



ASSOLOMBARDA

Assolombarda e le attività a supporto del trasferimento tecnologico e dell'imprenditorialità

Speaker

Elena Ghezzi - Area Industria e Innovazione

23 ottobre 2019

Chi siamo

Assolombarda è l'associazione delle imprese industriali e del terziario che operano nelle province di Milano, Monza e Brianza, Lodi. È una delle organizzazioni imprenditoriali più antiche d'Italia e, per dimensioni e rappresentanza, è la più importante del sistema Confindustria.

Scopo dell'Associazione è lo sviluppo dell'industria e dell'imprenditorialità sul territorio:

- si pone come punto di riferimento per i propri associati, fornendo un servizio di informazione e assistenza su tutti gli aspetti strategici e gestionali della vita aziendale;
- favorisce la collaborazione tra le aziende associate;
- ascolta le esigenze e tutela gli interessi delle imprese associate, portando le loro istanze davanti alle istituzioni, alla Pubblica Amministrazione, al mondo politico e sindacale e alla società civile.

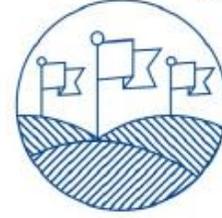
CHI SIAMO



6.000
IMPRESE ASSOCIATE



360.000
DIPENDENTI DELLE
IMPRESE ASSOCIATE



3
AMBITI
PROVINCIALI

1
CITTÀ
METROPOLITANA
DI MILANO

54% del valore aggiunto
della Lombardia

12% del valore
aggiunto italiano

PER IL TUO BUSINESS

200 professionisti
a tua disposizione

24 desk
tematici

100 incontri informativi di
aggiornamento all'anno

19 nuovi servizi
su misura per te

100 convenzioni
per la tua azienda

PER IL TUO NETWORK

11 gruppi
settoriali

6 filiere

CON I NOSTRI VALORI



IDENTITÀ

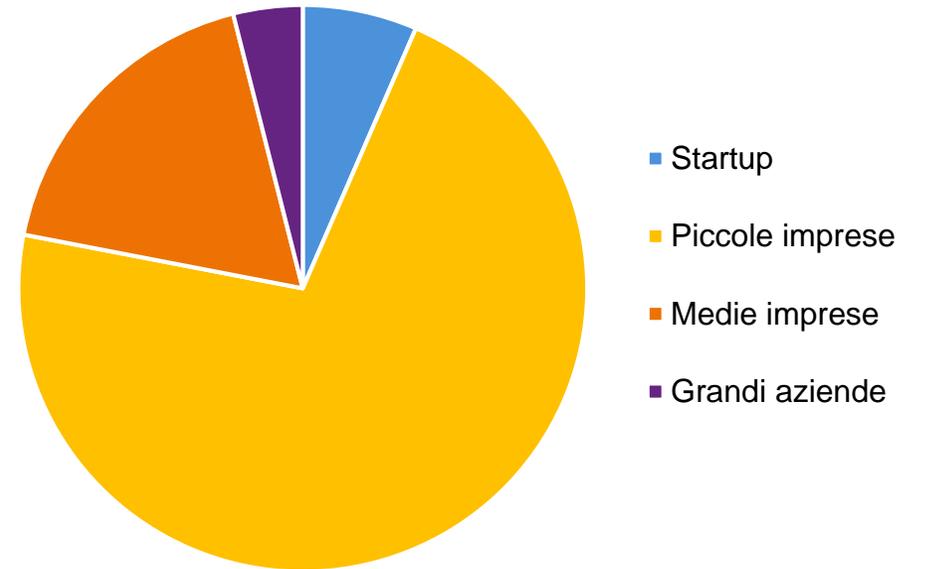
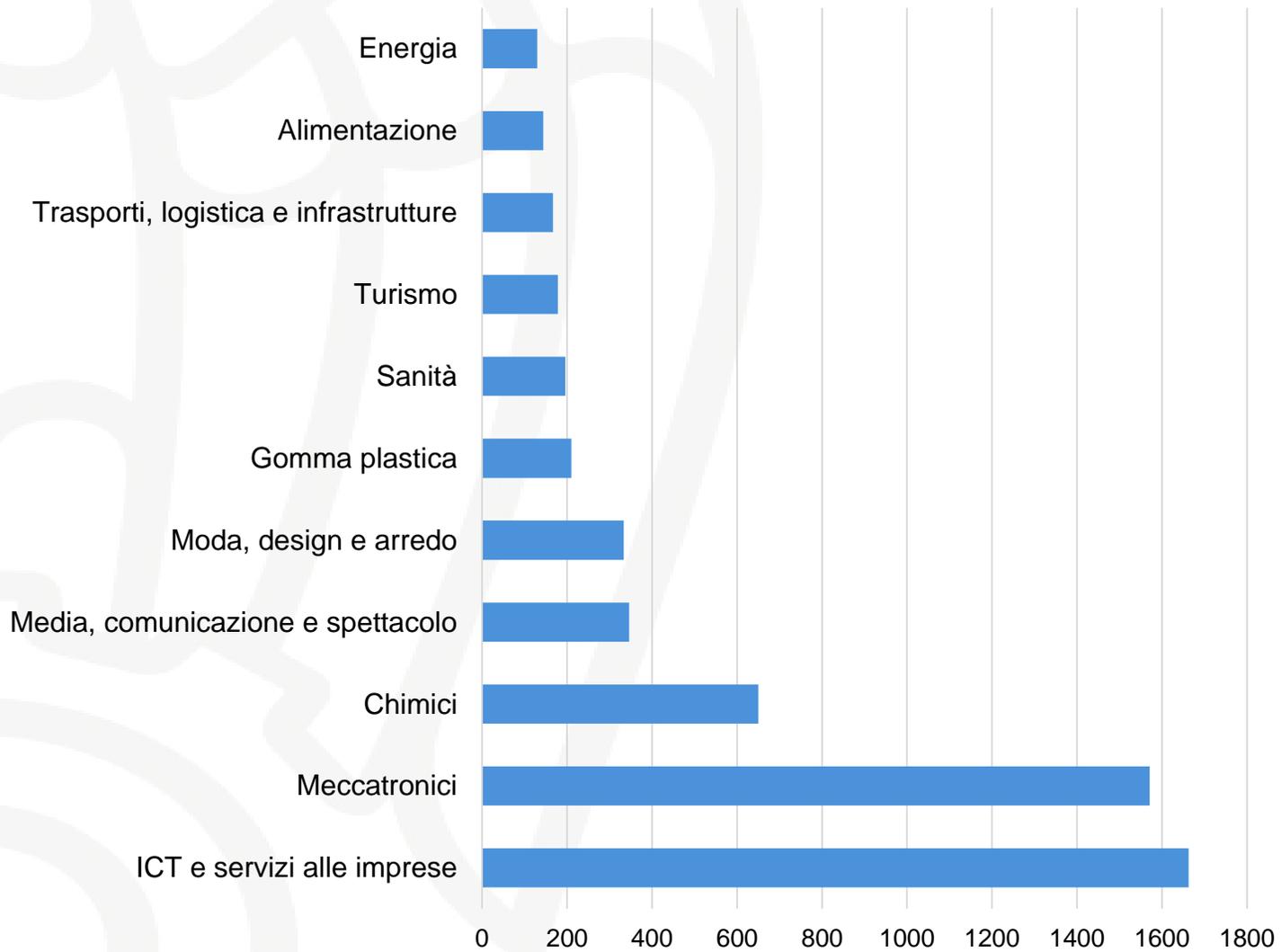


RAPPRESENTANZA



SERVIZI

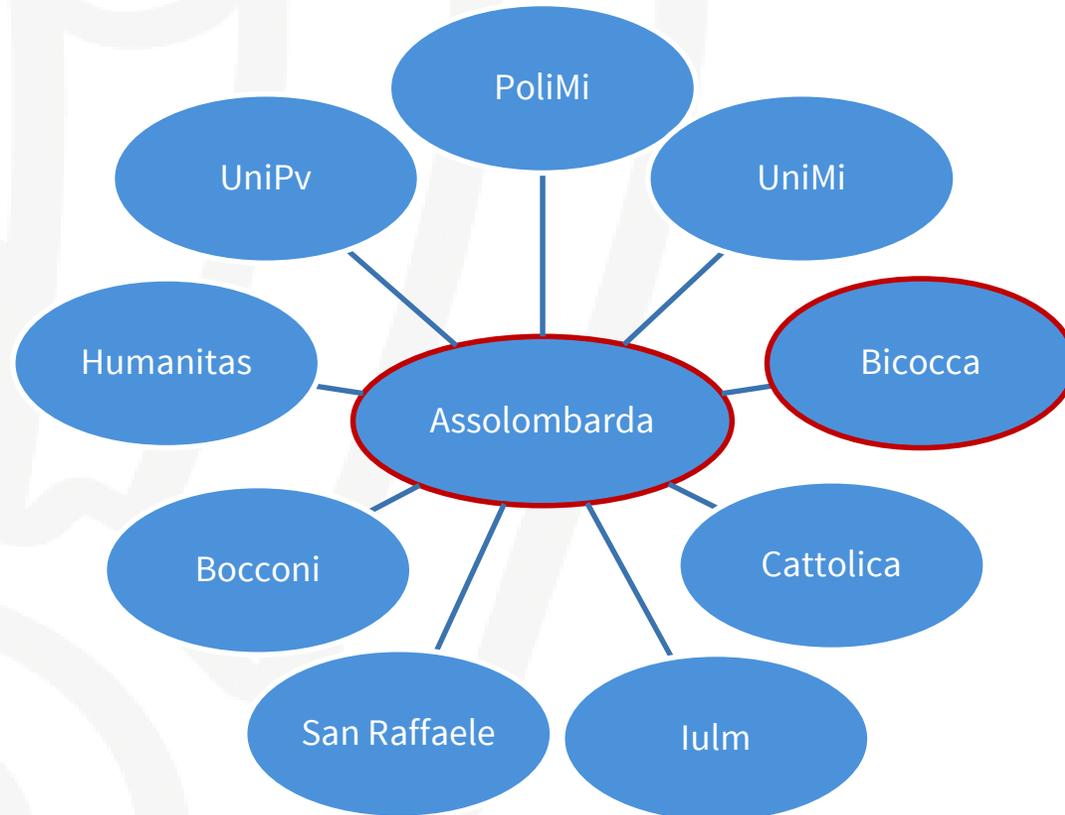
Chi rappresentiamo



Accordo con le Università

Settembre 2016

**ACCORDO DI COLLABORAZIONE
PER LA RICERCA, L'INNOVAZIONE, IL CAPITALE UMANO
E LE NUOVE INIZIATIVE IMPRENDITORIALI**



Startup Desk

Lo Startup Desk nasce per offrire supporto nel momento più delicato della vita aziendale: la nascita. E per accompagnare anche nel resto del percorso



Alle **startup innovative** offriamo la possibilità di associarsi e di usufruire dei vantaggi e dei servizi dell'Associazione **senza pagare il contributo associativo:**

- **per i primi 4 anni** dalla data di costituzione, o
- fino al raggiungimento di **500.000 € di fatturato.**

Esempi di servizi per le startup

- **Consulenza su forme societarie, organi sociali e disciplina delle Startup innovative** (requisiti, agevolazioni, adempimenti presso il Registro delle imprese ecc.).
Contatti con **studio notarile specializzato** in Startup e con l'**Ordine dei Commercialisti**.
Servizio di **domiciliazione sede legale e gestione ufficio amministrativo** (tramite Assolombarda Servizi).
- **Bancopass Startup**: aiuto alle Start up nel definire il business plan e nel costruire una presentazione a misura di banche e finanziatori.
- Supporto per la **partecipazione ai bandi** regionali, nazionali e europei.
- **Attività di networking** e matching tra Startup e aziende associate, attraverso le filiere, i pitch nei Gruppi, l'organizzazione di workshop, i tavoli B2B e i convegni tematici.



Grazie!

Elena Ghezzi – Area Industria e Innovazione Assolombarda

e-mail: elena.ghezzi@assolombarda.it



ASSOLOMBARDA

www.assolombarda.it

www.genioeimpresa.it

Seguici su



#BiUniCrowd il Crowdfunding che sostiene le idee della community Bicocca

Il programma #BiUniCrowd



Avviato nel 2018 il Programma **Bicocca Università del Crowdfunding** è il primo crowdfunding universitario aperto a tutte le componenti accademiche: dai docenti ai ricercatori, dagli studenti agli ex studenti e al personale tecnico e amministrativo. Ed è anche il primo programma di crowdfunding universitario che adotta le vere “regole del gioco” del finanziamento dal basso: campagne di raccolta con **durata dai 45 ai 60 giorni**, modalità di raccolta “**tutto o niente**”, **ricompense per i donatori**



unimib.produzionidalbasso.com





Il contesto di riferimento

Turning ideas into progress

 bicocca



 università
del crowdfunding



Collaborazioni con le aziende



I risultati della prima call 1



La prima call, lanciata a ottobre 2018, ha ottenuto ben **41 proposte progettuali** arrivate dalla comunità di Ateneo

17 promosse dal personale strutturato (3 da professori, 6 da ricercatori, 5 da dottorandi, 3 da tecnici amministrativi) e 24 da studenti ed ex studenti. Nel 46 per cento dei casi il proponente è stato una lei. Le proposte sono arrivate da quasi tutti i dipartimenti della Bicocca (12 su 14) e dei cinque progetti selezionati due provengono da Psicologia, uno da Scienze dell'Ambiente, uno da Medicina e uno da Informatica



Qualche dato



41

progetti presentati

4

campagne lanciate

380

sostenitori coinvolti

+ € 29 mila

totale fondi raccolti

€ 72

donazione media

31

commenti ai progetti



La seconda call

tempistiche

- ✓ Scadenza candidatura progetti: **18 novembre 2019 (ore 12:00)**
 - ✓ Selezione progetti
- ✓ Formazione team selezionati: metà dicembre - metà gennaio
 - ✓ Avvio delle campagne: fine gennaio 2020

chi può partecipare

- ✓ Studenti; Ex studenti; Giovani ricercatori in formazione (assegnisti, dottorandi, specializzandi...), Docenti e Ricercatori, Personale dell'Ateneo



temi dei progetti



Cosa

Progetti e idee sviluppate all'interno dei diversi ambiti disciplinari dell'Ateneo. Possono essere quindi presentati progetti che riguardano uno o più ambiti disciplinari, purché l'obiettivo del progetto sia chiaramente identificato.

Non sono ammessi progetti che hanno come finalità raccolte di denaro a scopo personale, politico, confessionale, a copertura dei costi di funzionamento di liste studentesche o associazioni, per finanziare borse di studio o per finalità contrarie alla legge.



Il consorzio Corepla



A questo bando ha aderito il consorzio Corepla che co-finanzierà un progetto tra quelli selezionati che dovesse avere come tema il recupero e riuso della plastica da imballaggi.



il supporto dei partner



- sportello iHelp di iBicocca per ricevere una consulenza specifica nello sviluppo dell'idea. Per richiedere un iHelp <http://ibicocca.it/ihelp/sportello-ihelp/>
- workshop Assolombarda sui temi della redazione di un progetto e sulle basi per la preparazione del business plan. Il 23/10/2019, sede di Assolombarda, 35 posti disponibili per iscriversi <https://unprogettovincente.eventbrite.it>
- incontro di tutoraggio con l'Associazione Programma Virgilio del Rotary su impostazione progetto o iniziativa economica produttiva. Per richiederlo <http://www.programmavirgilio.org/registrazione-tutorato/>





Crowdfunding

Le regole del gioco



... “dimensioni” dei progetti



Small Projects

- ✓ Progetti con un obiettivo di raccolta massimo di € 5.000,00
- ✓ Rivolti principalmente a studenti, ex studenti e giovani ricercatori

Projects

- ✓ Progetti con un obiettivo di raccolta massimo di € 10.000,00
- ✓ Rivolti principalmente a docenti, ricercatori senior, ex studenti e personale dell'Ateneo



cofinanziamento



reward based, all or nothing

Questa modalità prevede di raggiungere l'obiettivo economico prefissato. I progetti che riusciranno a raggiungere tramite la raccolta derivante dal crowdfunding il 50% del budget richiesto, verranno cofinanziati per il restante 50%





La submission del progetto

- Dove caricare
- Quali elementi
- Cosa evitare
- Gli allegati





Pensare il progetto per il crowdfunding

Quali domande farsi:

- Perché mi dovrebbero finanziare?
- A chi interessa il mio obiettivo?

L'importanza di «emozionare»



La campagna di crowdfunding è un lavoro

- L'importanza del team
- La divisione dei compiti
- Fare squadra per comunicare e raccogliere (attivare le cerchie)
- Dalla campagna all'esecuzione del progetto



Qualche feedback dalla prima call

- Considerare i costi del crowdfunding nei costi del progetto
- Pensare da subito alla fase di esecuzione
- Fare una road map del progetto
- Prepararsi a rendicontare



il nostro supporto



- ✓ **Campaign manager** dedicato
- ✓ 1 workshop prima del lancio della call (rivolto a **tutti** i proponenti);
- ✓ 2 incontri con i progettisti selezionati;

- ✓ 3 ore al giorno nella fascia oraria 15/18 via email o skype;
- ✓ Livechat su Produzioni dal Basso



prossimo appuntamento

Workshop dedicato a tutta la community
Bicocca

29 ottobre 2019

Ore 10

Aula «Sironi» Edificio U4/8 piano -1

Prenotazione obbligatoria

<https://pensaingrande.eventbrite.it>





ASSOLOMBARDA

Presentare un progetto vincente

Come strutturare il business plan: da dove partire e cosa considerare

Speaker

Stefania Rossi e Silvia Mangiameli

Mercoledì 23 ottobre 2019

Crowdfunding...what?!?



Che cos'è il Business Plan?

- ✓ Il Business Plan è uno strumento di simulazione della dinamica aziendale proiettata nel medio periodo, costituito da una serie di documenti nei quali è rappresentata l'evoluzione della società in termini quantitativi (previsionale) e qualitativi.
- ✓ E' uno strumento di pianificazione indispensabile per capire e far capire l'evoluzione della propria azienda.
- ✓ Riflette le linee strategiche e d'azione che il management intende perseguire.

Il ciclo del Business Plan



Il Business Plan è....



...una guida...



...flessibile....



...dinamica!

La durata



Tra i 3 e i 5 anni, specialmente in presenza di richieste di finanziamento di

Chi legge il business plan?

Soggetti interni:

azionisti (soci), alta direzione,
dirigenti, dipendenti...

...conoscono l'azienda e sono in
possesso di molte informazioni.

(attenzione includere quelle necessarie e a
rappresentarle in maniera corretta)

Soggetti esterni:

investitori, finanziatori, fornitori,
clienti, business partner,
amministrazioni pubbliche,
fisco...

...devono "interpretare".

Le due anime del Business Plan

Qualitativa:

L'idea, il grado di
innovazione, gli
obiettivi, le strategie
future, piani di sviluppo,
gli investimenti

Quantitativa:

Proiezione di conto
economico, stato
patrimoniale, flussi di
cassa.

L'anima qualitativa (1/6)

Chi siamo - Cosa facciamo

Perché la nostra società esiste?

Qual è la nostra mission?

Qual è la nostra attività?

- Suscitare interesse nel valutatore/investitore;
- Essere chiari e diretti;
- Catturare l'attenzione del vostro interlocutore che vuole approfondire l'idea.



L'anima qualitativa (2/6)

Problema e soluzione

C'è attualmente un problema o una necessità che il mercato non soddisfa?



- Identificazione del problema;
- Descrizione del problema;
- Come lo risolvo o come soddisfo l'esigenza del cliente;
- Perché la mia soluzione/innovazione è unica.

L'anima qualitativa (3/6)

Mercato: opportunità e rischi

Quali sono le caratteristiche del mercato di riferimento?

- Previsione delle dimensioni del mercato;
- Quota di mercato che si intende aggredire;
- Come il prodotto trasforma il mercato;
- Quali sono i miei competitor e come supero la competizione;
- Identificazione dei rischi e loro gestione



L'anima qualitativa (4/6)

Prodotto/servizio



Qual è il prodotto/servizio che offro al mercato?

- Descrizione dell'innovazione;
- Descrizione delle funzionalità;
- Descrizione delle fasi di progettazione, sviluppo e realizzazione;
- Definizione delle tempistiche di immissione sul mercato.

L'anima qualitativa (6/6)



Chi sono i competitor? Fai una SWAT analysis: punti di forza, debolezze, opportunità e debolezze.



Hai valutato i rischi che la società potrebbe incorrere?

L'anima qualitativa l'anima quantitativa



Quali gli obiettivi di fatturato, le politiche di prezzo e le modalità di raggiungere i propri obiettivi?

Quali le milestones per raggiungere gli obiettivi?

Quale la finanza per supportare il proprio business?

L'anima quantitativa: da dove partire



Spesso si sopravvaluta il fatturato e si sottostimano i costi!

Facile vero? Non proprio....



Il Conto Economico 2016 (1 di 3)

A) Totale valore della produzione

A.1 - Ricavi vendite e prestazioni

A.2 - Variazioni rimanenze prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e prodotti finiti

A.3 - Variazione lavori in corso su ordinazione

A.4 - Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni

A.5 - Altri ricavi

1) Altri ricavi di cui: Contributi in conto di esercizio

B) Costi della produzione

B.6 - Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci

B.7 - Costi per prestazione di servizi

B.8 - Costi per godimento beni di terzi

B.9 - Totale costi del personale

a) Salari e stipendi

b) Oneri sociali a carico del datore di lavoro

c) Accantonamento a trattamento fine rapporto

d) Accantonamento a fondo di quiescenza

e) Altri costi (ferie maturate e non godute)

B.10 - Totale ammortamenti e svalutazioni

a) Ammortamenti immobilizzazioni immateriali

b) Ammortamenti immobilizzazioni materiali

c) Altre svalutazioni immobilizzazioni finanziarie

d) Svalutazioni crediti e delle disponibilità

B.11 - Variazioni materie

B.12 - Accantonamenti per rischi

B.13 - Altri accantonamenti

B.14 - Oneri diversi di gestione

Risultato operativo (A-B)

Il Conto Economico 2016 (2 di 3)

C) Totale proventi e oneri finanziari

C.15 - Totale proventi da partecipazioni

C.16 - Totale altri proventi finanziari

a) Da crediti

b) Da titoli iscritti nelle immobilizzazioni verso altri

c) Da titoli iscritti nell'attivo circolante

d) Proventi finanziari diversi

C.17 - Totale oneri finanziari

C.17 bis - Utile/perdita su cambi

D) Totale rettifiche attività finanziarie

D.18 - Totale rivalutazioni

a) Rivalutazioni di partecipazioni

b) Rivalutazioni di altre immobilizzazioni finanziarie

c) Rivalutazioni di titoli

d) Rivalutazioni di strumenti finanziari derivati

e) Rivalutazioni di attività finanziarie per la gestione accentrata della tesoreria

D.19 - Totale svalutazioni

a) Svalutazioni di partecipazioni

b) Svalutazioni di altre immobilizzazioni finanziarie

c) Svalutazione di titoli

d) Svalutazioni di strumenti finanziari derivati

e) Svalutazioni di attività finanziarie per la gestione accentrata della tesoreria

Il Conto Economico 2016 (3 di 3)

E) Totale proventi/oneri straordinari

a) Proventi straordinari

1) Plusvalenze

b) Oneri straordinari

1) Minusvalenze

2) Componenti negativi relativi ad esercizi precedenti

Risultato prima delle imposte

22) Totale imposte sul reddito correnti, differite e anticipate

a) Imposte correnti

b) Imposte relative a esercizi precedenti

c) Imposte differite e anticipate

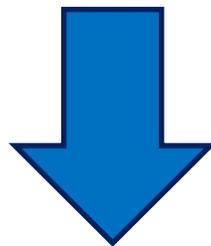
23) Utile/perdita di esercizio

A) Utile/perdita di esercizio di pertinenza di terzi

B) Utile/perdita di esercizio di pertinenza del gruppo

Dalle proiezioni di CE a quelle di SP

Previsionale di Conto Economico:
Che risultati vuole raggiungere
l'azienda



Previsionale di Stato patrimoniale:
di che cosa si ha bisogno per farlo
→ le fonti e gli impieghi

Lo stato Patrimoniale

ATTIVO

Crediti verso soci
Immobilizzazioni nette: <ul style="list-style-type: none">• immateriali• materiali• finanziarie
Rimanenze
Crediti
Attività finanziare non immobilizzate
Disponibilità Liquide
Ratei e risconti attivi

PASSIVO

Patrimonio Netto
Fondo Rischi
Trattamento di fine rapporto
Debiti entro i 12 mesi
Debiti oltre 12 mesi
Ratei e risconti passivi

Lo Stato Patrimoniale (1 di 7)

TOTALE ATTIVO	
A) Crediti verso soci per versamenti	
B) Totale immobilizzazioni	
B.i - Totale immobilizzazioni immateriali	(* ammortamenti)
1) Costi impianto e ampliamento	
2) Costi di ricerca, sviluppo e pubblicità	
3) Diritti brevetto industriale	
4) Concessioni, licenze	
5) Avviamento	
6) Immobilizzazioni in corso	
7) Altre immobilizzazioni immateriali	
B.ii - Totale immobilizzazioni materiali	(* ammortamenti)
1) Terreni e fabbricati	
2) Impianti	
3) Attrezzature industriali	
4) Altri beni	
5) Immobilizzazioni in corso/acconti	

* Voci che hanno una correlazione con gli ammortamenti a CE

Lo Stato Patrimoniale (2 di 7)

B.iii - Totale immobilizzazioni finanziarie (* svalutazioni)

1) Totale partecipazioni

a) Imprese controllate

b) Imprese collegate

c) Imprese controllanti

d) In imprese sottoposte al controllo delle controllanti

e) Altre imprese

2) Totale crediti immobilizzazioni finanziarie

a) Crediti vs controllate entro

b) Crediti vs controllate oltre

c) Crediti vs collegate entro

d) Crediti vs collegate oltre

e) Crediti vs controllanti entro

f) Crediti vs controllanti oltre

g) Crediti vs imprese sottoposte al controllo delle controllanti entro

h) Crediti vs imprese sottoposte al controllo delle controllanti oltre

i) Crediti vs altri entro

j) Crediti vs altri oltre

3) Altri titoli

4) Azioni proprie

5) Strumenti finanziari derivati attivi

* Voci che hanno una correlazione con gli ammortamenti a CE

Lo Stato Patrimoniale (3 di 7)

C) Attivo circolante

Totale rimanenze (** legati agli acquisti e ai giorni di rotazione del

1) Materie prime (** legati agli acquisti e ai giorni di rotazione del magazzino)

2) Prodotti semilavorati/in corso

3) Lavori in corso

4) Prodotti finiti

5) Acconti

6) Immobilizzazioni materiali destinate alla vendita

Totale crediti

1) Totale crediti a breve

a) Crediti vs clienti entro (** legati al fatturato e ai giorni di incasso)

b) Crediti vs controllate entro

c) Crediti vs collegate entro

d) Crediti vs controllanti entro

e) Crediti vs imprese sottoposte al controllo delle controllanti entro

f) Crediti tributari entro

g) Crediti per imposte anticipate entro

h) Crediti vs altri entro

2) Totale crediti a oltre

a) Crediti vs clienti oltre

b) Crediti vs controllate oltre

c) Crediti vs collegate oltre

d) Crediti vs controllanti oltre

e) Crediti vs imprese sottoposte al controllo delle controllanti oltre

f) Crediti tributari oltre

g) Crediti per imposte anticipate oltre

h) Crediti vs altri oltre

** Particolare attenzione a come vengono stimate queste voci: i valori sono legati ad altre voci del bilancio

Lo Stato Patrimoniale (4 di 7)

Totale attività finanziarie
1) Partecipazioni in controllate
2) Partecipazioni in collegate
3) Partecipazioni in controllanti
4) Partecipazioni in imprese sottoposte al controllo delle controllanti
5) Altre partecipazioni
6) Azioni proprie
a) Azioni proprie: valore nominale
7) Strumenti finanziari derivati attivi
8) Altri titoli
9) Attività finanziarie per la gestione accentrata della tesoreria
Totale disponibilità liquide
1) Depositi bancari e postali
2) Assegni
3) Denaro in cassa
D) Ratei e risconti

Lo Stato Patrimoniale (5 di 7)

TOTALE PASSIVO

A) Totale patrimonio netto

i - Capitale sociale

ii - Riserva da sovrapprezzo delle azioni

iii - Riserva di rivalutazione

iv - Riserva legale

v - Riserva statutaria

vi - Riserva azioni proprie in portafoglio

vii - Altre riserve

viii - Riserva per operazioni di copertura dei flussi finanziari attesi

ix - Utile/perdita a nuovo

(** legati alla distribuzione di dividendi)

x - Utile/perdita di esercizio

(** legati all'utile/perdita presente nel conto economico)

xi - Riserva negativa per azioni proprie in portafoglio

xii - Totale patrimonio di terzi

1) Utile/perdita di esercizio di pertinenza di terzi

2) Capitale e riserve di pertinenza di terzi

B) Totale fondi rischi

i - Fondo di quiescenza

ii - fondo imposte anche differite

iii - Strumenti finanziari derivati passivi

iv - Altri fondi

C) Trattamento di fine rapporto

** Particolare attenzione a come vengono stimate queste voci: i valori sono legati ad altre voci del bilancio

Lo Stato Patrimoniale 2016 (6 di 7)

D) Totale debiti
i - Totale debiti a breve
1) Obbligazioni entro
2) Obbligazioni convertibili entro
3) Debiti verso soci per finanziamento
4) Debiti verso banche (* generano oneri finanziari)
5) Debiti verso altri finanziatori
6) Acconti entro
7) Debiti verso fornitori (** legati a acquisti materie prime/servizi e ai giorni di pagamento)
8) Titoli di credito entro
9) Debiti verso controllate
10) Debiti verso collegate
11) Debiti verso controllanti
12) Debiti verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti
13) Debiti tributari entro
14) Debiti verso istituti di previdenza
15) Altri debiti entro

* Voci che hanno una correlazione con il CE

** Particolare attenzione a come vengono stimate queste voci: i valori sono legati ad altre voci del bilancio

Lo Stato Patrimoniale 2016 (7 di 7)

ii - Totale debiti a oltre

1) Obbligazioni oltre

2) Obbligazioni convertibili oltre

3) Debiti verso soci per finanziamento

4) Debiti verso banche

5) Debiti verso altri finanziatori

6) Acconti oltre

7) Debiti verso fornitori

8) Titoli di credito oltre

9) Debiti verso controllate

10) Debiti verso collegate

11) Debiti verso controllanti

12) Debiti verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti

13) Debiti tributari oltre

14) Debiti verso istituti di previdenza

15) Altri debiti oltre

E) Ratei e risconti

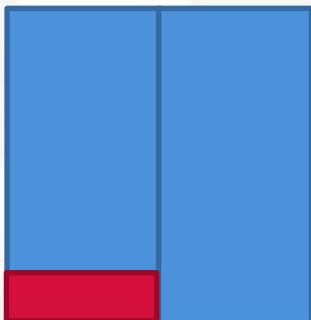
Le formule utili per stimare i valori di SP

Rimanenze (al netto degli acconti) = (A.1. Ricavi delle Vendite e delle Prestazioni + A.5. Altri Ricavi e proventi ordinari) * giorni di rotazione] / 365

Crediti verso clienti = (A.1. Ricavi delle Vendite e delle Prestazioni + A.5. Altri Ricavi e proventi ordinari) * giorni di incasso] / 365

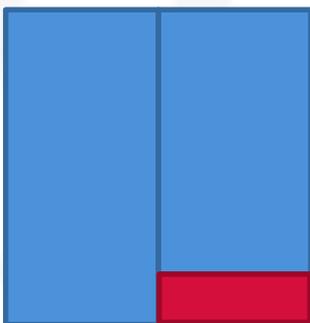
Debiti verso fornitori = (B.6. Acquisti materie prime + B.7. Costi per servizi) * giorni di pagamento] / 365

Attenzione alla quadratura attivo e passivo!



Passivo > Attivo

- Riduco il passivo
- Aumento una o più voci dell'attivo

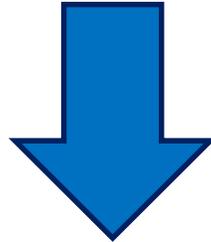


Attivo > Passivo

- Riduco l'attivo
- Aumento una o più voci non onerose del passivo
- Aumento i debiti bancari a medio/lungo termine (attenzione all'aumento degli oneri finanziari)
- Aumento i debiti bancari a breve (attenzione all'aumento degli oneri finanziari)

Dalle proiezioni di SP a quelle di Rendiconto finanziario

Previsionale di Stato patrimoniale:
di che cosa si ha bisogno per farlo
→ le fonti e gli impieghi



Rendiconto Finanziario: genera o
brucia cassa?

Il rendiconto finanziario (1/4)

Per dinamica finanziaria s'intende la capacità dell'impresa di generare flussi finanziari (disponibilità liquide) necessari allo svolgimento dell'attività imprenditoriale.

In un mondo economico ideale in cui non vi siano dilazioni negli incassi dai clienti e nei pagamenti ai fornitori, vi sarebbe una perfetta coincidenza tra il Margine Operativo Lordo e i flussi generati dalla generazione caratteristica.

Il rendiconto finanziario (2/4)

A) MARGINE OPERATIVO NETTO

Ammortamenti

Ammortamenti immateriali

Ammortamenti materiali

B) MARGINE (RISULTATO) OPERATIVO LORDO

Variazione Capitale Circolante Commerciale Netto

Variazione Crediti verso Clienti (al netto della svalutazione dei crediti e delle disponibilità)

Variazione Acconti

Variazione Rimanenze

Variazione Debiti verso fornitori

Variazione Ratei e Risconti

Variazione Crediti Commerciali Verso Controllate, Collegate, Controllanti

Variazione Debiti Commerciali Verso Controllate, Collegate, Controllanti

Variazione Fondo per Rischi ed Oneri (al netto degli Accantonamenti)

Variazione fondo T.F.R.

Variazione Debiti Tributari

Variazione Debiti Previdenziali

Imposte sul Reddito

C) FLUSSO DI CASSA CARATTERISTICO

Il rendiconto finanziario (3/4)

C) FLUSSO DI CASSA CARATTERISTICO

Attività di investimento netta

Investimenti Immobilizzazioni immateriali (al netto degli ammortamenti)

Investimenti Immobilizzazioni materiali (al netto degli ammortamenti e delle riserve di rivalutazione)

Investimenti Immobilizzazioni finanziarie (al netto di svalutazioni e rivalutazioni)

Attività non ricorrenti

Altri ricavi e proventi ordinari (al netto dei contributi in conto di esercizio)

Oneri diversi di gestione

Gestione Straordinaria

Variazione Crediti tributari

Variazione Crediti per Imposte Anticipate

Variazione Crediti verso altri

Variazione Attività Finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni

Variazione Altri Debiti

D) FLUSSO DI CASSA OPERATIVO

Oneri Finanziari Netti

Proventi finanziari

Oneri Finanziari

Attività di Finanziamento Netta

Variazioni Obbligazioni e obbligazioni convertibili

Variazioni titoli di credito

Variazione Debiti verso Altri finanziatori

Variazione Debiti verso banche

E) FLUSSO DI CASSA DISPONIBILE

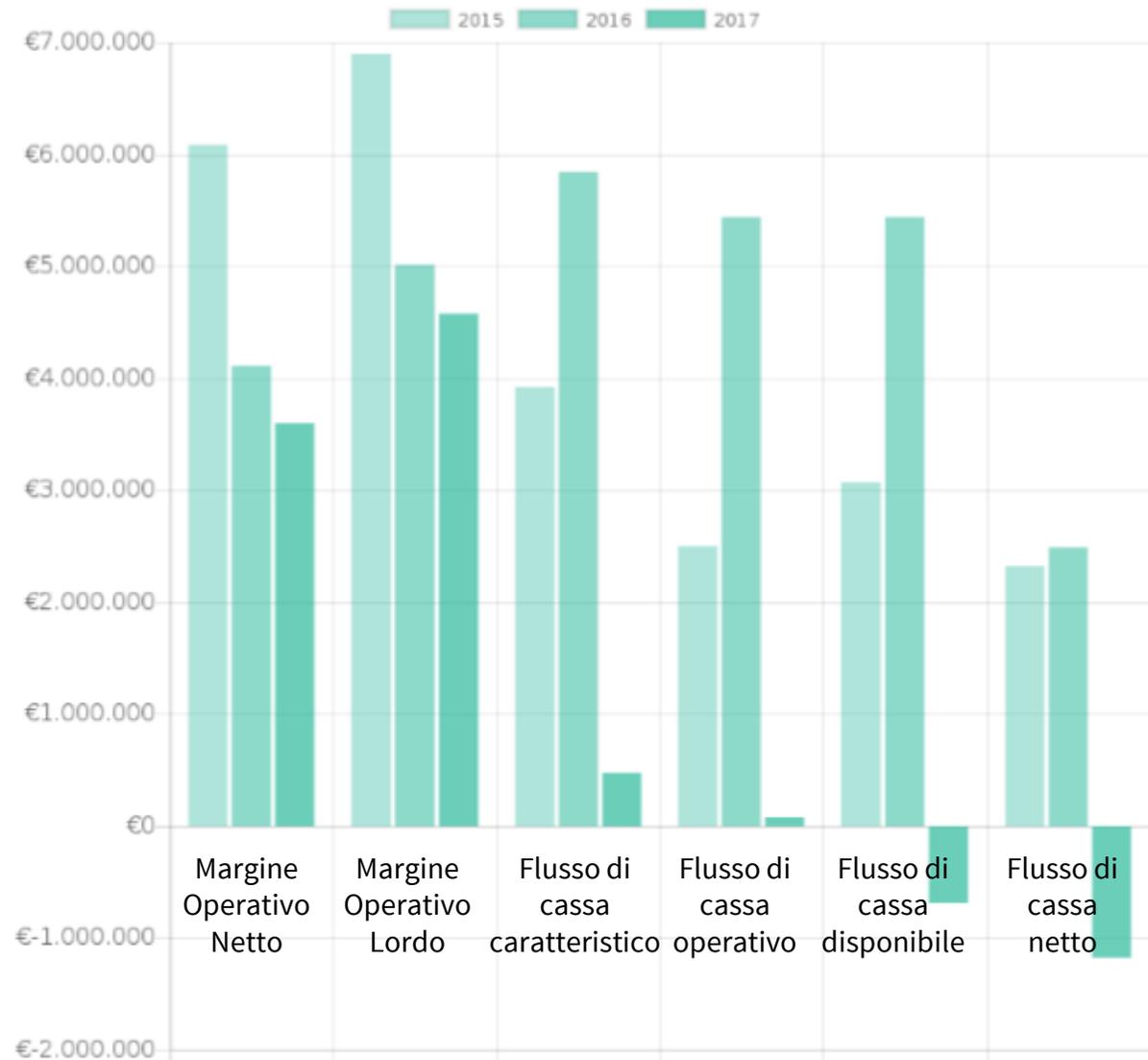
Variazione Patrimonio Netto

Variazione debiti verso Soci

F) FLUSSO DI CASSA NETTO

Il rendiconto finanziario (4/4)

Evoluzione dei principali flussi di cassa



(S)Top Secret



Tips & Tricks

Tante idee, forse troppe.

Una presentazione efficace?

- Usare pochi concetti che facciano capire l'idea, l'innovazione e il problema risolto;
- Utilizzare immagini;
- Ideare un claim;
- Presentare il progetto a persone esterne



Tips & Tricks

- Raccontate una storia che descriva gli elementi del Canvas;
- Rileggete più volte il progetto e immedesimatevi nella persona che dovrà valutarlo;
- Scrivere il progetto avendo presente i criteri di valutazione;
- Non dare nulla per scontato;
- Non sottovalutare le osservazioni di chi legge il progetto per la prima volta: potrebbe essere il vostro potenziale cliente



Domande



Buona fortuna!!!!



Grazie dell'attenzione!

Silvia Mangiameli - tel. 02.58370.660 - silvia.mangiameli@assolombarda.it

Stefania Rossi - tel. 02.58370.661 – stefania.rossi@assolombarda.it



ASSOLOMBARDA

www.assolombarda.it

www.genioeimpresa.it

Seguici su

