



Provincia di Alessandria
Centri per l'Impiego



IL PUNTO DI VISTA DI UNIONCAMERE SUL 2009

Fare impresa è ancora nel DNA degli italiani. Secondo le elaborazioni condotte sul Registro delle imprese, diffuse nel corso dell'Assemblea di Unioncamere lo scorso 12 dicembre a Torino, nei primi undici mesi dell'anno il numero di aziende è cresciuto di 26.122 unità, come risultato di 359.108 aperture e 332.986 chiusure, raggiungendo il numero di 6.097.369 imprese.

La parte da leone l'hanno fatta in questi primi 11 mesi due regioni, Lombardia e Lazio, da sole in grado di generare il 63% del saldo complessivo, e le società di capitali, che, con un differenziale positivo di oltre 42mila imprese, compensano il calo delle ditte individuali (che si riducono di oltre 22mila unità) e surclassano nella crescita le società di persone (+2.078) e le altre forme giuridiche (+4.489).

“Mentre si avvicina il nuovo anno, possiamo dire che il nostro tessuto imprenditoriale nel suo complesso, malgrado la crisi, ha tenuto”, ha detto il presidente di Unioncamere, **Ferruccio Dardanello**.

“Contiamo oggi 26mila imprese in più, nate negli ultimi 11 mesi. A crescere sono state soprattutto le società di capitali, forma più strutturata e solida di impresa, mentre le difficoltà della congiuntura hanno inferto un duro colpo alle ditte individuali, ridottesi di 22mila unità. Il segnale positivo di una ancora forte vitalità imprenditoriale si accompagna ad altri indicatori che dimostrano che, negli ultimi sei mesi, le PMI hanno rallentato la caduta. Oggi 43% delle imprese prevede che nel 2010, a crisi riassorbita, avrà raggiunto un livello di competitività superiore a quello di un anno fa”.

Competitività: per la maggioranza delle imprese è cresciuta

Ma come saranno le nostre imprese quando la crisi sarà alle spalle? Gli imprenditori, interpellati dal Centro studi di Unioncamere, nel 43,4% dichiarano che i propri prodotti e servizi saranno più competitivi rispetto a un anno fa. La quota rimanente di risposte si concentra prevalentemente nel 39,1% di imprese che ritengono che non ci saranno variazioni mentre un altro 9,2% di aziende si sente meno competitiva. Le aspettative di successo sembrano più accentuate per le imprese dell'industria, al Centro Italia e al crescere della dimensione d'impresa.

Credito: si riduce ma non si azzera la difficoltà di accesso ai finanziamenti

Stando all'ultima rilevazione del Centro studi di Unioncamere, per 17 imprese su 100 l'accesso al credito bancario è difficile mentre il 41% non segnala di aver riscontrato problemi negli ultimi sei mesi. Rispetto a luglio scorso sembrerebbe ridursi la quota di imprese che dichiarano di aver un rapporto poco fluido con il sistema del credito (erano il 21%). In realtà non è proprio così, visto che aumenta la percentuale di aziende che non si rivolgono affatto alle banche (era il 35,9% a fine giugno scorso), portandosi al 41,6%. Le principali difficoltà registrate dalle imprese riguardano l'incremento delle garanzie reali richieste, l'imposizione di limiti al volume dei crediti e l'aumento dei tassi. Due ulteriori elementi negativi riguardano il peggioramento nei tempi di incasso dei crediti vantati verso i clienti (45,7%) e il fatto che il 73,5% delle imprese che prevedono di ricorrere a prestiti bancari nei prossimi 6 mesi lo farà per poter gestire le attività correnti.

(fonte: cameradicommercio.it)

AVVIARE: COME ORGANIZZARE LE PRIME COSE DA FARE QUANDO SI INIZIA

Dopo aver predisposto il Business Plan, si tratta di passare dalla teoria alla pratica provvedendo agli adempimenti previsti dalla legge per l'apertura di una nuova ditta, finalizzati a dare concretezza alla forma giuridica, e predisponendo lo spazio fisico in cui si svolgerà l'attività.

Organizzare: come individuare la giusta sede e rimanerci a lungo.

La sede rappresenta il punto di riferimento per i clienti e i fornitori. Ed è il luogo in cui si svolge la maggior parte dell'attività imprenditoriale, sia che si tratti di un'attività produttiva che di un esercizio commerciale o di fornitura di servizi; perciò va ricercata con un numero adeguato di locali a seconda del tipo di attività. Nel momento in cui si cerca il locale idoneo, da affittare o acquistare, non bisogna tralasciare alcuni aspetti che possono incidere sia sulle spese iniziali sia sulla possibilità di sviluppo dell'impresa.

Sono da valutare: le condizioni del locale (poiché sarà necessario procedere a lavori di ristrutturazione e adeguamento), le possibilità di parcheggio che avranno i futuri clienti, i consumi e le spese condominiali (se si condivide lo stabile con altri), la sicurezza della zona e del vostro locale. Nel caso di affitto sono da considerare anche le clausole di risoluzione del contratto.

Comunicare: come farsi conoscere

Una nuova impresa presente sul territorio ha senz'altro necessità di far conoscere la propria esistenza attraverso una prima campagna di promozione della sua attività. Per scegliere gli strumenti più adeguati per le azioni di marketing occorre avere le idee chiare riguardo al target cui ci si rivolge con i beni e/o i servizi che si offrono. Inoltre, considerare le caratteristiche della concorrenza è fondamentale per avere a disposizione dati utili alla elaborazione di una buona e, possibilmente, vincente strategia.

Aprire/iniziare: come farsi apprezzare fin dal primo giorno

Fin dal primo giorno è importante stare sempre attenti a ciò che i clienti pensano e dicono del prodotto/servizio. In alcuni casi, i commenti possono essere anche deludenti nei confronti delle aspettative personali; però è importante ascoltarli, interpretarli e usarli proficuamente per soddisfare la domanda implicita di miglioramento. Il giorno dell'inaugurazione, in alcuni tipi di attività, è fondamentale fare una buona impressione sui primi potenziali clienti; perché da probabili clienti occasionali potrebbero diventare potenziali clienti "fidelizzati". È chiaro che si deve investire adeguatamente su questo momento, fornendo particolari offerte promozionali e mettendo a proprio agio i curiosi che si avvicinano alla nuova attività commerciale.

GESTIRE: COME CONDURRE LE ATTIVITÀ QUANDO L'IMPRESA È ORMAI A REGIME

Dopo la fase di avvio ci sono una serie di attività ordinarie a cui l'imprenditore non può rinunciare se intende garantire un buon esito agli sforzi iniziali e preparare il terreno per un favorevole sviluppo alla sua impresa.

Pianificare: come evitare le brutte sorprese in fase di crescita

Far crescere un'impresa non è facile e l'imprenditore deve essere consapevole che nei primi tempi dovrà fare un po' di fatica. Pianificare il lavoro, usando un software specializzato, un foglio di calcolo o anche solo un calendario sempre davanti agli occhi, consente di prevedere ciò di cui si ha bisogno organizzando il tempo e le risorse in modo da evitare di trovarsi in condizione di non poter soddisfare delle richieste per tempo. Un'attenzione particolare riveste anche l'aspetto fiscale, che spesso viene affidato a un professionista, ma sul quale l'imprenditore deve mantenersi costantemente aggiornato.

Vendere: come mantenere alte le vendite

L'analisi del mercato è una questione di vitale importanza, poiché la redditività e la competitività dell'attività dipende dalla maggiore o minore capacità di attirare clienti. Dalle vendite deriva anche la possibilità di restare sul mercato e di cominciare a crescere. Alla cura del rapporto con i clienti già fidelizzati si deve unire una continua attività per creare maggiori contatti che permettano di raggiungere nuove persone.

Molte sono le modalità promozionali: dal semplice biglietto da visita, all'attenzione al cliente anche al di là dell'orario di lavoro, ai contatti con la Camera di Commercio, le Associazioni di categoria e gli Enti professionali.

Controllare: come conoscere i costi effettivi

Quando si sta sviluppando un'impresa, bisogna davvero stare attenti a tenere i costi sotto controllo. A mano a mano che il fatturato aumenta è bene non farsi prendere troppo dall'entusiasmo correndo il rischio di fare investimenti azzardati. È importante perciò evitare di cadere in errori promettendo per esempio di esaudire richieste che non si possono mantenere, finendo per non rispettare le scadenze o scendere a compromessi sulla qualità. La struttura dei costi effettivi va via che l'impresa cresce va inevitabilmente modificandosi. È pertanto opportuno monitorare alcuni elementi che servono ad avere sempre il quadro economico chiaro: i tempi di produzione, la distribuzione, il budget, i costi di esercizio, il ricarico, le spese bancarie, i debiti insoluti, la gestione degli acquisti e gli ordini.

continua sul prossimo numero

INVENTA LAVORO – IL BLOG TREND SETTER NEL MONDO DEL LAVORO

Le motivazioni per “mettersi in proprio” possono essere tante: il desiderio di cambiare stile di vita, la volontà di essere autonomi nel mondo del lavoro dopo aver terminato gli studi, la volontà di provare a realizzare un'idea che si ha da tempo, la difficoltà di trovare un lavoro e decidere quindi di crearselo. Ma come arrivare all'idea giusta? Per trovare l'idea giusta è necessario in primo luogo fermarsi a riflettere e dare inizio al processo creativo.

Con poche e semplici iniziative è possibile avere a disposizione i giusti suggerimenti per l'idea iniziale: leggere e approfondire libri che raccontano la nascita di altre imprese, osservare e fare domande a chi ha già un'impresa, guardare le persone che si hanno intorno cercando di capire di che cosa hanno bisogno, visitare le fiere commerciali della zona, discutere delle proprie potenzialità e interessi con amici e familiari, ma anche curiosare tra le idee di business innovative avviate in vari angoli del mondo.

Manuela Longo è una giornalista free-lance abruzzese che si occupa di tematiche inerenti il mondo del lavoro, delle professioni emergenti e delle nuove idee d'impresa e che si diverte (come Lei dichiara sul sito <http://inventalavoro.style.it/>) a fare la COOLHUNTER di lavori emergenti e di business innovativi, quindi a tenere acceso il suo radar per cogliere per primo quei segnali appena accennati di una possibile tendenza del mercato, nel momento in cui questi iniziano a sbocciare.

Ed ecco allora alcuni spunti di business innovativi che si possono cogliere dal sito inventa.lavoro.style.it o dai libri di Manuela Longo, alcuni dei quali con investimenti davvero contenuti:

- **l'home shopper:** che è come un personal shopper, però fa acquisti per la casa, sia in compagnia del cliente che per conto del cliente stesso;
- **l'home stager:** colui che ristrutturava le case che devono essere vendute. Lavora con le agenzie immobiliari, ma dà un valore aggiunto non solo all'agenzia che così riesce a vendere più facilmente, ma anche all'acquirente che sa che in quell'abitazione c'è già stato un intervento da parte di una persona competente;
- il **Manga Kissa:** realtà ancora poco conosciute da noi ma che rappresentano una nicchia di business interessante. Fissati con tutto ciò che è cyber, i giapponesi sono partiti dal creare bar dove, oltre a bere un drink, si poteva sfogliare una rivista cult o un fumetto ben fatto per poi passare alla tecnologia ed oggi, dentro i kissa bar, ci si può trastullare ai videogiochi, sostare ore davanti agli schermi al plasma, navigare in internet e, (anche) bere in compagnia.

- **Lo Smoothies bar:** volete fare business con frappè, succhi di frutta ecc... Tra tutti i prodotti della categoria, quelli che stanno prendendo terreno sono gli smoothies, ovvero i frullatoni a base di frutta (ma anche verdura), latte e yogurt. Il loro punto di forza è il fatto di essere salutari, adatti a tutti (in fondo, a chi è che non piace nessun tipo di frutta?) e di poterli considerare degli ottimi sostituti per il pasto (soprattutto in estate). Per chi ha interesse ad aprire un'attività in franchising in Italia c'è la catena Juice Up che propone la doppia opzione "chiosco" o bar con una fee di ingresso contenuta.

- **L'accademia d'arte per bambini:** potreste soddisfare le esigenze di chi vuole un'attività ricreativa per il bambino senza spostarsi in centro o seguire corsi proposti da istituti troppo costosi attraverso la creazione di una "piccola accademia per bambini", anche a carattere itinerante. Il problema di queste attività, infatti, è spesso quella della sede, che deve essere ampia, organizzata e costosa. Si può invece spostare le attività svolte (corsi di pittura, manipolazione, eventi, ecc) dentro la città, "spuntare" con i laboratori ora in una ludoteca, ora in una scuola o, addirittura in un parco!

- **Il Whole Foods Market:** l'attenzione al cibo biologico non scenderà; sono, anzi, sempre di più i consumatori che scelgono cibi di qualità, acquistano frutta e verdura dai contadini, comprano "organico" per rispettare l'ambiente e spendono in prodotti di bellezza naturale. Se, però, in fatto di alimenti basta recarsi dal contadino o al farmer market, trovare il "tutto bio" in un solo punto vendita (dal cibo alla bellezza, dunque) resta abbastanza difficile.

All'estero già sono diffusi i "whole foods markets", ovvero dei supermercati del benessere a tutto tondo. In questi punti vendita tutto è naturale e non c'è reparto che sfugga alla regola, dal cibo, alla panetteria, fino agli scaffali che espongono creme e prodotti per la casa. Insomma, un vero e proprio punto di riferimento per coloro che hanno fatto del vivere secondo natura uno stile di vita.

AZIONE 4 – FINANZIAMENTI PER LE NUOVE IMPRESE

Da lunedì 1 febbraio 2010 le nuove imprese nate da un'idea imprenditoriale sottoposta ai servizi degli Sportelli Creazione d'Impresa e concretizzata in un business plan validato dalla Provincia, costituite e regolarmente iscritte alla C.C.I.A.A. e che risultino già attive, possono presentare domanda di accesso ai contributi previsti dall'Azione 4.

Per qualunque informazione potete rivolgervi agli operatori dello Sportello.

LE INIZIATIVE CONGIUNTE CON GLI ATTORI DEL TERRITORIO

Sono molteplici gli attori che sul territorio provinciale erogano servizi a favore dell'autoimprenditorialità e tale situazione genera, da un lato, una positiva pluralità di offerta ma, dall'altro, il rischio di una inefficiente sovrapposizione di servizi e di una scarsa integrazione con gli attori che si occupano di avviare e reinserire le persone nel mondo del lavoro.

Per far fronte a tale situazione, lo Sportello Creazione d'Impresa, in accordo e unitamente ai competenti assessorati della Provincia di Alessandria, ha avviato una serie di azioni finalizzata a sostenere ed implementare la "rete" a favore dell'autoimprenditorialità. Le principali azioni avviate nel periodo, possibili anche grazie al fattivo coinvolgimento degli operatori dei Centri per l'Impiego che si sono resi parte attiva nel creare e mantenere le relazioni con i soggetti interessati di tutti i comuni della provincia alessandrina, sono rivolte a:

- i **Comuni centro zona**, ed in particolare agli uffici competenti in materia di servizi rivolti alle imprese, al fine di valutare le possibili sinergie di offerta ai potenziali imprenditori;
- le **Agenzie Formative**, ed in particolare agli orientatori che operano a contatto con i partecipanti alle attività formative e agli stessi partecipanti per presentare loro le opportunità offerte dai servizi dello Sportello Creazione d'Impresa, al fine di sostenere il collegamento con il canale della formazione professionale;
- gli **Istituti scolastici**, ed in particolare agli orientatori che operano a contatto con i ragazzi degli ultimi anni e agli stessi studenti per presentare loro le opportunità offerte dai servizi dello Sportello Creazione d'Impresa, al fine di sostenere il collegamento con il canale dell'istruzione;
- la **Facoltà di Scienze matematiche fisiche e naturali** dell'Università degli Studi del Piemonte Orientale "Amedeo Avogadro" di Alessandria, ed in particolare ai laureandi e ai neolaureati, al fine di sostenere il collegamento con il canale dell'istruzione;
- altre importanti realtà del territorio quali il **Parco Scientifico Tecnologico e delle Telecomunicazioni** in Valle Scrivia e **Proplast** consorzio per la promozione della cultura plastica al fine di valutare le possibili sinergie di offerta ai potenziali imprenditori.

I risultati concreti per i potenziali imprenditori si potranno valutare solo tra qualche tempo, ma da subito è emersa la consapevolezza di tutti gli operatori che solo operando insieme con unità di intenti sarà possibile fornire il massimo supporto indispensabile nell'attuale momento di crisi economica.

LE INIZIATIVE DEL TERRITORIO SULLA CREAZIONE D'IMPRESA

Tra le iniziative di questo periodo è opportuno segnalare:

- La manifestazione, denominata **EVOLUZIONE**, promossa dalla Provincia di Alessandria e rivolta agli studenti dell'ultimo biennio delle scuole medie superiori, agli universitari ed agli adulti interessati a entrare o a reinserirsi nel mondo della formazione e del lavoro.

In particolare la manifestazione, giunta alla seconda edizione, intende fornire informazioni relative all'offerta formativa e lavorativa della Provincia di Alessandria, mediante stand espositivi di scuole, università, enti, aziende e mediante un'area interattiva dove verranno forniti servizi di orientamento ed organizzati momenti di incontro con rappresentanti del mondo del lavoro.

La manifestazione, che si terrà ad Alessandria, Caserma Valfrè, corso Cento Cannoni, l'11 e il 12 febbraio 2010, si differenzia da altri eventi simili per il modo in cui affronta i vari argomenti. Il progetto è stato infatti pensato e sviluppato da giovani per altri giovani e prevede tre aree: l'area accoglienza, l'area esposizione, l'area servizi.

Per ulteriori informazioni consultare il sito www.progettoevoluzione.org

- Il bando per il **sostegno all'accesso al capitale per le imprese in start up** del Comune di Alessandria. Il Comune ha approvato un piano di incentivazione delle attività imprenditoriali **innovative** nelle fasi di start up e sviluppo che prevede l'erogazione di contributi per la premiazione delle idee imprenditoriali eccellenti e il sostegno all'accesso al capitale. Le imprese partecipanti dovranno far pervenire domanda entro il 10/01/2011. Ulteriori informazioni sono disponibili sul sito www.comune.alessandria.it, sezione "bandi di concorso".
- I bandi relativi alla misura 2 "**Sostegno delle aree a rischio desertificazione commerciale e/o commercialmente deboli**". L'assessorato regionale al Commercio ha predisposto cinque bandi rivolti a beneficiari differenti, ma comunque sintetizzabili principalmente in Comunità montane, Comunità collinari, Comuni in forma associativa, Comuni desertificati, Province e microimprese, relativi a interventi a sostegno:
 - dei centri polifunzionali,
 - delle imprese esercenti nel settore del commercio,
 - di azioni sperimentali (progetti di consegna di merci a domicilio/ di trasporto di persone alle sedi mercatali/ di creazione di un sistema di mercatini itineranti),
 - delle aree mercatali,
 - della predisposizione di indagini sul grado di desertificazione territoriale.

I testi della determina e dei bandi sono consultabili sul Bollettino ufficiale Regione Piemonte n° 44 del 5/11/2009.