



Start Cup “Roma 2006/2007”

Struttura dell’executive summary e del business plan

L’executive summary e il business plan devono essere contenuti nello stesso file, in formato doc o pdf, avente per nome l’acronimo del progetto presentato

L’executive summary non deve essere più lungo di tre pagine. Esso deve contenere a) l’acronimo del progetto, b) i nomi dei soggetti proponenti c) l’indicazione: “Progetto presentato alla Start Cup Roma 2006-2007”.

Gli elementi essenziali dell’executive summary devono essere i seguenti:

- i bisogni che l’impresa intende soddisfare con quali tipi di prodotti/servizi;
- le premesse (storia) e lo stadio di sviluppo dell’idea, in particolare dei prodotti/servizi (eventuale evidenza di accettazione da parte di clienti o di giudizi positivi di esperti);
- il mercato/segmenti a cui intende indirizzare l’offerta e con quali obiettivi;
- la concorrenza ed il posizionamento (vantaggi) competitivo;
- il team imprenditoriale/manageriale ed il background di esperienza;
- gli aspetti essenziali operativi ed organizzativi (commerciali, tecnici, produttivi, amministrativi);
- i rischi e le protezioni/difese (legali/gestionali);
- i principali traguardi distribuiti nel tempo ed i vincoli (risorse finanziarie, manageriali...);
- la sintesi dei risultati economici e dell’assetto finanziario/patrimoniale (caso base, eventualmente più favorevole e meno favorevole).

Il Business Plan non deve essere più lungo di 25 pagine e deve essere articolato per le seguenti sezioni, che corrispondono ai criteri di valutazione per i business plan indicati nel bando:

1. **Team imprenditoriale:** curriculum formativo, esperienze professionali, capacità economico-manageriali e tecnico-scientifiche dei soggetti proponenti;
2. **Caratteristiche tecnologiche:** conoscenze e esperienze nel settore tecnologico considerato, caratteristiche tecnologiche del prodotto, caratteristiche innovative del prodotto/processo, realizzabilità del prodotto e investimenti previsti in R&S;
3. **Potenzialità di mercato:** valutazione delle potenzialità commerciali dell’idea e delle capacità di soddisfare nuovi bisogni, capacità competitiva del progetto e difendibilità da concorrenti;
4. **Impatto sull’economia locale:** coerenza con le aspettative degli stakeholder locali, integrazione con le imprese del sistema produttivo locale, creazione di posti di lavoro qualificati, attrazione di investimenti esterni, sviluppo di relazioni con istituzioni scientifiche e con imprese anche a scala internazionale;
5. **Piano organizzativo:** adeguatezza delle risorse, delle competenze umane e tecniche e delle capacità organizzative rispetto alla creazione della nuova impresa;
6. **Piano di marketing:** coerenza tra capacità commerciali, strategie commerciali e il mercato del prodotto/servizio offerto;
7. **Piano finanziario:** adeguatezza della struttura finanziaria, dimensione del fabbisogno, capacità di reperimento delle risorse finanziarie e schema dei flussi finanziari previsionali;
8. **Piano economico-reddituale:** capacità reddituale del progetto, credibilità delle stime e definizione di proiezioni economico-patrimoniali.