



Asse III Competitività Azione 3A.3.5.1

PACCHETTO AGEVOLATIVO **CRE OPPORTUNITÀ**

Avviso Pubblico **START AND GO**

# Allegato D1

## Progetto di Impresa

### Imprese costituite

Regione Basilicata Dipartimento Politiche di Sviluppo,  
Lavoro, Formazione e Ricerca  
Ufficio Politiche di Sviluppo  
Via Vincenzo Verrastro, 8- 85100 Potenza  
web: [www.basilicatanet.it](http://www.basilicatanet.it) | twitter: @BasilicataEU

## Sommario

Sommario.....	2
1. Anagrafica.....	4
1.1. Dati Anagrafici dell'impresa.....	4
1.2. Dati Anagrafici del Legale Rappresentante/Titolare .....	5
1.3. Composizione della compagine sociale .....	5
1.4. Descrizione della compagine sociale .....	6
1.5. Descrizione dell'attività dell'impresa .....	6
1.6. Dati dimensionali dell'impresa .....	8
1.7. Dati occupazionali dell'impresa .....	8
1.8. Percorso di incubazione/accelerazione per lo sviluppo del progetto di impresa .....	8
2. Prodotti e servizi .....	9
2.1. Nome del prodotto o servizio.....	9
2.2. Descrizione del prodotto o servizio .....	9
2.3. Descrizione del processo di produzione/erogazione del prodotto /servizio.....	11
2.4. Fornitori .....	15
3. Mercato .....	16
3.1. Settore di riferimento .....	16
3.2. Mercato di riferimento .....	23
3.3. Clienti.....	30
3.4. Prodotti/servizi concorrenti.....	32
3.5. Eventuali partnership produttive, tecnologiche o commerciali .....	33
3.6. Il prezzo di vendita dei prodotti/servizi .....	34
3.7. Canali di vendita dei prodotti/servizi.....	35
3.8. Le Strategie promozionali.....	35
4. Programma di investimento.....	36
4.1. Descrizione del programma di investimento .....	36
4.2. Descrizione della situazione aziendale ante e post intervento .....	37
4.3. Contenuti innovativi del programma di investimento .....	37
4.4. Prospettive di mercato a seguito del programma di investimento .....	40
4.5. Incremento di competitività a seguito del programma di investimento.....	40
4.6. Evoluzione delle vendite del prodotto/servizio dopo la realizzazione del programma di investimento.....	41
4.7. Impatto occupazionale qualificato a seguito del programma di investimento.....	42
4.8. Sostenibilità ambientale .....	43
4.9. Dati sulla sede operativa oggetto del programma di investimento .....	43
4.10. Stato autorizzativo per l'avvio del programma di investimento (ove pertinente).....	44

4.11.	Piano di copertura finanziaria del programma di investimento .....	45
4.12.	Programma di lavoro e tempistica.....	45
5.	Previsioni Economico-Finanziarie.....	46
6.	Determinazione dell'entità di aiuto .....	49
6.1.	Informazioni su eventuali richieste inoltrate a fondi di garanzia a valere sul programma di investimento oggetto di agevolazione di cui al presente avviso.....	49
6.2.	Calcolo provvisorio del massimale dell'agevolazione. ....	49

# 1. Anagrafica

## 1.1. Dati Anagrafici dell'impresa

Ragione sociale	<b>M 3.5 S.R.L.</b>				
Forma giuridica	<b>SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA</b>				
Codice ATECO di appartenenza	<b>62.01.00</b>				
Data di costituzione	<b>09/11/17</b>	Data iscrizione CCIAA	<b>09/11/17</b>	Data Inizio Attività	<b>09/11/17</b>
Partita IVA	<b>01999520768</b>				
<u>Localizzazione Sede legale</u>					
Indirizzo	<b>VIA SOLDATO BELFI GIUSEPPE, 11</b>				
Comune	<b>SENISE (PZ)</b>				
CAP	<b>85038</b>	Prov.	<b>PZ</b>		
<u>Localizzazione Sede Operativa (ripetere anche se coincide con la sede legale)</u>					
Indirizzo	<b>Contrada Metuoio</b>				
Comune	<b>SENISE (PZ)</b>				
CAP	<b>85038</b>	Prov.	<b>PZ</b>		
<u>Recapito Postale</u>					
Indirizzo	<b>VIA SOLDATO BELFI GIUSEPPE 11</b>				
Comune	<b>SENISE (PZ)</b>				
CAP	<b>85038</b>	Prov.	<b>PZ</b>		
Indirizzo Posta PEC (obbligatorio)	<b>m3.5@pec.it</b>		telefono	<b>348 7564418</b>	

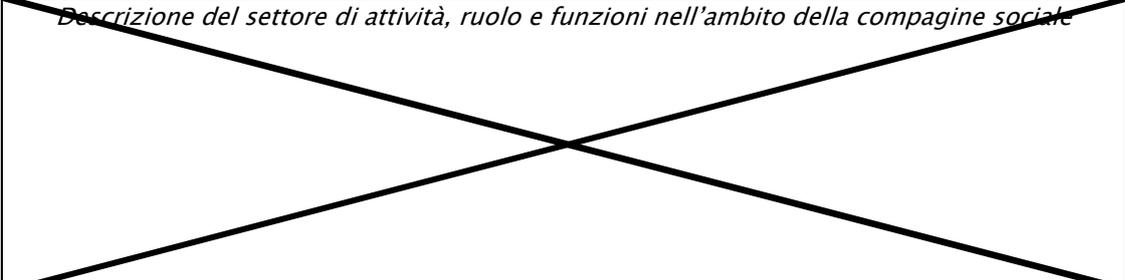
## 1.2. Dati Anagrafici del Legale Rappresentante/Titolare

Nome	ANTONIO MASSIMO				
Cognome	CASTRONUOVO				
Codice fiscale	CST NNM 82A16 C619D	Data di nascita	16/01/1982		
Luogo nascita	CHIAROMONTE			Prov.	PZ
Doc. riconoscimento					
Rilasciato da	MCTC-PZ	N.	PZ5110876J	il	08/11/2005

## 1.3. Composizione della compagine sociale

Cognome e Nome/Ragione sociale	Codice fiscale/ P. IVA	Ruolo nell'organizzazione dell'impresa	Quota di partecipazione	Quota capitale sociale	Sesso F/M
CASTRONUOVO ANTONIO MASSIMO	CSTNNM82A16C619D	Amministratore Unico/ Rappresentante dell'impresa/Socio	70%	700,00	M
CASTRONUOVO SONIA ELEONORA	CSTSLN74R42D513E	Socio	30%	300,00	F

#### 1.4. Descrizione della compagine sociale

Descrizione della compagine sociale	
Scheda informativa persone fisiche	<p><i>Descrizione della compagine sociale, delle esperienze professionali, titoli di studio, ruoli e funzioni</i></p> <p><i>Eventuali percorsi formativi coerenti con il progetto di impresa candidato</i></p> <p><b>CASTRONUOVO ANTONIO MASSIMO:</b> Piccolo imprenditore con esperienza decennale in campo elettrotecnico, elettronico, energie rinnovabili, illuminazioni ecosostenibili ed informatico, con particolare attenzione all'utilizzo della tecnologia informatica per il miglioramento delle abitudini di lavoro, di relax e di vita quotidiana. Il percorso formativo inerente l'attività, conseguito oltre al diploma di scuola media superiore, è la formazione primaria come web master.</p> <p><b>CASTRONUOVO SONIA ELEONORA:</b> Laureata In Economia e Commercio, ed iscritta presso Ordine dei dottori Commercialisti di Potenza. Specializzata in applicativi Microsoft, ed in possesso della certificazione ECDL IT - SECURITY livello specializzato. Docente di Economia Aziendale presso Miur dal 2006 nella provincia di Bergamo e Milano.</p>
Scheda informativa persone giuridiche	<p><i>Descrizione del settore di attività, ruolo e funzioni nell'ambito della compagine sociale</i></p> 

#### 1.5. Descrizione dell'attività dell'impresa

*Descrizione dell'attività di impresa, indicare se già attiva, ecc.*

La M 3.5 S.R.L., nonché soggetto proponente, nasce nel 09 novembre 2017 con lo scopo di attuare un progetto, esplicitato in un software vetrina depositato presso la Società Italiana degli Autori ed Editori (SIAE) di Roma il 30/06/2017, dal Titolo "Piramide 3.5".

Tale progetto è sintetizzabile nella creazione di un "App" con lo scopo di semplificare le ricerche al

cittadino, avvicinandolo virtualmente alle varie aziende dislocate nel territorio nazionale.

Con la App realizzata si offrirà la possibilità di trovare un prodotto “di interesse per il cittadino” e non semplicemente “offerto dall’azienda”. E lo troverà, o avrà la possibilità di trovarlo, esattamente “nel Comune di interesse” e non semplicemente in una città, più o meno vicina, e che quindi renda necessaria la “spedizione a casa nei giorni seguenti”.

Se si usa l’immaginazione, sarà possibile invitare il cittadino e l’azienda a ragionare su un acquisto intelligente, nella maggior parte delle ipotesi, con minore impatto sulle spedizioni, sulle pubblicità invasive e dannose all’ambiente (basta pensare ai volantini pubblicitari, ecc), invitando l’intero sistema a ridurre lo spreco e fare il tutto in modo più intelligente. Per restare a passo coi tempi diremo, *“in un modo più Smart!”*.

Trattasi di start up innovativa, iscritta nella specifica sezione speciale tenuta presso il Registro delle Imprese, da poco attiva, che ha per oggetto dunque lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico, e più specificamente, in via prevalente, lo sviluppo di sistemi di digitalizzazione semplificata per aziende di qualsiasi settore o categoria di appartenenza. La società si pone l’obiettivo di offrire canali digitali di promozione di prodotti e/o servizi in modo automatico e semplificato attraverso sistemi appositamente ideati e creati, sviluppo di sistemi di digitalizzazione semplificata per enti, istituzioni di qualsiasi genere e ambito.

L’idea imprenditoriale della Start Up M 3.5 S.R.L. nasce dall’osservazione di alcuni dettagli di vita quotidiana e in particolare nell’osservare gli aspetti qui elencati:

- inadeguatezza e l’invasione di volantini cartacei nei vicoli e per le strade di paesi e città;
- funzionamento, di alcune aziende, con sistemi ormai tramontati rispetto alle tecnologie disponibili;
- difficoltà per i consumatori di reperire un prodotto o un servizio nelle vicinanze della propria abitazione (utilizzo del passaparola, malgrado le tecnologie oggi siano molto evolute).

## 1.6. Dati dimensionali dell'impresa

micro impresa	piccola impresa
<b>X</b>	<input type="checkbox"/>

## 1.7. Dati occupazionali dell'impresa

Indicare il numero di risorse umane occupate in azienda alla data di inoltro della candidatura

Qualifiche	N.	Tipologia contrattuale
TOTALE	<b>0</b>	

Es. Tipologia contrattuale: a tempo indeterminato, determinato, contratto di apprendistato, incarico professionale a partita IVA

## 1.8. Percorso di incubazione/accelerazione per lo sviluppo del progetto di impresa

(in ogni caso deve essere prodotta documentazione comprovante quanto descritto nel presente box)

Se il progetto di impresa si è concretizzato a seguito di un percorso di incubazione/accelerazione con esito positivo per lo sviluppo dell'idea imprenditoriale descrivere l'attività formativa, la durata, nell'ambito di quale progetto, soggetto pubblico o privato coinvolto, ecc.

Il progetto d'impresa è stato ammesso dalla società Innova Srl, nonché Incubatore certificato, in data 26/10/2017, in quanto finalizzato alla creazione di una piattaforma e di un app innovativa per la gestione dei database. La fase di incubazione della durata di 5 settimane, prevede anche un fase di accelerazione successiva incentrata su ulteriore assistenza, formazione, marketing e mentoring.

## 2. Prodotti e servizi

*Per prodotto si intende il bene / servizio che l'azienda produce o vende/intende produrre o vendere.*  
**Riprodurre i sottoelencati box per ogni prodotto/servizio oggetto dell'attività di impresa**

### 2.1. Nome del prodotto o servizio

La M 3.5 offrirà soluzioni innovative per aziende, pubbliche e private, di ogni settore (software/hardware/automazioni/ecc). Il portafoglio prodotti/servizi della impresa proponente è sintetizzabile, ad ogni modo, ed in via esemplificativa, nei seguenti principali servizi che verranno erogati a completamento dell'investimento:

- **Realizzazione di siti aziendali e/o soluzioni digitali e applicativi (sia App che Standalone);**
- **Dematerializzazione;**
- **Digitalizzazione magazzino.**

### 2.2. Descrizione del prodotto o servizio

- **Realizzazione di siti aziendali e/o soluzioni digitali e applicativi personalizzate nella gestione dell'azienda stessa**

La M 3.5 realizzerà siti internet per aziende e professionisti con una progettazione semplice ed affidabile, utilizzando CMS open source oppure costruendo piattaforme col team della start up, in modo da offrire al cliente una interfaccia di facile utilizzo ed altamente implementabile. Grazie a questa piattaforma, infatti, con una adeguata progettazione dell'architettura dei contenuti e con un progetto grafico su misura, si possono realizzare siti web per ogni esigenza: siti portfolio, siti aziendali, siti e-commerce, siti di e-learning, siti multilingua, etc.

- **Dematerializzazione**

La dematerializzazione, nell'ambito dell'informatica applicata alle attività d'ufficio/impresa, è la

realizzazione di qualsiasi documento esclusivamente, o prioritariamente, in un adeguato formato digitale, fruibile con mezzi informatici, finalizzata alla distruzione della materialità cartacea.

I servizi di dematerializzazione saranno organizzati per gestire la materialità in modo strutturato ed organizzato, grazie ad un investimento costante sia nella formazione delle risorse sia nello sviluppo dei sistemi a supporto.

Le procedure operative saranno sempre condivise con i clienti per misurare regolarmente i parametri qualitativi e quantitativi di servizio.

I principali servizi offerti nell'ambito della presente categoria di prodotto sono:

- Gestione Elettronica Documentale,
- Archiviazione Elettronica,
- Digitalizzazione Supporti Cartacei, Documenti Ed Archivi Fotografici,
- Esternalizzazione dei Processi Amministrativi (Business Process Outsourcing),
- Gestione degli archivi elettronici consultabili da remoto,
- Archivi Storici E Beni Culturali,
- Offerta di servizi e soluzioni personalizzate per la comunicazione ed accesso al Web.
  
- **Digitalizzazione magazzino**

Digitalizzare il processo logistico all'interno dei magazzini fa risparmiare tempo e denaro. Eppure in Italia solo un'azienda su 4 ha digitalizzato il processo logistico internamente. I sistemi di digitalizzazione fungono da archivio dei trasporti permettendo di conoscere in tempo reale lo stato e le modalità di evasione degli ordini. Dagli avvisi di consegna al cliente finale, all'inserimento della modulistica per una gestione semplificata dei resi o recessi, fino ai messaggi obbligatori per la consegna, la digitalizzazione come un archivio virtuale dei trasporti, consente di avere una panoramica completa di tutte le fasi della logistica, garantendo trasparenza precisione e miglior collaborazione tra gli attori coinvolti, fino al tracking dell'ordine.

L'archiviazione digitale della documentazione fiscale comporta un risparmio di spazio, tempo e denaro. Assicura una maggior efficacia nella gestione delle informazioni e mette in relazioni i documenti fra tutte le aree aziendali. I documenti messi a disposizione sono così sempre disponibili per un invio telematico o

per il download per la stampa, offrendo la possibilità di creare work-flow documentali per monitorare tutta la vita di ogni tipo di documento. Il sistema, completamente automatizzato, riduce il margine degli errori e crea tempo da dedicare alle attività non automatiche.

Si ha in questo modo un aggiornamento costante del magazzino. L'integrazione con i software gestionali permette di conoscere lo stato delle merci in magazzino in ogni momento. In questo modo anche la gestione degli inventari si semplifica, eliminando così il rischio di eventuali errori.

Si rivolge a:

- tutte le realtà private e pubbliche che necessitano di ottimizzare e velocizzare il trattamento dei documenti legati alla propria attività e ridurre i costi di inserimento a processo e successiva gestione;
- aziende pubbliche e private, banche, associazioni e studi che necessitano di ridurre gli accessi ai documenti originali o recuperare spazi destinati al magazzino documentale, con evidenti vantaggi sull'amministrazione e la gestione dell'attività.

### 2.3. Descrizione del processo di produzione/erogazione del prodotto /servizio

*Descrivere il processo e la tecnologia adottata/da adottare per la produzione/erogazione dei prodotti/servizi.*

L'iniziativa imprenditoriale posta in essere riguarda un'attività di prodotti/servizi alle imprese dal contenuto digitale, dove non è identificabile un processo produttivo tipico di un'attività industriale.

Tuttavia, è possibile distinguere per ciascun prodotto/servizio offerto, alcune principali fasi che ne caratterizzano il processo di erogazione:

- **Realizzazione di siti aziendali**

Realizzare un sito Web vuol dire soddisfare l'esigenza del Cliente coniugando bellezza grafica, efficienza ed efficacia, non perdendo mai di vista l'obiettivo principale di un sito: acquisire nuovi Clienti attraverso il Web e/o rispondere a specifiche esigenze gestionali aziendali. Intendiamo il processo di costruzione di un sito

Internet come un insieme di fasi sequenziali e cicliche:

#### ANALISI

- Analisi dello scenario di mercato;
- Analisi di settore e studio della presenza sul web;
- Analisi delle aziende leader (best practices);
- Analisi del posizionamento competitivo;
- Definizione degli obiettivi strategici ed operativi del sito;

#### WEB DESIGN

- Progettazione ed implementazione dell'architettura informativa;
- Progettazione ed implementazione del modello di navigazione;
- Definizione del Labeling (etichettatura);
- Definizione e realizzazione delle "gabbie logiche";

#### VISUAL DESIGN

- Ideazione e progettazione della Digital Identity;
- Ideazione e progettazione dei layout grafici;
- Definizione e progettazione della guida di stile;
- Costruzione della Template del sito;

#### PROGETTAZIONE APPLICAZIONI

- Definizione dei modelli di comunicazione uomo/macchina;
- Definizione e progettazione dei sistemi di interazione;
- Progettazione ed implementazione di sistemi di comunicazione interattiva;

#### CONTENT DESIGN

- Definizione e redazione del piano editoriale;
- Definizione del tono e dello stile di comunicazione;
- Ideazione e realizzazione dei contenuti del sito;
- Gestione dei contenuti testuali e multimediali;
- Aggiornamento continuo.

#### - Dematerializzazione

Il decreto legislativo 7 marzo 2005 n.82 (Codice dell'Amministrazione Digitale-CAD) detta le regole di come eseguire la conservazione digitale dei documenti informatici, e l'art.43 primo comma riporta testualmente che "Gli obblighi di conservazione e di esibizione di documenti si intendono soddisfatti a tutti gli effetti di legge a mezzo di documenti informatici, se le relative procedure sono effettuate in modo tale da garantire la conformità ai documenti originali e sono conformi alle Linee guida."

Le linee guida a cui fare riferimento, intese come regole tecniche di cui all'art.71 del CAD, sono almeno le seguenti:

- Decreto del presidente del consiglio dei Ministri del 22 febbraio 2013- Regole tecniche in materia di generazione, apposizione e verifica delle firme elettroniche avanzate, qualificate e digitali, ai sensi degli articoli 20, comma 3, 24, comma 4, 28, comma 3, 32, comma 3, lettera b), 35, comma 2, 36, comma 2, e 71;
- Decreto del presidente del consiglio dei Ministri del 3 dicembre 2013-Regole tecniche in materia di sistema di conservazione ai sensi degli articoli 20, commi 3 e 5-bis, 23-ter, comma 4, 43, commi 1 e 3, 44, 44-bis e 71, comma 1, del Codice dell'amministrazione digitale di cui al decreto legislativo n. 82 del 2005;
- Decreto del presidente del consiglio dei Ministri del 13 novembre 2014- Regole tecniche in materia di formazione, trasmissione, copia, duplicazione, riproduzione e validazione temporale dei documenti informatici nonché di formazione e conservazione dei documenti informatici delle pubbliche amministrazioni ai sensi degli articoli 20, 22, 23-bis, 23-ter, 40, comma 1, 41, e 71, comma 1, del Codice dell'amministrazione digitale di cui al decreto legislativo n. 82 del 2005.

La **dematerializzazione** richiede un **processo** in grado di **convertire** i documenti cartacei in documenti digitali, e spesso tale attività viene eseguita con strumenti professionali quali scanner, oppure con semplici smartphone in grado di catturare l'immagine del documento con una fotografia ed inviarla ad un sistema centralizzato per la gestione e conservazione. Sovente poi il processo di creazione della immagine può generare rilevanti criticità, come per esempio quando vi sono firme autografe (dato appunto che l'immagine digitale non è in grado di catturare la pressione della firma apposta sul documento dal firmatario), oppure quando il documento cartaceo presenta caratteristiche fisiche che hanno un intrinseco valore giuridico (spessore della carta, presenza di filigrana, etc), oppure quando vi sono timbri o punzoni a

pressione, dato che anche in questo caso l'immagine digitale non è in grado di intercettare i suddetti aspetti;

La **dematerializzazione** richiede, infine, un processo di **distruzione** degli originali cartacei, che in alcuni contesti deve essere svolta secondo precisi standard, come lo standard DIN 32757, che prevede 7 diversi livelli di triturazione, e dove il livello più sicuro richiede che la dimensione del coriandolo prodotto abbia una superficie inferiore a 5 millimetri quadri.

Al fine di governare e presidiare i processi di dematerializzazione e di back office correlati, sia manuali che automatici, sarà realizzata una piattaforma evoluta di monitoring e tracking, sviluppata e mantenuta presso le strutture della proponente.

L'utilizzo della piattaforma permetterà di:

- garantire la completa tracciabilità di ogni fase di lavorazione delle pratiche, dalla spedizione del cartaceo al rilascio delle immagini sul sistema documentale;
- razionalizzare e controllare in modo dettagliato tutti i flussi documentali, minimizzando la movimentazione del cartaceo;
- ridurre il «lead time» di lavorazione della singola pratica mediante meccanismi di alerting configurabili per tipologia documentale;
- gestire le anomalie e il processo di completamento delle pratiche incomplete;
- monitorare l'operatività in modo rapido e puntuale mediante l'utilizzo di reportistica direzionale avanzata;
- sviluppare integrazioni con applicazioni esistenti (ERP, DMS, applicazioni legacy, etc.);
- gestire documenti di ogni tipo e provenienti da canali diversi;
- veicolare le informazioni su diversi canali di comunicazione.

- **Digitalizzazione magazzino**

La gestione di un magazzino non prevede soltanto la movimentazione di colli, materiali, articoli o merci di vario tipo. Perché tutti questi item sono sempre accompagnati dalla necessaria documentazione, come ordini di acquisto, fatture, piani di riordino, creazione di cataloghi e quant'altro. Questo è un aspetto che non va sottovalutato e, anzi, è importante tanto quanto la movimentazione fisica dei colli. Proprio per

questo, occorre implementare il giusto workflow, anche facendo ricorso a sistemi informatizzati, per gestire i documenti in entrata e in uscita. In questa fase, interviene il servizio che intende offrire la proponente.

Le fasi principali sono riconducibili alla gestione del rapporto con il cliente per recepire le specifiche esigenze gestionali aziendali, alla quale va aggiunta la fase di sviluppo di soluzioni informatiche personalizzate in caso di soluzioni non disponibili. È infine prevista l'implementazione della soluzione informatica individuata presso la sede del cliente.

Per tutti i prodotti/servizi offerti è, infine, prevista una fase di assistenza periodica con cadenza diversa a seconda del livello del prodotto scelto (standard, professional, expert).

## 2.4. Fornitori

*Indicare i fornitori rispetto ai componenti del prodotto/servizio: esporre le relative caratteristiche ed eventuali criticità<sup>1</sup>.*

Trattasi di attività di servizi di natura prevalentemente immateriale che non prevede particolari approvvigionamenti e le conseguenti possibili difficoltà. Gli approvvigionamenti sono rappresentati essenzialmente dall'acquisto degli spazi web e di software, e dalle connessioni di rete, funzionali all'erogazione dei servizi. Per la restante parte vanno citati, invece, i materiali di consumo (materiali di cancelleria, toner per stampanti, etc) per i quali saranno stipulate idonee convenzioni con operatori locali, anche al fine di stimolare il tessuto economico del territorio.

---

1 Esempio: concorrenza tra i fornitori, dipendenza da essi, etc.

## 3. Mercato

Da ripetersi per ognuno dei principali prodotti offerti dall'impresa.

### 3.1. Settore di riferimento

*Descrivere il settore di riferimento: dimensione<sup>2</sup>, fase di sviluppo, barriere all'entrata e allo sviluppo del settore, fattori esterni che influenzano il settore<sup>3</sup>.*

Il settore di riferimento dell'iniziativa candidata è l'*Information Technology*. È un settore strategico che contribuisce in modo rilevante al Pil con il 3,7% del valore aggiunto. È caratterizzato da una elevata produttività e dal fatto di occupare in prevalenza giovani in buona parte laureati. Il settore IT è uscito dalla crisi 2008-2014 grazie a un processo di trasformazione evolutiva che ha generato grandi potenzialità innovative ed elevate competenze, cruciali per sostenere la digitalizzazione del Paese. Importanti indicazioni, ai fini dell'iniziativa candidata, li fornisce lo Studio "Il settore IT in Italia, Cambiamenti strutturali, opportunità e sfide" (2017), condotto da Anitec-Assinform in collaborazione con Istat e NetConsulting cube. La ricerca parte dall'analisi dell'impatto delle crisi recessive sul settore IT per poi analizzarne la capacità di reagire, rinnovarsi e candidarsi come motore di crescita.

Il settore IT italiano conta oggi più di 87.000 aziende e 430.000 addetti (pari al 2% delle imprese e al 2,7% degli occupati in Italia), **per un valore aggiunto prodotto pari al 3,7% del PIL**. Si segnala inoltre il primato del comparto dei servizi IT (74% delle imprese e 54% degli addetti del settore) su quelli del software (22% delle imprese e 32% degli addetti) e dell'hardware (4% e 13%).

**La dimensione delle aziende IT rimane limitata (in media 4,9 addetti)**, con il risvolto che le grandi (oltre 250 addetti) realizzano non più del 41% del valore aggiunto, mentre la produttività del lavoro per addetto è superiore del 40% al resto dell'economia. **6 aziende IT su 10 non hanno più di 10 anni**, con punte nel comparto dei Servizi e quasi il 60% di valore aggiunto viene da imprese che hanno meno di 16 anni.

Passando invece alle previsioni per il futuro, **per il 2017 il 78% delle realtà IT prevede una crescita: il 28%**

2 Volume degli affari in migliaia di Euro.

3 Normative, disponibilità materie prime, etc.

con andamenti stabili o in lieve aumento, il 24% con crescite fra il 2,5 e il 5% e il 26% con incrementi superiori al 5%, **pur permanendo la vulnerabilità delle aziende più piccole.**

L'evoluzione dell'offerta inoltre è sempre più improntata a un mix consulenza–software, per accompagnare la clientela nella Digital Transformation e con un focus spinto sul cloud e sulle componenti degli ambiti IoT, Industry 4.0, Mobile/App, Big Data/Analytics e sugli applicativi verticali a supporto del core business.

**Produzione di software, consulenza nel settore delle tecnologie dell'informatica e elaborazione dati sono le attività che maggiormente concorrono alla produzione del valore aggiunto.**

I freni alla competitività delle imprese IT **sono individuati soprattutto nella qualità delle connessioni (25,3%)**, nella bassa innovatività della domanda (23,7%), nella difficoltà di accedere a incentivazioni (12,8%) e **nella carenza di competenze e di supporto dei sistemi locali.**

L'indicazione dei fattori di crescita delle imprese IT vedono invece spiccare **le iniziative di trasformazione delle stesse aziende IT (53,1%)**, le incentivazioni regionali all'innovazione (27%), il Piano Nazionale Banda Ultralarga (58,2%), le iniziative Industria 4.0 (38%) e più in generale la propensione alla digitalizzazione della clientela.

Il quadro complessivo dà conto di un settore dove l'incidenza delle strategie di Digital Transformation cresce con la dimensione delle aziende, **dove le imprese impegnate nella trasformazione digitale credono in un processo che coinvolge i clienti** e non guardano solo ai trend dell'economia, dove cloud e Digital Enabler sono al centro di tutti gli ambiti di innovazione di prodotto, di servizio e anche di marketing.

E ancora dove **le imprese più impegnate nella Digital Transformation hanno maggiori prospettive di sviluppo.** E' significativo infatti che abbiano in atto iniziative al riguardo almeno 5 aziende IT su 10 in crescita e 2 su 10 tra le stabili, a fronte di 1 su 100 tra quelle che prevedono calo del business.

Tutto questo, tenendo conto del peso e del ruolo del settore IT, e della sua ancora eccessiva frammentazione, porta non solo a invocare ulteriore impulso alle iniziative di digitalizzazione già varate dall'Agenda Digitale al Piano Banda Ultralarga a Industria 4.0, ma anche intraprendere ulteriori iniziative.

Tra queste ridurre l'eterogeneità di specializzazione settoriale e i disequilibri territoriali, **stimolare la diffusione dei processi di trasformazione digitale nello stesso IT**, rafforzare le circolarità virtuose tra

domanda e offerta evoluta di IT, aumentare qualità e diffusione di competenze e cultura digitali e, infine, **incoraggiare la crescita dell'offerta cloud**, che per sua natura può favorire la diffusione di applicazioni nelle PMI.

La dinamicità che caratterizza le tecnologie, il loro rapido cambiamento e continuo sviluppo si riflette anche nelle caratteristiche demografiche delle imprese del settore IT, che risultano essere mediamente più giovani delle imprese del resto dell'economia: circa 6 imprese su 10 del settore IT non hanno più di 10 anni contro il 50% del totale economia. È maggiore anche la quota di imprese IT che hanno fino a 20 anni e di conseguenza è inferiore quella delle imprese più mature (14 contro 25%). Le imprese della classe intermedia 11-20 anni rispetto al totale economia raccolgono una porzione maggiore di occupazione (il 32% contro il 26%) che aumenta nella classe di età successiva (oltre i 20 anni di attività) ma non tanto quanto accade nel resto dell'economia (35 contro 40%). La distribuzione per classi di addetti e valore aggiunto mostra una struttura dell'età delle imprese simile per il settore IT e il complesso dell'economia per le imprese fino a 10 anni di età, mentre quelle della fascia di età da 11 a 20 anni appaiono più produttive raggiungendo la quota del 37% contro il 28% delle altre coetanee del sistema economico. Quelle presenti da più anni, viceversa, spiegano una quota minore di valore aggiunto e di addetti e risultano anche relativamente meno produttive delle altre.

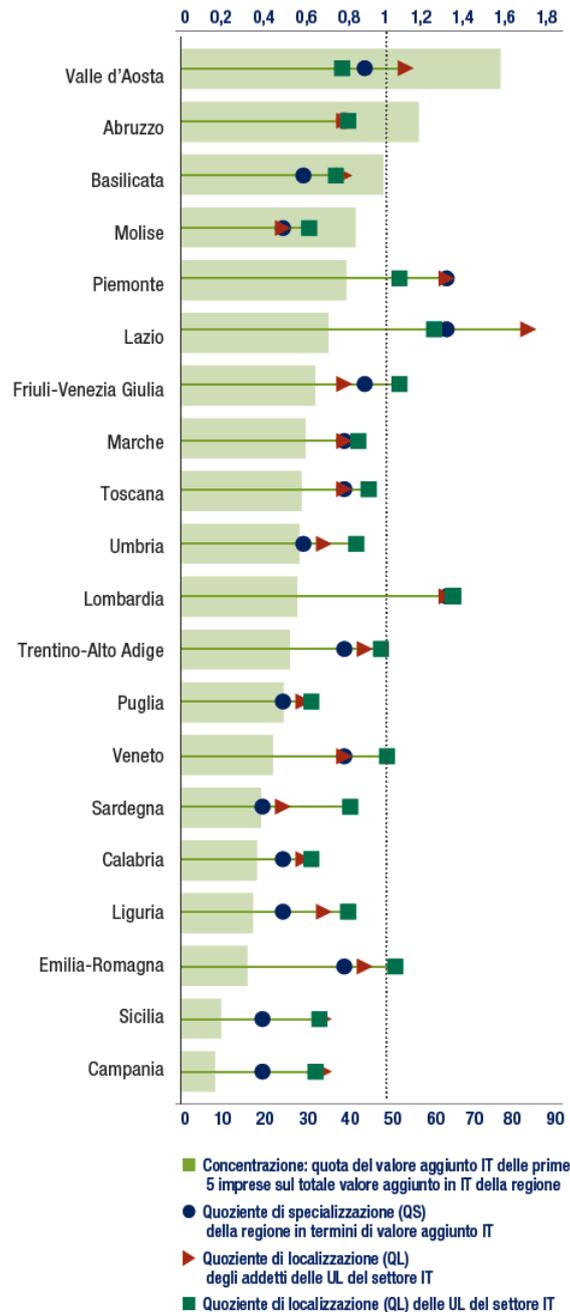
In particolare, le imprese che sopravvivono da oltre 30 anni (poco meno di 3mila aziende) occupano il 15% della forza lavoro dell'intero settore IT e producono il 16% del valore aggiunto (a fronte di quote rispettivamente pari al 23 e 29% delle imprese italiane). Dalla distribuzione dei settori dell'IT per classi d'età dell'impresa, emerge che le imprese dell'hardware sono concentrate nella classe d'età più alta: poco meno di un terzo delle unità (il 32%) ha oltre 20 anni di età. Tale percentuale è invece pari al 10% per le imprese del software e 14% di quelle dei servizi. Il settore degli altri servizi IT è il più giovane: il 62% delle imprese ha meno di 11 anni e il 42% ha meno di 6 anni. Anche le imprese attive nella produzione di software sono relativamente più giovani delle altre e, come nel caso degli altri servizi IT, solo un residuale 10% delle unità, ha oltre 20 anni di età.

La distribuzione territoriale delle imprese IT mostra che le regioni nelle quali si concentrano maggiormente le attività del settore IT, in termini sia di unità locali sia di addetti, sono la Lombardia dove si trova circa il

25% delle unità e il Lazio (circa il 12%) seguite da Veneto, Piemonte, Emilia Romagna e più indietro da Toscana e Campania. Data anche l'esigua presenza di unità locali appartenenti al settore, il contributo delle prime cinque imprese IT al valore aggiunto regionale del settore è molto rilevante in Valle d'Aosta, Abruzzo, Basilicata e Molise ma lo è anche in Piemonte e Lazio nelle quali queste poche imprese detengono circa il 36-40% dell'intero valore aggiunto settoriale. Relativamente ai quozienti di localizzazione e specializzazione, l'intensità settoriale risulta significativa soprattutto nelle tre regioni più performanti del settore IT (Lazio, Lombardia e Piemonte). In termini di localizzazione delle unità locali (UL) del settore IT, risultano quozienti superiori all'unità anche in Friuli-Venezia Giulia e Emilia-Romagna. Nel Lazio il peso regionale del settore IT in termini di addetti delle unità locali supera quello nazionale di una volta e mezza. Le regioni maggiormente despecializzate sono quelle del Mezzogiorno e in particolare nelle Isole e in Campania si registrano i quozienti più bassi (QS pari a 0,4 in termini di valore aggiunto); il Molise si aggiunge alla Sardegna per minore quoziente di localizzazione calcolato in termini di addetti (QL pari a 0,5).

### Concentrazione, specializzazione e localizzazione per regione. Anno 2014

Fonte: Istat - Elaborazioni su dati Frame Sbs



La crisi ha fortemente colpito la capacità produttiva delle imprese italiane e ha condizionato anche la

crescita delle imprese del settore IT. All'uscita dalla seconda recessione, nel 2014, il sistema produttivo italiano risultava fortemente ridimensionato rispetto a quattro anni prima e in tutti i settori manifatturieri, nonché in quasi tutto il terziario riportava forti perdite di valore aggiunto.

All'uscita dalla seconda recessione (periodo 2011-2014), il settore IT registrava circa 1.300 imprese in più rispetto al 2011 ma circa 7.000 addetti in meno; l'attività produttiva, inoltre, era al di sotto dei livelli osservati all'inizio del periodo. Nel solo 2015, in corrispondenza di una prima ripresa dei livelli di attività economica, le imprese IT sono aumentate di circa 2mila unità e gli addetti di circa 11mila. Diversi sono stati gli effetti della seconda recessione sui comparti dell'IT: nell'hardware un calo sia in termini di imprese che di addetti (meno 23% per oltre 17mila unità); nel software un aumento delle imprese (soprattutto micro e piccole) e un calo dell'occupazione (meno 5.000 unità); nei servizi IT un'espansione sia di imprese che di addetti (più di 15.000 unità) soprattutto nelle classi dimensionali più grandi, nella consulenza, nella gestione di strutture e apparecchiature e nei portali web. Il settore IT ha registrato tassi di natalità/mortalità delle imprese più elevati che nell'economia, in particolare nella produzione di software, e nella consulenza informatica e attività connesse. Hanno attraversato la crisi circa il 66% del totale delle imprese attive nel 2014, per più dell'80% degli addetti e del valore aggiunto, ma la percentuale di imprese si riduce nell'hardware mentre aumenta considerevolmente nel software. Poco più della metà delle unità sempre presenti tra il 2011 e il 2014 ha aumentato il valore aggiunto e meno di un quarto gli addetti mentre meno di un quinto ha aumentato entrambe le dimensioni. La performance in termini di occupazione e valore aggiunto delle imprese IT nel periodo considerato è il risultato di dinamiche fortemente eterogenee all'interno del settore. In termini di addetti, la crescita è stata più accentuata nelle medie e grandi imprese (rispettivamente 3,7 e 1,1 la variazione mediana per le imprese del software e 4,6 e 2,7% per i servizi IT) e tra le imprese più piccole solo per le unità del software (+1%). Un particolare dinamismo del valore aggiunto nel periodo si è osservato nelle medie e grandi aziende, nella consulenza informatica, nelle altre attività dei servizi informatici e nei portali web. Alla generale riduzione osservata nell'hardware (-1,4% la variazione mediana) fa eccezione la fabbricazione di computer e unità periferiche e di supporti magnetici e ottici. In termini di età, il valore aggiunto negli anni è cresciuto maggiormente nelle imprese attive da meno di 6 anni (+9% per la variazione mediana) e nelle imprese attive da più di 6 e meno di dieci anni (2,2%) mentre è

calato (-3,4%) per le unità con più di dieci anni di età. Strategie di tipo espansivo e un'elevata produttività totale dei fattori (TFP) hanno stimolato la crescita del settore IT nel periodo 2011-14. Le imprese con livello elevato di TFP nel 2011 hanno realizzato incrementi di valore aggiunto e occupazione superiori, rispettivamente, dell'8 e del 17% rispetto al resto delle unità considerate. Tra le unità ad elevata produttività vi sono soprattutto le imprese di maggiore dimensione. All'elevata produttività totale dei fattori si associano, inoltre, profili di imprese particolarmente dinamici caratterizzati da forte propensione all'innovazione, strette relazioni con altri soggetti e una elevata apertura sui mercati esteri. Strategie espansive di maggiore impatto sul valore aggiunto sono state l'offerta di nuovi prodotti/servizi e le innovazioni organizzative (maggiore incremento del 5-6%), seguiti da flessibilità produttiva e qualità dei prodotti e servizi offerti (4% in più). Sull'occupazione l'impatto maggiore si è avuto da accesso ai nuovi mercati (circa il 5% in più) e presenza di un'estesa rete di relazioni tra imprese (3% in più), oltre a innovazioni organizzative, flessibilità produttiva e qualità dell'offerta.

L'indagine fotografa un settore orientato a buone performance e al prosieguo del trend di crescita anche nell'immediato futuro. I software vendor sembrano essere le realtà meno vulnerabili, mentre i service provider accusano una maggiore varianza dei risultati. Il business delle aziende IT è basato prevalentemente su un mix di servizi di consulenza e produzione software; i target principali sono realtà di piccole e medie dimensioni dell'Industria, del Commercio e dei Servizi. Cresce l'importanza dei servizi di consulenza tecnologica per accompagnare le aziende utenti nel loro percorso verso la Digital Transformation e dei relativi servizi di implementazione. È sempre più spinto il focus sulle componenti software emergenti negli ambiti Web, Social, Business, Analytics/Big Data e sugli applicativi verticali a supporto del core business dei clienti. Le previsioni delle aziende IT sull'evoluzione della domanda sono orientate all'ottimismo, più spiccato tra le realtà di maggiori dimensioni e i software vendor. Giocano a favore la ripresa e la crescente propensione alla digitalizzazione della clientela; frenano le persistenti ristrettezze dei budget IT degli stessi clienti e la scarsa cultura digitale del loro top management. I player IT giudicano il loro posizionamento competitivo in linea con quello dei principali competitor e puntano alla qualità dell'offerta per differenziarsi; la propensione all'innovazione è più spiccata fra i software vendor, in genere più coscienti delle loro competenze. Infrastrutture abilitanti, politiche industriali e strategie di

digitalizzazione sono gli acceleratori della crescita. I freni sono esogeni ed endogeni: oneri amministrativi, contesti socio-ambientali inerti, orientamenti conservativi del Top Management e strategie d'acquisto aggressive delle aziende clienti. Le strategie di crescita sono orientate all'evoluzione dell'offerta e al presidio di un'ampia gamma di nuovi paradigmi digitali, oltre che delle relazioni commerciali per indirizzare le soluzioni tecnologiche in portafoglio.

I dati appena esposti confermano la bontà dell'idea imprenditoriale: investire nel settore dell'IT rappresenta quindi una scelta appropriata, consapevole dell'importanza dell'offrire un servizio innovativo così tanto richiesto e apprezzato dal mercato. Va dunque nella direzione corretta il programma di investimento candidato, che punta ad offrire servizi curati da risorse specializzate, ed a essere un punto di riferimento per le imprese impegnate nella Digital Transformation.

### 3.2. Mercato di riferimento

Descrivere il mercato di riferimento attuale: settore, dimensione dei clienti, area geografica. Quali dimensioni ha il mercato target: storico, attuale, previsto a 3 anni. Evidenziare eventuali elementi di internazionalizzazione.

In linea con la composizione del tessuto imprenditoriale italiano, le aziende IT attive in Italia si indirizzano con particolare intensità alle aziende di piccole e medie dimensioni che operano nell'Industria, nel Commercio e nei Servizi e, in misura inferiore, alle realtà più grandi degli stessi comparti. Tra gli altri target business cui i player IT rivolgono più frequentemente le offerte si segnalano i comparti della Finanza, in particolare le realtà assicurative, delle Telecomunicazioni e Media, della Pubblica Amministrazione, soprattutto locale, degli studi professionali e delle Costruzioni. Più sporadica è la rilevanza della clientela nei comparti della Sanità, dell'Agricoltura, Silvicoltura e Pesca, dell'Energia e Utility, dei Trasporti e Turismo.

**5829 SW Standard**

Pubblica Amministrazione Locale	●
Grandi Imprese (250+ dipendenti) Industria	●
PMI (10-250 dipendenti) Commercio e servizi	●
Grandi Imprese (250+ dipendenti) Commercio e servizi	●
PMI (10-250 dipendenti) Industria	●
Studi professionali/SOHO (1-9 dipendenti)	●
Sanità	●
Banche	○
Assicurazioni e finanziarie	○
Costruzioni	○
Energia e Utilities (Elettricità, Gas, Acqua)	○
Pubblica Amministrazione Centrale	○

**620 Custom SW & Servizi IT**

PMI (10-250 dipendenti) Commercio e servizi	●
Grandi Imprese (250+ dipendenti) Industria	●
PMI (10-250 dipendenti) Industria	●
Grandi Imprese (250+ dipendenti) Commercio e servizi	●

Pubblica Amministrazione Locale	○
Assicurazioni e finanziarie	○
Altro	○
Banche	○
Telecomunicazioni e Media	○
Sanità	○
Pubblica Amministrazione Centrale	○

**631 Hosting Elab Dati e DB**

PMI (10-250 dipendenti) Industria	●
PMI (10-250 dipendenti) Commercio e servizi	●
Studi professionali/SOHO (1-9 dipendenti)	○
Costruzioni	○
Agricoltura, Silvicoltura e Pesca	○
Assicurazioni e finanziarie	○
Sanità	○
Altro	○
Energia e Utilities (Elettricità, Gas, Acqua)	○
Telecomunicazioni e Media	○

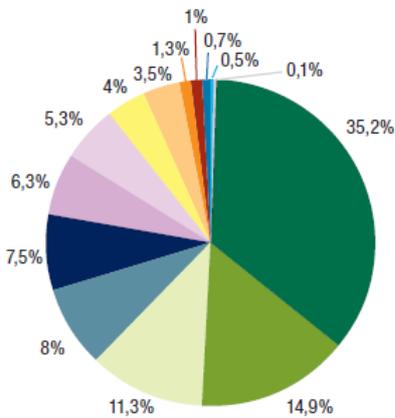
○ Frequenza inferiore alla media      ● Frequenza superiore alla media

Base: 101 aziende

**Principali settori target delle aziende IT 2015-2016**

Ranking per comparto, risposte multiple  
Fonte: elaborazioni NetConsulting cube per Assinform, 2017

La Figura riassume la vista dei principali target per comparto.



**Settori target delle aziende IT con la maggiore contribuzione al fatturato 2015-2016**

Valori %, risposta singola  
Fonte: elaborazioni NetConsulting cube per Assinform, 2017

Base: 101 aziende

- PMI (10-250 dipendenti) Commercio e servizi
- PMI (10-250 dipendenti) Industria
- Grandi Imprese (250+ dipendenti) Industria
- Altro
- Telecomunicazioni e Media
- Banche
- Assicurazioni e finanziarie
- Agricoltura, Silvicoltura e Pesca
- Pubblica Amministrazione Centrale
- Pubblica Amministrazione Locale
- Grandi Imprese (250+ dipendenti) Commercio e servizi
- Energia e Utilities (Elettricità, Gas, Acqua)
- Trasporti e Turismo
- Sanità

Oltre il 61% delle realtà IT attive in Italia ha indicato nelle piccole e medie aziende del Commercio e Servizi e nelle imprese dell'Industria i mercati con maggiore contribuzione al fatturato.

<p><b>Settori target delle aziende IT con la maggiore contribuzione al fatturato 2015-2016</b></p> <p><b>Ranking per comparto, risposta singola</b> Fonte: elaborazioni NetConsulting cube per Assinform, 2017</p>	<b>5829 SW Standard</b>
	Grandi Imprese (250+ dipendenti) Commercio e servizi
	Sanità
	Banche
	Studi professionali/SOHO (1-9 dipendenti)
	PMI (10-250 dipendenti) Industria
	PMI (10-250 dipendenti) Commercio e servizi
	<b>620 Custom SW &amp; Servizi IT</b>
	PMI (10-250 dipendenti) Commercio e servizi
	Grandi Imprese (250+ dipendenti)
	PMI (10-250 dipendenti) Industria
	Assicurazioni e finanziarie
	Banche
	Altro
	<b>631 Hosting Elab Dati e DB</b>
PMI (10-250 dipendenti) Commercio e servizi	
PMI (10-250 dipendenti) Industria	
Altro	
Telecomunicazioni e Media	
Agricoltura, Silvicoltura e Pesca	
Banche	

Base: 101 aziende

Nella Figura sono evidenziate le peculiarità per comparto per i settori con la maggiore contribuzione di fatturato per le aziende IT.

Le previsioni delle aziende IT attive in Italia sull'evoluzione della domanda di soluzioni software e servizi IT appaiono orientate all'ottimismo. Il 78% delle realtà IT prevede infatti un incremento del fatturato: 28% con andamenti stabili o in lieve crescita, 24% con crescite fra il 2,5 e il 5%, e 26% con incrementi addirittura superiori al 5% (26%).

Le previsioni ottimistiche sull'evoluzione della domanda futura di prodotti software e servizi IT sono motivate da due elementi principali, pur con intensità diverse a seconda delle dimensioni aziendali e dei comparti: la sensazione che la situazione economica italiana stia migliorando, avvertita dal 46,2% delle realtà IT, in particolare da quelle di minori dimensioni che fino ad oggi hanno risentito in misura particolarmente intensa delle difficili condizioni economiche; la percezione di una forte propensione alla digitalizzazione dei processi interni alle aziende e alle istituzioni pubbliche, fattore evidente per il 43,2% delle aziende IT, e soprattutto da quelle più grandi.

### Principali driver della domanda di prodotti e servizi IT 2017 in ordine di importanza

Valori %, risposte multiple



Fonte: elaborazioni NetConsulting cube per Assinform, 2017

Da un punto di vista settoriale, la trasformazione digitale rappresenta un driver significativo in tutti i comparti considerati: ciò rappresenta un importante segnale di cambiamento culturale. È meno sentita la digitalizzazione degli utenti finali visto che le realtà IT si rivolgono principalmente a clienti aziendali.

Tali elementi generano a cascata altri driver che dovrebbero ulteriormente supportare la ripresa della domanda futura di soluzioni IT. Il miglioramento dell'economia dovrebbe contribuire ad aumentare la disponibilità di spesa di aziende e enti (32,5%), aspetto indicato principalmente dalle realtà IT più piccole, e allo stesso tempo dovrebbe favorire la finalizzazione di una serie di processi di consolidamento all'interno dei vari settori (20,1%), elemento segnalato soprattutto dalle realtà più grandi. Acquisizioni e fusioni, nascita di nuove realtà e filiere industriali determineranno, senza dubbio, l'esigenza di soluzioni tecnologiche abilitanti e un aumento della domanda dei relativi servizi di implementazione. Non è, quindi, un caso che questo fattore sia stato citato in misura particolarmente significativa dai Service Provider. La sempre più diffusa digitalizzazione delle attività comporterà per aziende ed Enti la crescente esigenza di essere supportati nella più rapida evoluzione ai nuovi paradigmi digitali (29,7%) anche per innovare della loro offerta (17,8%) nel caso in cui essa si presti a evolvere in chiave digitale. Entrambi gli aspetti sono stati citati con particolare frequenza dalle aziende IT di maggiori dimensioni, che sono molto più sensibili ai cambiamenti della domanda, più abili nell'interpretare le dinamiche degli utenti finali e nello sfruttarle a supporto delle loro performance. Il tema della carenza di competenze (skill shortage) nelle aziende utenti e la conseguente esigenza di ricorrere alle competenze di fornitori IT esterni, non sembra essere un fattore a supporto della crescita futura della domanda di software e servizi IT. Solo il 17,6% delle aziende IT appare sensibile a questo elemento. Il tema è stato segnalato unicamente dalle realtà IT più piccole, con

meno di 50 addetti, i cui clienti hanno nella maggioranza dei casi dimensioni limitate e strutture organizzative poco articolate, che non prevedono molte competenze necessarie a sostenere l'evoluzione digitale. Lo skill shortage degli utenti finali è stato citato in particolare dai software vendor e sembra quindi riguardare maggiormente l'adozione di soluzioni software: le divisioni IT interne alle aziende clienti sono raramente in grado di svolgere attività di sviluppo su prodotti software e richiedono, con particolare frequenza, il supporto esterno. Ancor meno rilevante appare il tema delle normative, tendenzialmente sentito solo dalle aziende più piccole. Come già detto, la maggioranza dei clienti di queste aziende ha dimensioni limitate e trova gravoso ottemperare a norme e leggi senza il supporto di fornitori esterni. A queste evidenze si contrappongono fattori che in futuro potranno determinare un rallentamento della domanda. Essi sono riconducibili in gran parte ad aspetti economici, come la disponibilità nelle aziende utenti di budget limitati, quindi non adeguati a sostenere gli investimenti in ambito tecnologico (79,2%), e al persistere di un elevato grado di incertezza nello scenario economico (51,3%). Tali aspetti sono percepiti in modo trasversale a tutte le aziende, a prescindere, dalla loro dimensione, a riprova della loro importanza nel frenare lo sviluppo del mercato. Per il 26,3% delle aziende IT attive in Italia, la ripresa della domanda potrebbe essere ostacolata in modo rilevante anche dalla mancanza di cultura digitale del Top Management delle aziende clienti, che non garantirebbe un adeguato sostegno ai progetti tecnologici più innovativi, con un conseguente ritardo nell'avviare strategie di Digital Transformation. È un tema trasversale a tutti i principali comparti.

Nel brevissimo termine e nel 2017, la crescita delle aziende IT sarà guidata da un insieme articolato di filoni tecnologici, tra i quali spiccano: Cloud Computing (36,4% delle citazioni), Internet of Things (32,5%), Big Data e Business Analytics (25,4%), Industry 4.0 (24,6%), Mobile App, (18,9%) e Social (18,4%). Il presidio dei vari trend varia al variare dei comparti di attività. In dettaglio:

- l'importanza del Cloud Computing è trasversale ai vari comparti;
- IoT e Big Data sono citati, con particolare frequenza, dai Service Provider, in quanto in questi ambiti le aziende utenti richiedono ancora prevalentemente supporto nelle attività di sviluppo, di implementazione e gestione delle piattaforme;
- Industry 4.0 impegna non solo i fornitori di servizi ma anche e soprattutto i software vendor, chiamati a sviluppare soluzioni verticali;

- le tematiche Mobile sono presidiate essenzialmente dai software vendor;
- le piattaforme social sono presidiate prevalentemente da player di servizio, a copertura sia di aspetti di sviluppo che di hosting.

In generale, l'incidenza di questi trend appare particolarmente elevata tra le aziende più grandi che, quindi, presidiano un maggior numero di paradigmi tecnologici. Tra le piccole realtà si rileva una forte specializzazione in aree emergenti, come l'IoT, e di nicchia, come l'Industrial IoT, nonché in ambiti come il Social, che puntano prevalentemente al target consumer. Il risultato non sorprende. Esso infatti rispecchia la natura dei paradigmi digitali che stanno catalizzando l'interesse della maggioranza delle aziende utenti a prescindere da dimensioni e settori:

- le piattaforme di Cloud Computing hanno dimostrato di essere in grado di supportare le aziende clienti nel raggiungimento degli obiettivi di efficienza e di efficacia nella gestione delle risorse IT e sono diventate imprescindibili nelle strategie di Digital Transformation;
- le soluzioni IoT consentono di raccogliere elevati volumi di dati da oggetti e sensori presenti nei più diversi contesti aziendali e ambientali, di integrarli su piattaforme Cloud e IT, e di capitalizzarli (grazie anche a soluzioni di analisi dei dati) a supporto di strategie per innovare prodotti, servizi e processi interni;
- le piattaforme di Big Data, combinate con applicativi di Business Analytics giocano ormai un ruolo importantissimo nelle attività di comprensione, gestione e manipolazione di grandi quantità di dati, non solo negli ambiti del marketing e del risk management ma anche in quelli delle business operation. Con l'affermarsi delle soluzioni IoT, l'importanza delle piattaforme di Big Data e di Business Analytics va crescendo ulteriormente;
- l'approccio Industry 4.0 presiede alla nascita di Smart Factory caratterizzate dalla connessione di macchinari e altre attrezzature alla Rete, dalla presenza di sistemi industriali cyberfisici e dal ricorso a un'ampia gamma di tecnologie abilitanti, quali ad esempio Cloud Computing, IoT e piattaforme di Industrial IoT, Cybersecurity, Stampa 3D/Additive Manufacturing, Realtà Virtuale e Aumentata, Intelligenza Artificiale, Big Data e Analytics, etc. L'interesse delle aziende verso le tematiche di Industry 4.0 è oggi molto alto, complice anche l'avvio del Piano Nazionale Industria 4.0, oltre ad altri incentivi agli investimenti, come la Legge Sabatini;

- le applicazioni Mobile sono sempre più richieste per supportare lo svolgimento di attività e compiti in modalità remota, per migliorarne la produttività, per ridurre i tempi e i rischi di errore. Molto sentita è anche l'esigenza di soluzioni a supporto di attività di comunicazione e branding, customer care, accesso a servizi informativi, attività dispositive e di eCommerce;
- le piattaforme Social aiutano le aziende a ridurre la distanza che le separa dai clienti, permettendo di raccogliere informazioni preziose sul loro conto. Ciò permette il lancio di campagne promozionali focalizzate su specifici target, di migliorare la customer experience e la fidelizzazione, di aumentare la brand awareness. L'utilizzo delle piattaforme Social per aumentare l'efficacia dei processi interni alle aziende, principalmente di quelli connessi alla gestione delle risorse umane, appare meno intenso ma comunque in crescita.

Il settore IT è primo attore, sia come fruitore che come abilitatore, del digitale. Le ripercussioni sul settore IT sono quindi profonde. Forze diverse e talora opposte concorrono a destabilizzare l'ecosistema dei fornitori IT e colgono impreparati ancora molti operatori.

In questo contesto, la crescita di start-up innovative consentirà di presidiare le tematiche tecnologiche più nuove ed emergenti. Secondo dati del MISE, a settembre 2017, su un totale di oltre 7.800 start-up, il 46% circa operava in comparti tecnologici riconducibili al settore IT.

L'iniziativa candidata si inserisce in questa direzione, partendo dalla conoscenza dei fattori che più influenzano le potenzialità, gli spazi e le nuove regole di mercato degli attori IT. Ciò risulterà fondamentale per valutare se il settore sia o meno in grado di cogliere appieno le tante opportunità che stanno emergendo, e per definire la propria offerta di prodotti/servizi innovativi.

Emerge da queste considerazioni un mercato potenziale importante, peraltro supportato dalle Istituzioni che spingono verso questa direzione, che conferma la bontà della scelta effettuata dalla proponente con il presente programma di investimento.

In Basilicata, territorio oggetto dell'iniziativa, il soggetto proponente ha pochi competitor se si considera l'offerta dei servizi di dematerializzazione e di digitalizzazione del magazzino. Se a ciò si aggiunge quanto esposto nel presente *Business Plan*, aumentano le possibilità di successo legate ai nuovi investimenti innovativi in tale settore.

Nonostante la concorrenza diretta ed indiretta, sia a livello nazionale che locale, si ritiene che l'iniziativa

imprenditoriale candidata evidenzi caratteristiche di fattibilità e corrisponda alle aspettative di investimento del soggetto promotore, grazie anche alle strategie che si intendono intraprendere, finalizzate a rendere l'offerta più capace di sostenere la trasformazione digitale dell'economia. Esse prevedono di:

- aumentare la produttività del lavoro e la produttività totale dei fattori nel settore IT;
- ridurre l'eterogeneità di specializzazione settoriale e i disequilibri territoriali;
- aumentare la diffusione dei processi di trasformazione digitale nel settore IT;
- rafforzare le "circolarità" virtuose tra offerta IT qualificata e domanda crescente di tecnologie;
- mitigare le criticità che ancora condizionano il portafoglio e la qualità dell'offerta di tecnologie sul mercato;
- aumentare qualità e diffusione di competenze e cultura digitali.

### 3.3. Clienti

*Quali sono i principali clienti o le principali potenziali tipologie di clienti?*

Il target di clientela dell'impresa proponente, nonché dell'iniziativa posta in essere con i seguenti investimenti, è rappresentato dagli Enti Pubblici e dai soggetti privati interessati ad avviare e/o perfezionare il processo di dematerializzazione e digitalizzazione, nonché alla realizzazione di siti web, nella maggior parte dei casi legati al processo di Digital Transformation intrapreso.

Obiettivo della presente iniziativa è accompagnare le aziende/Enti utenti nel loro percorso verso la Digital Transformation, attraverso l'erogazione di servizi di consulenza tecnologica e dei relativi servizi di implementazione.

Di seguito, si riportano nuovamente i principali target per comparto.

#### 5829 SW Standard

Pubblica Amministrazione Locale	●
Grandi Imprese (250+ dipendenti) Industria	●
PMI (10-250 dipendenti) Commercio e servizi	●
Grandi Imprese (250+ dipendenti) Commercio e servizi	●
PMI (10-250 dipendenti) Industria	●
Studi professionali/SOHO (1-9 dipendenti)	●
Sanità	●
Banche	○
Assicurazioni e finanziarie	○
Costruzioni	○
Energia e Utilities (Elettricità, Gas, Acqua)	○
Pubblica Amministrazione Centrale	○

#### 620 Custom SW & Servizi IT

PMI (10-250 dipendenti) Commercio e servizi	●
Grandi Imprese (250+ dipendenti) Industria	●
PMI (10-250 dipendenti) Industria	●
Grandi Imprese (250+ dipendenti) Commercio e servizi	●

Pubblica Amministrazione Locale	○
Assicurazioni e finanziarie	○
Altro	○
Banche	○
Telecomunicazioni e Media	○
Sanità	○
Pubblica Amministrazione Centrale	○

#### 631 Hosting Elab Dati e DB

PMI (10-250 dipendenti) Industria	●
PMI (10-250 dipendenti) Commercio e servizi	●
Studi professionali/SOHO (1-9 dipendenti)	○
Costruzioni	○
Agricoltura, Silvicoltura e Pesca	○
Assicurazioni e finanziarie	○
Sanità	○
Altro	○
Energia e Utilities (Elettricità, Gas, Acqua)	○
Telecomunicazioni e Media	○

○ Frequenza inferiore alla media

● Frequenza superiore alla media

Base: 101 aziende

#### Principali settori target delle aziende IT 2015-2016

Ranking per comparto, risposte multiple  
Fonte: elaborazioni NetConsulting cube per Assinform, 2017

Ai fini della valutazione dell'iniziativa candidata, è bene concentrare l'attenzione sulla composizione demografica d'impresa del territorio oggetto dell'intervento. Analizzando la distribuzione delle imprese della Provincia di Potenza, attraverso il tasso di iscrizione netto al Registro delle imprese, risulta che le aziende registrate al 31.12.2017 è pari 27.569 (ISTAT 2018).

In via prudenziale, si è ipotizzato di intercettare solo le aziende ricadenti nella provincia di Potenza, nonostante la numerosità del target cliente è ben più ampia in base alla natura del servizio offerto. In particolare, si è stimato, per il primo anno successivo all'investimento, di intercettare n.150 aziende/clienti, pari solo al 0,5 % della numerosità del target. Non sono, invece, stati considerati, sempre nel rispetto del principio della prudenza, i ricavi derivanti da eventuali commesse a favore della Pubblica Amministrazione, mercato in crescente espansione per i servizi offerti. Anche ipotizzando un'attività ridotta i ricavi previsti appaiono in grado di coprire integralmente i costi d'esercizio.

In base alle considerazioni ed ai dati esposti nel presente Business Plan, il progetto evidenzia caratteristiche di fattibilità e corrisponde alle aspettative di investimento del promotore.

### 3.4. Prodotti/servizi concorrenti

*Descrivere i prodotti concorrenti*

*Indicare la strategia di differenziazione prevista rispetto a essi.*

Alla luce delle considerazioni esposte nei box precedenti, il settore IT italiano sembra equamente suddiviso tra aziende virtuose e aziende poco lungimiranti. Quando invece le aziende IT propendono per l'adozione di politiche innovative, queste possono essere frenate e le barriere più diffuse sono in massima parte di tipo esogeno. Queste barriere sono principalmente riconducibili a:

- mancanza di personale qualificato, che possa gestire le iniziative di innovazione, e di partner con cui cooperare, percepite come importanti rispettivamente, dall'84,2% e dal 33,8% delle aziende IT. In entrambi i casi, le aziende non dispongono delle competenze interne o esterne per avviare e finalizzare progetti di successo;
- ridotta disponibilità di risorse finanziarie, problema importante o mediamente importante per l'82% delle aziende se si parla fonti esterne di finanziamento, incluso il Private Equity;
- per l'80,7% delle aziende se si considerano i budget interni, e per il 47,3% se si guarda alla disponibilità di contributi pubblici e altre forme di sostegno finanziario;
- condizioni di mercato. La forte concorrenza e lo scarso livello della domanda sono ostacoli importanti all'innovazione per, rispettivamente, il 51,4% e il 55,9% delle aziende. In entrambi i casi, innovare può non essere conveniente a causa della difficoltà di veicolare nuovi prodotti, soluzioni e servizi al mercato.

La strategia intrapresa della proponente è sintetizzabile nell'erogazione di soluzioni particolarmente innovative, garantite dalla compagine sociale qualificata, dal personale qualificato di cui ci si doterà, e, ancora, dal possesso di un brevetto dal Titolo Piramide 3.5.

La maggioranza dei fattori distintivi che le aziende IT utilizzano per migliorare il posizionamento competitivo è infatti riconducibile all'offerta e in particolare alla sua qualità (91,1%).

Tutto ciò è condizionato dal rafforzamento delle strategie di Digital Transformation messe in atto dalle aziende, nonché target della presente iniziativa, che, quindi, hanno guidato e impegnato la proponente, come player IT, nell'organizzare le proprie attività in chiave digitale.

Un ulteriore elemento da considerare, ai fini di un buon posizionamento competitivo della proponente, è

rappresentato dal servizio di assistenza legato ai prodotti/servizi offerti, rientranti una strategia di differenziazione.

La strategia intrapresa dalla proponente finalizzata alla differenziazione e alla innovazione permetterà di intercettare da subito clienti e di fidelizzarli.

Alcuni elementi importanti per lo sviluppo dell'investimento in concreto sono rappresentati, inoltre, dai seguenti elementi, ad oggi presenti nell'azienda:

- Conoscenze specifiche settoriali,
- capacità di apprendimento e relazionale,
- integrazione di saperi locali e saperi globali,
- motivazione delle figure di vertice,
- sistema di valori interno e organizzazione orientata al cambiamento.

### 3.5. Eventuali partnership produttive, tecnologiche o commerciali

Nell'ambito delle attività per dare avvio alla iniziativa imprenditoriale candidata, si sottolineano le seguenti azioni intraprese:

- collaborazioni con la Nesea sita in Via Flavio Domiziano Roma (<http://www.nesea.it/>), società specializzata a sviluppare percorsi di innovazione tecnologica e organizzativa;
- progetto ammesso dall' Incubatore certificato Innova s.r.l. con sede a Roma (<https://www.tecnopolo.it/incubatori-e-start-up/innova/>);
- è in atto l'iter di affiancamento/valutazione presso gli uffici T3 Innovation sita in Via dell'Ateneo Lucano, a Potenza (<http://www.t3basilicata.com/>).

L'utilizzo di relazioni commerciali è oggi molto sviluppato nelle imprese IT, ed è previsto in ulteriore crescita nell'immediato futuro. Da qui l'idea della proponente di adoperarsi in questa direzione, e di definire delle proprie strategie di relazione.

Ai fini esemplificativi, si riportano le principali relazioni commerciali che ad oggi si intrattengono nel settore IT, e che la proponente intende intrattenere nel breve periodo con altre aziende e soggetti:

- *commesse*, indicate dall'83% delle realtà del settore, e in particolare dai software vendor e dai fornitori di servizi Web/hosting;
- *rapporti di subfornitura/subappalto* (68,3%), finalizzati essenzialmente con operatori italiani, e in misura particolarmente significativa dai fornitori di servizi Web/hosting;
- *accordi formali*, quali ad esempio joint venture, raggruppamenti temporanei di impresa, indicati dal 63,9% e, ancora una volta citati in particolare dai fornitori di servizi Web/hosting;
- *accordi informali*, non basati su specifici contratti scritti ma piuttosto su consenso verbale o sostanziale (52,5%), utilizzati prevalentemente dai fornitori di servizi Web/hosting.

### 3.6. Il prezzo di vendita dei prodotti/servizi

Indicare il prezzo (IVA esclusa) a cui sono venduti o saranno venduti i propri prodotti/servizi, specificando il prezzo medio praticato su prodotti analoghi.

	prodotto/servizio	unità di misura	prezzo unitario di vendita IVA esclusa (euro)	prezzo medio unitario praticato su prodotti IVA esclusa (euro)
1	Realizzazione di siti aziendali	Numero/anno	1.000,00	1.500,00
2	Dematerializzazione	Numero/anno	800,00	1.000,00
3	Digitalizzazione magazzino	Numero/anno	750,00	900.00

### 3.7. Canali di vendita dei prodotti/servizi

Indicare come sono commercializzati o si pensa di commercializzare i propri prodotti/servizi – direttamente o indirettamente. Se indirettamente specificare le modalità che si intendono utilizzare, indicando quali modalità di vendita sono abbinare ad ogni gruppo di clienti.

Direttamente	<b>X</b>
Indirettamente	
Se indirettamente specificare le modalità:	
Agenti di vendita	
E-commerce	
Distributori	
Altro	

### 3.8. Le Strategie promozionali

Indicare le attività avviate e che si pensa di avviare per far conoscere la propria attività e i costi stimati medi annui.

Iniziative promozionali/pubblicitarie	costo medio annuo IVA esclusa (euro)
Volantinaggio	
Affissioni	
Passaggi su radio locali	
Stampa locale	
Depliant	
Sito internet	1.000,00
Presentazioni di prodotti	
Partecipazione a fiere	
Campioni gratuiti	
Altro	500,00
<b>TOTALE</b>	<b>1.500,00</b>

## 4. Programma di investimento

### 4.1. Descrizione del programma di investimento

*Descrizione dettagliata delle tipologie di investimento. Quali obiettivi si intende raggiungere? In che modo?*

Il Piano d'Impresa candidato mira ad integrare ed espandere l'offerta di servizi reali alle imprese attraverso la realizzazione di progetti e di applicazioni specifiche che prevedono la smaterializzazione dei documenti, la gestione del flusso dei dati in modalità telematica e la loro fruizione attraverso accesso remoto.

L'offerta si estende alla catalogazione ed al riordino degli archivi, alla gestione dei patrimoni artistici, culturali per enti, comuni, fondazioni, aziende, che vogliono catalogare, stimare e conservare il proprio patrimonio artistico o culturale.

Il programma di investimento, in definitiva, introdurrà un'innovazione organizzativa ed un'innovazione di prodotti offerti, grazie all'acquisto di attrezzature informatiche altamente innovative.

Gli investimenti, candidati a tal fine, prevedono la realizzazione di opere murarie per l'adeguamento dell'immobile già individuato e l'acquisto di arredi ed attrezzature per l'allestimento e la dotazione strumentale e tecnologica dello stesso, strettamente funzionale e specifica all'attività da svolgere. È prevista lo sviluppo di un software funzionale all'erogazione dei servizi, (per il dettaglio degli investimenti si rimanda ai preventivi allegati alla istanza).

Gli investimenti sono sintetizzabili nelle seguenti attività/interventi:

- Spese per la costituzione della società, già individuata nella formula di Società a responsabilità;
- progettazione e direzione lavori presso l'immobile oggetto dell'iniziativa;
- spese per collaudi;
- spese per garanzie fideiussorie ai fini della richiesta di anticipazione del contributo di cui alla presente istanza;
- spese per perizia giurata ai fini della richiesta del contributo a titolo di SAL, stato avanzamento lavori;
- studio di fattibilità;
- Opere murarie e assimilate per la ristrutturazione e adeguamento dei locali da adibire all'attività d'impresa candidata nel rispetto della normativa vigente in materia;
- acquisto di arredi ed attrezzature varie per l'allestimento degli spazi funzionali all'erogazione dei servizi candidati;
- l'acquisizione di attrezzature informatiche (PC, Stampanti, Attrezzature varie connesse all'offerta di servizi innovativi);
- sviluppo software specifico funzionale all'erogazione dei servizi;
- servizio di accompagnamento e accelerazione d'impresa (**si precisa che, in sede di candidatura telematica, tale spesa è stata erroneamente indicata alla voce C.3, e non alla voce D, relativa alle spese**

**per l'acquisizione dei servizi reali, nella quale rientra per natura della prestazione).**

Per quanto riguarda gli investimenti e le opere murarie, saranno effettuate su un immobile di ca 70 mq, già individuato, che sarà nella disponibilità della proponente grazie ad un **atto di compravendita**, anch'esso **rientrante nel programma di investimento candidato**.

Si sottolinea come gli interventi vanno nella direzione del risparmio energetico e del basso impatto ambientale, e nella direzione dell'innovazione tecnologica, aspetto di fondamentale importanza in una società IT.

## 4.2. Descrizione della situazione aziendale ante e post intervento

*Fornire una valutazione comparativa delle due situazioni aziendali "ante" e "post" intervento, evidenziandone gli aspetti innovativi e le eventuali variazioni in termini quantitativi e qualitativi.*

Trattandosi di un'impresa start-up, non è possibile fornire una valutazione ante e post investimento in assenza di una storicità dell'attività d'impresa. I dati su esposti sul settore IT e l'assenza di imprese concorrenti nella forma di start up innovative nelle immediate vicinanze per l'attività di impresa candidata, sottolineano come il progetto evidenzia caratteristiche di fattibilità e corrisponda alle aspettative di investimento del soggetto promotore. Pertanto la proponente a valle degli investimenti candidati potrà guadagnare un importante e duraturo vantaggio competitivo grazie alla attività intrapresa, in quanto i competitor locali pagheranno il gap di non aver specializzato la propria offerta e di non disporre di personale qualificato e di una strumentazione adeguata in un settore target caratterizzato da sempre più attenzione alla qualità dei servizi. La strategia intrapresa dalla proponente finalizzata alla qualità, all'innovazione, e alla differenziazione della propria offerta permetterà di intercettare da subito la domanda.

## 4.3 Contenuti innovativi del programma di investimento

### Breve descrizione

La presente iniziativa è proposta da una Start Up innovativa, per cui l'attività d'impresa segue un'unica direttrice che è quella di innovazione.

Perché Start Up: da una esperienza consolidata negli anni dal socio amministratore si è voluto mettere a disposizione i risultati ottenuti a tutti coloro che ne hanno bisogno. Per esempio, dalle cose più semplici

come una persona o famiglia che hanno bisogno anche di un semplice acquisto, lo si può consigliare e orientare al rivenditore più vicino e più economico. Così come a persone che purtroppo con handicap non possono intervenire per soddisfare i loro bisogni tempestivamente. E come alle grandi Aziende, Imprese di vari settori nell'industria e nell' agricoltura, fornendogli suggerimenti informatizzati, abbattendo i muri che di solito affrontano.

La start up innovativa M 3.5 S.R.L. ha come intento, negli step successivi a quelli elencati come prodotti e servizi offerti, quello di costruire un sistema informatico di comparazione/interrogazione dei magazzini digitalizzati, il quale sistema, offerto ai vari comuni a sua volta, avrà come caratteristica principale quello di rendere lo stesso comune un "comune SMART".

Utilizzo del sistema Informatico:

Il sistema Informatico potrà essere utilizzato attraverso Un App (Comune Smart) o attraverso una Piattaforma Web. E sarà Gratuita per l'utilizzatore finale (il cittadino).

Sintesi dell'utilizzo:

L 'utilizzo è semplice e intuitivo infatti basterà digitare sull'App e/o sulla Piattaforma nello spazio adibito alla ricerca, il prodotto (o servizio o ente o istituzione ecc..) che necessita ad un determinato utente in un determinato comune e il sistema interrogando i vari magazzini (o Aziende/ Enti/ ecc..) darà come risultato finale tutte le probabili combinazioni di scelta.

O meglio spiegato:

Per chi cercasse "La Nutella", o qualsiasi altro prodotto, in un comune, interrogando l'App, la stessa darà come risposta il risultato di tutti i negozi del comune che hanno quel prodotto.

Evidenzierà con una grafica opportunamente pensata:

1. il costo relativo del prodotto scelto, nei vari negozi;
2. suggerirà , con una geolocalizzazione, quale negozio è più vicino all'utente e quanto dista lo stesso per completare l'acquisto di persona.
3. nella stessa videata dell App ci sarà la possibilità di acquistare quel prodotto, a determinate condizioni;
4. e infine richiedere la consegna a casa o all'indirizzo preferito con una spedizione con dichiarate condizioni specifiche ad ogni caso.

Per chi cercasse un servizio offerto da un Azienda (es. Elettricista) l'App darà come risposta:

1. tutte le info di quella determinata Azienda;
2. relativi feedback positivi o negativi (per orientare meglio l'utente);
3. la possibilità di scaricare il suo biglietto da visita digitale;
4. La possibilità di entrare in contatto diretto con l'Azienda o con il loro sito.

Per chi cercasse un Ente o istituzione il procedimento rimane invariato identico ai precedenti con alcuni dettagli personalizzati caso per caso.

Inoltre l'App sarà costruita per offrire gli identici servizi sopra elencati ai seguenti servizi qui sotto

elencati:

1. **Informazioni comunali;**
2. **News;**
3. **Prodotti Tipici;**
4. **Utilità nel comune;**
5. **Eventi & Spettacoli** Del comune;
6. Info dettagliate su **Dove** è possibile **Mangiare;**
7. Info dettagliate du **Dove** è possibile **Dormire;**
8. **Annunci Privati** del comune ( offerte di lavoro cerco lavoro ecc.);
9. **Arte;**
10. Notizie aggiornate su **Innovazione scienza & tecnologie** locali e non.

Il sistema e quindi la start Up si preoccuperà di inserire tutte le Aziende- Enti- Istituzioni- ecc.. per i vari punti di un determinato comune.

Oltre agli evidenti contenuti innovativi della presente iniziativa, si vuole sottolineare il servizio di pubblica utilità che ne può derivare per le comunità sede dei clienti/utenti dell'offerta della proponente.

#### 4.4. Prospettive di mercato a seguito del programma di investimento

*Indicare le dimensioni e caratteristiche del mercato di riferimento in seguito al programma di investimento innovativo.*

Trattandosi di impresa start-up, il mercato di riferimento coincide con quello analizzato nei box precedenti. Il target principale dell'iniziativa imprenditoriale candidata è sintetizzabile, come già descritto, negli Enti Pubblici e nei soggetti privati interessati ad avviare e/o perfezionare il processo di dematerializzazione e digitalizzazione, nonché alla realizzazione di siti web, nella maggior parte dei casi legati al processo di Digital Transformation intrapreso.

Obiettivo della presente iniziativa è accompagnare le aziende/Enti utenti nel loro percorso verso la Digital Transformation, attraverso l'erogazione di servizi di consulenza tecnologica e dei relativi servizi di implementazione.

In via prudenziale, si è ipotizzato di intercettare solo le aziende ricadenti nella provincia di Potenza, nonostante la numerosità del target cliente è ben più ampia in base alla natura del servizio offerto. In particolare, si è stimato, per il primo anno successivo all'investimento, di intercettare n.150 aziende/clienti.

#### 4.5. Incremento di competitività a seguito del programma di investimento

*Indicare il posizionamento di mercato dell'azienda a valle del programma di investimento (in termini di estensione di area di mercato e incremento delle quote di mercato, etc).*

Trattandosi di impresa start-up, il posizionamento di mercato coincide con quello analizzato nei box precedenti. Non è possibile parlare di estensione di area di mercato ed incremento di quote di mercato in quanto l'investimento candidato è stato posto in essere per dare un impulso deciso all'attività di impresa del soggetto proponente, appena avviata. Si può invece sottolineare come la proponente per migliorare il proprio posizionamento sul mercato negli anni intende garantire l'offerta di prodotti e servizi specializzati

ed innovativi. L'innovazione di processo e di prodotto è, infatti, l'unico vero elemento in grado di garantire il successo all'impresa sul mercato. Ma l'innovazione nell'ambito dell'impresa non può essere considerata evento eccezionale, al contrario deve essere ricercata e pianificata in maniera sistematica. Questo concetto appartiene all'impresa proponente, che ha pianificato con cura l'investimento.

#### 4.6. Evoluzione delle vendite del prodotto/servizio dopo la realizzazione del programma di investimento

Nome prodotto ( <b>Realizzazione di siti aziendali</b> )			
	1° anno di funzionamento dell'impresa*	Previsione 1° anno dal completamento del programma di investimento	Previsione 2° anno dal completamento del programma di investimento
Volume vendite <sup>4</sup>	//	60	80
Fatturato generato dal prodotto <sup>5</sup>	//	60.000	80.000

*\*Da compilare a cura dell'impresa costituita e attiva che già commercializza il prodotto/servizio.*

Nome prodotto ( <b>Dematerilizzazione</b> )			
	1° anno di funzionamento dell'impresa*	Previsione 1° anno dal completamento del programma di investimento	Previsione 2° anno dal completamento del programma di investimento
Volume vendite <sup>6</sup>	//	50	70
Fatturato generato dal prodotto <sup>7</sup>	//	40.000	56.000

*\*Da compilare a cura dell'impresa costituita e attiva che già commercializza il prodotto/servizio.*

- 4 Numero di prodotti venduti.  
5 In migliaia di Euro.  
6 Numero di prodotti venduti.  
7 In migliaia di Euro.

Nome prodotto ( <b>Digitalizzazione magazzino</b> )			
	1° anno di funzionamento dell'impresa*	Previsione 1° anno dal completamento del programma di investimento	Previsione 2° anno dal completamento del programma di investimento
Volume vendite <sup>8</sup>	//	40	60
Fatturato generato dal prodotto <sup>9</sup>	//	30.000	45.000

\*Da compilare a cura dell'impresa costituita e attiva che già commercializza il prodotto/servizio.

## 7. Impatto occupazionale qualificato a seguito del programma di investimento

Da compilare se l'azienda prevede l'assunzione di personale a seguito della realizzazione del programma di investimento.

A Situazione alla data di inoltramento della candidatura telematica A	B Previsione occupazionale entro il termine dell'anno a regime (definizione allegato A)			Differenza (A-B)
	Qualifiche	N.	Tipologia contrattuale	
Riferimento tabella par. 1.7	Impiegati	03	T.I.	03
		03		03

Es. Tipologia contrattuale: a tempo indeterminato, determinato, contratto di apprendistato, incarico professionale a partita IVA

**Si prevedono n. 3 assunzioni part-time al 50% che corrispondono a 1,5 U.L.A. nell'anno a regime.**

8 Numero di prodotti venduti.  
9 In migliaia di Euro.

#### 4.8. Sostenibilità ambientale

Descrivere gli eventuali elementi del progetto di impresa che contribuiscono alla minimizzazione delle emissioni climalteranti.

Le scelte compositive e di arredamento, rientranti nel programma di investimento candidato, sono state considerate nel pieno rispetto delle leggi in materia, con alcuni accorgimenti per il recupero e la valorizzazione degli aspetti energetici a cui il progetto risponde pienamente. Tutte le scelte adottate portano questo edificio a migliorare la classe energetica attraverso due grandi capitoli di sistemi energetici, nello specifico si è posto attenzione alle seguenti categorie di lavori:

- la coibentazione delle pareti e del tetto con pannelli in polistirene espanso sinterizzato, e l'uso di nuovi infissi a bassa trasmittanza riduce le emissioni climalteranti;
- i pannelli in EPS verranno posati sulle pareti, preventivamente regolarizzate, tramite incollaggio e successiva posa di intonaco. La coibentazione del tetto sarà realizzata con posa di pannelli coibentanti sul tavolato di legno e ricoperti con embrici e coppi per tener conto delle prescrizioni dei regolamenti urbanistici.

Descrizione ove previsto degli interventi finalizzati all'adozione di tecniche e tecnologie a basso impatto ambientale.

Per gli interventi finalizzati all'adozione di tecniche e tecnologie a basso impatto ambientale, vale quanto già detto al box precedente.

#### 4.9. Dati sulla sede operativa oggetto del programma di investimento

Dati relativi all'immobile/suolo	<i>Inserire i dati catastali (foglio, particella, sub, etc) relativi all'immobile/suolo</i> <b>Immobile identificato al Catasto del Comune di Senise al Foglio 40, Particella 159</b>
Tipologia del titolo di disponibilità	<i>(proprietà, locazione comodato, ....)</i> <b>Da acquistare, ristrutturare ed accatastare. Trattativa di Compravendita in fase avanzata</b>
Informazioni sul titolo di disponibilità (se già disponibili o eventualmente inserire la data presunta)	<i>Data di stipula</i>
	<i>Decorrenza</i>
	<i>Estremi della registrazione</i>

#### 4.10. Stato autorizzativo per l'avvio del programma di investimento (ove pertinente)

Fornire le informazioni sullo stato autorizzativo propedeutico alla realizzazione del programma di investimento rispondenza dell'immobile all'attività da svolgere, ai vigenti specifici vincoli edilizi, urbanistici e di destinazione. Indicare le necessarie autorizzazioni propedeutiche all'avvio del programma di investimento

		Indicare gli estremi ove già disponibili
<input checked="" type="checkbox"/>	Autorizzazioni edilizie: <b>Permesso di costruire</b>	Da richiedere
<input checked="" type="checkbox"/>	Agibilità	Da richiedere dopo gli interventi
<input type="checkbox"/>	Destinazione uso dell'immobile	
<input checked="" type="checkbox"/>	Conformità degli impianti	Da richiedere dopo gli interventi
<input type="checkbox"/>	DIA	
<input type="checkbox"/>	Altro	
<input type="checkbox"/>	AIA	
<input type="checkbox"/>	VIA	
<input type="checkbox"/>	SCIA	
<input checked="" type="checkbox"/>	Altro: <b>Accatamento</b>	Da richiedere dopo gli interventi

#### 4.11. Piano di copertura finanziaria del programma di investimento

IMPIEGHI		FONTI	
INVESTIMENTO COMPLESSIVO AMMISSIBILE	€ 165.825,00	FINANZIAMENTO BANCARIO (Anticipo contributo Start and go)	€ 76.027,00
INVESTIMENTO COMPLESSIVO NON AMMISSIBILE	€	Anticipazione (max 40% del contributo assentito)	€ 39.798,00
IVA TOTALE SULL'INVESTIMENTO	€ 21.780,00	MEZZI PROPRI • Vedasi attestazione bancaria	€ 50.000,00
ALTRE SPESE ACCESSORIE CONNESSE ALLA REALIZZAZIONE DELL'INVESTIMENTO	€	ALTRI FINANZIAMENTI (Anticip IVA)	€ 21.780,00
<b>TOTALE IMPIEGHI</b>	<b>€ 187.605,00</b>	<b>TOTALE FONTI</b>	<b>€ 187.605,00</b>

*N.B.: Il prospetto va compilato tenendo conto che l'erogazione del contributo è a rimborso delle spese sostenute e anticipate dall'impresa per la realizzazione del programma di investimento ed al netto dell'IVA che comunque rappresenta un costo.*

#### 4.12. Programma di lavoro e tempistica

DATA INIZIO INVESTIMENTO 01/09/2018

DATA CONCLUSIONE INVESTIMENTO 01/10/2019

RIPARTIZIONE TEMPORALE SPESA DI INVESTIMENTO

ANNO N (ANNO DI AVVIO)	ANNO N+1	TOTALE
€ 65.825,00	€ 100.000,00	€ 165.825,00

## 5. Previsioni Economico-Finanziarie

Previsioni economico finanziarie (stato patrimoniale e conto economico) a seguito dell'implementazione del nuovo investimento. Le previsioni devono essere effettuate con riferimento al 1° esercizio successivo al completamento del programma d'investimento e fino alla data di entrata a regime dell'investimento:

<b>STATO PATRIMONIALE – ATTIVO</b>	<b>Dati previsionali</b>
<b>A) CREDITI VERSO SOCI P/VERS.TI ANCORA DOVUTI</b>	
<b>I) IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI</b>	42.000,00
<b>II) IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI</b>	78.000,00
<b>III) IMMOBILIZZAZIONI FINANZIARI</b>	
<b>B) TOTALE IMMOBILIZZAZIONI</b>	120.000,00
<b>C) ATTIVO CIRCOLANTE</b>	
<b>I) RIMANENZE</b>	2.500,00
<b>II) CREDITI :</b>	11.650,00
Di cui esigibili entro l'esercizio successivo	11.650,00
<b>III) ATTIVITA' FINANZIARIE (non immobilizz.)</b>	
<b>IV) DISPONIBILITÀ LIQUIDE</b>	2.500,00
<b>C) TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE</b>	16.650,00
<b>D) TOTALE RATEI E RISCONTI</b>	
<b>TOTALE STATO PATRIMONIALE ATTIVO</b>	136.650,00

<b>STATO PATRIMONIALE - PASSIVO</b>	<b>Dati previsionali</b>
<b>I) Capitale sociale</b>	1.000,00
<b>II) Riserve</b>	
<b>III) Utili (perdite) portati a nuovo</b>	
<b>IV) Utile (perdita) dell'esercizio</b>	28.450,00
<b>A) PATRIMONIO NETTO</b>	29.450,00
<b>B) FONDI PER RISCHI E ONERI</b>	
<b>C) TRATTAMENTO FINE RAPPORTO LAVORO SUBORDINATO</b>	3.200,00
<b>D) DEBITI</b>	20.000,00
Di cui esigibili entro l'esercizio successivo	
<b>E) RATEI E RISCONTI (Contributo ccap. Reg. Bas.)</b>	84.000,00
<b>TOTALE STATO PATRIMONIALE – PASSIVO</b>	136.650,00

<b>CONTO ECONOMICO</b>	<b>Dati previsionali</b>
1) Ricavi caratteristici	130.000,00
2) Variazione rimanenze finali	
3) Altri ricavi : • <b>Quota contr.c/cap Reg,. Bas.</b>	15.495,00
<b>A) VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>145.495,00</b>
<b>COSTI</b>	
1) per materie prime,suss.,di cons.e merci	12.000,00
2) per servizi(consulenze aziende settore)	30.500,00
3) per godimento di beni di terzi	
4) per il personale:	40.000,00
5) ammortamenti e svalutazioni:	15.000,00
6) variaz.riman.di mat.prime,suss.di cons.e merci	2.500,00
7) oneri diversi di gestione	3.500,00
<b>B) TOTALE COSTI DELLA PRODUZIONE</b>	<b>103.500,00</b>
	41.995,00
<b>A-B TOTALE DIFF. TRA VALORI E COSTI DI PRODUZIONE</b>	
<b>C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI</b>	1.700,00
<b>D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE</b>	
<b>E) PROVENTI E ONERI STRAORDINARI</b>	
<b>A-B±C±D±E TOTALE RIS. PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	40.250,00
<b>TOTALE Imposte redd.eserc.,correnti,differite,anticipate</b>	11.800,00
<b>UTILE (PERDITE) dell'esercizio</b>	<b>28.450,00</b>

## QUADRO DI SINTESI DELLE SPESE PREVISTE

**NOTA BENE.** I dati riportati nella tabella seguente devono coincidere coi valori numerici riportati nel quadro economico delle spese compilato in formato excel secondo lo schema di cui all'**allegato E**:

Tipologia di spesa	Spesa preventivata	Spesa ammissibile in funzione del massimali applicati di cui all'art. 7 dell'Avviso Pubblico
A Totale spese generali	7.500,00	7.500,00
B Totale spese connesse all'investimento materiale	92.025,00	92.025,00
C Totale spese connesse all'investimento immateriale*	40.500,00	40.500,00
D Totale Spese connesse all'acquisizione di servizi reali*	5.300,00	5.300,00
E Totale spese di avvio	20.500,00	20.500,00
<b>TOTALI</b>	<b>165.825,00</b>	<b>165.825,00</b>

**\*Spesa revisionata.** Si precisa che, in sede di candidatura telematica, la spesa per servizio di accompagnamento e accelerazione d'impresa è stata erroneamente indicata alla voce C.3, e non alla voce D, relativa alle spese per l'acquisizione dei servizi reali, nella quale rientra per natura della prestazione.

## 6. Determinazione dell'entità di aiuto

### 6.1. Informazioni su eventuali richieste inoltrate a fondi di garanzia a valere sul programma di investimento oggetto di agevolazione di cui al presente avviso

Importo complessivo dell'investimento €	Importo finanziamento richiesto/da richiedere €	Importo che si intende garantire €	Tipo della garanzia	ESL garanzia

### 6.2. Calcolo provvisorio del massimale dell'agevolazione.

(Ipotizzando l'ottenimento del finanziamento previsto e della eventuale garanzia)

Importo investimenti	Ammontare dell'agevolazione in conto garanzia (€)	Ammontare dell'agevolazione in conto capitale (€)	Percentuale contribuito sull'investimento ammissibile (in ESL)	Note
Investimento ammissibile € _____			<i>max 60% dell'investimento ammissibile</i>	
<b>TOTALE</b>		<i>Max 200.000,00 euro (in ESL)</i>		