprendimento:</b>	Le studentesse otterranno una visione del background teorico necessario per il branding del loro marchio o di un prodotto. Dopodiché, sarà presentata loro un'attività pratica che potrebbe essere utile nelle loro imprese personali.
<b>Contenuto teorico:</b>	Il branding, sia di un prodotto che di un servizio, non è un compito facile, specialmente se deve essere fatto da zero. Lo scopo principale del branding è quello di familiarizzare il pubblico con il vostro nome e logo. In altre parole, significa distinguersi dalla massa. Per raggiungere questo obiettivo, è necessario passare attraverso diverse fasi. In primo luogo, dovete capire la situazione attuale del mercato, cioè sapere chi è il vostro pubblico di riferimento. Una volta fatto questo, dovete scegliere il vostro focus e la vostra personalità - il modo in cui vi presenterete. Dopo di che, dovrete scegliere il nome del vostro business e ci sono diverse strategie per farlo (ulteriori letture). Per promuovere il vostro nome, dovrete avere anche uno slogan, alcune parole accattivanti che diventeranno la vostra tagline. Poi dovrete renderlo visivo, cioè scegliere i caratteri e i colori del vostro marchio o prodotto e caricarlo sulla vostra piattaforma (sito web, social media). Dopo di che, dovrete prestare attenzione al vostro logo perché sarà la prima cosa che la gente assocerà al vostro business. Tenete a mente che dovrebbe essere qualcosa di unico e legato solo alla vostra attività. Ultima cosa, ma non meno importante, dovrete aspirare ad utilizzare il vostro branding in tutto il vostro business. Dovreste avere una storia che fornisca dettagli sulla vostra attività e su ciò che rappresenta.
<b>Esercizio pratico:</b>	Alle allieve viene presentato un prodotto che dovrebbero pubblicizzare. I prodotti fanno parte di un'industria alimentare (barrette di cioccolato di vari gusti - noci, banana, avena, ecc.) Ogni partecipante riceve un prodotto e diventa responsabile del suo branding. Devono passare attraverso ogni fase descritta sopra (nella sezione teorica) e applicare queste fasi sul loro prodotto (nome, logo, pubblico, ecc.). Una volta completato, faranno una presentazione della loro impresa/prodotto di fronte alle altre partecipanti (e a un docente). Mentre ascoltano, le altre partecipanti e un docente noteranno i punti di forza e di debolezza della strategia di branding della presentatrice e daranno un feedback costruttivo.
<b>Lecture aggiuntive:</b>	<a href="https://www.shopify.com/blog/how-to-build-a-brand">https://www.shopify.com/blog/how-to-build-a-brand</a> <a href="https://freshsparks.com/successful-brand-building-process/">https://freshsparks.com/successful-brand-building-process/</a>



## 4.2. Analisi di mercato

<b>ANALISI DI MERCATO</b>	
<b>Risultati dell'apprendimento:</b>	<p>Al termine di questa sessione, gli studenti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Definire l'analisi di mercato</li><li>• Elencare i passi chiave dell'analisi di mercato</li><li>• Comprendere gli elementi fondamentali dell'analisi di mercato</li><li>• Condurre un'analisi di mercato per il loro potenziale business</li></ul>
<b>Contenuto teorico:</b>	<p><b>Che cos'è un'analisi di mercato?</b></p> <p>Il termine analisi di mercato si riferisce alla valutazione quantitativa e qualitativa di un mercato. Consiste nell'analisi delle dimensioni del mercato sia in volume che in valore, i vari segmenti di clienti e i modelli di acquisto, la concorrenza, e l'ambiente economico in termini di barriere all'entrata e regolamentazione. Come strumento di valutazione, l'analisi di mercato vi permette di determinare quanto un particolare mercato sia adatto alla vostra industria.</p> <p>Sia che vogliate lanciare una start-up, che vogliate espandere il vostro business esistente, o che vogliate rivalutare il vostro mercato attuale, condurre un'analisi di mercato vi aiuterà a identificare l'attrattività di un mercato, così come i rischi attuali e futuri.</p> <p>Gli elementi fondamentali dell'analisi di mercato consistono in diversi strumenti di valutazione, tra cui una discussione del vostro settore e delle sue prospettive sul mercato, un'analisi del mercato di destinazione, un'analisi della concorrenza e l'identificazione dei regolamenti culturali e legali.</p> <p><b>Perché condurre un'analisi di mercato?</b></p> <p>Affinché il vostro business plan abbia successo, è necessario effettuare un'analisi di mercato. Un'analisi di mercato completa è la base di una strategia di marketing concreta e di solide misure di marketing.</p> <p>Inoltre, un'analisi di mercato fornisce:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sostegno alla tua idea di business con cifre, dati e fatti, sviluppando così un business plan di successo;</li><li>• Capacità di riconoscere il potenziale di mercato in una fase iniziale ed evitare decisioni sbagliate;</li><li>• Capacità di identificare qualsiasi lacuna di conoscenza esistente e di colmarla in tempo;</li><li>• Una visione dei prodotti concorrenti che già esistono sul mercato;</li><li>• Capacità di identificare le barriere d'ingresso al mercato e stimare l'attrattiva del mercato.</li></ul>



### **Condurre un'analisi di mercato:**

Quando si conduce un'analisi di mercato, si esaminano diverse caratteristiche in diverse dimensioni del mercato in cui si è interessati ad entrare. Queste caratteristiche vi aiuteranno a capire meglio il mercato in cui volete operare, e a determinare quanto il vostro settore sia adatto al mercato. Queste dimensioni includono:

#### Dimensione del mercato:

- Quanto è grande il mercato?
- Come dovreste prezzare il vostro prodotto/servizio in base alle dimensioni del mercato?

#### Tasso di crescita del mercato:

- Quanto durerà il mercato?
- Il mercato crescerà?

#### Tendenze di mercato:

- Qual è la tendenza attuale?
- Cosa piace ai clienti?
- Quanto sono disposti a spendere i clienti?
- Quali altre tendenze potrebbero catturare l'attenzione dei clienti?

#### Redditività del mercato:

- Il mio business farà profitti investendo in questo mercato?
- Per calcolare la redditività del mercato, bisogna considerare quanto segue: potere del compratore, potere del fornitore, barriere all'entrata.

#### Fattori chiave di successo:

- I fattori chiave di successo sono quegli elementi che aiutano l'impresa a raggiungere un grande successo nel mercato, come il progresso tecnologico, le economie di scala, l'utilizzo efficiente delle risorse.

#### Canali di distribuzione:

- Come funzionano i canali di distribuzione?
- I canali di distribuzione esistenti hanno successo o bisogna svilupparne di nuovi?
- Dovreste inventare nuovi canali come il marketing online?

#### Struttura dei costi dell'industria:

- Quanti costi sono necessari per vendere i vostri prodotti?
- Come si può ridurre il costo e ottenere un maggiore profitto senza aumentare il prezzo di mercato?



## 7 Strumenti utili per condurre un'analisi di mercato

Di seguito trovate una lista di consigli che vi aiuteranno a condurre un'analisi di mercato omnicomprensiva e di successo per il vostro business plan:

1. **Usare internet:** Internet è un ottimo punto di partenza, in quanto fornisce dati demografici, informazioni sulla concorrenza e la possibilità di condurre una parte delle tue ricerche di mercato online.
2. **Essere il cliente:** È importante guardare i vostri prodotti e servizi con gli occhi di un cliente. Questa prospettiva vi aiuterà a identificare i problemi bisognosi di soluzioni, come la concorrenza affronta certe questioni, e vi fornirà soluzioni nuove e più efficienti.
3. **Andare al sodo:** Durante la stesura del vostro business plan, includete un riassunto dell'analisi di mercato prima di entrare nei dettagli. Questo fornirà al lettore un'idea generale di ciò che verrà e lo aiuterà a concentrarsi meglio sui punti più importanti.
4. **Condurre un'accurata ricerca di mercato:** Investire tempo nella fase iniziale di esplorazione per ricercare il mercato e raccogliere quante più informazioni possibili. Potete farlo condividendo sondaggi, conducendo focus group e chiedendo feedback, quando possibile. I dati raccolti saranno usati come materiale di supporto per la vostra analisi di mercato.
5. **Usare aiuti visivi:** È più facile per il pubblico afferrare le informazioni che sono basate sui numeri, come le statistiche e le metriche, quando sono presentate in una forma visiva. Potete ottenere questo risultato usando grafici e tabelle per illustrare dati e numeri nella vostra analisi di mercato.
6. **Essere concisi:** Generalmente chi legge il vostro business plan ha già una certa comprensione del mercato. Pertanto, è più efficiente includere i dati e i risultati più importanti nella sezione dell'analisi di mercato del vostro business plan, mentre potete spostare la documentazione di supporto e le statistiche nell'appendice.
7. **Ricollegarsi al vostro business:** Tutte le statistiche e i dati che incorporate nella vostra analisi di mercato dovrebbero essere collegati alla vostra azienda e ai servizi e/o prodotti che fornisce. Quando delineate i bisogni del mercato di destinazione, evidenziate i modi innovativi in cui la vostra azienda soddisferà questi bisogni.

### Conclusione

Un'analisi di mercato è uno strumento potente per le imprese per acquisire informazioni preziose su un mercato specifico. Funziona come la base su cui puoi sviluppare strategie di marketing concrete e implementare con successo la tua idea di business.



## Esercizio pratico:

In questo esercizio pratico, esamineremo un esempio di analisi di mercato dell'industria degli smartphone. Alla fine di questo esercizio, capirete gli elementi fondamentali dell'analisi di mercato e come potete condurne una per il vostro business plan.

### **Mercato scelto**

Come detto sopra, il mercato scelto per questo esempio di analisi di mercato è l'industria degli smartphone, poiché gli smartphone sono diventati parte integrante della vita quotidiana.

### **Scopo dell'analisi**

È importante stabilire uno scopo per un'analisi di mercato, in quanto chiarisce ciò che si spera di imparare da essa e la rende utile per il vostro business. Un'analisi di mercato viene spesso eseguita per due motivi principali e in due momenti:

#### *1. Per valutare la fattibilità (prima di entrare in un nuovo mercato)*

L'analisi di mercato viene eseguita prima di entrare nel mercato e ti aiuta a decidere se stai prendendo una decisione commerciale intelligente.

#### *2. Per prosperare (mentre si opera in un mercato)*

Un'analisi di mercato viene eseguita quando il tuo business sta già operando nel mercato, e ti aiuta a ottimizzare il tuo business.

Per questo esercizio, supponiamo che vogliate valutare la fattibilità di entrare nel mercato degli smartphone.

### **Fattori di analisi del mercato (industria degli smartphone)**

Ai fini di questo esempio di analisi di mercato, ci concentreremo sulle cinque variabili descritte nella parte teorica di questa sessione.

#### **Fattori quantitativi:**

- Volume

Una rapida ricerca su Google fornirà una stima di oltre 1,5 miliardi di smartphone venduti ai consumatori finali ogni anno.

- Valore

La stessa ricerca fornirà una stima del valore del mercato degli smartphone a poco meno di 480 miliardi di dollari sulla base delle entrate annuali.

#### **Fattori qualitativi:**

- Bisogni di mercato

Non c'è una procedura standard per valutare il bisogno di smartphone, ma l'esperienza personale dimostra la rilevanza degli smartphone.



	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Competizione</b> C'è un vasto numero di produttori di smartphone, e i più popolari sono Apple e Samsung. È più importante valutare qualitativamente se il vostro smartphone sarà in grado di rivaleggiare con queste grandi società piuttosto che stimare la quota di mercato che catturano</li><li>• <b>Regolamentazione</b> Nell'industria degli smartphone, la regolamentazione non è una grande preoccupazione dato che non esistono leggi severe per gli smartphone, a differenza di altri mercati, come quello degli alimenti o dei prodotti farmaceutici.</li></ul> <p>Dopo aver considerato quanto sopra, è chiaro che l'industria degli smartphone potrebbe avere un grande potenziale per alcuni imprenditori. Tuttavia, la concorrenza feroce in questo settore indica che è più difficile per le piccole e medie imprese.</p> <p><b>Riflessioni finali</b> Come dimostra questo esercizio, condurre un'analisi di mercato è semplice e non deve seguire una struttura rigida. Tuttavia, fornisce informazioni preziose per quanto riguarda le nuove iniziative imprenditoriali. Come potenziali imprenditrici, pensate solo a quanto tempo e denaro avete appena risparmiato evitando questa impresa irrealistica!</p>
<b>Lecture addizionali:</b>	<p>Blake, D. (1990). Financial market analysis (p. 130). London: McGraw-Hill.</p> <p>Day, G. S. (1981). Strategic market analysis and definition: an integrated approach. Strategic Management Journal, 2(3), 281-299.</p> <p>Mortensen, D. T. (1986). Job search and labor market analysis. Handbook of labor economics, 2(15), 02005-02009.</p>

### 4.3. Marketing

#### Marketing – Come strutturare un buon piano di marketing

<b>Risultati dell'apprendim ento:</b>	Dopo la seguente sessione, il lettore avrà familiarità con le basi della pianificazione di marketing, le sue parti essenziali e la sua struttura. Questa introduzione renderà più comodo l'ulteriore avanzamento in questo campo, così come il processo di scrittura dello stesso piano di marketing.
---	---



## Contenuto teorico:

L'aspetto più vitale di qualsiasi business è il piano di marketing. Un piano di marketing può essere breve (una pagina) o esteso a diverse pagine, ma gli aspetti principali di esso dovrebbero rispondere a domande come: dove siamo ora? dove stiamo andando, e come ci arriviamo? Quando si lavora su un piano di marketing il punto di partenza dovrebbe essere il **riassunto esecutivo**, una panoramica della vostra azienda e tutto ciò che la riguarda (i vostri **valori aziendali, la missione e la visione**). In questo paragrafo, potete anche scrivere brevemente la funzione della vostra azienda e lo scopo del vostro piano di marketing, i risultati passati e gli obiettivi futuri. Questa parte del piano di marketing dovrebbe essere molto specifica e breve.

Il passo successivo è quello di mostrare e definire la vostra conoscenza e comprensione del mercato in cui siete in competizione facendo **l'analisi SWOT**. L'analisi SWOT è una facile tecnica di pianificazione strategica che consiste in :

1. **Punti di forza** - quali sono i punti di forza del vostro business;
2. **Debolezze** - quali sono le debolezze del vostro business;
3. **Opportunità** - opportunità nel futuro;
4. **Minacce** - minacce nel futuro;

Dopo dovremmo stabilire gli **obiettivi di marketing**: cosa speriamo di ottenere con il nostro piano di marketing? Dovremmo essere specifici con numeri reali e obiettivi concreti (per esempio l'aumento del coinvolgimento dei social media del 30% fino a dicembre del 2021).

Gli obiettivi dovrebbero sempre essere **SMART**:

- **Specifici** - per esempio, si potrebbe fissare l'obiettivo di ottenere dieci nuovi clienti.
- **Misurabili** - qualunque sia il vostro obiettivo, dovete essere in grado di controllare se lo avete raggiunto o meno quando rivedete il vostro piano.
- **Raggiungibili** - dovete avere le risorse necessarie per raggiungere l'obiettivo (le risorse chiave sono di solito persone e denaro).
- **Realistici** - gli obiettivi dovrebbero essere qualcosa a cui tendere, non demotivarvi perché sono irragionevoli.
- **Temporalmente definiti** - si dovrebbe fissare una scadenza per raggiungere l'obiettivo. Per esempio, si potrebbe puntare a ottenere dieci nuovi clienti entro i prossimi 12 mesi.

La fase seguente consiste nel determinare il vostro **cliente ideale**:

1. **Fattori demografici** come età, reddito e ubicazione;
2. **Profilo del cliente**, informazioni più precise sulle sue caratteristiche (perché dovrebbe comprare i vostri prodotti?), abitudini e interessi.



	<p>Successivamente dovrete elaborare una <b>strategia di marketing</b> che consiste in:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Prodotto</b> – tutte le informazioni relative al prodotto stesso e ciò che volete rendere noto con il marketing giusto (come le sue caratteristiche eccezionali e i suoi vantaggi).</li> <li>2. <b>Prezzo</b> - cosa vogliamo fare attraverso il marketing sui prezzi (per esempio, fissare prezzi competitivi per i prodotti esistenti sul mercato);</li> <li>3. <b>Promozione</b> - con chi vorreste collaborare;</li> <li>4. <b>Canale</b> – dove volete promuovere il vostro prodotto (nei social media, in Tv ...)</li> </ol> <p>L'ultimo passo consiste nel <b>definire il budget</b> presentando una lista di spese molto dettagliata – quanto vi costerà raggiungere i vostri obiettivi di marketing?</p> <p>Un altro elemento cruciale è la creazione di una <b>presentazione</b> adeguata – visualizzare il vostro piano per essere più chiari, dividerlo in fasi e passaggi.</p>
<b>Esercizio pratico:</b>	<p>Per mettere in pratica le nozioni teoriche:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. provate a scrivere un'<b>analisi SWOT</b> della vostra futura azienda (se non quella futura, quella preferita);</li> <li>2. definite il <b>cliente ideale</b>;</li> <li>3. scrivete la strategia di marketing (<b>Prodotto, Prezzo, Promozione, Canale</b>)</li> </ol>
<b>Lecture addizionali:</b>	<p>Guide to write a marketing plan  <a href="https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/write-a-marketing-plan/#1">https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/write-a-marketing-plan/#1</a>          How to Write a Marketing Plan: A Comprehensive Guide [w/ Templates]:  <a href="https://vtl.design.com/digital-marketing/digital-marketing-strategy/how-to-write-marketing-plan-template">https://vtl.design.com/digital-marketing/digital-marketing-strategy/how-to-write-marketing-plan-template</a></p>

#### 4.4. Servizio clienti

<b>Servizio clienti</b>	
<b>Risultati dell'apprendimento:</b>	Servizio clienti => strumenti/canali per il servizio clienti
<b>Contenuto teorico:</b>	<p><b>7 Canali di assistenza clienti per il business online:</b></p> <p><b>1) Email</b>            Nel business online, il servizio clienti via e-mail sarà un canale non negoziabile per la maggior parte delle aziende.            Infatti, il 91% dei consumatori usa l'e-mail ogni giorno. In termini di canali con ampia distribuzione, non ce ne sono molti che si avvicinano a questa</p>



percentuale.

## **2) Social Networks**

A seconda di chi sono i vostri clienti, quasi certamente passano del tempo ogni giorno su almeno un social network. Una volta che avete capito qual è, potete ottenere dei grandi successi fornendo un ottimo supporto in quel canale. Questo è un motivo piuttosto importante per includere i social media nella vostra strategia di supporto. Ma non date per scontato che Twitter e Facebook siano le uniche reti che i vostri clienti usano.

Per esempio, KLM Airlines sa che molti dei suoi clienti sono professionisti che usano LinkedIn. Così la compagnia aerea ha lanciato un gruppo speciale su LinkedIn che offre assistenza clienti 24/7 ai suoi passeggeri.

## **3) Forum/bacheche di messaggi**

È facile dimenticare che molti dei nostri clienti condividono interessi simili.

Per esempio, molti clienti di Groove sono aziende SaaS e startup, i cui dipendenti spesso leggono e partecipano a forum online come Stack Exchange.

Potreste scoprire di avere simili "comunità condivise" dove molti dei vostri clienti sono attivi.

Lo strumento KVS è un'applicazione utilizzata dai viaggiatori abituali per tenere traccia della disponibilità dei voli. Quindi ha senso che molti dei loro clienti siano attivi su FlyerTalk, la più grande comunità di "frequent flyer" di internet

## **4) Telefono**

Mentre alcuni vedono il supporto telefonico come più antiquato delle e-mail, la realtà è che la maggior parte dei clienti ancora se lo aspetta. Infatti, i telefoni rappresentano ancora il 68% di tutte le interazioni di supporto.

Molti clienti preferiscono la velocità e la comodità di poter prendere il telefono e ottenere subito una risposta.

## **5) Live Chat**

Con la velocità del supporto telefonico, ma con molta più comodità per i clienti che preferiscono il loro browser web al telefono, la live chat è cresciuta in modo massiccio come canale di supporto per chiunque faccia affari online.

Infatti, il 44% dei consumatori online dice che avere una risposta alle domande da una persona dal vivo mentre è nel mezzo di un acquisto online è una delle caratteristiche più importanti che un sito può offrire

## **6) Self-service Knowledge base**

Una knowledge base online può essere uno strumento utile per aiutare i vostri clienti a fare tutto da soli. Con le risposte alle domande più frequenti, una knowledge base ti permette di fornire un supporto 24/7, anche con un



	<p>piccolo team.</p> <p><b>7) On-Page Support Widget</b></p> <p>I widget di supporto on-page trasformano il tuo sito web in un canale di supporto.</p> <p>Fonte: <a href="https://www.groovehq.com/blog/customer-service-channels">https://www.groovehq.com/blog/customer-service-channels</a></p>
<b>Esercizio pratico:</b>	<p>Per ogni punto elencato prima, pensa a come potresti usarlo come Assistenza Clienti. Di che tipo di informazioni hai bisogno? Quanto potrebbe essere efficace? Quali sono le esigenze del cliente? Come potresti usare questi strumenti per il meglio?</p>
<b>Lecture addizionali:</b>	<p>“Nudge” by Richard Thaler and Cass Sunstein “The Thank You Economy” by Gary Vaynerchuk “The Paradox of Choice” by Barry Schwartz</p>

#### 4.5. ICT

ICT	
<b>Risultati dell'apprendimento:</b>	<p>ICT =&gt; come sfruttare gli strumenti digitali per sfruttare/gestire il tuo business</p>
<b>Contenuto teorico:</b>	<p><b>Comunicazione di gruppo</b></p> <p>Alcuni strumenti per facilitare la comunicazione del vostro team:</p> <p><b>1. Slack</b></p> <p>Slack è uno dei migliori strumenti di messaggistica aziendale sul mercato. Aiuta i team a tagliare il rumore delle e-mail, dei testi, delle telefonate e di tutti gli altri modi in cui vi tenete in contatto per darvi un posto centrale per comunicare. I canali di Slack vi danno una completa personalizzazione della messaggistica del vostro team. I singoli team possono creare canali per discutere le operazioni quotidiane o progetti specifici, mentre è anche possibile creare canali a livello aziendale per incoraggiare l'invio di feedback, pubblicare aggiornamenti aziendali e altro ancora.</p> <p><b>2. Zoom</b></p> <p>Dopo l'iniziale blocco COVID-19 negli Stati Uniti, Zoom è diventato un nome familiare. La teleconferenza è un ottimo modo per le famiglie di tenersi in contatto l'una con l'altra, ma Zoom è anche uno strumento prezioso per i team per connettersi mentre si lavora da remoto.</p>



### **3. Doodle**

Se il vostro team ha un'app calendario unificata con accesso agli orari di tutti, è fantastico. Se non siete pronte a fare questo investimento, Doodle è un'alternativa di qualità per la pianificazione. Sia che stiate cercando di pianificare un happy hour (virtuale) in tutta l'azienda o che vogliate solo confrontarvi con il team di marketing, Doodle trasforma la pianificazione in un sondaggio. Inviando un Doodle, tutti gli invitati possono esprimere la loro disponibilità evitando i continui rimpalli di email/messaggi.

### **Vendite e marketing**

L'85% dei dipendenti dice che non è possibile avere una visione a 360 gradi dei clienti da un unico sistema. In un ambiente di lavoro da remoto questo rappresenta un problema. La relazione col cliente dipende da una comunicazione e da sistemi chiari, specialmente quando non c'è un ufficio per ospitare le riunioni.

### **Alcuni strumenti utili:**

#### **1. Salesforce**

Salesforce è il sistema di gestione delle relazioni con i clienti (CRM) leader nel mondo, che supporta più di 150.000 aziende. È costoso, ma il prezzo è giustificato. Salesforce è personalizzabile in base alle esigenze della vostra azienda, offrendo posti per tutti i clienti e dipendenti che volete e creando un sistema unico per il vostro business. Fornisce sia viste di alto livello che granulari sulle vendite e le operazioni della vostra azienda.

#### **2. Mailchimp**

L'email è un importante canale di marketing per qualsiasi azienda, ma la collaborazione su una strategia di email è difficile quando le persone sono lontane. Mailchimp rende la vita un po' più semplice fornendo una serie di funzioni facili da usare. Tra modelli attraenti, analisi avanzate e personalizzazione con un solo clic, Mailchimp permette a un intero team di creare e lanciare campagne mirate allo stesso tempo.

#### **3. Hootsuite**

Spesso pensiamo ai social media come uno sforzo individuale, ma un grande social media marketing richiede collaborazione. Hootsuite non solo rende facile la collaborazione tra i team, ma semplifica anche la vostra strategia. Con Hootsuite, potete gestire più profili sociali da un'unica dashboard, programmando i post, monitorando le menzioni e interagendo con i follower. Se avete un team che gestisce gli account in orari diversi o se più persone gestiscono più account allo stesso tempo, Hootsuite è una risorsa preziosa. Ha anche un ottimo piano gratuito.



#### **4. Google Analytics**

Ogni azienda ha bisogno di strumenti di analisi per capire cosa funziona e cosa no. Google Analytics è una delle migliori piattaforme per le piccole imprese perché è completamente gratuito, con un facile accesso per tutto il team. Occorre un po' di tempo per apprendere il funzionamento ma, una volta che hai capito, svilupperete una comprensione granulare dei vostri sforzi di marketing digitale e trarrete intuizioni per aiutare la vostra azienda a crescere.

#### **Produttività**

Secondo uno studio, i lavoratori a distanza completano 1,4 giorni di lavoro in più al mese rispetto alle loro controparti in ufficio. Questo è un grande numero, ma è anche facilitato da una grande tecnologia aziendale. Questi strumenti possono supportare la produttività dei vostri dipendenti.

#### **Alcuni strumenti utili:**

##### **1. Trello**

Trello semplifica la gestione dei progetti creando liste di cose da fare intelligenti e altamente personalizzabili. Potete usare Trello per creare e gestire un calendario dei contenuti, tracciare il lancio di un prodotto, gestire campagne di marketing e praticamente qualsiasi altra cosa vi venga in mente. Essendo così personalizzabile, Trello aiuta i dipendenti a rimanere concentrati e produttivi su qualsiasi cosa debbano fare in un determinato lasso di tempo. Possono tenere traccia dei progressi sui singoli compiti, vedere cosa c'è da fare ogni giorno e impostare promemoria quando è il momento di rivedere o aggiornare un certo elemento.

##### **2. Google Drive**

Google Drive è uno dei migliori strumenti di collaborazione mai inventati. Offre quasi tutti gli stessi vantaggi di Microsoft Office, tranne che è accessibile in tempo reale da chiunque vi abbia accesso. Offre anche la sincronizzazione offline in modo da poter aggiornare documenti, fogli di calcolo, presentazioni e altro ancora senza una connessione internet. Più persone possono lavorare sullo stesso documento senza rischiare di sovrascrivere una vecchia versione e, se ciò accade, Google mantiene i backup e la cronologia delle versioni prontamente disponibili. Google Drive è gratuito per gli individui, ma se vuoi fornire tutti gli strumenti di business di Google al tuo team, costa solo \$6 per utente al mese.

##### **3. Dropbox**

Parlando di collaborazione, se la tua azienda si occupa di molti file e cartelle



	<p>individuali, Dropbox è uno dei migliori strumenti di cloud storage e collaborazione sul mercato. Fornendo agli individui l'accesso all'account aziendale, questi possono archiviare in modo sicuro i file aziendali sul servizio di Dropbox e invitare i clienti o i colleghi ad aggiornare, fornire feedback o condividere con le parti interessate.</p> <p>Fonti: <a href="https://www.allbusiness.com/digital-tools-to-help-you-run-successful-remote-company-131542-1.html">https://www.allbusiness.com/digital-tools-to-help-you-run-successful-remote-company-131542-1.html</a></p>
<b>Esercizio pratico:</b>	<p>Per l'elenco di cui sopra, scrivi i loro vantaggi e svantaggi. Quale useresti e perché? Conosci altri strumenti che puoi usare? In che modo gli strumenti digitali possono essere utili al business?</p>
<b>Lecture addizionali:</b>	<p>“Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation” by George Westerman, Didier Bonnet, and Andrew McAfee</p> <p>“The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age” by David Rogers</p> <p>“Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business” by Sunil Gupta</p> <p>“See Sooner, Act Faster: How Vigilant Leaders Thrive in an Era of Digital Turbulence (Management on the Cutting Edge)” by George Day and Paul Schoemaker</p> <p>“Driving Digital: The Leader’s Guide to Business Transformation Through Technology” by Isaac Sacolick</p> <p>“Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction” by Tom Siebel</p> <p>“The Technology Fallacy: How People Are the Real Key to Digital Transformation (Management on the Cutting Edge)” by Gerald Kane, Anh Nguyen Phillips, Jonathan Copulsky, and Garth Andrus</p> <p>“MicroMarketing: Get Big Results by Thinking and Acting Small” by Greg Verdino</p>

#### 4.6. Gestione risorse umane

<b>GESTIONE RISORSE UMANE</b>	
<b>Risultati dell'apprendimen</b>	Comprendere l'intero ciclo della gestione delle risorse umane



to:	
Contenuto teorico:	<p style="text-align: center;"><b><u>GESTIONE RISORSE UMANE</u></b></p> <p><b>Cosa sono le “risorse umane”?</b> Per dirla semplicemente, sono persone. Le "risorse umane" sono tutti i dipendenti che lavorano o contribuiscono a un'organizzazione o a un'impresa.</p> <p><b>Cos'è la gestione delle risorse umane (HRM)?</b> HRM (Human Resource Management) si riferisce all'intero processo di pianificazione del lavoro dei vostri dipendenti, al reclutamento di nuovi dipendenti per la vostra azienda, allo sviluppo delle capacità dei vostri dipendenti attraverso una formazione costante, alla ricerca di strategie per mantenere i vostri dipendenti (evitare che se ne vadano), e alla misurazione delle loro prestazioni e funzionalità nell'azienda.</p> <div style="text-align: center;"><pre>graph TD; Plan[Plan] --&gt; Recruit[Recruit]; Recruit --&gt; Develop[Develop]; Develop --&gt; Retain[Retain]; Retain --&gt; Measure[Measure]; Measure --&gt; Plan;</pre></div> <p><b>1. Pianificare</b> <b>Pianificare</b> significa identificare i bisogni attuali e futuri di risorse umane di un'organizzazione/impresa per raggiungere i suoi obiettivi. La pianificazione è un processo continuo: si tratta di valutare la situazione esistente e determinare ciò che è necessario fare per migliorarla (compreso determinare come le risorse umane esistenti si adattano meglio al loro lavoro).</p> <p><b>2. Assumere</b> Il reclutamento è il processo di ricerca di potenziali dipendenti che hanno le capacità e le attitudini necessarie per aiutare l'organizzazione a raggiungere i suoi obiettivi. Per iniziare un processo di reclutamento, si dovrà pensare a:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• quali sono i posti di lavoro che volete riempire;</li><li>• qual è il numero di persone di cui avrete bisogno per occuparli;</li><li>• quali saranno i loro compiti;</li><li>• quali sono le qualifiche che questi compiti richiedono.</li></ul> <p>Sulla base di queste informazioni, dovrete preparare l'offerta di lavoro (inclusa la descrizione del lavoro), pubblicizzare l'offerta, preselezionare i candidati tra quelli che rispondono, intervistarli e fare la selezione finale.</p>



Congratulazioni! Avete assunto un nuovo dipendente!

### 3. Sviluppare

Una volta che avete il vostro gruppo di dipendenti, vorrete aiutarli a sviluppare le loro competenze, conoscenze e abilità.

Questo si può ottenere con:

- educazione formale (classi, corsi, ecc.)
- apprendimento informale (attraverso il mentoring, il coaching, la collaborazione, ecc.)

Questo migliorerà a sua volta l'efficacia della vostra organizzazione/impresa.

### 4. Trattenere/fidelizzare

È più efficiente mantenere un dipendente di qualità al lavoro che reclutarne, assumerne e formarne uno nuovo. Quindi, è importante che impieghiate strategie per trattenere i vostri dipendenti. Queste includono:

- assicurarsi che i dipendenti sappiano cosa ci si aspetta da loro;
- fornire un trattamento giusto ed equo;
- fornire una gestione o supervisione di qualità;
- permettere ai dipendenti di usare i loro talenti e le loro abilità.

### 5. Misurare

Vorrete monitorare e misurare costantemente le prestazioni dei vostri dipendenti, per sapere quando e dove intraprendere le azioni necessarie per migliorarle o mantenerne la qualità. Vorrete anche valutare il benessere del vostro staff (cioè come si comportano sul lavoro e nell'ambiente dell'organizzazione), chiedendo anche il loro feedback. Assicuratevi che sappiano che vi preoccupate di quello che fanno e del loro benessere!

### Esercizio pratico:

La vostra segretaria se n'è andata e ora avete un posto vacante nella vostra azienda. È necessario avviare il processo di reclutamento e trovare qualcuno per sostituirla

#### 1. Scrivete una descrizione di lavoro professionale.

Pensate alla posizione di lavoro.

Chiedetevi: quali sono i compiti del segretario? Quali sono gli orari di lavoro previsti? Che tipo di contratto devo proporre?

#### 2. Scrivete la vostra offerta di lavoro

Chiedetevi: Quali sono le qualifiche e gli altri requisiti necessari? Che tipo di persona vorrei assumere come segretario/a? Quali sono le "soft skills" e le competenze tecniche che sto cercando?

#### 3. Fate un piano di reclutamento.

Chiedetevi: quali metodi userò per il reclutamento? Mi rivolgerò a un'agenzia di



	<p>collocamento? Quali sono i criteri di selezione che utilizzerò? Quanti candidati preselezionerò per essere intervistati?</p> <p>Fate una lista di domande da fare durante il colloquio per capire le capacità e la personalità del candidato.</p> <p><b>4. Fate un piano di sviluppo.</b></p> <p>Ora avete assunto un nuovo segretario. Fate un piano per iniziare a sviluppare la vostra nuova risorsa</p> <p><u>Chiedetevi</u>: di che tipo di apprendimento formale avrà bisogno la nuova risorsa? Avrà bisogno di coaching, mentoring? Dovrò organizzare delle attività di team building?</p> <p>Scrivete cosa vi aspettate da loro.</p> <p>Fate una lista di tutti i benefici e gli incentivi che offrirete loro.</p>
<b>Lecture addizionali:</b>	<p><a href="https://sites.google.com/site/sengvanna126/hrm-recruitment">https://sites.google.com/site/sengvanna126/hrm-recruitment</a></p> <p><a href="http://www.hreonline.com/HRE/story.jsp?storyId=379096509">http://www.hreonline.com/HRE/story.jsp?storyId=379096509</a></p> <p><a href="https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/chapter/1-1-what-is-human-resources/#:~:text=Human%20resource%20management%20is%20the,developing%20strategies%20to%20retain%20employees">https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/chapter/1-1-what-is-human-resources/#:~:text=Human%20resource%20management%20is%20the,developing%20strategies%20to%20retain%20employees</a></p> <p><a href="https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/part/chapter-8-training-and-development/">https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/part/chapter-8-training-and-development/</a></p> <p><a href="https://uclgafrica-alga.org/wp-content/uploads/2019/06/HRMM.pdf">https://uclgafrica-alga.org/wp-content/uploads/2019/06/HRMM.pdf</a></p>

#### 4.7. Legislazione

LEGISLAZIONE	
<b>Paese:</b>	<b>Francia</b>
<b>Requisiti per creare un'impresa:</b>	<p>Per iniziare un'attività in Francia dovete avere un permesso di soggiorno o essere cittadine dell'UE.</p> <p>Potreste anche aver bisogno di qualifiche o diplomi che le autorità francesi riconoscono a seconda della vostra specializzazione. Per esempio ragionieri, veterinari, parrucchieri, costruttori, commercianti di vino sono professioni regolamentate.</p> <p>Successivamente, dovrete scegliere il tipo di struttura aziendale per la vostra attività.</p>



Per un'imprenditrice e un'attività di proprietà di una singola persona in Francia c'è una società di tipo EURL (di proprietà di una singola persona e gestita come una società a responsabilità limitata con un solo azionista). C'è uno status di impresa semplice disponibile per coloro che vogliono solo stabilire una piccola impresa, che si chiama Micro-Enterprise. La registrazione può essere fatta online e le regole fiscali e contabili sono semplificate. Micro-Enterprise è anche conosciuta come Auto-Entrepreneur. Per fare questo dovete essere in grado di parlare/leggere il francese, quindi assicuratevi di capire tutto prima di compilare i moduli, gli errori ritarderanno il processo e renderanno tutto complicato.

Categorie commerciali francesi:

1. Commerciali o industriali come la gestione di un negozio, un caffè o una fabbrica;
2. Mestieri/artigianato come l'edilizia, la manifattura;
3. Professionista indipendente o freelance (che lavora in modo indipendente, fornendo un servizio, come un dentista, un musicista, uno scrittore);
4. Agente commerciale, dove si agisce per conto di un'altra azienda (negoziare o vendere per esempio);
5. Agricoltori.

Ogni categoria ha il suo centro di registrazione (Centre de Formalites des Entreprises - CFE), dove registrare il vostro business attraverso il CFE appropriato e informare di qualsiasi cambiamento.

Potete registrare i vostri statuti con l'aiuto di un agente di formazione aziendale registrato, che è più economico dell'aiuto di un avvocato. Ma dipende da voi, tenete solo conto che l'assistenza di un avvocato è molto più costosa.

Contattate la Camera di Commercio e Industria o la Camera delle Arti e dell'Artigianato della vostra regione. Forniscono consigli gratuiti, organizzano corsi di formazione e offrono anche soluzioni logistiche per chi avvia un'impresa.

**Documenti  
burocratici per  
aprire  
un'impresa:**

Documenti necessari per aprire un'attività in Francia:

- il modulo di prenotazione del nome della società che viene compilato presso il Registro delle Imprese
- l'oggetto dell'attività della società con una descrizione
- i nomi degli azionisti, i loro indirizzi e i loro passaporti
- i nomi degli amministratori, i loro passaporti o altri documenti di identificazione;
- informazioni sull'assegnazione delle azioni della società

Potete controllare online e gratuitamente se il nome che vuoi usare per la tua azienda è già preso da un'altra azienda attraverso l' *Institut National de la*



	<p><b>Propriété Industrielle (INPI.)</b> Se volete proteggere il nome e il logo della vostra azienda dovete anche registrarlo come marchio (dépôt de marque) attraverso l'<b>INPI</b></p>
<b>Sovvenzioni nazionali:</b>	<p>Ci sono diversi programmi che aiutano le persone ad avviare imprese. Per esempio il <b>movimento per i giovani e gli studenti imprenditori</b> (MoovJee) che sostiene i giovani ad avviare imprese attraverso un programma di mentoring e un concorso. Inoltre, c'è una <b>rete di gruppi di creatori</b> che fornisce supporto ai giovani imprenditori dai 16 ai 25 anni.</p> <p>Esiste inoltre un'iniziativa lanciata dal Ministero dell'economia, "<b>French tech</b>", che cerca di promuovere lo sviluppo delle startup. Il suo ruolo è quello di riunire le reti di startup, accelerare il loro sviluppo e promuovere la loro reputazione.</p> <p><b>Bpifrance</b> gioca un ruolo chiave nell'incoraggiare le startup. Ha il <b>prestito d'avviamento (Prêt d'amorçage)</b>, applicabile alle piccole imprese innovative (con meno di 50 dipendenti e bilancio o fatturato inferiore a 10 milioni di euro) di meno di 5 anni, in fase di avvio e che hanno beneficiato del sostegno pubblico all'innovazione. Il prestito va da 50.000 euro a 100.000 euro se è fatto solo da Bpifrance, ma può arrivare a 300.000 euro in caso di impegno della Regione.</p>

## LEGISLAZIONE

<b>Paese:</b>	<b>Italia</b>
<b>Requisiti per creare un'impresa:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li><b>1. Piano di business dettagliato e ben strutturato</b></li><li><b>2. Requisiti personali</b></li></ol> <p>L'imprenditore <b>non</b> deve:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• essere stato dichiarato fallito,</li><li>• essere stato condannato per reati penali o a pene detentive,</li><li>• essere sottoposto a sorveglianza speciale, divieto o obbligo di soggiorno,</li><li>• essere stato dichiarato "delinquente abituale".</li></ul> <p>D'altro canto, l'imprenditore deve:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• avere l'età legale,</li><li>• essere residente in Italia,</li><li>• avere il permesso di residenza (per i cittadini non europei)</li></ul> <ol style="list-style-type: none"><li><b>3. Eventuale corso per la somministrazione di alimenti e bevande rilasciato dall'ASL</b></li><li><b>4. Eventuale busta paga o contratto di lavoro a tempo pieno per l'esenzione dai contributi previdenziali</b></li></ol>



5. Casella di posta elettronica certificata - PEC	
Documenti burocratici per aprire un'impresa:	<p>Per ogni tipo di attività, la procedura burocratica di base sarà sempre:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• apertura della Partita Iva;</li><li>• iscrizione al Registro delle Imprese presso la Camera di Commercio;</li><li>• adeguamento posizioni INPS e INAIL (previdenza e assicurazione);</li><li>• comunicazione di inizio attività al Comune (almeno 30 giorni prima dell'inizio);</li><li>• Copia del documento d'identità fronte/retro del titolare;</li><li>• Copia del codice fiscale del titolare;</li><li>• Indirizzo e nome dell'attività.</li></ul>
Sovvenzioni nazionali:	<ul style="list-style-type: none"><li>• NUOVE IMPRESE A TASSO ZERO-<a href="https://www.lgandpartners.it/nuove-imprese-a-tasso-zero-2020-guida-al-bando-per-le-startup-di-giovani-e-donne/">https://www.lgandpartners.it/nuove-imprese-a-tasso-zero-2020-guida-al-bando-per-le-startup-di-giovani-e-donne/</a></li><li>• MICROCREDITO PMI - <a href="https://www.contributipmi.it/microcredito-aziende/">https://www.contributipmi.it/microcredito-aziende/</a></li><li>• RESTO AL SUD - <a href="https://www.contributipmi.it/resto-al-sud-finanziamenti-impresa-per-under-46/">https://www.contributipmi.it/resto-al-sud-finanziamenti-impresa-per-under-46/</a></li><li>• Grant "Selfiemployment" <a href="https://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/selfiemployment">https://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/selfiemployment</a></li><li>• Garanzia Giovani <a href="#">Garanzia Giovani</a></li><li>• Incentivi Impresa (to ask a professional to check your business plan) <a href="https://www.incentivimpresa.it/">https://www.incentivimpresa.it/</a></li><li>• INVITALIA <a href="#">Invitalia: l'Agenzia nazionale per lo sviluppo d'impresa - Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa</a></li></ul>

## LEGISLAZIONE

Paese:	<b>Croazia</b>
Requisiti per creare un'impresa:	L'intero processo di avvio di un business in Croazia dura circa 10-15 giorni. Si deve prima scegliere quale tipo di business si vuole iniziare. In Croazia ci sono normalmente <b>tre tipi</b> : artigianato, società a responsabilità limitata (d.o.o.) e società a responsabilità limitata semplice (j.d.o.o.). Questi tre tipi differiscono negli aspetti di business e nella quantità di capitale che dovrete avere



	<p>all'inizio. Per esempio, se volete avviare una società a responsabilità limitata semplice, dovete investire fino a 25 000 HRK - 3.300 €. Una volta che avete stabilito la vostra azienda, dovete scegliere quale tipo(i) di lavoro farete al suo interno. Potete scegliere più di un tipo di lavoro (il che è anche raccomandato perché ogni volta che ne volete aggiungere un altro, dovete pagare 2.500 HRK - 330 €). Si raccomanda anche di assumere una persona legale (un avvocato) che si occuperà di tutta la <b>documentazione</b> e della sua validità. La cosa più importante da tenere a mente sono i potenziali clienti che assicureranno il profitto nei primi mesi dopo il lancio del business.</p>
<b>Documenti burocratici per aprire un'impresa:</b>	<p>Ci sono molti documenti che si dovrebbero possedere per iniziare un'attività in Croazia. Prima di tutto, avete bisogno di una conferma di un notaio in modo da essere in grado di fare domanda presso il <b>Tribunale Commerciale</b> (costa circa 2.500 HRK - 330 €). Poi avete bisogno di una dichiarazione sulla creazione del vostro business. Avete anche bisogno di un contabile, qualcuno che si occuperà delle vostre carte (da pagare ogni mese). Dovreste aprire un conto bancario. <b>Dovete inoltre comunicare l'apertura della vostra azienda al dipartimento delle tasse e all'ufficio di statistica.</b> È altresì necessario fare un contratto per affittare uno spazio commerciale. Dovete emettere un documento con il numero ufficiale della vostra azienda/attività e iscrivere la vostra azienda nel registro del tribunale. I dipendenti e il datore di lavoro devono essere registrati e avere contratti validi. I datori di lavoro devono anche essere iscritti all'assicurazione sanitaria e pensionistica.</p>
<b>Sovvenzioni nazionali:</b>	<p>Le sovvenzioni nazionali possono essere consegnate sia alle persone che non lavorano sia a quelle che vogliono ampliare le loro attività. Devono però soddisfare molti criteri per giustificare la sovvenzione.</p> <p>Ecco il link con le condizioni: <a href="http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/">http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/</a></p>

## LEGISLAZIONE

<b>Paese:</b>	<b>Cipro</b>
<b>Requisiti per creare un'impresa:</b>	<p>Secondo il diritto societario, c'è una serie di requisiti che devono essere soddisfatti per aprire un'impresa a Cipro. Prima della procedura di registrazione vera e propria, l'imprenditore deve selezionare la forma commerciale sotto la quale completerà le attività economiche dell'azienda. Una volta completato questo importante passo, i passi per aprire un'attività a Cipro sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Prenotazione di un nome commerciale per la società (il nome deve essere unico e riflettere l'attività del business). Per essere sicuri che il nome selezionato sia approvato, si raccomanda di presentare almeno 3 proposte di nome, tra cui quello desiderato. A questo punto, anche la registrazione del marchio a Cipro per il nome dell'azienda dovrebbe essere preso in considerazione;</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preparazione di una serie di documenti tra cui il Memorandum e lo Statuto della società;</li><li>• La società, indipendentemente dalla sua forma, deve avere una sede legale o un indirizzo registrato a Cipro - sono disponibili uffici virtuali per questo scopo;</li><li>• Apertura di un conto bancario aziendale presso una banca locale in cui sarà depositato il capitale sociale;</li><li>• Nomina dei funzionari della società - il direttore e il segretario della società (tutte le società a Cipro devono avere dei segretari);</li><li>• Presentazione dei documenti relativi alla procedura di registrazione della società presso la Cyprus Companies House;</li><li>• Registrazione della società ai fini fiscali, dell'IVA e dell'assicurazione sociale e pensionistica;</li><li>• Acquisizione delle necessarie licenze commerciali che permetteranno l'inizio delle attività economiche.</li></ul> <p>Una volta completati tutti i requisiti di cui sopra e ottenuto il certificato di registrazione dell'attività, la società può assumere personale e iniziare le sue attività.</p>
<b>Documenti burocratici per aprire un'impresa:</b>	<p>Come descritto sopra, per procedere con la costituzione della vostra società, dovete prima decidere:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• il tipo di società;</li><li>• il nome della vostra società;</li><li>• l'indirizzo della sede legale;</li><li>• gli amministratori e il segretario;</li><li>• i membri e il capitale sociale;</li><li>• gli oggetti della società;</li><li>• l'atto costitutivo e lo statuto della società.</li></ul> <p>Per le società a responsabilità limitata, i documenti più importanti che devono essere presentati sono il Memorandum e lo Statuto. Tutti i documenti statutari devono essere redatti in greco o in inglese e devono essere anche autenticati.</p> <p>Anche la procedura di registrazione fiscale fa parte della procedura di apertura di un'attività a Cipro, il che significa che sarà completata insieme al processo di costituzione della società. Il numero di identificazione fiscale sarà rilasciato insieme al Certificato di registrazione; tuttavia, quando si tratta di registrazione IVA, la procedura deve essere completata separatamente perché non è obbligatoria.</p> <p>La registrazione IVA diventa obbligatoria quando l'azienda raggiunge la soglia dei 35.000 euro di vendite a distanza. Sulla base del numero di partita IVA, le aziende con attività commerciali all'interno dell'UE possono anche ottenere i numeri EORI e quindi facilitare le procedure commerciali.</p> <p>Una volta che il nome proposto è stato approvato e a condizione che abbiate</p>



preso le decisioni relative alla costituzione della vostra società, potete procedere con la presentazione della domanda di incorporazione della società, sia online che a mano/via posta. Per poter incorporare la sua società online, deve prima registrarsi nel sistema digitale dei documenti.

### **Registrazione di un'impresa online**

Indipendentemente dal tipo di società che avete scelto, potete presentare la vostra richiesta online attraverso il sistema e-filing del Registro delle Compagnie, insieme a:

- una dichiarazione statutaria (modulo HE1) firmata e giurata davanti al tribunale dall'avvocato incaricato;
- l'atto costitutivo e lo statuto in conformità con il tipo proposto della società, debitamente firmato in lingua greca. Si noti che, nel caso in cui una società per azioni privata o pubblica scelga di adottare, come statuto, le norme contenute nella Tabella A dell'Allegato I della Legge sulle Società, è necessario presentare un documento pertinente che faccia riferimento al titolo delle norme che vengono adottate;
- la dichiarazione solenne dei testimoni delle firme;
- una traduzione certificata dell'atto costitutivo e dello statuto in una lingua diversa dal greco, tramite un affidavit o un traduttore giurato della Repubblica di Cipro, nel caso in cui si voglia creare un file di traduzioni per ottenere copie certificate dell'atto costitutivo e dello statuto in una lingua straniera;
- l'autorizzazione, il consenso o la pre-approvazione da parte dell'autorità governativa competente nel caso in cui sia necessario per l'uso di parole o frasi e/o a causa della natura degli affari o dell'organismo appropriato nel caso in cui non sia stato presentato già con la domanda di approvazione del nome;
- l'importo di centosessantacinque euro (€165) o l'importo di duecentotrentacinque euro (€235) nel caso di una società senza capitale sociale, pagabile con carta di credito.

Per accelerare il processo di registrazione della società, si paga una tassa aggiuntiva di cento euro (100 euro). Nel caso in cui venga creato un file di traduzioni, si paga una tassa aggiuntiva di centosessanta euro (160 euro).

Nel caso in cui venga costituita una società pubblica, si richiede anche la presentazione del modulo HE5, con il pagamento di una tassa aggiuntiva di venti euro (20 euro).

### **Registrazione di un'impresa a mano/via posta**

È possibile registrare una società a mano/per posta presentando i seguenti documenti:

- una dichiarazione legale (modulo HE1) firmata e giurata dall'avvocato incaricato davanti al tribunale;
- una notifica dell'indirizzo della sede legale della società (modulo HE2);



	<ul style="list-style-type: none"><li>• una notifica relativa alle informazioni dei primi amministratori e del segretario della società (formulario HE3);</li><li>• l'atto costitutivo e lo statuto in conformità con il tipo di società proposto, debitamente firmato in lingua greca. Si noti che nel caso in cui una società a responsabilità limitata privata o pubblica con azioni scelga di adottare come statuto le norme contenute nella Tabella A dell'Allegato I della Legge sulle Società, è necessario presentare un documento pertinente che faccia riferimento al titolo delle norme che si stanno adottando;</li><li>• una traduzione certificata dell'atto costitutivo e dello statuto in una lingua diversa dal greco, tramite un affidavit o un traduttore giurato della Repubblica di Cipro, nel caso in cui si voglia creare un file di traduzioni per ottenere copie certificate dell'atto costitutivo e dello statuto in una lingua straniera;</li><li>• l'autorizzazione, il consenso o la pre-approvazione da parte dell'autorità governativa competente nel caso in cui sia necessario per l'uso di parole o frasi e/o a causa della natura degli affari, o dell'organismo appropriato nel caso in cui non sia stato presentato già con la domanda di approvazione del nome;</li><li>• la tassa di centosessantacinque euro (€165), e una tassa aggiuntiva di cento euro (€100), nel caso sia richiesta una procedura accelerata. I pagamenti possono essere effettuati, in contanti, con assegno, attraverso un conto mantenuto presso il Dipartimento delle Imprese del Registro o attraverso un bonifico bancario.</li><li>• Nel caso in cui si costituisca una società pubblica, è richiesta anche la presentazione del modulo HE5, con il pagamento di una tassa aggiuntiva di venti euro (€20)</li></ul>
<b>Sovvenzioni nazionali:</b>	<p><b>Sovvenzioni governative</b></p> <p>Il governo cipriota offre significativi schemi di finanziamento per sostenere le imprese start-up durante il loro sviluppo.</p> <p><b>Research and Innovation Foundation (RIF)</b></p> <p>I due principali pilastri delle attività del RIF sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Lo sviluppo e la gestione dei programmi nazionali di ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione a Cipro;</li><li>b) La promozione di organizzazioni di ricerca, imprese e ricercatori ciprioti in programmi di ricerca e innovazione europei e internazionali.</li></ul> <p><b>Industry and Technology Service</b></p> <p>Il Servizio Industria e Tecnologia (parte del Ministero dell'Energia, del Commercio e dell'Industria) gestisce e distribuisce fondi in una varietà di</p>



programmi. Esempi recenti includono:

- Miglioramento della competitività delle PMI nel settore manifatturiero e altre attività economiche specifiche;
- Imprenditoria femminile;
- Imprenditoria giovanile;
- Produzione / commercializzazione / sviluppo di prodotti agricoli;
- Incoraggiare l'attività di investimento e migliorare la competitività nell'industria del vino;
- Rafforzare l'innovazione aziendale.

#### *Sovvenzioni del settore primario*

L'assistenza agli imprenditori può essere trovata anche attraverso il Ministero dell'Agricoltura e l'Organizzazione dei pagamenti agricoli di Cipro, che gestisce e distribuisce sovvenzioni per il settore primario.

#### *Governo di Cipro e Unione Europea*

##### *Start-up incubators*

L'ecosistema delle start-up è sostenuto da istituzioni private e pubbliche che cercano di incubare o finanziare iniziative di start-up che stanno generando innovazione nelle scienze, nella finanza e nell'intrattenimento.

Il principale ente che finanzia la ricerca aziendale e sovvenziona lo sviluppo di start-up di portata globale è la Research and Innovation Foundation (RIF).

Co-finanziata dal governo cipriota e dai fondi strutturali dell'Unione europea, la RIF offre schemi (basati su criteri di ammissibilità e qualitativi) che finanziano le start-up per la ricerca e lo sviluppo iniziale. Le sovvenzioni coprono fino all'85% del capitale investito.

## LEGISLAZIONE

<b>Paese:</b>	<b>Estonia</b>
<b>Requisiti per creare un'impresa:</b>	<p>I titolari di una carta d'identità estone o di una carta di residenza elettronica e un numero crescente di titolari di carte d'identità degli stati membri dell'UE possono costituire <b>una società a responsabilità limitata completamente online</b>. Se la carta d'identità o la carta di residenza elettronica non è disponibile, è necessaria una visita ad un notaio in Estonia per verificare i documenti di fondazione.</p> <p>Oltre alla possibilità di costituire un'entità commerciale, è possibile per qualsiasi persona fisica condurre affari come <b>impresa individuale</b> che deve essere iscritta nel registro commerciale centrale prima di iniziare l'attività commerciale permanente.</p>



	<p><b>Le società straniere possono anche offrire i loro beni o servizi stabilendo una filiale.</b> La filiale deve essere registrata nel registro commerciale estone presentando una domanda e altra documentazione richiesta. Bisogna considerare che una filiale non è un'entità commerciale e l'impresa straniera è responsabile degli obblighi derivanti dalle attività della filiale.</p> <p>Le forme più comuni di entità commerciali in Estonia sono la <b>società a responsabilità limitata (OÜ)</b> e la <b>società pubblica a responsabilità limitata (AS)</b>. Informazioni dettagliate su altri tipi di società sono disponibili nel Codice Commerciale.</p>
<b>Documenti burocratici per aprire un'impresa:</b>	<p>Secondo il codice commerciale, ci sono cinque forme di entità commerciali in Estonia:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. società a responsabilità limitata (OÜ)</li><li>2. società per azioni (AS)</li><li>3. società in nome collettivo (TÜ)</li><li>4. società in accomandita semplice (UÜ)</li><li>5. associazione commerciale (ühistu)</li></ol> <p><b>Costituzione di una società a responsabilità limitata:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Scegliete un nome per il vostro business e verificate che sia disponibile. Per verificare la disponibilità, usate lo strumento gratuito sul sito web dell'e-Business Register.</li><li>• Se non avete un indirizzo estone, contattate un fornitore di servizi commerciali per ottenere un indirizzo legale.</li><li>• Registrare la società online sul portale di registrazione delle società. È possibile pagare la tassa statale (190 €) e il capitale sociale attraverso il portale statale quando si presenta la domanda, o scegliere di rinviare il pagamento del capitale sociale.</li><li>• Riceverete una conferma. La vostra domanda presentata sarà esaminata entro un giorno lavorativo ed eventuali notifiche saranno inviate via e-mail.</li><li>• Se/quando la vostra azienda ha dei dipendenti, registrate i dipendenti nel registro dell'occupazione sul sito web del Tax and Customs Board.</li><li>• Se l'area di attività è soggetta a requisiti speciali, è necessario acquisire una licenza. Le informazioni sulle aree di attività e la registrazione elettronica possono essere trovate sul sito web del Registro delle attività economiche.</li><li>• Se necessario, l'azienda deve essere registrata come pagante l'IVA sul sito web del Tax and Customs Board.</li></ul> <p><b>Dovrete registrare l'impresa da un notaio se:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• il conferimento del capitale sociale della società non è monetario, ma piuttosto una cosa monetariamente apprezzabile o un diritto di</li></ul>



proprietà da trasferire alla società a responsabilità limitata (come attrezzature, software, ecc.);

- i fondatori della società non possono firmare digitalmente i documenti.

### **Autenticazione remota e riconoscimento facciale**

L'autenticazione a distanza permette lo svolgimento di atti notarili tramite un ponte video creato tra il notaio e il cliente. Tale autenticazione è equivalente all'autenticazione presso uno studio notarile. L'autenticazione a distanza è un'opportunità, non un obbligo.

Per effettuare un atto tramite autenticazione a distanza e ricevere la relativa consulenza, è necessario contattare prima uno studio notarile. Potete anche effettuare l'atto richiesto tramite il portale self-service della Camera dei Notai su [iseteenindus.notar.ee](https://iseteenindus.notar.ee) (EE). La carta d'identità della Repubblica d'Estonia, l'ID digitale, l'ID mobile o la carta di residenza elettronica possono essere utilizzati per accedere al portale e firmare i documenti da autenticare.

Allo stesso tempo, è possibile stabilire una società in Estonia autorizzando un rappresentante all'estero che può venire da un notaio in Estonia, o se il rappresentante ha una carta d'identità digitale rilasciata dalla Repubblica di Estonia, può stabilire la società tramite autenticazione a distanza.

Anche se il processo è abbastanza semplice, ci sono anche diverse aziende private che possono aiutarvi in tutti i passi. Se usate e-Residency, potete anche rivolgervi ad una guida passo dopo passo più specifica per gli utenti di e-Residency.

Per ulteriori informazioni visitare: <https://investinestonia.com/business-in-estonia/establishing-company/process>

### **Sovvenzioni nazionali:**

EEA and Norway Grants  
Norway Grants Green ICT Program  
Enterprise Estonia services  
Horizon 2020 in Estonia  
Archimedes Structural Funds in Estonia

Per maggiori informazioni visitare: <http://necc.ee/business-in-estnor/funds-and-grants-in-estonia/>

Per vedere i programmi in Estonia nell'ambito delle sovvenzioni SEE e Norvegia 2014-2021, visitare: <https://eeagrants.org/countries/estonia>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

"The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."