

I03

Guida per Giovani Imprenditori Migranti



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



**YOUNG
MIGRANT
ENTREPRENEURS**

Indice

Introduzione.....	9
P.1 Introduzione generale della Guida per Giovani Imprenditori Migranti	9
P.2 Perché abbiamo bisogno di una guida all'apprendimento imprenditoriale per i giovani migranti?	9
P.3 Come verrà fornita la guida?.....	10
P4 Introduzione del partenariato YME e delle organizzazioni partner.....	11
Bogazici University – Turchia	11
Ministero della Pubblica Istruzione - Turchia	11
Università POLITEHNICA di Bucarest (UPB) - Romania.....	12
Dutch Foundation of Innovation Welfare 2 Work – Paesi Bassi	13
CPA di Giuseppina Bomba– Italia	13
Werkcenter Scotland – Regno Unito.....	13
Capitolo 1 Il sogno imprenditoriale.....	14
1.1. I migliori film sull'imprenditorialità (e i loro trailer)	14
1.2 I 5 canali Youtube di maggior ispirazione per gli imprenditori	17
1.3 Ancora altre scelte su Youtube su imprenditorialità, innovazione e ispirazione	18
1.4 I migliori 6 podcast imprenditoriali?	24
Capitolo 2 L'autovalutazione imprenditoriale.....	27
2.1 Definizione di imprenditorialità	27
2.2 Autovalutazione imprenditoriale	27
2.3. L'importanza dell'onestà nell'autovalutazione.....	28
2.4. Hai mai considerato di poter essere un/una imprenditore/rice?	28
Capitolo 3 Da sogni alle idee e dalle idee al business.....	29
3.1 L'importanza di un'idea	30
3.2 Tutto comincia con il marchio "Io"	30
3.3 Valuta te stesso	31
3.4 Cos'è meglio per la nascita delle idee?	31
3.5 Idee e target group.....	32
3.6 Condurre ricerche di mercato.....	33
3.7 Cosa vogliono i clienti?	33
3.8 Altri suggerimenti.....	33
3.9 Rendilo ufficiale	34

3.10	Scrivi il tuo piano aziendale (business plan).....	35
Capitolo 4	Come creare la tua impresa!	36
4.1	Il Modello di Business.....	36
4.2.	Il modello Business Canvas	38
4.2.1	Passaggio 1: Gruppo Target	38
4.2.2	Passaggio 2: Qual è il valore della tua proposta?	38
4.2.3.	Passaggio 3: Qual è la tua fonte di guadagno?	39
4.2.4	Passaggio 4: Cambiamento delle esigenze.....	39
4.2.5	Passaggio 5: Canali: come raggiungo l'obiettivo?.....	40
4.2.6.	Passaggio 6: Nucleo delle attività - Cosa fai?	40
4.2.7.	Passaggio 7: Risorse.....	40
4.2.8.	Passaggio 8: Partner	40
4.2.9.	Passaggio 9: Costi.....	40
4.3.	Lean Startup	41
4.3.1	Creazione del modello di Business (in Lean Startup)	42
4.3.2	Sviluppo del segmento di clientela	46
4.3.3	Monitoraggio dei progressi di avvio.....	47
4.3.4	Esempi di applicazione del metodo Lean Start-up.....	50
Capitolo 5	Leggi, norme, regolamenti e tasse imprenditoriali	51
5.1	Passo dopo passo	51
5.1.1.	Passaggio 1: Scegli la forma legale.....	51
5.1.2.	Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda	51
5.1.3.	Passaggio 3: regolamento fiscale e contabile.....	51
5.1.4.	Passaggio 4: scrivere un piano aziendale (business plan).....	52
5.1.5.	Passaggio 5: apertura di un conto aziendale (prestiti e sovvenzioni)	52
5.1.6.	Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni (es. Permesso di costruzione ecc...)	52
5.1.7	Passaggio 7: Privacy / Protezione dei dati personali e creazione del sito Web aziendale	52
5.1.8.	Passaggio 8: Assicurazione.....	53
5.1.9.	Passaggio 9: gestione delle risorse umane.....	53
5.1.10.	Passaggio 10: brevetti e marchi (brand).....	53
5.2.	Regno Unito passo dopo passo	53
5.2.1	Passaggio 1: scegli la forma giuridica.....	54

5.2.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio.....	60
5.2.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità	65
5.2.4 Passaggio 4: scrivere un piano aziendale (<i>business plan</i>).....	71
5.2.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale.....	71
5.2.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni	73
5.2.7 Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali (creazione di un sito Web aziendale)..	74
5.2.8. Passaggio 8: assicurazione	74
5.2.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane.....	77
5.2.10 Passaggio 10: brevetti e marchi (<i>patents and brands</i>).....	78
5.3. Passo dopo passo Paesi Bassi.....	78
5.3.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica.....	79
5.3.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio.....	81
5.3.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità	81
5.3.4. Passaggio 4: scrivi il tuo piano aziendale (<i>business plan</i>).....	83
5.3.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale.....	83
5.3.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni	84
5.3.7. Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali (creazione di un sito Web aziendale) .	86
5.3.8. Passaggio 8: assicurazioni.....	88
5.3.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane.....	88
5.3.10 Passaggio 10: brevetti e marchi.....	90
5.4. Passo dopo passo: Italia.....	91
5.4.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica.....	91
5.4.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio.....	92
5.4.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità	92
5.4.4. Passaggio 4: scrivi un piano aziendale (<i>business plan</i>)	92
5.4.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale.....	93
5.4.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni	95
5.4.7. Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali (creazione di un sito Web aziendale) .	96
5.4.8. Passaggio 8: assicurazione	96
5.4.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane.....	97
5.4.10 Passaggio 10: brevetti e marchi.....	97
5.5. Passo dopo passo Romania	106
5.5.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica.....	107

5.5.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio.....	109
5.5.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità	110
5.5.4. Passaggio 4: scrivi un piano aziendale (business plan)	110
5.5.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale.....	110
5.5.6 Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni	111
5.5.7. Passaggio 7: privacy/protezione dei dati personali (creazione di un sito Web aziendale) .	111
5.5.8. Passaggio 8: assicurazione	111
5.5.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane.....	112
5.5.10 Passaggio 10: brevetti e marchi (<i>brevete și mărci comerciale</i>)	112
5.6. Turchia passo dopo passo	113
5.6.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica.....	115
5.6.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio.....	115
5.6.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità	116
5.6.4. Passaggio 4: scrivi un piano aziendale (business plan)	119
5.6.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale.....	119
5.6.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni	121
5.6.7. Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali (creazione di un sito Web aziendale)	123
5.6.8. Passaggio 8: assicurazione	124
5.6.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane.....	126
5.6.10 Passaggio 10: brevetti e marchi.....	127
Capitolo 6 Suggerimenti e trucchi	130
6.1. Dieci trucchi e suggerimenti per i giovani imprenditori.....	131
6.1.1. Mettiti alla prova.....	131
6.1.2. Rimani fedele a te stesso	131
6.1.3. Corri dei rischi.....	131
6.1.4. Dai una visione a ciò che vuoi	131
6.1.5. Trova le persone giuste	131
6.1.6. Agisci.....	131
6.1.7. Sii tenace.....	132
6.1.8. Fai ricerche	132
6.1.9. Spendi i tuoi soldi con saggezza.....	132
6.1.10. Ascolta i tuoi clienti	132
6.2 Giovani imprenditori migranti di successo.....	132

6.3. Dieci suggerimenti e trucchi su come diventare un imprenditore?.....	134
6.3.1. La tua idea imprenditoriale dovrebbe essere alimentata dalla passione.....	134
6.3.2. La tua idea imprenditoriale dovrebbe essere considerata una soluzione.....	134
6.3.3. Dovresti identificare e conoscere il tuo mercato di riferimento.	135
6.3.4. Prepara un piano aziendale ben strutturato.....	135
6.3.5. Sapere quali siano i requisiti legali per avviare un'impresa.....	136
6.3.6. Ottenere il finanziamento per la tua idea iniziale	137
6.3.7. Iniziare in piccolo per diventare grandi.....	137
6.3.8. Fai delle pause.....	138
6.3.9. È importante correre dei rischi.....	138
6.3.10. Imparare dagli errori.....	139
6.4. Suggerimenti e trucchi per la pianificazione aziendale	139
6.4.1. Adatta il piano aziendale al tuo pubblico	139
6.4.2. Fai una ricerca approfondita sul tuo mercato	139
6.4.3. Identifica i tuoi concorrenti.....	140
6.4.4. Presta attenzione ai dettagli.....	140
6.4.5. Concentrati sulle opportunità che la tua start-up offre agli investitori.....	140
6.4.6. Non tralasciare fatti importanti	140
6.4.7. Fai sì che i dati finanziari siano corretti.....	140
6.4.8. Rendi convincente il tuo executive summary (sintesi, sommario).....	140
6.4.9. Chiedi una seconda opinione ad un coach aziendale	140
6.4.10. Implementa correttamente il tuo piano aziendale.....	141
6.5. Fattori di successo	141
6.6. Dieci trucchi e suggerimenti per avere successo come imprenditore.....	141
6.6.1. Fai una solida pianificazione aziendale.....	141
6.6.2. Preparati per le sfide finanziarie	141
6.6.3. Sii cauto: ricorda che stai avviando un'impresa	141
6.6.4. Chiedi aiuto!.....	142
6.6.5. Riponi la tua fiducia in un mentore	142
6.6.6. Marketing con un budget limitato	142
6.6.7. Prenditi cura del “numero uno”	142
6.6.8. Crea un team che condivide la tua visione	142
6.6.9. L'apprendimento permanente	143

6.6.10. Salvaguarda la tua impresa	143
Capitolo 7 F.A.I.L. (FIRST ATTEMPT IN LEARNING) – Primi tentativi di apprendimento	144
7.1. Top 10 F.A.I.L.	144
7.1.1 Mancata definizione di un obiettivo	144
7.1.2 Solo l'entusiasmo non basta per avere successo	144
7.1.3 Incapacità di apprendere	144
7.1.4 Mala gestione del denaro/del budget	144
7.1.5 Mancata pubblicità/marca del prodotto	145
7.1.6 Sottovalutare la concorrenza	145
7.1.7 Iniziare per motivi sbagliati	145
7.1.8 Cattiva gestione	145
7.1.9 Nessun piano aziendale/pianificazione terribile	145
7.1.10 Circondarsi delle persone sbagliate	145
7.2 Altri F.A.I.L.	146
7.2.1 Mancata preparazione.	146
7.2.2 Mancato avvio.	146
7.2.3 Fallimento nella creazione del marchio	146
7.2.4. Fallimento generato dalla mancanza di conoscenze aziendali specifiche dell'area di azione.	146
7.2.5. Fallimento generato dalla sopravvalutazione del fabbisogno del mercato.....	146
7.2.6. Fallimento generato dalla sottovalutazione dei concorrenti.....	146
7.2.7 Fallimento generato da una scarsa conoscenza del target, con conseguente scarsa attività di marketing.....	146
7.2.8. Fallimento generato dalla mancanza di passione e impegno nel team fondatore.....	146
Capitolo 8 Come fare rete.....	147
8.1 Qual è il modo migliore per fare rete?.....	147
8.2. Dieci suggerimenti e trucchi per fare rete	147
8.2.1 Lasciare sempre la stanza “profumata di rose”	147
8.2.2 Fatti notare! Ma per le cose giuste.....	147
8.2.3. Fai i tuoi compiti.....	147
8.2.4. La maggior parte delle persone non inizia le conversazioni	147
8.2.5 Memorizza alcuni spunti di conversazione non troppo intensi!.....	147

8.2.6 Quando descrivi il tuo lavoro, crea una spiegazione divertente o diversa di ciò che fai e sii orgoglioso.	148
8.2.7. Non chiuderti in ufficio	148
8.2.8 Metti una foto sul tuo biglietto da visita	148
8.2.9 Non essere troppo diretto.....	148
8.2.10. Prova a pensare a ciò che interessa all'altra persona.	148
8.3 Dieci suggerimenti e trucchi per fare rete	148
8.3.1. Prendere l'iniziativa.....	148
8.3.2. Usa i social media.....	148
8.3.3. Vesti in modo professionale.....	149
8.3.4 Impara ad ascoltare	149
8.3.5 Guarda le persone negli occhi	149
8.3.6 Stabilisci un obiettivo!	149
8.3.7 Fai il primo passo!.....	149
8.3.8 NON ESSERE NEGATIVO!	149
8.3.9 Parla con persone che non conosci	150
8.3.10 Accetta il rifiuto	150
8.4 Altri suggerimenti e trucchi sul networking.....	150
8.4.1. Incontra persone attraverso altre persone.....	150
8.4.2. Sfrutta i social media	150
8.4.3. Non chiedere un lavoro	151
8.4.4. Usa il tuo curriculum come strumento per avere un consiglio	151
8.4.5. Non impiegare troppo tempo.....	151
8.4.6. Lascia parlare l'altra persona.....	151
8.4.7. Presenta una storia di successo	151
8.4.8. Chiedi suggerimenti su come espandere la tua rete	152
8.4.9. Trova un motivo per continuare.....	152
8.4.10. Ricordati sempre di ringraziare	152
Capitolo 9 Marketing e Comunicazione.....	153
9.1 Cos'è il marketing?.....	153
9.2: Ecco 10 consigli da condividere con te	153
9.2.1 Conosci il tuo cliente!.....	153
9.2.2 Prima di creare una strategia, chiediti quale sia l'obiettivo	153

9.2.3 Studia la concorrenza e copia	153
9.2.4 Impostare un obiettivo specifico	154
9.2.5. Parla con il tuo team	154
9.2.6 Pianifica	154
9.2.7. Prenditi cura della pagina web	154
9.2.8. Comunica quello che fai.....	154
9.2.9 Scommetti su una strategia “mediatica”	155
9.2.10 Misurare i risultati.....	155
9.3. Altri sei suggerimenti e trucchi per il marketing	155
9.3.1 Il re dei consigli di marketing: tenetevi al passo con le tendenze!	155
9.3.2 Avvicinati ai social a pagamento.....	155
9.3.3 Supporta i sostenitori del marchio.....	155
9.3.4 Priorità all'autenticità.....	156
9.3.5. Crea un messaggio memorabile.....	156
9.3.6. Costruisci partnership	156
9.4. Sei trucchi e suggerimenti per il marketing.....	156
9.4.1 Avere un LOGO memorabile	156
9.4.2 Agisci per migliorare la fedeltà del cliente	156
9.4.3 Prova a fare ricerche personali.....	157
9.4.4 Investire nei social media.....	157
9.4.5 Filmare alcuni annunci	157
9.4.6 Digitalizzati!	157
9.5 Cos'è la comunicazione?	157
9.6 6 consigli su come comunicare	158
9.6.1 Metti in pratica le tue capacità di ascolto (e anche le tue capacità di attenzione):	158
9.6.2. Collaborare, non dettare.....	158
9.6.3 Presta attenzione a come trascorri il tuo tempo libero	158
9.6.4. Investire nei giusti strumenti di comunicazione e collaborazione	158
9.6.5. Non aspettare troppo a lungo per sollevare problemi importanti	159
9.6.6. Impara a tenere a mente le caratteristiche delle persone intorno a te	159

Introduzione

P.1 Introduzione generale della Guida per Giovani Imprenditori Migranti

L'imprenditorialità tra i migranti deve essere vista come una nuova arena per l'azione sociale, economica e politica. Molti governi stanno quindi cercando di promuovere attivamente l'imprenditorialità attraverso varie forme di sostegno. Ma non dipende dai governi... Dipende da te!

Il progetto Young Migrant Entrepreneurs (YME) ha prodotto una guida per i giovani imprenditori. All'interno dell'UE, i giovani migranti rappresentano un importante bacino di potenziali imprenditori, ma possono incontrare, come altri gruppi più vulnerabili, specifici ostacoli legali, culturali e linguistici. Abbiamo affrontato questi problemi nel modo più completo possibile per supportare il giovane imprenditore, quando e dove possibile.

Fortunatamente ci sono molte iniziative nell'UE che supportano i giovani imprenditori migranti, ma crediamo che questa Guida YME abbia un valore aggiuntivo con tutti i suoi suggerimenti e trucchi. Controlla tu stesso/a!

Imparare in modo indipendente può essere impegnativo, anche per il giovane imprenditore più brillante e motivato. Abbiamo costruito questa guida YME intorno alle quattro fasi chiave dell'apprendimento indipendente, noto come self-directed learning:

- * Sei pronto e motivato a imparare e lavorare sodo per essere un imprenditore?
- * Definizione degli obiettivi dell'imprenditore
- * Impegnarsi nel processo imprenditoriale;
- * Valutazione dell'apprendimento imprenditoriale.

P.2 Perché abbiamo bisogno di una guida all'apprendimento imprenditoriale per i giovani migranti?

Una Guida per l'apprendimento imprenditoriale per i giovani migranti è necessaria in quanto:

- Sarà disponibile per i giovani migranti ogni volta che ne avranno bisogno;
- Farà da riferimento per tutte le sessioni di apprendimento imprenditoriale;
- Sistematizza le abilità e le conoscenze sull'imprenditorialità adattate al segmento educativo considerato;
- Consente di confrontare le esperienze tra i partner del progetto.

P.3 Come verrà fornita la guida?

La guida all'apprendimento imprenditoriale verrà fornita come in carta stampata, in file scaricabile e come app per smartphone.

La Guida per Giovani Imprenditori Migranti include i seguenti capitoli:

* [Introduzione](#)

Una breve introduzione.

* [Capitolo 1 – Il sogno imprenditoriale](#)

Un capitolo per prendere ispirazione e rafforzare la motivazione

* [Capitolo 2 – Autovalutazione sull'imprenditorialità](#)

Sei un imprenditore? Di quali competenze hai bisogno per essere un buon imprenditore? Un'analisi dei bisogni.

* [Capitolo 3 – Da sogni alle idee e dalle idee al business](#)

Come trasformare i sogni in idee e le idee in sogni

* [Capitolo 4 – Come avviare un'impresa](#)

I nostri sogni e le nostre idee possono essere raggiunti solo attraverso un Business Plan

* [Capitolo 5 – Leggi, regole, regolamenti e tassazione per gli imprenditori](#)

Le leggi, le regole, i regolamenti e la tassazione dei paesi del progetto YME spiegati per i giovani migranti: Turchia, Paesi Bassi, Regno Unito, Romania e Italia

* [Capitolo 6 - Suggerimenti e trucchi](#)

Consigli e suggerimenti (attraverso l'animazione) per i giovani imprenditori.

* [Capitolo 7 - F.A.I.L. \(Primi tentativi di apprendimento\)](#)

Bisogna guardare ai fallimenti come opportunità per imparare e crescere.

* [Capitolo 8 – Come fare rete](#)

Quando si impara a fare rete si migliora sia la propria vita personale che i propri affari.

* [Capitolo 9 - Marketing e Comunicazione](#)

Aumentare la consapevolezza, la comunicazione e il marketing è la chiave per qualsiasi attività di successo.

P4 Introduzione del partenariato YME e delle organizzazioni partner

Il progetto Young Migrant Entrepreneurs (YME) è incentrato sul fornire supporto per lo sviluppo di capacità imprenditoriali ai giovani migranti nei paesi del partenariato. I paesi partner sono Turchia, Romania, Italia, Paesi Bassi e Regno Unito.

Bogazici University - Turchia

L'Università Bogazici (BU) è stata formalmente fondata nel 1971. Ha quattro facoltà, sei istituti di specializzazione, due scuole (Scuola di lingue straniere e Scuola professionale di scienze applicate) e 32 centri di ricerca. Le facoltà e le scuole offrono studi universitari per circa 16.000 studenti, mentre gli istituti offrono programmi universitari per circa 4.000 studenti. La lingua di insegnamento presso l'Università è l'inglese. Lo staff è formato da 939 membri dello staff accademico e 984 membri dello staff amministrativo. È approvato dalla European Universities Association (EUA) e la Facoltà di Ingegneria è la prima facoltà accreditata ABET in Turchia. BU è membro di diversi network universitari internazionali che condividono lo stesso obiettivo di rafforzare la cooperazione accademica tra i suoi membri: IAU - International Association of Universities; Magna Charta Universitatum; EUA - European University Association; Unimed - Unione delle Università del Mediterraneo; La rete di Utrecht; Rete delle università del Mar Nero; SEFI - European Society for Engineering Education, European Universities Continuing Education Network (EUCEN).

[Website Boğaziçi University](#) - [Instagram @uniBoğaziçi](#) - [Twitter @UniBoğaziçi](#)

Ministero della Pubblica Istruzione - Turchia

Il Ministero dell'Educazione Nazionale (MoNE) in Turchia gestisce uno dei più grandi sistemi educativi in Europa. I servizi educativi a tutti i livelli sono forniti sostanzialmente (oltre il 90%) dagli istituti di istruzione pubblica. La legislazione amministrativa e la supervisione relative all'istruzione formale e non formale (ad eccezione dell'istruzione superiore) sono eseguite dal Ministero della Pubblica Istruzione. MoNE regola anche l'occupazione e il trasferimento degli insegnanti e impone il curriculum; Orari, libri di testo utilizzati in classe e utilizzo esplicito di test per monitorare le pratiche di insegnamento in classe. Esistono anche istituti di istruzione privata. Con istituti di educazione private si intendono quelli istituti che hanno finanziamenti e amministrazione privati. Individui, aziende o altri tipi di istituzioni (come associazioni, fondazioni) possono aprire e gestire profitti scolastici privati nei livelli di istruzione pre-primaria, primaria e secondaria. Gli istituti di istruzione privati sono soggetti alle stesse normative delle istituzioni pubbliche in termini di modalità di istruzione e certificazione (curricula, qualifiche degli insegnanti, durata della giornata / settimana / anno scolastico, valutazione, progressione, diploma ecc.). I fondi pubblici sono dati a istituzioni private in varie modalità, tuttavia non si hanno istituzioni private "dipendenti dal governo". A livello di istruzione superiore, solo le "fondazioni" possono gestire istituti privati di istruzione superiore senza realizzare profitti.

Numero di studenti 2019: 18 milioni (1,5 scuola materna, 5,5 scuola primaria, 5,5 scuola media, 5,5 scuola superiore)

Scuole pubbliche: 15 milioni

Scuole private: 1,5 milioni

Open Education 1,5 milioni

Il primo passo per l'integrazione dei rifugiati siriani in Turchia si è basato sulla loro educazione. Ci sono 3,5 milioni di siriani in Turchia e 1,1 milioni hanno un'età compresa tra i 5 e i 18 anni. Anche se enormi sforzi sono stati fatti per fornire istruzione ai bambini siriani in Turchia, solo 650.000 frequentano attualmente le scuole pubbliche. La parte più difficile dell'integrazione dei bambini siriani è la formazione linguistica. Fornire una formazione linguistica turcofona a tutti gli effetti è ancora un'area in via di sviluppo con il supporto e il sostegno di MoNE .

All'inizio del 2016, la Turchia ha modificato la sua legislazione in modo che i rifugiati potessero essere impiegati legalmente sul lavoro. I rifugiati siriani possono ora ottenere un permesso di lavoro e accedere al sistema di istruzione e formazione professionale. Guadagnandosi da vivere o acquisendo una qualifica professionale, i rifugiati hanno l'opportunità di diventare membri attivi dell'economia turca piuttosto che continuare a ricevere sussidi. Fino ad ora, le istituzioni del mercato del lavoro e le scuole professionali sono state in grado di offrire solo una gamma limitata di servizi per soddisfare le esigenze dei rifugiati siriani. Molti rifugiati non hanno la necessaria conoscenza del turco. A causa della guerra, non sono stati in grado di completare la loro formazione e non sono più in possesso delle loro qualifiche. Inoltre, non hanno familiarità con il mercato del lavoro turco e con i servizi di consulenza disponibili.

A sostegno di questa condizione, a partire dall'anno accademico 2016-17, i siriani possono iscriversi a centri di istruzione pubblica specializzati nella formazione per molti profili professionali diversi: <http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/>

[Website MONE](#) - [Instagram @tcmeb](#) - [Twitter @tcmeb](#) - [Facebook @milliegitimbakanligi](#)

Università POLITEHNICA di Bucarest (UPB) - Romania

L'UPB è stata fondata nel 1886, è la più antica e la più grande università tecnica della Romania, con circa 23000 studenti di cui più di 1500 studenti internazionali, 3300 dipendenti a tempo pieno, 1800 docenti part-time e 900 studenti post-laurea. L'Università POLITEHNICA di Bucarest propone programmi di studio per molti dei campi dell'ingegneria, dall'informatica e della robotica dall'imprenditorialità, all'ingegneria aziendale e alla gestione. L'Università POLITEHNICA di Bucarest fa parte della comunità accademica internazionale, condividendone la stessa fede nei valori morali, educativi, scientifici e culturali. La sua missione principale è quella di riunire istruzione, formazione e ricerca scientifica al fine di preparare professionisti in grado di adattarsi alle esigenze dell'economia di mercato e delle nuove tecnologie, con una conoscenza economica e gestionale e promuovere i principi dello sviluppo sostenibile e della protezione ambientale.

[Website University POLITEHNICA of Bucarest](#) - [Facebook @UPB1818](#)

Dutch Foundation of Innovation Welfare 2 Work – Paesi Bassi

La Dutch Foundation of Innovation Welfare 2 Work (DFW2W) è un'organizzazione indipendente e senza scopo di lucro che supporta professionisti (ad es. Istituzioni di lavoro giovanile, governi (locali, regionali e dell'UE), ecc.) e giovani nei settori dell'occupazione, matching sul lavoro e mobilità, tirocini, istruzione, inclusione sociale, sicurezza sociale, innovazione sociale, welfare, imprenditorialità e qualità di vita.

[Website DFW2W](#) - [Twitter @DFOIW2W](#)

CPA di Giuseppina Bomba– Italia

Supporta le persone e le aziende a trarre vantaggio dalle opportunità europee attraverso strategie di empowerment, coaching, impresa e innovazione. Lavora con i migranti, nello sviluppo rurale e con le persone con bisogni speciali per facilitare la loro occupabilità e attrattività nel mercato

[Website CPA](#) - [Facebook @ConnectAbruzzo](#)

Werkcenter Scotland – Regno Unito

Il Werkcenter Scotland ha la filosofia "From Work to Work; è così che funziona ", un approccio locale adattato a livello regionale, nazionale e internazionale in cui l'obiettivo principale è quello di guidare i giovani al lavoro e/o all'imprenditorialità attraverso l'esperienza. WS lavora per incoraggiare (imparare) l'imprenditorialità, il lavoro e la ricerca di lavoro in tutte le fasi. Attraverso un semplice approccio strutturato, migliora immediatamente la posizione dei giovani disoccupati nel mercato del lavoro, migliorando allo stesso tempo la loro occupabilità a lungo termine.

[Website Werkcenter Scotland](#) - [Twitter Werkcenter Scotland](#)

Capitolo 1 Il sogno imprenditoriale

In questo capitolo abbiamo fatto una selezione di video di ispirazione per promuovere, sensibilizzare e coinvolgere i giovani migranti nell'imprenditorialità.

1.1. I migliori film sull'imprenditorialità (e i loro trailer)

Quali sono i migliori film sull'imprenditorialità di tutti i tempi? Di seguito 5 film, scelti appositamente per te, da vedere. Divertenti e pieni di lezioni e qualità imprenditoriali di cui hai bisogno per avere successo! Non perdere la nostra lista. Ma per favore guarda e leggi le lezioni apprese!



5. La Ricerca della Felicità

Questo film racconta la storia di Chris Gardner, un uomo d'affari americano e speaker motivazionale. Durante i primi anni '80, Gardner ha lottato da senzatetto mentre cresceva un figlio piccolo. È diventato un agente di borsa e alla fine ha fondato la sua società di intermediazione Gardner Rich & Co nel 1987. Nel 2006, Gardner ha venduto la sua quota di minoranza della società e ha pubblicato le sue memorie, facendo di quel libro la sceneggiatura del film "La Ricerca della felicità" con Will Smith. Il film ha incassato \$ 163 milioni al botteghino nazionale e oltre \$ 300 milioni in tutto il mondo e ha fatto guadagnare a Will Smith una nomination agli Oscar come miglior attore.

Il film non ha adattato con esatta precisione la storia di vita di Gardner, ma in sostanza afferma il valore della perseveranza..., non importa quanto qualcosa sia difficile, devi andare avanti e non arrenderti. Avere molta fiducia in sé stessi è essenziale per avere successo come imprenditore: 'Non lasciare che nessuno ti dica che non puoi fare qualcosa. Se hai un sogno devi proteggerlo. Se vuoi qualcosa, vai a prenderlo. Punto'. La storia della vita di Chris Gardner è una vera ispirazione! #DaVedere!

[Trailer](#)

4. Il Social Network

Nel 2003 lo studente di Harvard Mark Zuckerberg inventa Facebook che diventa rapidamente un fenomeno globale e una rivoluzione nella comunicazione. Sei anni dopo, Mark è il più giovane miliardario della storia, ma non senza complicazioni legali. The Social Network (2010) racconta la storia imprenditoriale di Facebook.

La sceneggiatura è più o meno basata sul libro The Accidental Billionaires (2009). Il film portae la fondazione del sito di social networking Facebook e le conseguenti cause legali. Il film racconta la storia imprenditoriale dello studente diciannovenne della Harvard University Mark Zuckerberg, che crea un sito web del campus chiamato Facemash, hackerando i database del college per rubare le foto delle studentesse, consentendo quindi ai visitatori del sito di valutare la loro attrattiva. Dopo che il traffico sul sito blocca parti della rete di computer di Harvard, Zuckerberg riceve sei mesi di condanna accademica. Tuttavia, la popolarità di Facemash attira l'attenzione ... Zuckerberg si avvicina al suo amico Eduardo Saverin con un'idea per The Facebook, un sito di social networking che sarebbe esclusivo per gli studenti della Ivy League ...

Il film parla della strada accidentata dell'imprenditorialità, con molte liti intorno a chi ha avuto l'idea originale, molti casi giudiziari, amicizie rotte, per ... il grande successo di Facebook!

Il protagonista Jesse Eisenberg interpreta Mark Zuckerberg. Né Zuckerberg né nessun altro membro dello staff di Facebook sono stati coinvolti nel progetto. Il Social Network ha vinto gli Oscar per la regia, la sceneggiatura, la recitazione, il montaggio e la colonna sonora.

[Trailer](#)

3. Steve Jobs

Il film di Steve Jobs (24 febbraio 1955 - 5 ottobre 2011), la personificazione di Icon Apple, un [magnate](#) americano degli [affari](#), [designer industriale](#), [investitore](#) e [proprietario dei media](#), con radici siriane. È stato presidente, amministratore delegato (CEO) e co-fondatore di [Apple Inc.](#), presidente e azionista di maggioranza di [Pixar](#), membro del consiglio di amministrazione di [The Walt Disney Company](#) in seguito all'acquisizione di Pixar e fondatore, presidente e CEO di [NeXT](#). Jobs è ampiamente riconosciuto come un pioniere della [rivoluzione](#) dei [personal computer](#) degli anni '70 e '80, insieme al co-fondatore di Apple [Steve Wozniak](#).

Il film è incentrato sulle presentazioni più importanti di Steve Jobs, sul lancio dei suoi nuovi prodotti innovativi, sul suo focus imprenditoriale, sul non voler dare ciò che i clienti chiedono, "perché non sanno cosa vogliono" ... La storia di Steve Jobs mostra che il successo non è facile e, successo e felicità non vanno di pari passo. Il suo carattere complicato e il pensiero unidirezionale alla fine distruggono quasi tutti i suoi concorrenti, ma lungo la strada anche molte relazioni con colleghi, amici e con la sua stessa famiglia e suo figlio ... Molte questioni e problemi privati non intralciano il suo obiettivo imprenditoriale finale: rendere Apple l'azienda più grande e di successo al mondo...:

[Trailer](#)

2. La Grande Scommessa

La Grande Scommessa (2015) è un film imprenditoriale, che rispecchia maggiormente l'atmosfera dell'attuale situazione di #Corona #Crisis. È basato sul libro del 2010 [Il Grande Scoperto: la folle scommessa che ha sbancato Wall Street](#) di [Michael Lewis](#) che mostra come la [crisi finanziaria del 2007-2008](#) sia stata innescata dalla [bolla immobiliare degli Stati Uniti](#). Il film è interpretato da [Christian Bale](#), [Steve Carell](#), [Ryan Gosling](#), [Brad Pitt](#) e diversi altri.

Il film è noto per le tecniche non convenzionali che impiega per spiegare gli [strumenti finanziari](#), spiegare concetti come [mutui subprime](#) e [obbligazioni di debito garantite](#) come [meta-riferimento](#). Molti dei personaggi del film si rivolgono direttamente al pubblico, più spesso quello di Gosling, che funge da narratore. Questa tecnica è davvero d'impatto perché permette a tutti di capire come alla fine le banche ci stessero prendendo in giro con le loro definizioni e termini complicati (che si può riassumere con due termini chiari e semplici: comportamento fraudolento). Alcuni imprenditori vedono cosa sta succedendo e saltano dentro ...

Il film ha vinto l' [Oscar per la migliore sceneggiatura adattata](#) oltre alle nomination per il [miglior film](#), il [miglior regista](#), il [miglior attore non protagonista](#) (Bale) e il [miglior montaggio di film](#). Bale è la personificazione dell'imprenditore che cammina avanguardista. È lui che vede le opportunità mentre tutti dicono che è pazzo e il suo capo e i suoi colleghi perdono la fiducia in lui. Diventa lo zimbello, ma rimane persistente e fiducioso e persegue il suo obiettivo fino alla fine. Sta a te scoprire se fallirà o avrà successo - in entrambi i casi fornisce una grande lezione imprenditoriale:

[Trailer](#)

1. The Founder

The Founder (2016) è una [commedia drammatica biografica](#) diretta da [John Lee Hancock](#) e scritta da [Robert Siegel](#). Interpretato da [Michael Keaton](#), nei panni dell'uomo d'affari [Ray Kroc](#), il film racconta la storia della creazione della catena di fast-food [McDonald's](#). [Nick Offerman](#) e [John Carroll Lynch](#) co-interpretano i fondatori di McDonald's [Richard e Maurice McDonald](#).

Il film ha ricevuto recensioni generalmente positive dalla critica, che ha elogiato la performance di Keaton. Molti ostacoli e delusioni vengono mostrati, ma Ray continua ad andare avanti: il non arrendersi e la perseveranza di Ray portano alla fine al fenomenale successo di quello che è oggi McDonalds. Il film racconta gli alti e bassi dell'imprenditorialità con i litigi e le battute d'arresto, le incomprensioni e come la semplice innovazione possa avere un impatto enorme. Spiega anche che anche se non hai un'idea originale puoi sviluppare e costruirne nuove su altre idee e diventare ancora più grande!

[Trailer](#)

Dopo aver visto questi film, sei interessato, eccitato e motivato ad iniziare come imprenditore?:

[Vai all'autovalutazione!!!](#)

Ricorda sempre Perché vuoi essere un imprenditore?!

La motivazione è la chiave!

1.2 I 5 canali Youtube di maggior ispirazione per gli imprenditori

I migliori 5 canali Youtube sono:

1. [Business Casual](#)

Business Casual ha la missione di educare ed ispirare la futura generazione di leader.

2. [Startup stories](#)

Startup Stories, porta in un solo luogo tutte le maggiori storie di successo imprenditoriale e i fondatori che si sono affermati grazie alle loro idee innovative. Con storie esclusive delle migliori aziende come Amazon, Flipkart, Snapdeal, Facebook, Google, WhatsApp e molte altre con affermati imprenditori di successo Jeff Bezos, Sachin Bansal, Kunal Bahl, Mark Zuckerberg, Larry Page tra gli altri

[Le 5 migliori lezioni di imprenditorialità dagli imprenditori di maggior successo | Lezioni di vita | Storie di startup](#)

3. [Silicon Valley Girl](#)

Silicon Valley Girl is a channel by Marina Mogilko. building companies and about her personal brand!

4. [TEDx Talks](#)

TEDx è una comunità internazionale che organizza eventi in stile TED ovunque, celebrando idee nate a livello locale e elevandole a un palcoscenico globale. Gli eventi TEDx sono prodotti indipendentemente dalle conferenze TED, ogni evento gestisce i relatori autonomamente, ma in base al formato e alle regole di TED.

[Cosa serve per essere un imprenditore migrante | Rafael dos Santos | TEDxRoyalTunbridgeWells](#)

[E se fossi un immigrato? | Ben Huh | TEDxPortland](#)

[Come gli immigrati rendono grande l'America | Mawi Asgedom | TEDxGrantPark](#)

[3 lezioni sul successo da una donna d'affari araba](#)

5. [Hubspot](#)

Fai crescere la tua carriera e il tuo business, porta le tue capacità professionali a un livello superiore con la formazione online gratuita di HubSpot Academy. Da corsi rapidi e pratici a certificazioni complete ...

1.3 Ancora altre scelte su Youtube su imprenditorialità, innovazione e ispirazione

1. [Domino - Reazione a catena](#)

Un domino può rovesciare un altro domino circa 1,5 volte più grande. Una catena di domino di dimensioni crescenti produce una sorta di reazione meccanica a catena che inizia con una piccola spinta e abbatte un domino di dimensioni impressionanti. Idea originale di Lorne Whitehead, American Journal of Physics, Vol.51, pagina 182 (1983).

2. [Le cose migliori del mondo sono dall'altro lato della paura](#)

Attore Will Smith condivide la sua esperienza sul paracadutismo con una citazione di Franklin D. Roosevelt: "L'unica cosa che dobbiamo temere è la paura stessa" Smith sottolinea l'importanza di far fronte alle nostre paure trovandoci faccia a faccia con loro.

3. [Pensiero al Chiar di luna](#)

Perché puntare a un 10% quando puoi puntare a 10X? Invece di un guadagno del 10%, mirare alla luna produce un miglioramento 10 volte rispetto a quello attuale. La combinazione di un problema enorme, una soluzione radicale a quel problema e la tecnologia rivoluzionaria che potrebbe rendere possibile quella soluzione, è l'essenza di mirare alla luna.

4. Come imparare dal rifiuto e dal fallimento

Jia Jiang si avventura coraggiosamente in un territorio che molti di noi temono: il rifiuto. Cercando il rifiuto per 100 giorni - dal chiedere a uno sconosciuto di prendere in prestito \$ 100 alla richiesta di una "ricarica di hamburger" in un ristorante - Jiang diventa desensibilizzato al dolore e alla vergogna che il rifiuto spesso porta con sé e, nel processo, scopre che chiedere semplicemente quello di cui hai bisogno può aprire possibilità dove ci si aspettava di trovare solo ostacoli.

5. Bloomberg Entrepreneurship World Silicon Valley Episode

Turkish Bloomberg HT Channel presenta una parte speciale del suo segmento "Entrepreneurship World" a San Francisco, doppiato da Oguzhan Aygoren, capo del centro per l'imprenditorialità dell'Università Bogazici di Istanbul, in Turchia. L'ospite è il co-fondatore e CEO di una start-up, Anki Inc., Boris Sofman e l'argomento è sulla robotica e sull'intelligenza artificiale come aree di funzionamento di questa azienda. (L'inizio del video è in turco, ma continua in inglese)

6. Cominciare dal perché

Simon Sinek spiega che c'è un motivo di fondo per cui Apple è così innovativa, perché Martin Luther King è stato così stimolante (Ha detto: "Ho un sogno! "" Non ho un piano "): Tutte le grandi aziende e leader pensano, agiscono e comunicano allo stesso modo: si chiama Golden Circle e si basa tutto sul perché? Come? Che cosa? Quando le persone credono in quello che fai, avrai successo. Perché? Come? Che cosa? [Guarda qui!](#)

7. Discorso di apertura di Steve Jobs a Stanford 2005

Attingendo ad alcuni dei punti più cruciali della sua vita, Steve Jobs, amministratore delegato e co-fondatore di Apple Computer e Pixar Animation Studios, ha esortato i laureati a perseguire i loro sogni e vedere le opportunità nelle battute d'arresto della vita - inclusa la morte stessa - - alla 114 ° inaugurazione dell'anno accademico dell'università il 12 giugno 2005.

Steve Jobs racconta tre storie di vita:

1. Storia sul collegamento dei punti
2. Storia di amore e perdita: scegli ciò che ti appassiona, non accontentarti
3. Una storia sulla morte: il tuo tempo è limitato: non sprecarlo, vivendo la vita di qualcun altro.

8. Le sei lezioni di vita di Steve Jobs

Le 6 lezioni di vita incluse nel video:

1. Scegli la vita che vuoi vivere
2. I certificati non contano
3. Sogna in grande

4. Inizia da qualche parte
5. Vivi ogni giorno come se fosse l'ultimo
6. Fallisci solo quando smetti di provare

9. Le 5 regole per il successo di Arnold Schwarzenegger

L'attore Arnold Schwarzenegger rivela i suoi 5 passi segreti per affrontare la vita e diventare Mr. Universo (all'età di 20 anni), 7 volte Mr. Olympia, leggenda di Hollywood e Governatore della California per due mandati. La sua storia dimostra che nessun ostacolo è troppo grande da superare e nessuna visione è troppo grande da raggiungere.

1. Trova la tua visione e seguila
2. Mai e poi mai pensare in piccolo, pensare in grande
3. Ignora gli oppositori
4. Fatti il culo
5. Non solo prendere, restituire qualcosa (... e cambiare il mondo)

10. Il discorso ispirazione di Rocky Balboa

«Lascia che ti dica qualcosa che già sai. Il mondo non è tutto sole e arcobaleni. È un posto molto brutto e cattivo e non mi interessa quanto sei duro, ti farà cadere in ginocchio e ti terrà lì per sempre se lo permetti. Tu, io o nessuno può colpire forte come la vita. Ma non si tratta di quanto duramente colpisci. Si tratta di quanto sia difficile subire il colpo e continuare ad andare avanti... "»

11. Sogna in grande

Tim Bengel, giovane artista tedesco, racconta come è diventato un artista innovativo e come attraverso il suo lavoro è arrivato a creare la sua mostra di artista personale a New York.

12. Sogno e Design (Il lavabo a scomparsa)

Il video mostra la realizzazione di un lavabo innovativo che unisce la funzionalità all'esperienza.

13. Arte tradizionale turca dell'Ebru e una nuova sfida

Il video mostra l'uso di una tecnica artistica tradizionale per ricreare un famoso dipinto di Van Gogh.

14. La sorprendente abitudine degli "originali"

Il TED talk presenta la cosiddetta categoria degli "originali" con il relatore che spinge il pubblico a comprenderne le loro caratteristiche e il loro valore.

15. Nella mente di un procrastinatore professionista

Il discorso TED presenta in modo innovativo com'è fatta la mente di un procrastinatore e cosa significa e cosa implica la procrastinazione.

16. Fallire presto, fallire velocemente per avere prima al successo

Il video mostra come un giovane ragazzo ha imparato a fare un back flip in meno di 6 ore e propone il valore della resilienza.

17. Perché le startup hanno successo

Questo video esplora le ragioni del fallimento o del successo di una startup. Il relatore postula che i principali fattori che determinano il successo sono: l'idea, il team, il modello di business, il finanziamento e la tempistica. I più influenti di questi fattori sono il tempo [42%] e il team [32%].

18. Come iniziare un movimento

Questo video evidenzia l'importanza della fiducia in se stessi, nella leadership e il ruolo svolto dai partner nel promuovere e sostenere i leader aziendali di culto e nell'attrazione di altri partner.

19. Strano o semplicemente diverso

Il protagonista del video esplora l'importanza della prospettiva locale e culturale rispetto a qualsiasi ipotesi che potrebbe essere fatta mostrando che qualunque concetto possa essere la norma per te e come l'opposto potrebbe essere vero per gli altri a seconda del contesto locale.

20. Tieni per te i tuoi obiettivi

Il protagonista del video presenta il paradosso di come condividere i tuoi obiettivi e le tue ambizioni personali con qualcun altro renderà meno probabile che si materializzi a causa di fattori psicologici.

21. Rifugiati e imprenditorialità e Turchia: a partire da zero

Il video riassume ed esplora le difficoltà e gli ostacoli della vita reale che possono incontrare individui come i rifugiati che hanno bisogno di ricostruire la propria vita in paesi stranieri.

22. Un imprenditore rifugiato siriano trasforma un capannone in una fabbrica di cioccolato

Come le abilità precedenti possono aiutare a trasformare un capannone in una fabbrica di cioccolato di successo.

Fonte: Scotta Nova News

23. Incontra i rifugiati siriani trasformati in imprenditori che vivono in Turchia

Rifugiati siriani che avviano attività e creano posti di lavoro in Turchia

24. NO EXCUSES - Miglior video motivazionale

Questo video motivazionale spiega cosa devi fare quando hai un problema. Fai qualcosa al riguardo! Hai tempo, hai capacità, hai la conoscenza. Non sarà mai facile. Questa è la tua opportunità: fallo accadere!

25. DREAM - Video motivazionale

Non rinunciare ai tuoi sogni. Il tuo sogno è possibile. La grandezza esiste in tutti noi. Sei unico. Guarda anche La Ricerca della Felicità per capire come superare la delusione e le battute d'arresto e avere successo alla fine!

26. GUARDA QUESTO OGNI GIORNO E CAMBIA LA TUA VITA - Discorso motivazionale di Denzel Washington - Denzel Washington

Nelson Mandela ha detto: 'Non c'è passione da trovare giocando in piccolo, accontentandosi di una vita che è meno di quanto sei capace di fare' Fai ciò che ti appassiona. I sogni senza obiettivi sono solo sogni. Fallirai ad un certo punto della tua vita: abbraccia il fallimento! Tutti hanno il talento per avere successo, ma se non fallisci non ci stai nemmeno provando. Il fallimento è il modo migliore per capire in che direzione andare.

27. Imprenditore - Video Motivazionale

28. MOTIVAZIONE - MOTIVAZIONE PER IMPRENDITORI

Video Ispirazionali in Turco (Sottotitoli in inglese)

1. Storia di un giovane imprenditore siriano

Guarda la storia di questo giovane imprenditore siriano, un esempio di determinazione.

2. Dal campo profughi a imprenditore di successo

3. Buona voce, cattiva voce

4. L'App che aiuta i rifugiati a trovare lavoro in Turchia

Come un imprenditore siriano ha sviluppato un'app per aiutare i rifugiati siriani.

5. Video animato sull'imprenditorialità - Arijit Bhattacharyya

Video Youtube della Commissione Europea

La Commissione Europea su imprenditorialità, migranti e rifugiati:

1. Guida sull'imprenditorialità per migranti e rifugiati

Un prodotto creato con la collaborazione di UNCTAD e UNHCR

Uno strumento per sensibilizzare sul lavoro svolto sull'imprenditorialità. La Guida si basa sul modello di imprenditorialità UNCTAD, inclusi 35 casi di studio ... Con il rilascio della nuova Guida politica IOM / UNCTAD / UNHCR sull'imprenditorialità per migranti e rifugiati, ci auguriamo che il collegamento tra lavoro autonomo e mobilità sarà saldamente stabilito; La guida può essere [trovata qui](#).

2. Imprenditorialità per migranti e rifugiati - Isabelle Durant

Isabelle Durant, vice segretaria generale dell'UNCTAD, parla di una mostra fotografica globale che l'Organizzazione Internazionale per le Migrazioni (IOM), l'UNCTAD e l'UNHCR hanno lanciato il 18 novembre 2019 per illustrare i contributi che anche gli imprenditori migranti e rifugiati danno sia alle loro nuove comunità che a quelle da cui provengono.

Video Youtube in Turco

1. Bloomberght

2. Businessht

3. Oğuzhan Aygören's Chnannel

4. GTO Suriyeli Girişimciler Animasyonu

Video Youtube in Italiano

1. Il miglior video di motivazione

2. La Strada del Successo

Video Youtube in Arabo

Video sull'['Arab Rally for Entrepreneurship 2019](#): La prima corsa araba per sviluppare lo spirito di innovazione tra i giovani. L'Arab Entrepreneurship Rally è una competizione promossa dal AAST Center of Entrepreneurship presso l'Arab Academy for Science, Technology, and Maritime Transport per le persone che vogliono avviare la propria attività.

1. Entrepreneurship Rally

Visita il sito [web di Entrepreneurshiprally](#).

2. Rise – Motivational Video

Un video motivazionale con riferimento al paragrafo del film imprenditoriale [La Ricerca della Felicità](#) e [Discorso ispiratore di Rocky Balboa](#).

3. Dimostra di avere ragione – Video Motivazionale

Video Youtube in Romeno

1. Canale YouTube di Cristian Onetiu con video sul tema dell'imprenditorialità

I video di questo canale hanno temi che incoraggiano la creazione di aziende, danno consigli e spiegano come gestire un'attività. Importanti a questo punto potrebbero essere i seguenti video (in romeno):

- [Da idea a azienda](#)
- [Consigli per neolaureati](#)

2. Video di ispirazione

1. [Il successo è in te](#)
2. [Dipende tutto da te!](#)
3. [Una volontà irremovibile!](#)

3. Video di ispirazione

Due video ispiratori e motivazionali.

1. [Video motivazionale dell'imprenditore](#)
2. [Motivazione - motivazione aziendale](#)

1.4 I migliori 6 podcast imprenditoriali?

Ascolta e impara: 5 migliori podcast per giovani imprenditori.

Raccogli informazioni su idee, innovazione, leadership e produttività da conversazioni personali tra i migliori imprenditori. YME ha compilato un elenco di 6 podcast per aiutare gli imprenditori a costruire, bilanciare, crescere e iniziare:

1. [Lo Show di Tim Ferriss](#)

Il libro rivoluzionario di Tim Ferriss, *La settimana lavorativa da 4 ore*, ha trasformato il modo in cui molti imprenditori e professionisti gestiscono il proprio tempo e la propria produttività. Tim riporta lo stesso contenuto accattivante nel podcast [Lo Show di Tim Ferris](#). Presenta una serie di ospiti - da Katie Couric a Tony Robbins a Seth Godin - che esaminano le tattiche e le strategie che le persone con alte prestazioni impiegano per raggiungere il successo nello sport, nelle arti e negli affari.

Da non perdere: [l'episodio estremamente popolare dell'autore Michael Pollan](#) che ci guida verso la nuova scienza degli psichedelici.

2. Stanford Entrepreneurial Thought Leader Series (Serie leader di pensiero imprenditoriale di Londra)

Se fai spesso riferimento al pensiero accademico e vuoi imparare da imprenditori di cui leggi i nomi ogni giorno, prova la serie di podcast della Stanford University, [Entrepreneurial Thought Leaders](#). Con ospiti tra cui rinomati docenti di Stanford e noti venture capitalist, gli episodi racchiudono un grande valore e molta conoscenza in solo un'ora.

Da non perdere: la discussione incentrata sul futuro con [Elon Musk](#), ti appassionerà.

3. EntreLeadership

Se diventare un leader migliore è una priorità, iscriviti a [EntreLeadership](#), un podcast che include ospiti tra cui Mark Cuban e Simon Sinek. Vengono affrontati argomenti diversi che vanno dalla cultura aziendale al denaro; il conduttore [Ken Coleman](#) conduce magistralmente le interviste, fornendo intuizioni ponderate e consigli utili di cui beneficeranno quasi tutti gli imprenditori.

Da non perdere: [Learn from guest Daniel Pink](#) in che modo il tempismo influisce sulle prestazioni e come sfruttare le fasce orarie più produttive.

4. Lo Show di James Altucher

James Altucher, the wildly successful entrepreneur, writer and investor, also [hosts of one of iTunes' most popular podcasts](#). With diverse guests including Tim Ferriss, Wolfgang Puck, Tony Hawk and Arianna Huffington, you'll revel in engaging content from those who define their industry and find takeaways that apply to your entrepreneurial journey.

Don't miss: Altucher's no-nonsense intellect is on full display in this honest discussion with author [Tucker Max](#).

5. Come avviare una Startup

James Altucher, l'imprenditore, scrittore e investitore di grande successo, [ospita](#) anche [uno dei podcast più popolari di iTunes](#). Con vari ospiti, tra cui Tim Ferriss, Wolfgang Puck, Tony Hawk e Arianna Huffington, ti divertirai con i contenuti coinvolgenti di coloro che definiscono il loro settore e troverai consigli applicabili al tuo viaggio imprenditoriale.

Da non perdere: l'intelletto senza fronzoli di Altucher è in piena mostra in questa onesta discussione con l'autore [Tucker Max](#).

6. Disoccupato

Hai mai lavorato per un'altra persona o azienda solo per renderti conto di essere completamente disoccupato? Allora questo è il podcast che fa per te!

[Unemployable](#) è per l'imprenditore, autodidatta, consulente e libero professionista, ospitato da Brian Clark, il noto fondatore di Copyblogger.

L'approccio umoristico di Brian all'imprenditorialità attira gli ascoltatori. Dall'icona del punk rock Henry Rollins, agli autori Daniel Pink e Jenny Blake, al guru dei social media Gary Vaynerchuk, questi podcast non solo ti aiuteranno a darti una guida "all'occupabilità", ma ti darà consigli e intuizioni che risuonano.

Da non perdere: capirai il fascino di questi podcast ascoltando [il recente episodio](#) di [Peter Abraham](#).

Capitolo 2 L'autovalutazione imprenditoriale

*Sei un imprenditore e di che tipo di competenze hai bisogno per essere un buon imprenditore?
Cosa rende qualcuno un giovane imprenditore di successo?*

Le qualità chiave sono caratteristiche come la creatività, la capacità di andare avanti nonostante le difficoltà e le abilità sociali necessarie per costruire grandi team... Se vuoi avviare un'impresa, è essenziale apprendere le abilità specifiche che sono alla base di queste qualità.

2.1 Definizione di imprenditorialità

Alcuni esperti pensano agli imprenditori come persone disposte a correre rischi che altre persone non sono disposte a correre. Altri li definiscono come persone che avviano e costruiscono attività di successo. Pensando alla prima di queste definizioni, l'imprenditorialità non implica necessariamente l'avvio di un'attività in proprio. Molte persone che non lavorano per se stessi sono riconosciute come imprenditori all'interno delle loro organizzazioni (noi chiameremo queste persone intrapreneurs).

Indipendentemente da come si definisce un "imprenditore", una cosa è certa: diventare un imprenditore di successo non è facile. Ciò che la definizione di imprenditorialità non dice è che l'imprenditorialità è ciò che le persone fanno per prendere in mano la propria carriera e i propri sogni e guidarli nella direzione che hanno scelto. Si tratta di costruire una vita alle tue condizioni. Nessun capo. Nessun programma restrittivo. E nessuno che ti trattiene. Gli imprenditori sono in grado di fare il primo passo per rendere il mondo un posto migliore, per tutti coloro che ci vivono.

2.2 Autovalutazione imprenditoriale

Se stai avviando o guidando un'azienda, è utile conoscerti sia dentro che fuori. Anche se sei stato con te stesso per tutta la vita, è difficile capire quali siano le tue qualità. Valutare te stesso con strumenti di autovalutazione professionali può aiutarti a capire come lavori in maniera migliore in modo da poter apportare modifiche appropriate, aiutarti a riconoscere i tuoi punti di forza e di debolezza e vedere aree e punti in cui hai bisogno di aiuto.

La Guida imprenditoriale YME per giovani imprenditori migranti inizia sempre con il link EC <https://ec.europa.eu/migrantskills/#/> e il file creato, che il giovane migrante produrrà, sarà caricato come file con abbonamento sul nostro [portale YME](#). Il nostro portale fornirà uno strumento gratuito di valutazione psicometrica per i giovani per valutare le proprie capacità imprenditoriali. L'attività di [autovalutazione YME](#) è un esame di sé stessi per valutare aspetti particolari. Può essere eseguito per stabilire la propria identità, determinare specifici bisogni (apprendimento, ecc.) o verificare la sicurezza di sé stessi. Un aspetto cardine di ogni attività di autovalutazione è l'onestà con cui viene applicata. Se la persona non è onesta con sé stessa, i risultati dell'autovalutazione saranno errati.

2.3. L'importanza dell'onestà nell'autovalutazione

Lo scopo dell'autovalutazione è aiutare il giovane a conoscere la portata delle sue capacità e migliorarle senza la necessità di un valutatore. Implica l'uso di domande come: quali sono i miei punti di forza; quali sono gli ostacoli, ecc. Come sopra indicato, l'onestà delle persone che effettuano l'autovalutazione è importante per ottenere risultati affidabili. Inoltre, il luogo di controllo può influenzare i risultati dell'autovalutazione. Le persone con un elevato luogo di controllo tendono a commettere errori durante l'autovalutazione. [La valutazione psicometrica YME](#) è una procedura che ti aiuterà a definire meglio il tuo profilo imprenditoriale, e quindi i tuoi obiettivi professionali, avviando un'attività o una start up.

2.4. Hai mai considerato di poter essere un/una imprenditore/rice?

Young Enterprise Scotland nel Regno Unito ha sviluppato uno strumento di valutazione gratuito per i giovani per valutare le proprie capacità imprenditoriali e vedere quali siano i loro punti di forza: qualsiasi giovane può essere un futuro imprenditore di successo, semplicemente non lo sa ancora.

Crediamo che per aiutare i giovani a sviluppare competenze e capire in cosa siano bravi, devono avere un punto di partenza. Lo strumento di valutazione "My Enterprise Profile" è questo punto di partenza. Concediti 15 minuti per rispondere alle domande. Dopo il completamento ti verrà inviato un rapporto completamente dettagliato che illustra sei aree chiave dell'impresa e in quale di queste aree eccelli.

Queste aree sono:

- Rendere positiva l'esperienza del cliente
- Collegamento con il mercato
- Trovare nuove idee e concetti
- Far crescere la tua attività
- Mantenere impegno e concentrazione
- Essere preparati e pronti per gli affari.

I tuoi rapporti ti saranno inviati via email e mostreranno queste aree abbinata alle tue risposte. Il tuo rapporto avrà un diagramma di ciascuna area con i livelli di come ti esibisci in ciascuna.

Quindi, perché non fare questo test ora facendo [clic su questo collegamento?](#)

[Vai all'autovalutazione!!!](#)

Capitolo 3 Da sogni alle idee e dalle idee al business

Trasformare i sogni in idee e le idee in business

"Un giorno si dovrà ammettere ufficialmente che ciò che abbiamo battezzato realtà è un'illusione ancora più grande del mondo dei sogni", ha detto una volta Dalì.

"I sogni sono una potente forma di coscienza", ha scritto Edgar Allan Poe nel suo saggio "An Opinion About Dreams"

È "Ho un sogno, non ho un piano!" Simon Sinek



Paul McCartney (Yesterday), John Lennon (# 9 Dream), Salvador Dali (Persistenza della memoria) e Christopher Nolan (Inception), Stephen King (Cacciatore di sogni): Sono solo alcune persone famose che hanno elaborato idee che sono partite dai loro sogni...

Ma non si tratta solo di sogni. Si tratta di trasformare le tue idee nell'attività dei tuoi sogni! Per assicurarti che la tua attività possa sopravvivere a breve termine, ma anche in grado di raggiungere il tuo sogno imprenditoriale a lungo termine che hai nella tua testa!

3.1 L'importanza di un'idea

Senza idee, non si hanno e/o fanno progressi, il cambiamento non avviene e gran parte dello sviluppo umano si ferma. Ma le idee non possono andare da nessuna parte se non vengono realizzate e messe in atto. E non puoi fare nulla senza l'idea iniziale:

“Le idee fanno il mondo, perché sono la guida per la prassi futura. Anche le idee più fragili radicate nel pregiudizio e nell'ignoranza fanno la storia e formano parte della cultura condivisa... Le idee, quando vengono mosse, diventano i modelli di pensiero e pratica”. [Ash Amin e Michael O'Neill in Pensare a quasi tutto]

Le possibilità di creare valore e distribuirlo alle persone sono infinite, fintanto che puoi identificare i problemi che l'uomo comune deve affrontare e avere idee uniche su come affrontarli. Le opportunità di imprenditorialità sono presenti ovunque si guardi al giorno d'oggi, anche se a volte sono nascoste a prima vista.

3.2 Tutto comincia con il marchio "Io"

Il punto di partenza è chi tu sei: "Chi sono io?"

Il primo lavoro da fare è conoscere te stesso. Se conosci te stesso capirai cosa ami e poi potrai iniziare a fare ciò che ami: quindi, sì, tutto inizia con il marchio "Io"

Il tuo lavoro è scoprire te stesso e dare forma al tuo marchio e alle tue idee come imprenditore. Ma il marchio "io" è ovviamente sotto l'influenza di genitori, colleghi, insegnanti, formatori, amici, famiglia, ecc.

Ma c'è un problema con il marchio "Io" e l'aver troppe idee... Le persone si confondono. Quindi è necessario attenersi ad un determinato framework / formato, in modo che possano riconoscere chi tu sia, quale sia la tua azienda...

3.3 Valuta te stesso

Cominciamo con la domanda più semplice: perché vuoi avviare un'impresa? Usa questa domanda per guidare il tipo di attività che desideri avviare. Se vuoi soldi extra, forse dovresti iniziare con un secondo lavoro. Se vuoi più libertà, forse è il momento di lasciare il tuo lavoro dalle 9 alle 5 e iniziare qualcosa di nuovo. Una volta che hai il motivo, inizia a farti ancora più domande per aiutarti a capire il tipo di attività che desideri avviare e se hai quello che serve:

- * Quali competenze hai?
- * Cosa ti appassiona?
- * Qual'è la tua area di competenza?
- * Quanto puoi permetterti di spendere, sapendo che la maggior parte delle aziende fallisce?
- * Di quanto capitale hai bisogno?
- * Che tipo di stile di vita vuoi vivere?
- * Sei pronto per essere un imprenditore? ([Vai al capitolo 1](#))

3.4 Cos'è meglio per la nascita delle idee?

(Mancanza di) Conoscenza

Ciò che leggi e conservi ha un potenziale impatto su ciò che leggerai e conserverai in futuro. Il processo olistico in corso è ciò che offre a ciascuno di noi un punto di vista unico. Non c'è da stupirsi che si possano avere opinioni diverse. In una campagna elettorale in pieno svolgimento, non puoi evitare le opinioni: opinioni personali, linee ufficiali, analisi del quadro generale, valutazione dei punti minori...

Le opinioni sono importanti perché aiutano a plasmare le nostre idee. La lettura è importante anche perché apprendiamo altre opinioni e idee durante il processo. Non possiamo trarre le nostre conclusioni se non leggiamo altre idee là fuori.

Le idee migliori nascono dall'analisi dei propri bisogni che non sono stati ancora soddisfatti (del tutto o in parte). Quindi, nel caso dei giovani imprenditori migranti, le idee possono venire dall'esame delle differenze culturali e di altri tipi di differenze tra il paese di origine e il paese d'accoglienza. Tra le fonti di idee classiche per gli imprenditori ci sono: i cambiamenti nella struttura demografica, le nuove tecnologie, le modifiche legislative e cambiamenti nello stile di vita.

Strutturare l'idea considerando tempo e denaro. Pensa a strategie di vendita - sviluppo digitale - logistica - flusso monetario - comunicazione - cultura e aspetti legali - personale/aiuto. Hai bisogno di investire denaro? Quanto tempo ci vorrà prima che i soldi arrivino? Hai bisogno di flusso di monetario! Devi pagare le bollette e mangiare.

3.5 Idee e target group

Le tue idee devono essere presentate ai tuoi target group. Con target group ci si riferisce ad un gruppo di potenziali clienti a cui un'azienda desidera vendere i propri prodotti e servizi. Questo gruppo include anche clienti specifici a cui un'azienda indirizza la propria attività di marketing. Con target market indichiamo una parte del mercato totale di un bene o servizio.

* Pensa a un'idea imprenditoriale.

Hai già un'idea imprenditoriale fantastica? Se è così, congratulazioni! È possibile procedere alla sezione successiva ([Capitolo 4](#)). In caso contrario, ci sono un sacco di modi per iniziare il brainstorming per una buona idea. Nell'articolo "[8 modi per proporre un'idea imprenditoriale](#)", vengono proposti 8 punti che aiutano a creare l'idea imprenditoriale. A chi vuoi vendere? Questo è il tuo obiettivo come azienda.

Ecco alcuni suggerimenti dall'articolo:

* Chiediti cosa c'è dopo?

Quale tecnologia o innovazione arriverà presto e in che modo cambierà il panorama aziendale così come lo conosciamo? Riesci ad anticipare i trend?

* Risolvi qualcosa che ti infastidisce.

La gente preferirebbe avere meno cose brutte che più cose buone. Se la tua azienda può risolvere un problema per i tuoi clienti, questi ti saranno grati.

* Applica le tue abilità ad un campo completamente nuovo.

Molte aziende e settori fanno le cose in un modo perché hanno sempre fatto così. In quei casi, una nuova prospettiva può fare la differenza.

* Usa l'approccio migliore, più economico e più veloce.

Hai un'idea imprenditoriale che non è completamente nuova? In tal caso, pensa alle offerte attuali e concentrati su come creare qualcosa di migliore, più economico o più veloce.

* Inoltre, esci e incontra persone e fai loro domande, chiedi consiglio ad altri imprenditori, cerca idee online o usa qualsiasi metodo per te più sensato.

Una volta che l'idea di business è stata identificata, non significa che sia un'idea valida. L'idea va verificata: se esiste un mercato abbastanza ampio da coprire investimenti e spese periodiche; se è conforme alle leggi in vigore; se è possibile ottenere finanziamenti, ecc.

3.6 Condurre ricerche di mercato

Inizia a ricercare i tuoi potenziali rivali o partner nel mercato utilizzando questa guida. Scomponi gli obiettivi che devi completare con la tua ricerca e i metodi che puoi utilizzare per farlo. Ad esempio, puoi condurre interviste per telefono o faccia a faccia. Puoi anche offrire sondaggi o questionari che pongono domande come:

* "Quali fattori prendi in considerazione quando acquisti questo prodotto o servizio?"

o

* "Quali aree suggeriresti di migliorare?"

Altrettanto importante è tenere in considerazione tre degli errori più comuni che le persone commettono quando iniziano le loro ricerche di mercato, che sono:

Utilizzare solo le ricerche secondarie.

Utilizzare solo risorse online.

Intervistare solo le persone che conosci.

3.7 Cosa vogliono i clienti?

Questa può essere una domanda pertinente, anche se Ford (Ford-T) e Steve Jobs (Apple) ti diranno il contrario... anche se all'inizio i clienti non sapevano cosa volevano. Alla fine lo volevano...

La tua idea può essere fantastica, ma anche il tempismo è molto importante:

La società da un miliardo di dollari Free Record Shop nei Paesi Bassi è fallita, mantenendo il vecchio concetto di vendita di compact disc e video... tuttavia hanno avuto la visione iniziale, di vendere sulla rete (come Amazon). Questo concetto però non era applicabile agli anni novanta... e così hanno semplicemente abbandonato l'idea considerandola come un fallimento. In realtà, il tempo non era ancora giusto...

Correlato: [come avviare un'attività online](#).

3.8 Altri suggerimenti

Prima che l'imprenditore avvii la sua azienda, dovrebbe verificare l'idea con esperti del settore, ma anche di diritto e fiscalità. Ad esempio, l'imprenditore dovrebbe scegliere il tipo di azienda (società a responsabilità limitata, fondazione, associazione, ecc.).

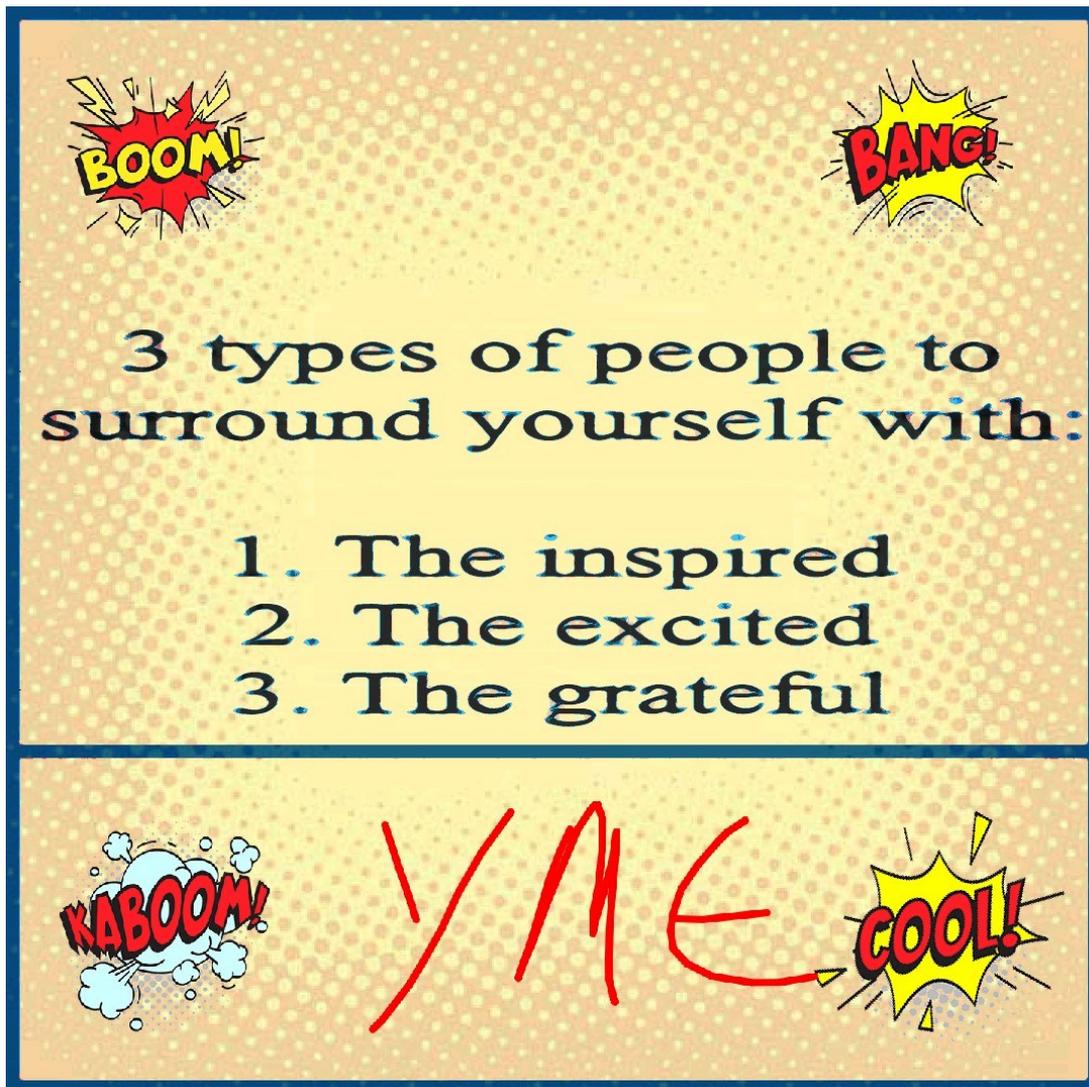
Ottieni il feedback.

Consenti alle persone di interagire con il tuo prodotto o servizio e vedere cosa ne pensano. Un nuovo punto di vista può aiutarti a identificare un problema che potresti aver perso. Inoltre, queste persone diventeranno i primi sostenitori del marchio, soprattutto se ascolti il loro contributo.

Assicurati solo di non circondarti di persone negative. Non è un buon ambiente per sviluppare idee. Quindi scegli le persone giuste per il feedback!

3 tipi di persone con cui circondarti e ricevere feedback da:

1. L'ispirato
2. L'eccitato
3. Il riconoscente



3.9 Rendilo ufficiale

Risolvi subito tutti gli aspetti legali. Un rapido elenco di cose da sostenere potrebbe includere ([vedere anche il Capitolo 5](#)):

-Struttura aziendale (SRL, società o una partnership, solo per citarne alcuni).

- Nome commerciale
- Registra la tua attività
- Codice fiscale
- Permessi
- Licenze
- Conto bancario
- Marchio, copyright o brevetti

3.10 Scrivi il tuo piano aziendale (business plan)

Un piano aziendale è una descrizione scritta di come si evolverà la tua attività dall'inizio alla fine. Il piano aziendale includerà ([vedere anche il capitolo 4](#)):

- * Riepilogo esecutivo: questo è un riepilogo di alto livello di ciò che include il piano, spesso include la descrizione dell'azienda, il problema che l'azienda sta risolvendo, la soluzione che offre e perché
- * Descrizione dell'attività: che tipo di attività desideri avviare?
- * Che aspetto ha il tuo settore?
- * Come sarà in futuro?
- * Strategie di mercato: qual è il tuo mercato di riferimento e come puoi vendere al meglio su quel mercato?
- * Analisi competitiva: quali sono i punti di forza e di debolezza dei tuoi concorrenti? Come li batterai?
- * Piano di progettazione e sviluppo: qual è il tuo prodotto o servizio e come si svilupperà? Quindi, crea un budget per quel prodotto o servizio
- * Piano operativo e di gestione: come funziona l'azienda su base giornaliera?

Capitolo 4 Come creare la tua impresa!

"I nostri obiettivi possono essere raggiunti solo attraverso un piano, nel quale dobbiamo credere con fervore, e sul quale dobbiamo agire con vigore. Non c'è altra strada per il successo". - Pablo Picasso "

4.1 Il Modello di Business

Nella realtà dei fatti registrare la tua attività è il primo passo per renderla reale. Tuttavia, come per la fase di valutazione personale, prenditi il tuo tempo per conoscere i pro e i contro delle diverse entità aziendali. Dovrai anche ottenere le licenze e i permessi commerciali appropriati. A seconda dell'attività, potrebbero esserci anche normative cittadine, provinciali o statali ([vedere il Capitolo 5](#)). Nel [capitolo 3](#) abbiamo parlato di come trasformare un sogno in idea. Prima di cominciare è utile parlare con i conoscenti e, se possibile, con specialisti del settore aziendale. Bisogna assicurarsi che le risposte degli interlocutori siano sincere e non solo di circostanza. Inoltre, il futuro imprenditore non dovrebbe essere scoraggiato da alcune opinioni negative. Ma se la stragrande maggioranza delle opinioni è negativa e le argomentazioni degli interlocutori sono solide e logiche, allora significa che l'idea non ha potenziale. Se invece i pareri sono positivi il lavoro dell'azienda può iniziare, partendo da un business plan o piano aziendale.

In termini semplici, un business plan è una linea guida, qualcosa che verrà utilizzato per aiutarti a tracciare i tuoi progressi e che delineerà cosa è necessario fare per raggiungere i tuoi obiettivi. Piuttosto che pensare a un business plan come un documento pesante che utilizzerai una sola volta (forse per ottenere un prestito da una banca), pensalo come uno strumento per gestire il modo in cui la tua azienda cresce e raggiunge i suoi obiettivi.

Ecco alcuni suggerimenti e trucchi sulla pianificazione aziendale ([vedi anche Capitolo 6](#)): Scrivere un piano aziendale può sembrare scoraggiante se non è mai stato fatto prima. Tuttavia, è qualcosa che non puoi permetterti di rimandare o ignorare. Avere un solido piano aziendale è fondamentale per la sopravvivenza e lo sviluppo della propria attività.

Sebbene tu possa utilizzare il tuo piano aziendale come parte della tua presentazione agli investitori e alle banche e per attrarre potenziali partner e membri del consiglio, il suo fine principale sarà definire la tua strategia, le tue tattiche e le tue attività specifiche per l'esecuzione, comprese le tappe fondamentali, le scadenze e budget e flusso monetario.

In effetti, il piano aziendale non deve essere affatto un documento ufficiale, se non deve essere presentato a estranei. Al contrario il tuo piano può seguire un processo di pianificazione snella (lean) che prevede la creazione di una presentazione, la previsione dei numeri chiave della tua attività, la definizione dei traguardi chiave che spera di raggiungere e controlli regolari dei progressi in cui il piano viene rivisto.

Se non si sta presentando il piano agli investitori, non pensare a questa come una presentazione formale, ma piuttosto come una panoramica di livello di chi sei, il problema che stai risolvendo, la tua

soluzione al problema, il tuo mercato di riferimento e le tattiche chiave che utilizzerai per raggiungere i tuoi obiettivi. Anche se non pensi di aver bisogno di un business plan formale, dovresti comunque seguire il processo di pianificazione. Il processo aiuterà a scoprire eventuali buchi o zone d'ombra che non hai pienamente visto o considerato. Se è necessario produrre un business plan formale è possibile scegliere di seguire lo schema di seguito.

Il piano aziendale standard comprende nove parti:

1. Executive summary (riassunto ufficiale)
2. Mercato di destinazione
3. Prodotti e servizi
4. Piano di marketing e vendita
5. Pietre miliari e metodi di valutazione
6. Panoramica dell'azienda
7. Team di gestione
8. Piano finanziario
9. Appendice

Se desideri informazioni dettagliate su come scrivere un piano aziendale da presentare a banche o finanziatori, ci sono molte risorse online, inclusa la nostra guida.

Troverai anche centinaia di esempi di business plan per settori specifici sulla nostra piattaforma e sul nostro sito web. Usali a tuo piacimento, ma preparati ad adattarli alle tue esigenze. Non esistono mai due attività uguali! Esistono diversi metodi che aiutano l'imprenditore a costruire la sua azienda: Lean Start-up, Business Canvas Model, Design Thinking, ecc. Di seguito vi forniamo due esempi di modello aziendale.

È sempre consigliabile consultare degli specialisti in diritto e fiscalità. Uno specialista ha una visione ben strutturata sul campo e una preziosa esperienza, quindi rappresenta una fonte competente e affidabile, in grado di concentrarsi sui dettagli significativi per l'imprenditore. Questi specialisti possono confermare la fattibilità dell'idea imprenditoriale, oltre a fornire suggerimenti molto utili, come dove è meglio aprire l'attività o i requisiti che devono essere soddisfatti per ottenere alcuni vantaggi legali. Dopo aver consultato gli specialisti legali e fiscali, l'imprenditore ha un'idea molto più chiara della sua attività. A questo punto, l'imprenditore inizia a pensare alla forma di organizzazione legale della sua attività (impresa individuale, società per azioni, ecc.). Queste forme aziendali sono specifiche per ogni paese.

Inoltre, l'imprenditore può sviluppare la sua attività sulla base dell'intuizione anche se in questo caso le possibilità di successo sono molto basse. È meglio applicare un metodo testato con successo, come [Lean Startup](#) o [Business Model Canvas](#), come spiegato di seguito.

4.2. Il modello Business Canvas

Business Canvas in poche parole

Spiegazione del Business Model Canvas [Business Canvas in a Nutshell](#)

Il Business Canvas è stato proposto da Alexander Osterwalder sulla base del suo libro *Business Model Ontology and management Information Systems* (A. Osterwalder, Y. Pigneur); è un modello che può aiutare a immaginare meglio tutti i passi da compiere per aprire una nuova impresa e svilupparla. All'inizio appare come un modello complesso ma in realtà è davvero semplice ed efficace. Ovviamente fare un Business Canvas richiede tempo e una buona programmazione, tenendo in considerazione tutte le parti coinvolte nel progetto, il loro valore e le idee di fondo.

Per completare il Business Canvas è importante avere un'idea chiara di ciò che l'azienda vuole offrire (servizi/prodotti), quindi di cosa si occupa l'azienda e visualizzare i vari passaggi del modello che può dividersi in 2 lati principali: il lato sinistro corrisponde al lato della creazione, quello destro invece è il lato gestione/mantenimento.

4.2.1 Passaggio 1: Gruppo Target

Il primo passo per avviare la tua attività è definire chiaramente qual è il tuo gruppo target. Il gruppo target deve essere il più specifico possibile al fine di sviluppare prodotti o servizi che soddisfino le esigenze del target, assicurando che vengano utilizzati e/o consumati da loro e quindi garantire il massimo profitto. Quando si stabilisce il gruppo target, è necessario prendere in considerazione diverse caratteristiche (età, sesso, interessi, paese di provenienza, livello economico, ecc.).

Per determinare quanto sia davvero attraente il tuo mercato potenziale (in questo momento i propri desideri vanno messi da parte per il momento), ti suggeriamo di fare un'analisi di mercato, ti aiuterà nella tua ricerca considerare: con quanta urgenza le persone hanno bisogno di ciò che stai vendendo o offrendo in questo momento? Qual è la dimensione del mercato? Ci sono già molte persone che pagano per prodotti o servizi simili ai tuoi? Hai già in mente chi è esattamente il tuo target sul mercato? Quanto è facile (e quanto ti costerà) acquisire un cliente?

4.2.2 Passaggio 2: Qual è il valore della tua proposta?

Quali esigenze soddisfa il mio prodotto/servizio?

Queste sono le domande più importanti a cui rispondere in questo passaggio, concentrandosi quindi sul valore aggiunto del tuo prodotto/servizio e perché le persone dovrebbero acquistarlo.

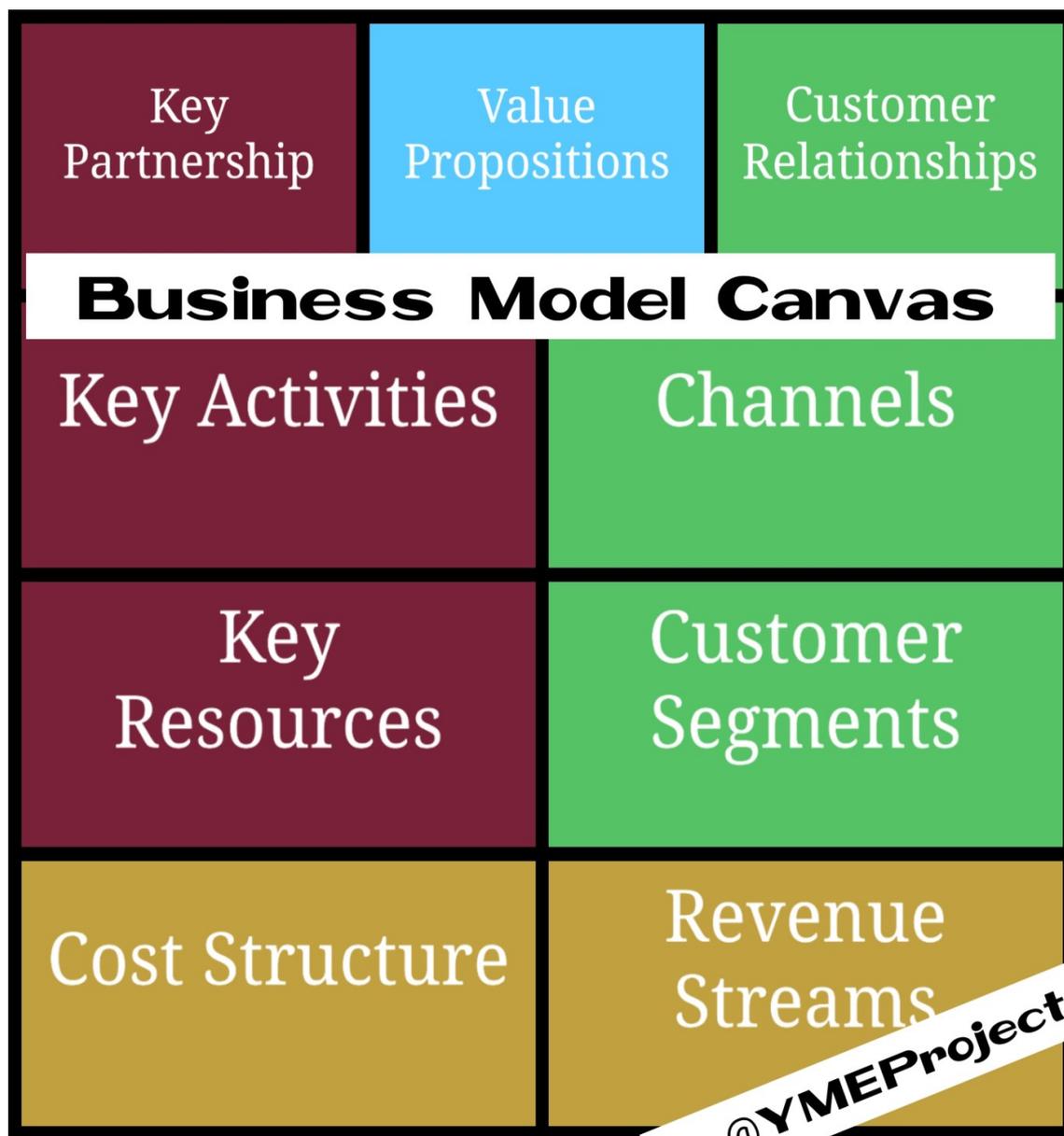


Figura 4.1 Canvas del modello di business del progetto YME

4.2.3. Passaggio 3: Qual è la tua fonte di guadagno?

Devi delineare precisamente da dove intendi realizzare profitto perché ciò che guadagni deve essere bilanciato con i tuoi costi per generare profitti reali. Lo farai solo attraverso il singolo prodotto/servizio o per più attività che vuoi includere nella tua offerta?

4.2.4 Passaggio 4: Cambiamento delle esigenze

Devi essere pronto ad affrontare i cambiamenti. La situazione economica, politica, sociale e personale dei clienti può influenzare le loro esigenze e quindi il tuo lavoro. È importante pianificare in anticipo (cosa può logicamente accadere in futuro) per affrontare correttamente la situazione in cambiamento.

Un buon programma deve includere la considerazione di possibili eventi in modo che possano essere affrontati correttamente.

4.2.5 Passaggio 5: Canali: come raggiungo l'obiettivo?

Questo passaggio è fondamentale e può essere suddiviso in 2 passaggi secondari:

1. Portata fisica - come fornirai il tuo servizio / prodotto (ad es. Negozio singolo, rivenditore, online, ecc.);
2. Consapevolezza: come misurerai il tuo obiettivo? Come catturerai e manterrai l'interesse? Questa seconda sottofase deve essere sviluppata ulteriormente nella strategia di marketing.

4.2.6. Passaggio 6: Nucleo delle attività - Cosa fai?

In questa fase devi immaginare quali saranno le tue attività più importanti. Pianificare ciò che si intende fare è fondamentale anche per definire i costi.

4.2.7. Passaggio 7: Risorse

Hai già risorse disponibili o hai bisogno di acquistarle?

4.2.8. Passaggio 8: Partner

Per sviluppare un business potresti aver bisogno del supporto (finanziario, intellettuale, risorse, ecc.) di altre aziende o persone (probabilmente esperti) che saranno tuoi partner. Quando si cerca un partner è importante stabilire con lui/lei un buon rapporto che deve essere costruito su regole chiare (concordate in forma scritta prima dell'inizio della partnership) e sulla fiducia, che può svilupparsi solo con il tempo.

4.2.9. Passaggio 9: Costi

Questa voce è molto importante poiché il suo equilibrio con le entrate costituirà i profitti reali. È importante descrivere in dettaglio tutti i costi per ciascuna attività pianificata, da quelli maggiori a quelli minori. È importante includere nei costi anche un importo che potrà essere utilizzato in caso di necessità.

4.3. Lean Startup

Lean Startup spiegata in 5 minuti

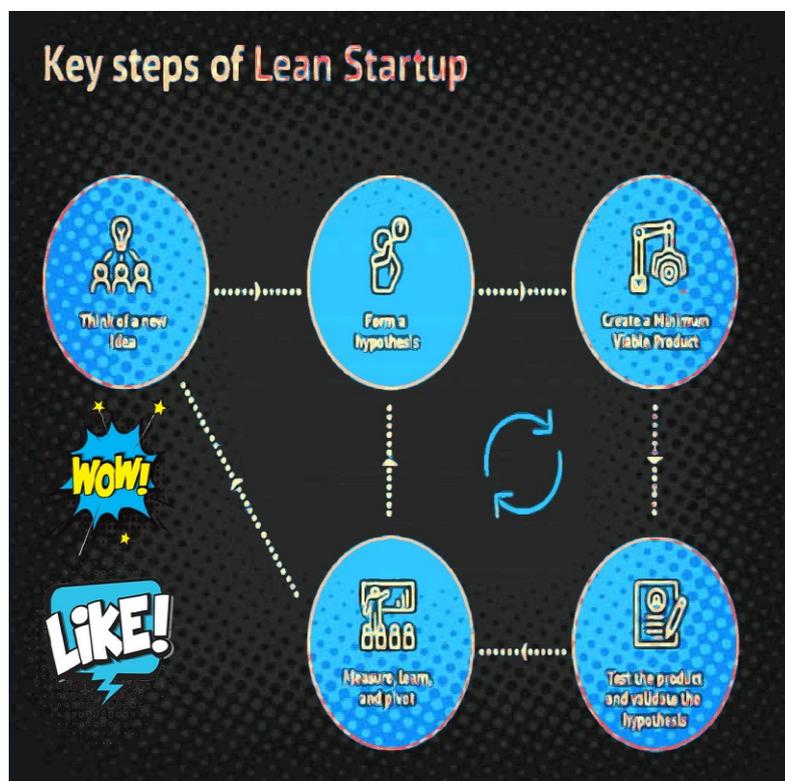


Figura 4.2 Passaggi chiave di Lean StartUp

Introduzione

Lean Startup è un metodo di sviluppo aziendale progettato per ridurre il ciclo di sviluppo del prodotto e per ridurre al minimo il rischio di fallimento. Il metodo Lean Startup si basa sulla sperimentazione, ripetuti lanci di prodotti su piccola scala in diverse fasi di completamento, consultazione continua del segmento di mercato, target e risultati convalidati. Il metodo (The Lean Startup) di Eric Ries consente di evitare di misurare il successo alla fine (attraverso le vendite). Il metodo impedisce anche di andare nella direzione sbagliata e previene la spesa prematura di grandi somme di denaro.

Un problema centrale delle startup è che deve essere trattato con la massima attenzione, è la comprensione del proprio cliente. Il più delle volte, le startup che hanno fatto affidamento su presupposti, non verificati da metodi di marketing oggettivi, hanno fallito. L'errore più frequente in questi casi è l'egocentrismo dell'imprenditore che crede che i suoi bisogni e le sue aspettative siano anche quelle del segmento di clientela. Un imprenditore deve scoprire cosa vogliono veramente i consumatori, non cosa dicono di volere, né cosa credono di volere.

Se le opinioni del consumatore vengono trascurate e l'imprenditore va nella direzione sbagliata, tutti gli sforzi saranno ovviamente vani e i costi associati verranno sprecati. Inoltre, le esigenze del consumatore (cioè quelle che contano davvero per lui/lei) devono essere prioritarie in modo che la maggior parte degli sforzi si concentri sulle esigenze importanti del cliente. Al centro del concetto di

Lean Startup c'è la domanda: quali degli sforzi creano valore e quali sono semplicemente delle perdite? La creazione di valore si riferisce direttamente a quelle funzioni e caratteristiche che costituiscono vantaggi per il consumatore.

In merito all'importanza della sperimentazione costante, gli esperti della Lean Startup consigliano di trattare la startup o il suo prodotto come un esperimento scientifico, con ipotesi da verificare tramite esperimenti. Tra le prime azioni dell'imprenditore c'è la scomposizione della sua visione di business negli elementi che la compongono. Se un componente è un'ipotesi, dovrebbe essere testato.

Il metodo Lean Startup prevede i seguenti passaggi:

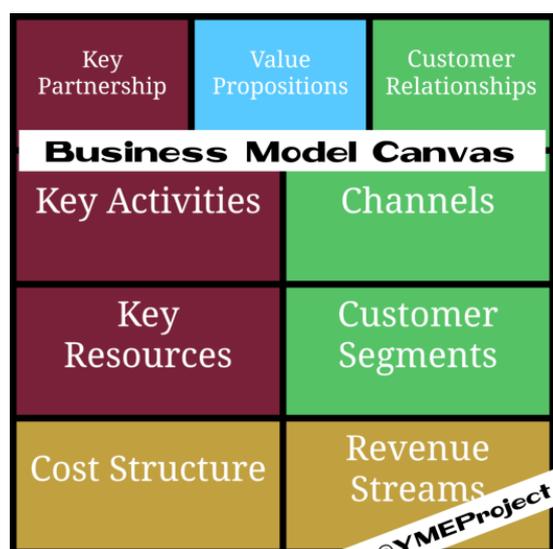
4.3.1. Progettare il modello di business;

4.3.2 Sviluppo del segmento di clientela;

4.3.3 Monitoraggio dell'avanzamento dall'avvio.

4.3.1 Creazione del modello di Business (in Lean Startup)

Un modello di business è una rappresentazione astratta di un business (in formato testuale e/o grafico) di tutte le strutture organizzative, operative e finanziarie essenziali per il funzionamento dell'impresa progettata e sviluppato da un'azienda (attualmente, ma anche in futuro), nonché i prodotti/servizi di base fabbricati/distribuiti/commercializzati dall'azienda, al fine di raggiungere gli obiettivi strategici. In altre parole, il modello di business indica: le capacità e le risorse necessarie per gestire l'attività; come viene creato e commercializzato il prodotto; I flussi finanziari. Il modello di business deve essere chiaro e consentire di osservare lo sviluppo futuro dell'azienda. L'importanza del modello di business è data dal suo utilizzo per ottenere il finanziamento. Sulla base del modello di business, viene stabilita la strategia dell'azienda e in particolare il modo in cui l'azienda produce valore per i clienti e come genera entrate per sé stessa. Un'illustrazione della struttura del modello di business è mostrata nella Figura 1 di seguito.



Ancora una volta Figura 4.1 Modello di business canvas del progetto YME

È stato riscontrato che quelle aziende che innovano a livello di modello di business hanno un tasso di crescita più elevato di quelle che innovano solamente o di quelle che copiano un modello di business noto. I livelli a cui il modello di business viene innovato possono essere:

- Finanziariamente (cambia il modo in cui i ricavi aziendali vengono generati attraverso nuove proposte di valore o vengono proposti nuovi modelli per la determinazione del prezzo del prodotto);
- Come azienda (ripensa il modo in cui il valore viene generato all'interno dell'azienda, con conseguente revisione delle procedure interne e dei protocolli di collaborazione);
- Come Industria (il modello di business rappresenta un'innovazione a livello di ramo economico o, raramente, con la nascita di un nuovo ramo economico).

Si consiglia di seguire questi passaggi (rappresentati da domande significative) nel completare il formato del modello di business al fine di comprendere meglio come viene svolta l'attività:

- Come raggiungi i clienti? (metodi, tempo impiegato, persone coinvolte)
- Una volta stabilito il contatto con il cliente, come verrà mantenuto il contatto e come verranno gestite le relazioni con il cliente?
- Come verranno generate le entrate?
- Qual è il prezzo / commissione del prodotto / servizio offerto?
- È possibile calcolare le entrate dell'azienda con una precisione approssimativa per il mese, semestre o anno successivo?
- Quali risorse (finanziarie, materiali, logistiche, ecc.) sono accessibili?
- Chi sono i partner chiave?
- Quali attività chiave sono necessarie per realizzare una proposta di valore?
- Quali sono i costi fissi?
- Quali sono i costi variabili? Possono essere calcolati per il prossimo mese, semestre o anno?
- I ricavi previsti possono indicare un aumento della redditività verso la fine del periodo considerato?

Tutte le categorie affrontate nel formato del modello di business sono importanti e devono essere trattate dettagliatamente. La proposta di valore è cruciale per il successo del nuovo business. Pertanto, dovrebbe essere considerata come un elemento centrale della strategia dell'azienda.

La proposta di valore è una dichiarazione concisa espressa da un'azienda che indica chiaramente i vantaggi ottenuti dal consumatore dopo l'acquisto del prodotto o servizio di tale azienda. La proposta di valore convince il consumatore che il prodotto o servizio dell'azienda porterà più valore (espresso in formati diversi) o soddisferà le sue esigenze molto meglio di altri prodotti o servizi disponibili sul mercato.

Le proposte di valore variano notevolmente a seconda del ramo economico e del segmento di mercato interessato. È importante che la proposta di valore sia compresa e sia significativa per il consumatore, è così che è stato introdotto il concetto di valore del consumatore, ovvero la differenza tra i benefici ottenuti dal consumatore e i costi associati (compreso il prezzo). Pertanto, nel formulare la proposta di valore, l'azienda deve guardare ai vantaggi del prodotto o del servizio attraverso gli occhi del consumatore. Inoltre, il parere dal punto di vista del consumatore deve essere effettuato costantemente, perché il contesto economico, sociale, demografico, tecnologico, ecc. cambia in modo sempre crescente nel tempo. A un certo punto, l'azienda potrebbe scoprire che i vantaggi offerti non

sono più importanti per il consumatore o che il segmento di mercato o target è cambiato. Pertanto, la proposta di valore dovrebbe:

* essere superiore alla concorrenza;

Ciò consente una netta differenziazione dalla concorrenza e l'azienda occuperà una posizione distinta nel mercato;

*mostrare una comprensione approfondita dei bisogni e dei desideri del consumatore.

Più specificamente, la proposta di valore è una dichiarazione che deve includere almeno uno dei seguenti tipi di benefici: funzionale, emotivo e autorappresentazione. Le domande che aiutano a cristallizzare la proposta di valore sono le seguenti:

* Cosa viene offerto ai consumatori?

* In che modo l'offerta raggiunge i consumatori?

* Che tipo di vantaggi vengono offerti?

* Cosa c'è di diverso nell'offerta rispetto ad altre sul mercato?

Non va dimenticato che il prodotto o servizio per il quale è formulata la proposta di valore beneficia del contributo del marchio dell'azienda produttrice.

Ecco alcuni esempi di slogan pubblicitari ispirati a proposte di valore:

Activia [yogurt con fermenti lattici]: "Il benessere viene dall'interno";

Stejar [birra forte]: "Essenzialmente forte";

MailChimp: "Invia email migliori";

Apple MacBook: "Luce. Anni avanti";

Vimeo: "Rendi la vita degna di essere guardata";

Weebly: "Il modo più semplice per creare un sito web";

Uber: "Tocca l'app, fatti un giro";

Budweiser: "La grande birra americana".

Per l'elaborazione di una proposta di valore completa ed efficiente, è stato proposto il Formato della Proposta di Valore, presentato in figura 4.3.

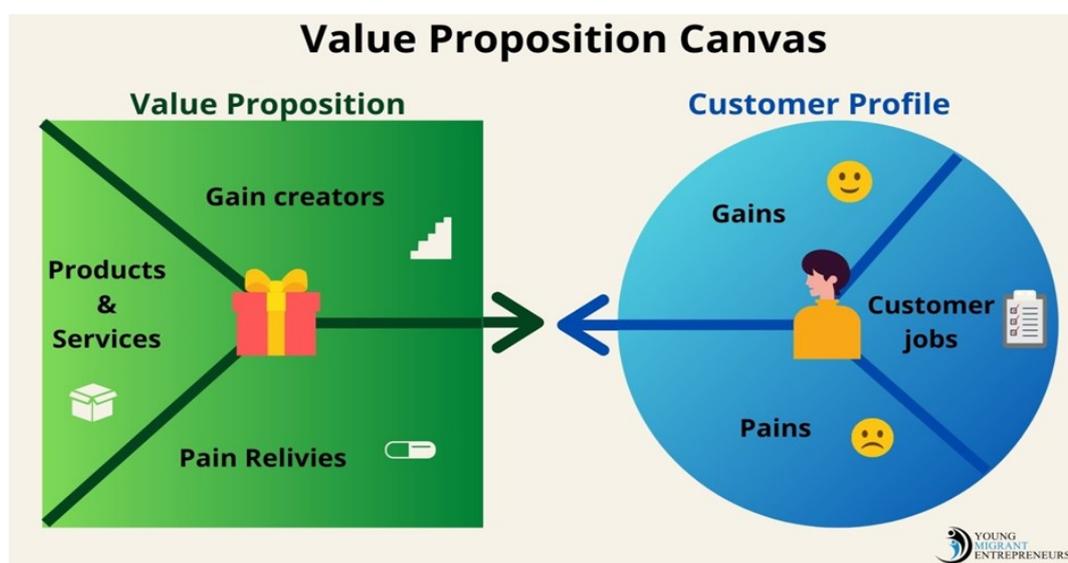


Figura 4.3 basata sul format della Proposta di Valore [strategyzer.com]

Una volta completato il modello di business, l'imprenditore va a verificare la fattibilità del modello. Innanzitutto vengono considerate le ipotesi alla base del modello. Le ipotesi sono praticamente una serie di supposizioni sull'evoluzione del mercato, sul comportamento dei consumatori, ecc. Esempi di ipotesi sono:

I consumatori desiderano utilizzare il nuovo prodotto e sono disposti a pagare per l'acquisto del prodotto.

I supermercati sono interessati a distribuire il nuovo prodotto.

La campagna di marketing dell'azienda attira l'attenzione dei consumatori sul nuovo prodotto.

Esistono due presupposti generali per le startup:

- ipotesi di valore;
- ipotesi di crescita

Ipotesi di valore

In base all'ipotesi del valore, viene verificato se un prodotto o un servizio offre davvero valore ai consumatori che lo utilizzano. Il test non viene effettuato chiedendo ai consumatori se gli piace il prodotto o se li aiuta. Un vero test significa organizzare un esperimento che misuri parametri oggettivi e, preferibilmente, quantificabili. Ad esempio, un parametro oggettivo è la durata del prodotto o il periodo fino a quando il consumatore acquista un prodotto simile.

Ipotesi di crescita

Dall'ipotesi di crescita si deriva come i nuovi clienti scopriranno il prodotto offerto. Ancora una volta, questo è il caso di un esperimento che identifica come i primi utenti scoprono il prodotto. Si può misurare: quante volte usano il prodotto una seconda volta, quante volte dicono agli altri quanto è buono il prodotto, e così via.

Indipendentemente dall'ipotesi, queste devono essere testate attraverso un esperimento organizzato in dettaglio e su base oggettiva. Un'ipotesi non è verificata da un'altra ipotesi basata sulla logica dell'imprenditore. Se viene verificato il comportamento del consumatore, viene organizzato un esperimento in cui l'ipotesi viene utilizzata per testare un lotto significativo per il segmento di mercato di destinazione. I risultati della verifica delle ipotesi vengono valutati nella prospettiva del loro contributo al successo dell'impresa. Inoltre, devono essere verificate le ipotesi percepite come avere la probabilità più bassa!

Tenendo conto di tutte le verifiche delle ipotesi, si decide in merito alla prosecuzione del processo di sviluppo aziendale. Nel caso in cui tutte le ipotesi siano state confermate dai dati sperimentali, il processo viene continuato. Se alcune delle ipotesi non sono state confermate, si crea il problema di rivedere il modello di business o addirittura di abbandonarlo. Se la maggior parte delle ipotesi è stata confermata, allora il modello è migliorato, e se sono state confermate troppe poche ipotesi, l'idea di business viene abbandonata, perché il tasso di incertezza è troppo alto.

4.3.2 Sviluppo del segmento di clientela

Lo sviluppo del segmento di clientela è una fase del processo di sviluppo di una startup che si consiglia di eseguire parallelamente allo sviluppo del nuovo prodotto. Il modello di sviluppo del segmento di clientela è, in sostanza, un insieme di obiettivi e benchmark (segni di riferimento) di particolare rilevanza per le startup. Come per il modello di business, il modello di sviluppo del segmento di clientela include una serie di ipotesi che devono essere verificate direttamente con il segmento di mercato di destinazione.

L'obiettivo principale dello sviluppo del segmento di clientela è una comprensione approfondita del segmento di mercato, delle esigenze e delle aspettative dei potenziali clienti. In questo modo, l'imprenditore e il team di sviluppo del prodotto possono concentrarsi sui bisogni e sulle aspettative reali del segmento di mercato di destinazione. È interessante notare che gli sviluppatori del nuovo prodotto, come quelli del marketing e delle vendite, conoscono quali siano le caratteristiche più importanti (agli occhi dell'acquirente) nella classe di prodotto a cui si rivolgono. La misura dell'importanza di una caratteristica non è data da una risposta del consumatore del tipo "Sì, la caratteristica X è importante", ma da una risposta categorica che "Il prodotto deve necessariamente avere la caratteristica X!". Inoltre, è necessario determinare quanto il consumatore è disposto a pagare per la funzione desiderata.

Chi ha proposto il modello di sviluppo del segmento di clientela afferma, confermato da molte situazioni reali, che il modello consente di focalizzare le attività sulle tematiche veramente importanti, l'accorciamento del ciclo di sviluppo del prodotto e la rapida maturazione della startup.

Lo sviluppo del segmento di clientela è focalizzato, inizialmente, sull'individuazione del profilo del cliente interessato al nuovo prodotto e sul problema che il nuovo prodotto risolverà completamente e ad un livello potenziato. È interessante notare che questa azione non comporta la creazione di lunghi elenchi di funzionalità del prodotto offerte dai potenziali acquirenti.

Il cliente di una startup non è un cliente medio dalla massa, come lo è il cliente target delle grandi aziende, che producono, distribuiscono e commercializzano prodotti più o meno tradizionali. Per soddisfare clienti così diversi, il nuovo prodotto richiederebbe un tempo estremamente lungo, considerando le possibilità di una startup. Ma il cliente di una startup è una persona che aderisce alla visione della startup e per la quale il nuovo prodotto soddisfa un'esigenza importante e soprattutto riconosciuta. I clienti di una startup non sono un gruppo numeroso, ma sono sufficienti a fornire il feedback necessario per migliorare il prodotto e rendere più efficiente la strategia di vendita.

L'imprenditore fa una serie di ipotesi riguardanti il profilo del cliente e le sue motivazioni nell'acquisto del nuovo prodotto. Queste ipotesi devono essere verificate e le correzioni verranno apportate al profilo e alle motivazioni del cliente fino alla conferma delle ipotesi.

Le domande chiave durante questo passaggio sono le seguenti:

- Sai chi è il cliente?
- Cosa hai identificato del problema che il cliente vuole risolvere?
- Il cliente è pienamente consapevole dell'importanza del problema?

- Quali soluzioni hanno trovato finora gli utenti principali?
- Il nuovo prodotto risolve completamente il problema del cliente?
- Ci sono informazioni sufficienti per sviluppare un prodotto di successo sul mercato?

Se fino a questo momento la struttura della startup era più o meno fluida, lo sviluppo aziendale porta una struttura decisamente migliore, con la differenziazione dei reparti di produzione, finanza, marketing, commerciale, amministrativo e risorse umane. Questo passaggio si basa sui risultati convalidati dei passaggi precedenti, nonché sulla garanzia di successo confermata dalle prime vendite.

Alla fine, si può considerare che la startup è diventata un'azienda ben strutturata e matura che si rivolge a un mercato ampio. L'imprenditore e i responsabili dei diversi reparti rinunciano all'approccio per tentativi a favore di un trasloco basato sulla missione dichiarata dell'azienda.

4.3.3 Monitoraggio dei progressi di avvio

L'errore comune di un imprenditore è ignorare i segnali di stagnazione e l'incapacità di riconoscere che perseverare nella direzione presa è un errore. Ci sono pochissimi casi in cui il nuovo prodotto ha zero consumatori ed è ovviamente un fallimento. Nella maggior parte dei casi di fallimento, il nuovo prodotto ha pochi acquirenti, il cui numero non aumenta, ma l'imprenditore continua a sperare in un miracolo.

Per evitare di perseverare nella direzione sbagliata, viene utilizzato il monitoraggio dei progressi.

Le fasi di monitoraggio sono:

- Determinazione del livello attuale dell'azienda (numero di clienti, ricavi, ecc.).
- Adattare il motore di crescita dell'azienda per passare dal livello attuale a quello ideale.
- La decisione: continuare con la strategia scelta o passare ad una nuova direzione con una nuova strategia.

Ogni miglioramento del prodotto, azione di marketing o qualsiasi altra attività dell'azienda deve essere orientato alla massimizzazione di un parametro del modello di crescita aziendale. Quel parametro deve essere misurabile. Ad esempio: l'azienda modifica il prodotto per un più facile utilizzo. Il parametro target del modello di crescita è il tasso di nuovi clienti. Se la modifica non aumenta il tasso di nuovi clienti, la conclusione è che la modifica è stata un fallimento.

Solitamente, migliorare il prodotto in una grande azienda con una storia sul mercato porta a risultati finanziari positivi, perché i consumatori sono conosciuti, il mercato è conosciuto e la tecnologia è conosciuta. Non è il caso di una startup, che deve fare i conti con molte incognite. Inoltre, i manager che provengono dall'area delle grandi organizzazioni hanno difficoltà a capire che il miglioramento di prodotti radicalmente nuovi non attira automaticamente risultati finanziari positivi.

Un errore comune è che quando si valuta la performance di un'azienda, vengono utilizzati parametri di presunzione, che non riflettono accuratamente l'evoluzione dell'azienda. I parametri di valutazione

utilizzabili dovrebbero essere utilizzati per evidenziare un collegamento causa-effetto. I parametri di valutazione della vanità in realtà non rivelano nulla e sono solitamente in aumento, creando l'illusione che le ultime azioni dell'azienda, qualunque esse fossero, le abbiano provocate.

Ad esempio, un'azienda che vende alimenti confezionati misura la propria performance nel numero di clienti finali. Ad un certo punto, l'azienda scopre che il numero di clienti sta aumentando, ma i ricavi stanno diminuendo. L'ovvia risposta è data dalla diminuzione della quantità di prodotti venduti, dato che ogni cliente acquista mediamente meno. Quindi, il numero di clienti è un parametro di presunzione e la quantità venduta è il parametro utilizzabile.

La crescita sostenibile ha una sola regola: i nuovi clienti derivano dalle azioni dei vecchi clienti. I vecchi clienti portano la crescita del business attraverso i seguenti canali:

- pubblicità da persona a persona;
- uso del prodotto in pubblico;
- la pubblicità pagata dai ricavi portati dal prodotto;
- acquisto ripetuto del prodotto.

La crescita dell'azienda si ottiene con l'aiuto del motore di crescita. Il motore di crescita di un'azienda può essere:

- sticky engine;
- la crescita virale appare come un effetto collaterale dell'utilizzo del prodotto/servizio;
- Crescita pagata - l'azienda spende una somma di denaro per ogni nuovo cliente.

Sticky engine

Nel caso dello sticky engine, i parametri utilizzabili sono il numero di clienti che rinunciano al prodotto o servizio per un periodo di tempo (il "tasso di annullamento dell'iscrizione") e il numero di nuovi clienti per periodo di tempo (il tasso di nuovi clienti). Le aziende che utilizzano questo motore crescono davvero quando il tasso di nuovi clienti supera il tasso di annullamento dell'iscrizione. Questo motore di crescita è specifico per le società di telefonia mobile, i provider Internet, i provider di televisione via cavo, ecc.

Crescita virale

Il motore di crescita virale non significa necessariamente pubblicità da uomo a uomo, ma molto di più. L'uso del prodotto da parte di un consumatore attira l'attenzione di un futuro consumatore. Esempi di tali servizi sono: social network, posta elettronica gratuita, ecc. Esempi sono anche nel campo dei prodotti: Tupperware attraverso il sistema di promozione attraverso presentazioni a casa davanti ad amici, vicini di casa, ecc.

Molte aziende che si affidano al motore della crescita virale non fanno pagare direttamente agli utenti per stimolare l'uso a lungo termine del prodotto / servizio e per affrontare la concorrenza che offre il prodotto / servizio gratuitamente. I ricavi dell'azienda provengono dalla pubblicità extra inclusa nei loro servizi.

Crescita pagata

Il motore di crescita retribuito presuppone che l'organizzazione investa denaro in pubblicità, marketing orientato al consumatore, ecc. L'organizzazione cresce se i ricavi ottenuti superano significativamente i costi diretti, indiretti e pubblicitari, tutti relativi all'unità (prodotto).

ATTENZIONE! Il motore di crescita (qualunque sia il suo tipo) dell'azienda finisce inevitabilmente per fermarsi quando la base di nuovi clienti si esaurisce.

La terza fase del monitoraggio è la decisione relativa al mantenimento della strategia corrente o all'esecuzione di un intermediario. In effetti, non è solo una decisione singolare presa solo in un momento, ma l'approccio periodico al problema (alcune settimane). Nel caso in cui sia necessaria l'azienda intermediaia, la startup deve tenere conto dei fondi disponibili. Se questi sono insufficienti, i costi devono essere ridotti o devono essere raccolti nuovi fondi. La riduzione dei costi dovrebbe essere fatta con attenzione, poiché esiste il pericolo che anche le attività essenziali per lo sviluppo della startup possano essere influenzate.

Il *pivot* non è un'operazione semplice ed è carica di emozioni. Molti imprenditori non sono in grado di portarla avanti e finiscono per fallire. Altri imprenditori riescono a farlo, ma lo fanno troppo tardi e falliscono o si riprendono ma con grandi perdite.

Il *pivoting* è più comune nelle prime fasi di sviluppo di una startup, ma anche le grandi aziende ben ancorate nel mercato sono in grado di fare pivot. Il pivoting non è un cambiamento fine a sé stesso, ma un cambiamento strutturale, ben pensato e realizzato secondo una chiara strategia. In sostanza, il pivoting è un esperimento che testa una nuova ipotesi su un prodotto, mercato o azienda.

Di seguito sono riportati alcuni tipi di pivoting:

- orientare verso la semplificazione (vengono eliminate le caratteristiche non essenziali del prodotto/servizio);
- orientarsi verso l'amplificazione (il prodotto/servizio dovrebbe ricevere nuove funzioni e caratteristiche per diventare praticabile);
- pivot verso un nuovo segmento di mercato (il prodotto/servizio è praticabile, ma non per il segmento target inizialmente);
- perno su una nuova esigenza del segmento (la necessità del prodotto non è essenziale, è stata invece scoperta una nuova esigenza, insoddisfatta di qualsiasi altro prodotto o servizio);
- rotazione da un singolo prodotto a una piattaforma di prodotto;
- imperniare il modello del profitto (vendite in grandi quantità con un piccolo margine di profitto o vendite in piccole quantità con un grande margine di profitto);
- rotazione della proposta di valore;
- rotazione del motore di crescita;
- rotazione del canale di distribuzione;
- orientare il tipo di tecnologia.

4.3.4 Esempi di applicazione del metodo Lean Start-up

Un ottimo esempio è Dropbox.

L'idea del fondatore Drew Houston è nata dal fatto che utilizzava più unità di calcolo e doveva trasferire file tra queste diverse unità per mantenerle sincronizzate, e a volte perdeva la scheda di memoria con cui stava effettuando il trasferimento. Questa situazione è un caso tipico dal quale si genera un'idea imprenditoriale di successo, ovvero partire da un problema personale molto fastidioso, che motiva l'imprenditore a risolverlo (considerandolo una sfida personale). È stato così delineato il concetto di base: un servizio basato su cloud che sincronizza automaticamente i file su diversi dispositivi. Il miglioramento del concept e del progetto è stato ottenuto attraverso la continua consultazione dei futuri utenti con le descrizioni pubblicate su diversi blog e siti web. Poiché sarebbe stato difficile ottenere finanziamenti regolari, è stato utilizzato un "acceleratore di startup". Va sottolineato che non tutte le idee sono finanziate attraverso un "acceleratore di startup" e anche il tasso di accettazione è dell'1 - 3%. Le funzioni aggiuntive sono state gradualmente integrate, ma ad un ritmo rapido e l'azienda è passata da 100.000 a 4 milioni di utenti in soli 15 mesi.

Webvan è un esempio negativo

Webvan: è un esempio di "non fare", probabilmente uno dei più grandi fallimenti dell'era delle dotcom. L'azienda è stata fondata a metà degli anni '90 per offrire ai consumatori l'opportunità di acquistare cibo online con consegna entro un massimo di 30 minuti. Il concetto è stato perfezionato ed è stato creato un piano aziendale per impressionare gli investitori che sono stati davvero impressionati perché in 3 anni hanno fatto investimenti per centinaia di milioni di dollari. Gli investitori erano fondi di investimento, una banca e il pubblico in generale dopo la quotazione in borsa. La presenza di fondi di investimento non è stata di per sé un errore, ma ha creato un clima malsano attraverso la richiesta urgente di profitti ampi e immediati. Senza lavorare troppo sul modello di business, l'azienda ha iniziato a crescere troppo velocemente: si è diffusa su un territorio troppo vasto, senza autotest in un'area ristretta, e ha creato sin dall'inizio un'infrastruttura gigantesca (enorme sistema automatizzato e una flotta impressionante di camion e veicoli commerciali). Inoltre, ha acquisito Home Grocer, una società affine, che ha rappresentato uno sforzo finanziario aggiuntivo. Anche il mercato non è stato analizzato molto bene, perché ha preso di mira il segmento principale del mercato (consumatori interessati a prezzi bassi) e non il più ricco. Alla fine, Webvan è fallito, perdendo 800 milioni di dollari. Il fatto che l'idea del commercio online di prodotti alimentari sia davvero preziosa è stato dimostrato in seguito dai successi di Instacart e Picnic.

Preparati per prova ed errore

Che tu stia avviando la tua prima o la terza attività, aspettati di commettere errori. Questo è naturale e fintanto che impari da loro è anche vantaggioso. Se non commetti errori, non impari cosa non fare e cosa fare. Sii aperto e creativo, adattati, cerca opportunità e, soprattutto, divertiti!

La cosa grandiosa di possedere la tua attività è che puoi decidere cosa vuoi fare e dove crescere.

Capitolo 5 Leggi, norme, regolamenti e tasse imprenditoriali

Piano formale dettagliato: avvia la tua attività

Come avviare formalmente la propria attività? Da dove iniziare? E quali regole, leggi e regolamenti bisogna seguire? Queste sono le domande che si pongono molti imprenditori alle prime armi. Con questo piano step-by-step ti renderemo legalmente e ufficialmente pronto per l'avvio della tua azienda nei paesi sotto indicati (Regno Unito, Paesi Bassi, Romania, Italia, Turchia).

5.1 Passo dopo passo

5.1.1. Passaggio 1: Scegli la forma legale

Quando si avvia un'impresa, è necessario scegliere una forma giuridica. Ad esempio, una ditta individuale o una società a responsabilità limitata, ma ciò varia a seconda del paese. Scegli una forma giuridica che meglio si adatta alla tua situazione. Ad esempio, considera come vuoi organizzare le responsabilità, come sarà il futuro e cosa è fiscalmente vantaggioso per te. Di seguito troverai un approfondimento per le forme legali in ogni paese. Regno Unito ([paragrafo 5.2](#)), Paesi Bassi ([paragrafo 5.3](#)), Italia ([paragrafo 5.4](#)), Romania ([paragrafo 5.5](#)) e Turchia ([paragrafo 5.6](#)) in questo capitolo ciascuno di essi ha il proprio paragrafo con descrizione step-by-step.

5.1.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda

Una volta che ti sei preparato bene per avviare la tua attività, la tua azienda deve soddisfare alcuni requisiti per iniziare. Devi registrare la tua azienda presso l'istituzione appropriata, che di solito è la Camera di Commercio, per organizzare ufficialmente e correttamente la tua amministrazione.

5.1.3. Passaggio 3: regolamento fiscale e contabile

Le tasse ed i contributi dovuti da società e persone fisiche sono codificati nel Codice Fiscale Nazionale. In ogni paragrafo del paese preso in considerazione sarà definito il regime fiscale per le aziende e i lavoratori autonomi, ad es. imposta sulle società (reddito imponibile), imposta sui dividendi (pagamenti di dividendi effettuati dalla società a soci o azionisti), imposta sul valore aggiunto (IVA, a carico di tutti i consumatori finali, con possibilità talvolta di esenzione per forme giuridiche e / o startup). Inoltre, i dipendenti pagheranno anche loro tasse sullo stipendio, ad es. imposta sul reddito (pagabile sul reddito imponibile, differisce dal reddito lordo principalmente per essere calcolata come reddito dopo aver pagato i contributi previdenziali e sanitari obbligatori.

I contributi all'assicurazione sociale (e medica) (25% + 10% + 2,25% - l'ultimo a carico del datore di lavoro)

5.1.4. Passaggio 4: scrivere un piano aziendale (business plan)

Chi è alle prime armi a volte ha timore di scrivere un business plan, ma se sei davvero convinto di essere un imprenditore, dovresti prima leggere il [capitolo 4](#): Può darti molti vantaggi:

- Mappa le tue opportunità di business
- Ottieni una buona visione dei tuoi rischi
- Sai chi sono i tuoi potenziali clienti
- Sei a conoscenza degli sviluppi di mercato rilevanti
- Fai una migliore impressione su potenziali investitori
- [Vedi anche Suggerimenti e trucchi, capitolo 6](#)

Nella maggior parte dei casi, non avrai bisogno di una laurea o di una qualifica professionale per avviare un'impresa, tuttavia, in alcuni casi, alcune professioni richiedono lauree o qualifiche professionali.

5.1.5. Passaggio 5: apertura di un conto aziendale (prestiti e sovvenzioni)

L'apertura di un conto aziendale è spesso il passaggio logico successivo. L'attività bancaria aziendale è un buon modo per avere una panoramica delle tue entrate e uscite. Ciò impedisce anche che la tua azienda e la tua amministrazione privata si mescolino irrimediabilmente (in ogni paragrafo verrà menzionato un regime nazionale con schemi imprenditoriali specifici).

5.1.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni (es. Permesso di costruzione ecc...)

Come imprenditore a volte devi prendere in considerazione la richiesta di permessi. Pensa ad un permesso di costruzione se vuoi ristrutturare un immobile commerciale. Le procedure sono diverse in ogni paese dell'UE. In ogni paragrafo della nazione verranno menzionate le istituzioni e / o i comuni appropriati.

Protezione ambientale

In termini di attività, stabilire una sede fisica gioca un ruolo importante. È necessario prendere in considerazione un piano di localizzazione per progredire con la tua attività se hai intenzione di stabilire la tua attività in un luogo particolare. Inoltre, gli imprenditori devono spesso fare i conti con le normative ambientali nel campo del rumore, dell'energia e dei rifiuti. Le regole che si applicano potrebbero essere diverse per regione, settore e tipo di azienda.

5.1.7 Passaggio 7: Privacy / Protezione dei dati personali e creazione del sito Web aziendale

Al giorno d'oggi, un'azienda non può fare a meno di un sito web aziendale, che può aiutare a promuoverti su noti social media. Devi rispettare le leggi nazionali in per quanto riguarda privacy, protezione dei dati personali e cookie.

Puoi far progettare il sito web da un'agenzia professionale o, se sei un po' abile, puoi creare tu stesso un sito (leggermente più semplice). Dipende dai tuoi desideri e budget specifici se questa può essere un'alternativa valida.

Sito web a prova di SEO

Assicurati che i contenuti (testi, immagini, ecc.) siano conformi alle attuali tendenze SEO, in modo che il sito web appaia su Google tra i primi risultati di ricerca. Puoi anche assumere un copywriter specializzato per questo.

5.1.8. Passaggio 8: Assicurazione

Un incidente - che si tratti di un problema fisico o psicologico - può essere dietro l'angolo. Se come dipendente potresti ancora contare sul sostegno del tuo datore di lavoro, come imprenditore sei responsabile delle conseguenze (finanziarie) di malattie e infortuni.

5.1.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane

La gestione delle risorse umane si concentra completamente sulle tasse dei dipendenti.

5.1.10. Passaggio 10: brevetti e marchi (brand)

La proprietà intellettuale è qualcosa di unico che crei fisicamente. Copyright, brevetti, design e marchi sono tutti i tipi di protezione della proprietà intellettuale. È un diritto che ti autorizza ad essere l'unica parte in grado di raccogliere i frutti di un lavoro intellettuale. Le informazioni pubbliche sulla tua proprietà intellettuale possono essere una fonte di ispirazione per gli altri quando sviluppano i propri prodotti.

5.2. Regno Unito passo dopo passo

[5.2.1 Passaggio 1: scegli la forma legale](#)

[5.2.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di commercio](#)

[5.2.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità](#)

[5.2.4 Passaggio 4: scrivere un business plan](#)

[5.2.5. Passaggio 5: apertura di un conto corrente aziendale](#)

[5.2.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni](#)

[5.2.7 Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali \(creazione di un sito Web aziendale\)](#)

[5.2.8. Passaggio 8: assicurazione](#)

[5.2.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane](#)

[5.2.10 Passaggio 10: brevetti e marchi](#)

Introduzione Regno Unito

Quando si tratta di avviare un'attività nel Regno Unito, a causa di diverse leggi, regole e regolamenti e di tutti i paesi che compongono il Regno Unito (Inghilterra, Irlanda del Nord, Scozia, Galles), il processo è più complicato ma c'è sempre supporto, aiuto, e compromesso per chiunque ne abbia bisogno o lo cerchi. Può essere un compito noioso, ma con la giusta mentalità si può ottenere tutto. Her Majesty's Revenue and Customs è la principale entità giuridica che deve controllare tutto prima che un'impresa possa essere avviata, ma poiché è l'ente principale, farà tutto ciò che è in suo potere per aiutarti a risolvere eventuali problemi che bloccano il tuo percorso verso il successo, proprio come un'entità legale più piccola chiamata "Companies House".

Se ti stai chiedendo come avviare un'impresa, ci sono alcune decisioni chiave che dovrai prendere prima di iniziare. Oltre al tuo prodotto o servizio, potresti voler scegliere il nome della tua attività, la sua struttura e il modo in cui la gestirai. È anche importante pensare a come attirare i clienti e da dove prenderai i soldi per l'avvio. Potrebbe essere necessario ricercare e sviluppare la tua idea di business di base, capire come nominare la tua attività e decidere quale forma assumerà. È importante riflettere attentamente sul tuo prodotto o servizio, sul pubblico e su ciò che ti distingue dalla massa. A questo punto, vale la pena pensare a come finanzierai la tua start-up e quale effetto avrà sulle tue finanze personali in attesa che si facciano profitti.

5.2.1 Passaggio 1: scegli la forma giuridica

Dovresti scegliere la struttura legale giusta per soddisfare le tue circostanze e registrarla presso HM Revenue and Customs. HM Revenue and Customs è un dipartimento non ministeriale del governo del Regno Unito responsabile della riscossione delle tasse, del pagamento di alcune forme di sostegno statale e dell'amministrazione di altri regimi normativi, incluso il salario minimo nazionale.

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31676/11-1399-guide-legal-forms-for-business.pdf

Nel Regno Unito sono presenti forme legali non registrate e incorporate e queste differiscono in Inghilterra, Galles, Irlanda del Nord e Scozia. Esiste una moltitudine di società che possono essere avviate nel Regno Unito, come: Public Limited Company (PLC), Private Company Limited by Shares (LTD), Company Limited by Guarantee, Unlimited Company (UNLTD), Limited Liability Partnership (LLP), Community Interest Company, Industrial and Provident Society (IPS), Royal Charter (RC) ... e molti altri. (tutte queste forme giuridiche tipiche del Regno Unito che non hanno un corrispettivo in Italia)

Forme giuridiche non incorporate

La caratteristica distintiva dei moduli privi di personalità giuridica è che non hanno personalità giuridica separata. Esistono tre forme principali:

Unico commerciante (Sole Trader)

Questo è il modo più semplice per creare e gestire un'impresa: la proprietà e il controllo dell'azienda spetta ad un singolo individuo. Essere un unico commerciante è intrinsecamente rischioso perché l'individuo non è separato dall'attività e ha la sola responsabilità personale illimitata per l'attività, i suoi debiti e gli obblighi contrattuali e qualsiasi reclamo venga fatto nei suoi confronti. Possiede tutti i

beni dell'azienda e può smaltirli come desidera e può assumere personale e negoziare e fare affari con un nome commerciale. Tuttavia è improbabile che lo status di imprenditore unico sia adatto per le imprese che necessitano più di un piccolo livello di investimenti esterni: essere prive di personalità giuridica e legale limita i prestiti e impedisce alle imprese di raccogliere finanziamenti tramite l'emissione di azioni.

Il regolamento per il commerciante unico è minimo: non è richiesta una costituzione formale per l'azienda e non è necessario registrarsi o depositare conti e resi con Companies House. I commercianti individuali sono considerati lavoratori autonomi dall'HMRC e devono registrarsi e presentare una dichiarazione dei redditi annuale di autocertificazione - i profitti dell'azienda sono trattati come reddito personale soggetto all'imposta sul reddito e ai contributi assicurativi nazionali.

Associazione senza personalità giuridica (Unincorporated Association)

Le associazioni prive di personalità giuridica sono gruppi che accettano, o si accordano, di riunirsi per uno scopo specifico. Normalmente hanno una costituzione che stabilisce lo scopo per il quale l'associazione è stata costituita e le regole dell'associazione e dei suoi membri. In genere sono gestiti da un comitato di gestione. Tutti i membri del comitato direttivo avranno di nuovo una responsabilità personale illimitata, a meno che non siano specificamente indennizzati all'interno dell'atto costitutivo. Per quanto riguarda un commerciante unico, c'è una limitazione alla raccolta di finanziamenti, regolamentazione minima e status fiscale autonomo per i membri del comitato di gestione.

Associazione (Partnership)

Un'associazione è un modo relativamente semplice per due o più persone giuridiche di avviare e gestire un'impresa insieme allo scopo di trarne profitto. Un'associazione può sorgere, senza alcun accordo formale, quando le persone svolgono un'attività in comune, ma in genere c'è un accordo per il commercio come associazione. I soci di solito redigono un accordo di partnership legalmente vincolante, stabilendo questioni come l'ammontare del capitale contribuito da ciascun socio e il modo in cui condivideranno i profitti (e le perdite) dell'attività. Anche in questo caso il partenariato non ha personalità giuridica separata. I soci condividono i rischi, i costi e le responsabilità degli affari. Poiché i partner sono generalmente responsabili delle conseguenze delle reciproche decisioni, i partner di solito gestiscono l'attività da soli, sebbene possano assumere dipendenti. I partner di solito prendono il denaro per l'attività dai propri beni e / o richiedono dei prestiti, il fatto di essere privi di personalità giuridica limita i prestiti. Non essere una società con un capitale sociale impedisce all'azienda stessa di raccogliere finanziamenti azionari tramite l'emissione di azioni.

Ogni socio / partner è un lavoratore autonomo e paga le tasse su questa base sulla propria quota dei profitti: l'associazione stessa e ogni singolo socio devono restituire rendimenti annuali di autocertificazione all'HMRC e l'associazione deve tenere registri che mostrano le entrate e le spese aziendali.

Anche le persone giuridiche diverse dalle persone fisiche, come società a responsabilità limitata (Limited Companies or Limited Liability Partnerships), possono essere partner / soci di una partnership / associazione. Sono trattati come qualsiasi altro partner tranne per il fatto che hanno obblighi fiscali e di rendicontazione aggiuntivi: ad esempio, le società devono pagare l'imposta sulle società piuttosto che l'imposta sul reddito sui profitti della partnership / associazione.

Società in accomandita (Limited Partnership)

Da non confondere con *Limited Liability Partnership* (vedi sotto): una società in accomandita semplice ha due tipi di partner: soci accomandatari e soci accomandanti. La forma è simile a una partnership, con le principali differenze che i soci accomandanti potrebbero non essere coinvolti nella gestione dell'attività e la loro responsabilità è limitata e fa riferimento all'importo che hanno investito nella

partnership. Tieni presente che i soci accomandanti sono diversi dai soci "dormienti" in una società di persone o in accomandita semplice, che non prendono parte alla gestione dell'attività ma rimangono pienamente responsabili dei propri debiti. Le società in accomandita semplice devono registrarsi presso la Companies House e non nascono fino a quando non vengono registrate. Anche le modifiche alla partnership devono essere registrate.

Istituto giuridico (trust)

I trust non sono costituiti in società e non hanno un'identità legale propria. Sono essenzialmente dispositivi legali per detenere beni in modo da separare la proprietà legale dall'interesse economico. Un trust detiene le risorse per conto di un individuo o di un'altra organizzazione e governa il modo in cui devono essere utilizzate. Un trust è gestito da un piccolo gruppo di persone chiamate *trustees* che sono legalmente responsabili dell'amministrazione del trust e personalmente responsabili per eventuali debiti o crediti nei suoi confronti che non possono essere soddisfatti con le risorse proprie del trust. I trust stabiliscono le proprie regole - contenute all'interno dell'"atto di fiducia" (trust deed) - che stabilisce gli obiettivi del trust e può essere utilizzato per garantire che le attività e i profitti siano utilizzati per un particolare scopo. I trust in genere non raccolgono finanziamenti: gestiscono semplicemente asset e non distribuiscono profitti. I trust sono spesso usati insieme ad associazioni prive di personalità giuridica, che non possono possedere proprietà.

Forme legali incorporate (Incorporated legal forms)

Società a responsabilità limitata (Limited Company)

La società a responsabilità limitata (Limited Company) è la forma giuridica più comune in uso per la gestione di un'impresa. Le società sono "costituite" per formare un'entità con una personalità giuridica separata. Ciò significa che l'organizzazione può fare affari e stipulare contratti a proprio nome. Al momento della costituzione ai sensi del Companies Act 2006, una società è tenuta ad avere due documenti costituzionali:

- un Memorandum, che registra il fatto che i membri iniziali (gli abbonati) desiderano formare una società e accettano di diventarne membri. Il Memorandum non può essere modificato;
- un Articles of Association (Statuto) - spesso chiamato semplicemente Articles - che è essenzialmente un contratto tra la società e i suoi membri, che stabilisce le regole legalmente vincolanti per la società, incluso il quadro per le decisioni, la proprietà e il controllo.

Il Companies Act 2006 offre una notevole flessibilità per redigere articoli per rispondere alle specifiche esigenze dell'azienda, a condizione che agisca nel rispetto della legge.

Una società a responsabilità limitata è di proprietà dei suoi membri - coloro che hanno investito nell'attività - e, come suggerisce il nome, godono di responsabilità limitata - ovvero le finanze della società sono separate dalle finanze personali dei loro proprietari e, come regola generale, i creditori dell'azienda possono perseguire i beni della società solo per saldare un debito. I beni personali dei proprietari non sono a rischio.

Esistono due meccanismi per l'adesione alla società: Company Limited by Shares and Company Limited by Guarantee (Società a responsabilità limitata da azioni e Società a responsabilità limitata da garanzia).

Società a responsabilità limitata (Company Limited by Shares)

La maggior parte delle aziende rientra in questa categoria. I membri possiedono ciascuno una o più azioni della società e sono quindi noti come azionisti. La responsabilità limitata degli azionisti significa

che rischiano di perdere solo ciò che hanno già investito o si sono impegnati ad investire (importi non pagati sulle azioni).

Società limitata da garanzia (Company Limited by Guarantee)

I membri della società danno la garanzia di pagare una somma fissa se la società dovesse andare in liquidazione. Una società deve avere almeno un membro. In una società per azioni, ogni azione di solito ha un diritto di voto ad essa collegato in modo che i membri possano votare su decisioni importanti che riguardano la società. L'accordo prevede normalmente un'azione per un voto, sebbene molte società creino classi di azioni diverse con diversi diritti di voto associati. In una società a responsabilità limitata, l'accordo è di solito un membro un voto (OMOV).

La gestione quotidiana di una società è nominalmente separata dalla sua proprietà ed è intrapresa da un amministratore (director) o consiglio di amministrazione (board of directors), con il principio fondamentale che agiscono nell'interesse della società e dei suoi membri. Tuttavia, gli amministratori possono anche essere membri, quindi la forma più semplice di società per azioni è un membro unico che possiede l'intera società ed è anche il suo amministratore unico. Una società deve avere almeno un amministratore (le società pubbliche descritte di seguito devono averne due) e almeno un amministratore deve essere una persona reale.

In una società a *Limited Company*, i finanziamenti provengono dai membri, dai prestiti o dai profitti trattenuti nell'attività come capitale circolante. Una società per azioni può anche raccogliere capitali dagli azionisti in cambio di una partecipazione nell'attività: qualsiasi profitto dall'attività viene solitamente distribuito agli azionisti sotto forma di dividendi, a parte i profitti trattenuti nell'attività come capitale circolante. Le società a responsabilità limitata (Limited Company) hanno una maggiore capacità di finanziarsi con prestiti rispetto alle imprese non costituite in società, poiché possono utilizzare i loro beni come garanzia per i prestiti, creando un "onere" sui beni della società. Queste spese sono registrate presso la Companies House, fornendo trasparenza sull'entità del credito garantito di una società. I finanziatori, comprese le banche e le società di costruzione, faranno quindi in genere dell'incorporazione una condizione per fornire un prestito aziendale.

Le società a responsabilità limitata (Limited Company) sono soggette a requisiti normativi più severi rispetto alle forme giuridiche non incorporate: maggiore responsabilità e trasparenza, questo è il prezzo da pagare per beneficiare della responsabilità limitata. La responsabilità è sia nei confronti degli azionisti della società che del pubblico che potrebbe voler trattare con l'attività commerciale. Le società sono registrate presso la Companies House ed è responsabilità degli amministratori mantenere i registri pubblici della società, inclusi i conti annuali e una dichiarazione annuale sulla società, e archivarli presso la Companies House. Devono notificare alla Companies House i cambiamenti nella struttura e nella gestione dell'attività. Se una società ha un reddito o utili, deve dichiarare al HMRC che esiste ed è soggetta all'imposta sulle società corporation tax). Le società soggette all'imposta sulle società devono fare dichiarazioni annuali all'HMRC.

Una società per azioni (*Company Limited by Shares*) è una società privata a responsabilità limitata (*Private Limited Company* = Ltd) o una società pubblica a responsabilità limitata (*Public Limited Company* = Plc). La differenza fondamentale è che la PLC è autorizzata a offrire azioni in vendita al pubblico. La LTD è la forma giuridica più comunemente utilizzata dalla stragrande maggioranza delle imprese, che vanno da un'attività con un unico amministratore azionista a grandi società che hanno attratto grandi investimenti di capitale di private equity.

Partnership a responsabilità limitata (Limited Liability Partnership = LLP)

Una *Limited Liability Partnership* (LLP) è un ente giuridico con una personalità giuridica separata simile ad una società. A differenza di una normale partnership, i membri di un LLP godono di

responsabilità limitata come suggerisce il nome: la responsabilità è limitata alla quantità di denaro che hanno investito nell'attività e alle garanzie personali che hanno dato per raccogliere finanziamenti. Ogni membro prende una quota uguale dei profitti, a meno che lo statuto non specifichi diversamente.

Proprio come una partnership, ogni membro non aziendale di un LLP deve registrarsi come lavoratore autonomo presso HMRC, e sia lo stesso LLP che ogni singolo membro devono provvedere all' HMRC dichiarazioni annuali tramite autocertificazione. I membri non societari di un LLP pagano l'imposta sul reddito e i contributi assicurativi nazionali sulla loro quota dei profitti. Inoltre, i LLP devono registrarsi e presentare conti e rendimenti annuali presso la Companies House. Almeno due membri devono essere "membri designati" con responsabilità aggiuntive: sono loro che nominano i revisori, firmano e depositano i conti presso la Companies House.

Le *Limited Liability Partnerships* hanno molta più libertà rispetto alle società nell'organizzazione dei propri affari interni, ad esempio nel modo in cui vengono prese le decisioni e nel modo in cui i profitti vengono distribuiti ai membri.

Community Interest Company (CIC)

Una Community Interest Company (CIC) è una forma di società (limitata da azioni o da garanzia) creata per le cosiddette "imprese sociali" ("social enterprises") che desiderano utilizzare i propri profitti e beni a beneficio della comunità. I CIC sono facili da configurare e hanno tutta la flessibilità e la certezza della forma aziendale, ma con diverse caratteristiche speciali che assicurano che siano al servizio dell'interesse della comunità:

- In primo luogo, tutte le aziende che chiedono di essere registrate come CIC devono presentare una dichiarazione di interesse della comunità (community interest statement) per fornire all'autorità di regolamentazione del CIC la prova che si andrà a lavorare in un ambito di interesse della comunità definito dalla legge. L'azienda deve continuare a soddisfare l'impegno per tutto il tempo in cui rimane un CIC e deve riferire annualmente all'autorità di regolamentazione
- In secondo luogo, un CIC deve avere un "asset lock" che limita il trasferimento delle risorse dell'azienda (inclusi eventuali profitti generati dalle sue attività) per garantire che siano utilizzate a beneficio della comunità
- Terzo, i CIC sono soggetti a massimali sui dividendi e sugli interessi pagabili - per trovare un equilibrio tra incoraggiare le persone a investire nei CIC e il principio che le attività e i profitti di un CIC dovrebbero essere devoluti a beneficio della comunità.

Charitable Incorporated Organization (CIO)

La Charitable Incorporated Organization (CIO) è una nuova forma giuridica che è disponibile per gli enti di beneficenza in Inghilterra e Galles dal 2012. Attualmente gli enti di beneficenza che desiderano entrare in azione lo fanno normalmente come società a responsabilità limitata, il che significa doppia registrazione con Companies House e Charity Commission e doppia regolamentazione di diritto societario e diritto di beneficenza. Lo status di CIO offrire i vantaggi dell'incorporazione, ma l'organizzazione sarà registrata solo presso la Charity Commission e regolamentata dalla legge sulla beneficenza. Il nuovo modulo dovrebbe essere utilizzato principalmente da enti di beneficenza di piccole e medie dimensioni. Come ogni ente in quest'ambito, i profitti e le risorse dell'organizzazione saranno bloccati per scopi di beneficenza. Si noti che la legge e il regolamento sulla beneficenza sono devoluti: una legislazione simile è stata approvata in Scozia, ma non ancora nell'Irlanda del Nord.

Società industriale e previdente

Una società industriale e di previdenza (a volte indicata come I&P o IPS cioè *Industrial and Provident Society*) può assumere una delle due forme:

Cooperativa (Co-operative Society or Co-op)

Una società cooperativa è un'organizzazione di appartenenza gestita per il reciproco vantaggio dei suoi membri - servendo i loro interessi principalmente commerciando con loro o fornendo loro in altro modo beni, servizi e strutture - con qualsiasi surplus che di solito viene reinvestito nell'organizzazione, sebbene i profitti possono essere distribuiti ai membri. Una cooperativa può essere o meno un'impresa sociale, a seconda delle sue attività e di come distribuisce i suoi profitti.

Le cooperative sono governate da regole che devono riflettere i valori e i principi cooperativi stabiliti dalla International Co-operative Alliance. L'Alleanza definisce una cooperativa come un'associazione autonoma di persone unite volontariamente per soddisfare i loro bisogni e aspirazioni economiche, sociali e culturali comuni attraverso un'impresa di proprietà comune e controllata democraticamente.

Una società cooperativa è costituita - e quindi ha una personalità giuridica separata - e deve registrarsi e presentare conti annuali alla Financial Services Authority (FSA) piuttosto che alla Companies House. Come per una società, la responsabilità dei membri è limitata all'importo non pagato sulle azioni. Hanno un principio di adesione aperto e possono quindi raccogliere fondi mediante l'emissione di azioni al pubblico.

Queste società sono gestite dai loro membri, di solito attraverso un comitato di funzionari (*committee of officers*), simile al consiglio di una società (*company's board*), che gestisce per conto dei membri. Tuttavia, i membri hanno sempre il controllo democratico sulla base del principio "un membro, un voto" (OMOV), indipendentemente dalle dimensioni delle rispettive partecipazioni finanziarie, in base ai valori e ai principi della cooperativa.

Community Benefit Society (BenCom)

Una Community Benefit Society (BenCom) è simile a una società cooperativa, tranne per il fatto che conduce affari a beneficio della comunità, piuttosto che dei membri della società. In effetti, un BenCom deve essere gestito principalmente a beneficio di persone che non sono membri della società e deve anche essere nell'interesse della comunità in generale. I profitti non vengono distribuiti tra i membri o gli azionisti esterni, ma restituiti alla comunità. BenCom inoltre applica spesso un blocco delle risorse, a protezione delle stesse per il futuro beneficio della comunità. È insolito che il BenCom emetta più del capitale sociale nominale (ad esempio, un'azione del valore di £ 1 per membro. Se viene emesso più del capitale sociale nominale o se i membri concedono prestiti al BenCom, i dividendi e gli interessi pagati sono limitati a un tasso necessario all'impresa per trattenere il capitale di cui ha bisogno.

Un BenCom può essere istituito come ente di beneficenza, a condizione che abbia esclusivamente oggetti di beneficenza che sono di pubblica utilità, consentendo loro di raccogliere capitali attraverso sovvenzioni pubbliche e fondi di beneficenza.

Se approvati, sono noti come enti di beneficenza esenti (*exempt charities*) e riferiscono solo alla Financial Services Authority (FSA), non alla Charity Commission. I BenCom di beneficenza devono avere un blocco delle risorse.

Mutue finanziarie (Financial Mutuals)

Ci sono altri tre tipi di mutua, non trattati in dettaglio qui, che esistono specificamente per fornire servizi finanziari. Anche questi sono registrati presso la FSA.

- *Building Society*: Le *Building Societies* sono istituti di mutua assistenza finanziaria, che forniscono principalmente prestiti ipotecari residenziali, ma anche altri servizi finanziari come altre forme di prestito e investimento, servizi di trasmissione di denaro, servizi bancari e assicurativi. Sono finanziati sostanzialmente dai loro membri
- *Credit Union*: una cooperativa di credito è un istituto finanziario cooperativo posseduto e controllato dai suoi membri e gestito allo scopo di fornire credito a tassi ragionevoli e fornire altri servizi finanziari ai suoi membri
- *Friendly Society*: Una società amichevole è un'organizzazione mutua volontaria il cui scopo principale è assistere finanziariamente i membri durante malattia, disoccupazione o pensionamento e fornire assicurazioni sulla vita.

5.2.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio

È importante che tu scelga la struttura più adatta alla tua attività, che tu possa trovare personale che ti possa aiutare e sia disponibile per supportarti e a cui tu chiedi consiglio prima di creare qualsiasi struttura aziendale.

[HMRC e Companies House](#)

3 tipi di attività: ditta individuale (*sole trader*), società a responsabilità limitata (*limited companies*) e associazioni (*partnerships*) governate da [HMRC](#) e [Companies House](#).

Companies House è dove registri la tua azienda e dovrai riferire e dichiarare almeno una volta all'anno sia all'HMRC che alla Companies House.

Se vuoi avviare un'impresa sociale (*Social Enterprise*) o un ente di beneficenza (*Charity*), ci sono anche norme e regolamenti diversi e questi sono regolati dalla [Commissione di beneficenza in Inghilterra e Galles](#) e dall'[OSCR \(The Office for Scottish Charities Regulation\)](#).

Unico commerciante (Sole trader)

Modo più semplice ma responsabile per i debiti della tua azienda e alcune responsabilità contabili. In questo modo si è un lavoratore autonomo e lo possiedi come individuo. Puoi conservare tutti i profitti della tua azienda dopo aver pagato le tasse. Sei responsabile delle perdite subite dalla tua azienda.

Quando devi configurarti come ditta individuale (Sole trader)

Devi configurarti come ditta individuale se si verifica una delle seguenti condizioni:

- Hai guadagnato più di £ 1.000 come lavoro autonomo tra il 6 aprile 2019 e il 5 aprile 2020
- È necessario dimostrare di essere un lavoratore autonomo, ad esempio per richiedere assistenza per l'infanzia esentasse (Tax-Free Childcare)
- Desideri effettuare pagamenti volontari di assicurazione nazionale di classe 2 per aiutarti a qualificarti per i benefici

Come diventare Sole trader?

Se vuoi costituire un'impresa sociale o un ente di beneficenza (*Social Enterprise or a Charity*), ci sono anche norme e regolamenti diversi e questi sono regolati dalla [Commissione di beneficenza in Inghilterra e Galles](#) e [dall'OSCR \(The Office for Scottish Charities Regulation\)](#).

Lavori nel settore edile (construction industry) come ditta individuale (Sole Trader)?

Registrati con HMRC per il *Construction Industry Scheme (CIS)* (documento di costruzione industriale) se lavori nel settore edile come subappaltatore o appaltatore.

Denomina la tua azienda come una ditta individuale

Puoi utilizzare il tuo nome oppure puoi scegliere un altro nome per la tua attività. Non è necessario registrare il tuo nome. Devi includere il tuo nome e la ragione sociale (se ne hai una) sui documenti ufficiali, ad esempio fatture e lettere.

Nomi di ditte individuali

I nomi delle ditte individuali non devono:

- includere "limited", "Ltd", "limited liability partnership", "LLP", "public limited company" o "plc"
- essere offensivi o essere uguali ad un marchio esistente
- il nome, inoltre, non può contenere una parola o un'espressione sensibile e/o delicata o suggerire un collegamento con il governo o le autorità locali, a meno che tu non ottenga l'autorizzazione

Società a responsabilità limitata (Limited company)

Se costituischi una Limited company, le sue finanze sono separate dalle tue finanze personali, ma ci sono maggiori responsabilità di reporting e gestione:

- Devi informare Companies House se desideri modificare l'indirizzo della sede legale della tua azienda. Se la modifica viene approvata, verrà fatta una comunicazione a HM Revenue and Customs (HMRC)
- L'indirizzo della nuova sede legale della tua azienda deve essere nella stessa area del Regno Unito in cui la società è stata registrata e/o costituita
- Il tuo indirizzo non cambierà ufficialmente fino a quando la Companies House non lo avrà registrato.

Ci sono anche altre modifiche da segnalare, per esempio devi informare HMRC se:

- i dettagli di contatto della tua attività cambiano, ad esempio il tuo nome, sesso, ragione sociale o il tuo indirizzo personale o commerciale
- se nomini un commercialista o un consulente fiscale

Devi informare la Companies House entro 14 giorni se apporti modifiche a:

- l'indirizzo in cui conservi i tuoi documenti e quali documenti terrai lì
- amministratori o i loro dati personali, come il loro indirizzo
- "persone con controllo significativo" (PSC cioè: *people with significant control*) o c'è un cambiamento nei loro dati personali come un nuovo indirizzo
- segretari aziendali (nominandone uno nuovo o terminando il contratto con uno già nominato)

Devi informare la Companies House entro un mese se emetti più azioni della tua azienda.

Come segnalare le modifiche alla Companies House

- utilizzare il servizio online di Companies House
- compilare e inviare moduli cartacei

Modifiche che gli azionisti devono approvare

Potrebbe essere necessario convincere gli azionisti a votare sulla decisione se si desidera:

- cambiare il nome dell'azienda
- rimuovere un amministratore
- modificare lo statuto della società

Questo si chiama "approvazione di una risoluzione" (*passing a resolution*). La maggior parte delle risoluzioni avrà bisogno della maggioranza per essere concordata (chiamata "risoluzione ordinaria" "*ordinary resolution*"). Alcuni potrebbero richiedere una maggioranza del 75% (chiamata "risoluzione speciale" "*special resolution*").

Il nome della tua nuova società non avrà effetto finché non sarà registrato da Companies House, che informerà dell'avvenuta registrazione.

Voto degli azionisti (Shareholder)

- Quando si stabilisce una maggioranza, viene preso in considerazione il numero di azioni che danno diritto di voto al proprietario, piuttosto che il numero degli azionisti.
- Non c'è necessariamente bisogno di un'assemblea degli azionisti per approvare una risoluzione. Se il giusto numero di azionisti ti ha dato il consenso, puoi confermare la risoluzione per iscritto. Ma è necessario scrivere a tutti gli azionisti per informarli della decisione.

Controlla i dettagli della tua azienda

È necessario controllare quanto segue:

- i dettagli della tua sede legale, amministratori, segretario e l'indirizzo dove conservi i tuoi registri
- la dichiarazione del capitale e le informazioni sugli azionisti se la società ha azioni

- il tuo codice SIC (il numero che identifica ciò che fa la tua azienda)
- il tuo registro delle "persone con controllo significativo" (PSC)

Controlla il registro della Companies House e invia la tua dichiarazione di conferma (*confirmation statement*).

Invia la tua dichiarazione di conferma online o per posta. La compilazione della dichiarazione di conferma online costa tra 13 £ e 40 £ per posta.

Se devi segnalare modifiche

È possibile segnalare contemporaneamente le modifiche al rendiconto del capitale, alle informazioni sugli azionisti e ai codici SIC.

Non è possibile utilizzare l'istruzione di conferma per segnalare modifiche a:

- i funzionari della tua azienda
- l'indirizzo della sede legale
- l'indirizzo dove conservi i tuoi archivi
- persone con un controllo significativo (PSC). È necessario presentare tali modifiche separatamente alla Companies House. Quando è scaduto riceverai un avviso e-mail o una lettera di sollecito alla sede legale della tua azienda quando la tua dichiarazione di conferma è scaduta.

La data di scadenza è di solito un anno dopo:

- la data di costituzione della tua azienda
- la data in cui hai presentato l'ultima dichiarazione annuale di dichiarazione o conferma. Puoi presentare la tua dichiarazione di conferma fino a 14 giorni dopo la data di scadenza.

Puoi essere multato fino a £ 5.000 e la tua azienda potrebbe essere cancellata se non invii la tua dichiarazione di conferma.

Insegna, cancelleria e materiale promozionale

È necessario esporre un'insegna o un cartello che mostri il nome e l'indirizzo della società registrata e ovunque operi la propria attività. Se gestisci l'attività da casa, non è necessario esporre un'insegna lì. Esempio: se gestisci 3 negozi e un ufficio che non è a casa tua, devi esporre un'insegna in ciascuno di essi. L'insegna deve essere facile da leggere e da vedere in qualsiasi momento, non solo quando sei aperto.

Devi includere il nome della tua azienda su tutti i documenti, pubblicità e lettere dell'azienda.

Su lettere commerciali, moduli d'ordine e siti web, devi mostrare:

- il numero di registrazione dell'azienda

- indirizzo della sua sede legale
- dove la società è registrata (Inghilterra, Galles, Scozia o Irlanda del Nord)
- il fatto che si tratti di una società a responsabilità limitata (di solito precisando il nome completo della società, inclusi "Limited" o "Ltd")

Se desideri includere i nomi dei direttori o degli azionisti, devi elencarli tutti.

Se vuoi mostrare il capitale sociale della tua azienda (quanto valevano le azioni quando le hai emesse), devi dire quanto viene "pagato" (di proprietà degli azionisti).

Associazione

Una partnership è il modo più semplice per 2 o più persone di gestire un'attività insieme.

Come impostarla

In una partnership, tu e il tuo partner (o socio) condividete personalmente la responsabilità della vostra attività. Ciò comprende:

- eventuali perdite subite dalla tua attività
- fatture per i materiali acquistati per l'attività, come azioni o attrezzature. I partner condividono i profitti dell'azienda e ogni partner paga le tasse sulla propria quota.

Un partner non deve essere una persona reale. Ad esempio, una società a responsabilità limitata conta come una "figura giuridica" e può anche essere un partner.

Cosa devi fare

Quando crei una partnership commerciale devi:

- scegliere un nome
- scegliere un "partner nominato"
- registrarti con [HM Revenue and Customs \(HMRC\)](#)

Il "partner nominato" è responsabile della gestione delle dichiarazioni dei redditi della partnership e della tenuta dei registri aziendali. Esistono regole diverse per le società in accomandita semplice (*limited partnerships*) e le società a responsabilità limitata (LLP).

Dare un nome alla partnership

Puoi scegliere di utilizzare i vostri nomi o puoi scegliere un altro nome per la tua attività. Non è necessario registrare il tuo nome. Devi includere tutti i nomi dei partner e il nome dell'azienda (se ne hai uno) sui documenti ufficiali, ad esempio fatture e lettere.

Nomi di attività commerciali

I nomi di partnership commerciali non devono:

- includere "limited", "Ltd", "limited liability partnership," LLP "," public limited company "o" plc "
- essere offensivi
- essere uguali a un marchio esistente

Inoltre, il tuo nome non può contenere una parola o un'espressione sensibile o delicata o suggerire un collegamento con il governo o le autorità locali, a meno che tu non ottenga l'autorizzazione. Esempio: per utilizzare "Accreditato" ("Accredited") nel nome della tua azienda, è necessaria l'autorizzazione del Department for Business, Energy and Industrial Strategy (BEIS).

Controlla quali parole hanno bisogno dell'autorizzazione per essere usate e a chi bisogna richiedere questa autorizzazione.

5.2.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità

Per avviare un'attività legale nel Regno Unito, è necessario soddisfare determinate condizioni e seguire leggi, norme e regolamenti rigorosi e completi. Se desideri avviare una nuova attività nel Regno Unito, devi osservare le varie leggi stabilite in ogni paese del Regno Unito (Inghilterra, Galles, Scozia e Irlanda del Nord) e altre regole. Alcune di queste leggi potrebbero essere specifiche per una certa zona del Regno Unito, quindi è necessario controllare le informazioni specifiche del settore per la tua attività per vedere quali leggi vengono applicate a te e alla tua attività.

Le regole e i regolamenti per la creazione di un'impresa nel Regno Unito sono governati da diversi organismi e questi includono: HMRC (Her Majesty's Revenue and Customs) e la Companies House. HMRC è responsabile di tutte le tasse nel Regno Unito, se vivi in Scozia il governo scozzese ha alcuni poteri aggiuntivi. Queste tasse includono la tassazione delle persone fisiche (*personal taxation*), la tassazione delle imprese (*business taxation*) e l'imposta sul valore aggiunto corrispondente all'italiana IVA (*Value Added Tax* cioè *VAT*). Se la vendita viene effettuata tra imprese quindi da un'azienda ad un'altra azienda (*business to business*), i prezzi vengono mostrati IVA esclusa, ma se l'acquisto viene effettuato da un cliente ad un'azienda l'IVA è inclusa e l'aliquota IVA standard è del 20%. Esistono 3 tipi di attività: ditta individuale (*sole trade*), società a responsabilità limitata (*limited companies*) e società di persone (*partnerships*) e sono regolate da [HMRC](#) e [Companies House](#).

Commerciante unico o ditta individuale (Sole trader)

Come avviare una ditta individuale? Devi dichiarare all'HMRC che paghi le tasse tramite l'autocertificazione e devi presentare una dichiarazione dei redditi ogni anno.

Le tue responsabilità

- Creare un registro delle vendite e delle spese della tua azienda.
- Inviare un'autocertificazione di ritorno fiscale ogni anno.

-Pagare l'imposta sui redditi (*Income Tax*) sui tuoi profitti e sul codice fiscale (*National Insurance number*) di Classe 2 e Classe 4.

Dovrai richiedere il codice fiscale inglese (*National Insurance number*) se ti trasferisci al Regno Unito per avviare un'impresa.

Società a responsabilità limitata (Limited Company)

Se si sceglie la strada della società a responsabilità limitata (*Limited Company*), è fondamentale mantenere registri accurati e pagare le tasse e il codice fiscale inglese (*National Insurance*). In una società per azioni ci sono responsabilità degli amministratori. In qualità di amministratore di una società a responsabilità limitata, devi:

- Seguire le regole della società riportate nel suo statuto
- Conservare i registri aziendali e segnalare le modifiche
- Archiviare le documentazioni fiscali e la dichiarazione dei redditi della tua azienda
- Informare gli altri azionisti se potresti trarre vantaggio personalmente da una transazione effettuata dalla società
- Pagare l'imposta sulle società (*Corporation Tax*)
- Puoi assumere altre persone per gestire alcune di queste attività quotidiane, ma sei comunque legalmente responsabile dei registri, dei conti e delle prestazioni della tua azienda.
- Potresti essere multato, perseguito o escluso se non rispetti le tue responsabilità di amministratore.

Registrazioni societarie e contabili (Company and accounting records)

Devi tenere sottocontrollo:

- registrazioni sull'azienda stessa
- registrazioni finanziarie e contabili

Puoi assumere un professionista (ad esempio, un contabile) per aiutarti con le tue tasse. HM Revenue and Customs (HMRC) può controllare i tuoi registri per assicurarti che stai pagando il giusto importo di tasse.

Documenti sull'azienda

È necessario mantenere i dettagli di:

- amministratori, soci e segretari societari
- i risultati delle votazioni e delle deliberazioni degli azionisti
- promesse alla società su rimborsi dei prestiti in una data specifica futura ("debentures ") e a chi devono essere rimborsati

- promesse fatte dall'azienda per i pagamenti se qualcosa andasse storto ed è colpa dell'azienda ("indennità" o "indemnities")
- operazioni quando qualcuno acquista azioni della società
- prestiti o mutui garantiti sui beni della società

Devi informare Companies House se conservi i registri in un luogo diverso dall'indirizzo della sede legale dell'azienda.

Registro delle "persone con controllo significativo" (people with significant control)

È inoltre necessario tenere un registro delle "persone con controllo significativo" (PSC). Il tuo registro PSC deve includere i dettagli di chi:

- detiene più del 25% di azioni o diritti di voto nella tua azienda
- può nominare o revocare la maggioranza degli amministratori
- può influenzare o controllare la tua azienda o istituto giuridico (*trust*)

È comunque necessario tenere un registro se non ci sono persone con un controllo significativo.

Leggi ulteriori indicazioni su come tenere un registro PSC se la proprietà e il controllo della tua azienda non sono semplici.

Registri contabili

È necessario conservare registrazioni contabili che includano:

- tutto il denaro ricevuto e speso dall'azienda
- dettagli dei beni di proprietà della società
- debiti che la società deve sanare o debiti dovuti da altri alla società
- azioni della società alla fine dell'anno
- l'inventario che hai usato per calcolare le azioni
- tutti i beni acquistati e venduti
- da chi li hai acquistati e a chi li hai venduti (a meno che tu non gestisca un'attività di vendita al dettaglio)

È inoltre necessario conservare qualsiasi altra documentazione finanziaria, informazione e calcolo necessario per preparare e archiviare i conti annuali e la dichiarazione dei redditi della società. Questo include registrazioni di:

- tutto il denaro speso dall'azienda, ad esempio ricevute, libretti di cassa, ordini e tasse di consegna
- tutto il denaro ricevuto dall'azienda, ad esempio fatture, contratti, libri o elenchi di vendita e casse

- qualsiasi altro documento pertinente, ad esempio estratti conto bancari e corrispondenza

Puoi essere multato £ 3.000 dall'HMRC o interdetto come direttore dell'azienda se non tieni i registri contabili.

Per quanto tempo bisogna conservare i registri

È necessario conservare i registri per 6 anni dalla fine dell'ultimo esercizio finanziario a cui si riferiscono o più a lungo se:

- mostrano una transazione che copre più di uno dei periodi contabili della società
- l'azienda ha acquistato qualcosa che prevede di durare più di 6 anni, come attrezzature o macchinari
- hai inviato in ritardo la dichiarazione dei redditi della società
- HMRC ha avviato un controllo di conformità nella dichiarazione dei redditi della tua azienda

Se i tuoi registri vengono persi, rubati o distrutti

Se non puoi sostituire i tuoi registri dopo che sono stati persi, rubati o distrutti, devi:

- fare del tuo meglio per ritrovarli
- informare immediatamente il tuo ufficio delle imposte sulle società (*Corporation Tax office*)
- includere queste informazioni nella dichiarazione dei redditi della società

Dichiarazione di conferma (dichiarazione annuale) (Confirmation statement (annual return))

Devi controllare che le informazioni che la Companies House ha sulla tua azienda siano corrette ogni anno.

Questa è chiamata dichiarazione di conferma (in precedenza una dichiarazione annuale).

Prelevare denaro da una società per azioni (limited company)

Il modo in cui prendere denaro dall'azienda dipende da cosa serve e da quanto viene preso:

- Stipendio
- Spese
- Benefici

Se desideri che l'azienda paghi a te o a chiunque altro uno stipendio, spese o benefici, devi registrare l'azienda come datore di lavoro (*employer*).

- L'azienda deve prelevare i contributi fiscali e assicurativi nazionali (*Income Tax and National Insurance contributions*) dai pagamenti degli stipendi e versarli a HM Revenue and Customs (HMRC), insieme ai contributi assicurativi nazionali dei datori di lavoro

- Se tu o uno dei tuoi dipendenti fate un uso personale di qualcosa che appartiene all'azienda, dovete segnalarlo come vantaggio e pagare le tasse dovute.

Dividendi (Dividends)

Un dividendo è un pagamento che un'azienda può effettuare agli azionisti se ha creato un profitto.

- Non puoi contare i dividendi come costi aziendali quando calcoli l'imposta sulle società (*Corporation Tax*)

- La vostra azienda non deve distribuire dividendi superiori ai suoi profitti delle finanze correnti e precedenti.

Per pagare un dividendo, devi:

- Tenere una riunione degli amministratori per "dichiarare" il dividendo
- Conservare i verbali della riunione, anche se sei l'unico direttore o amministratore

Documenti sui dividendi

Per ogni pagamento di dividendi effettuato dalla società, è necessario scrivere un voucher di dividendo che mostri:

- Data
- Nome della ditta
- nomi degli azionisti a cui viene pagato un dividendo
- importo del dividendo

Devi fornire una copia del buono ai destinatari del dividendo e conservarne una copia per i registri della tua azienda.

Imposta sui dividendi (Tax on dividends)

La tua azienda non è tenuta a pagare le tasse sui pagamenti dei dividendi. Ma gli azionisti potrebbero dover pagare l'imposta sul reddito se superano le 2.000 sterline.

Prestiti agli amministratori (Directors' loans)

- Se prendi più soldi da una società di quelli che hai investito - e non si tratta di stipendio o dividendo - si parla di "prestito agli amministratori" (*Directors' loans*).

- Se la tua azienda concede prestiti agli amministratori, bisogna tenerne traccia.

Cambiamenti aziendali

Bisogna segnalare la modifica dell'indirizzo della sede legale dell'azienda

Associazione (Partnership)

Regole per il tuo tipo di attività

Potresti avere altre responsabilità a seconda di ciò che fa la tua azienda.

Controlla se hai bisogno di:

- licenze o permessi, ad esempio per riprodurre musica, vendere cibo o commerciare per strada
- assicurazione

Ci sono anche regole che devi seguire se:

- si vendono beni online
- si acquistano merci dall'estero o si vendono merci all'estero
- si memorizzano o utilizzano le informazioni personali

Dove lavori

Verifica quali sono le tue responsabilità se:

- gestisci la tua attività da casa
- sei affittuario del posto in cui gestisci la tua attività

Se sei affittuario o acquisti una proprietà, potresti dover pagare tariffe aziendali. Le piccole imprese possono richiedere uno sconto sulle tariffe aziendali e alcune potrebbero non pagare nulla.

Controlla se puoi richiedere l'ufficio, la proprietà e le attrezzature come spese.

Assumere persone per aiutare

Se assumi lavoratori interinali o liberi professionisti hai alcune responsabilità, ad esempio la loro salute e sicurezza.

Diventare datore di lavoro (employer)

Ci sono cose che dovrai fare se vuoi assumere dipendenti. Avrai più responsabilità, tra cui:

- gestione della busta paga
- pagare per il loro codice fiscale (*National Insurance*) - ma puoi richiedere un'indennità per ridurre la bolletta

- fornire pensioni sul posto di lavoro al personale idoneo

I.V.A. (value added tax o VAT)

Devi registrarti per l'IVA se il fatturato della tua attività è superiore a £ 85.000. Puoi registrarti volontariamente se è adatto alla tua attività, ad esempio se vendi ad altre attività con partita IVA e desideri richiedere il rimborso dell'IVA.

5.2.4 Passaggio 4: scrivere un piano aziendale (*business plan*)

È consigliabile scrivere un piano aziendale (*business plan*). Per mappare le tue opportunità di business e ottenere una buona immagine dei tuoi rischi. Per sapere chi sono i tuoi potenziali clienti ... Il primo passo quando si tratta di avviare un'impresa nel Regno Unito è scaricare un modello di business ([business planning](#)) oltre ad avere un'idea e una guida. Questo è un buon dispositivo per garantire che i candidati si trovino nella migliore posizione possibile per ricevere finanziamenti. Il modello di business non è necessario, ma ci sono maggiori probabilità di entrare in affari se scrivi un business plan (secondo fonti esterne). Avere un solido business plan dovrebbe essere considerato una necessità.

Un modello di business plan ti è utile se:

- Vuoi avviare un'impresa
- Possiedi una ditta consolidata e stai cercando aiuto
- Devi determinare i tuoi obiettivi
- Vuoi usarlo per raccogliere fondi per avviare la tua attività.

L'utilizzo di un modello di piano aziendale è il modo migliore e più rapido per raccogliere tutte le informazioni necessarie per avviare un'impresa. Il processo di completamento di un modello di piano aziendale può aiutare a garantire la fattibilità della tua proposta commerciale fin dall'inizio, eliminando preoccupazioni e domande, come ad esempio: Funziona? Il mercato esiste già? C'è necessità del prodotto o servizio che proponi?

Vedere anche il [capitolo 4](#) e il [capitolo 6](#) della nostra guida YME.

5.2.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale

L'apertura di un conto bancario aziendale è spesso il passaggio logico successivo. L'attività bancaria aziendale (*business banking*) è un buon modo per avere una panoramica delle tue entrate e uscite. Ciò impedisce anche che la tua azienda e la tua amministrazione privata si confondano irrimediabilmente.

Nel Regno Unito il governo e diverse banche hanno programmi imprenditoriali e sovvenzioni per giovani imprenditori. Con l'impegno del governo ad aiutare le PMI acronimo di piccole e medie imprese (*SMEs* acronimo di *small and medium-sized businesses*) nelle fasi di avvio e crescita, sono disponibili una serie di finanziamenti per le piccole imprese da cui trarre vantaggio. Segui la nostra guida alle sovvenzioni statali (*government grants*).

Fondo regionale per la crescita (Regional Growth Fund (RGF))

Le aziende in cerca di finanziamenti inferiori a 1 milione di sterline possono richiedere il sostegno tramite i programmi del Fondo regionale di crescita.

Si tratta di programmi gestiti da organizzazioni nazionali o locali a cui è stato assegnato denaro RGF per offrire sovvenzioni e / o prestiti alle imprese idonee.

Dal 2011, 1,7 miliardi di sterline sono stati assegnati ai programmi RGF, a sostegno di oltre 9.400 piccole e medie imprese.

Per essere ammissibile, la tua azienda deve avere sede in Inghilterra, avere un piano di crescita, creare o proteggere posti di lavoro e investire capitale privato. Consulta un elenco di programmi RGF "live" e opportunità di finanziamento. [Consulta un elenco di programmi RGF "live" e opportunità di finanziamento.](#)

Prestiti per startup

Questa iniziativa finanziata dal governo fornisce prestiti, tutoraggio e supporto per startup o attività molto piccole e in fase iniziale con proposte potenzialmente realizzabili ma che non sono in grado di attirare investimenti dalle banche principali.

Per essere idonee, le attività devono ancora essere avviate o sono state negoziate da meno di 12 mesi. Puoi facilmente conservare questi record con il software di contabilità.

Lo schema fornisce una pianificazione aziendale gratuita per garantire che i candidati si trovino nella migliore posizione possibile per ricevere finanziamenti.

Ogni richiesta di prestito viene valutata in base alle esigenze dell'azienda, con una dimensione media del prestito di circa £ 6.000.

L'ammontare finale del prestito sarà determinato dal tuo piano aziendale. [Scopri di più sui prestiti per start-up.](#)

Contributi statali (Government grants)

I sussidi per le piccole imprese sono disponibili dal governo del Regno Unito, dal Parlamento scozzese, dall'Assemblea gallese e dall'Assemblea dell'Irlanda del Nord.

Ogni sovvenzione (*grant*) ha il proprio processo e i propri criteri per la candidatura.

Per un elenco completo dei fornitori, utilizza lo [strumento di ricerca del supporto finanziario aziendale](#) del governo. Questo strumento ti consente di cercare opportunità di finanziamento in base alla posizione, alle dimensioni e al tipo di attività che gestisci.

Ulteriori informazioni su come trovare finanziamenti per la tua attività

[Venture capital trusts: How to find alternative finance solutions](#)

[Crowdfunding tips: Alternative finance to support your business](#)

[Trim-It on winning the challenge of dealing with investors](#)

[Venture capital trusts vs Enterprise Investment Scheme](#)

Ciò significa che si assume il rischio del prestito dalla banca, in modo che sia più probabile che la banca lo offra.

Esportazione nel Regno Unito (UK Export)

Può anche aiutare gli esportatori del Regno Unito a raccogliere obbligazioni di appalto e contratto e ad accedere al finanziamento del capitale circolante. Per poter beneficiare dell'assicurazione sulle esportazioni, la tua attività deve avere sede nel Regno Unito e l'acquirente deve essere all'estero.

[Scopri di più su UK Export Finance \(UKEF\).](#)

Partnership di finanza aziendale (Business Finance Partnerships)

Con un investimento governativo di 1,2 miliardi di sterline, il Business Finance Partnership è progettato per diversificare le fonti di [finanziamento](#) disponibili per le piccole e medie imprese tramite istituti di credito non bancari. I termini del prestito variano, ma le aziende possono richiedere direttamente finanziamenti con un numero di gestori di fondi e istituti di credito non tradizionali.

[Scopri di più sulle partnership di finanza aziendale.](#)

5.2.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni

Protezione ambientale

Controllare il bisogno di un permesso ambientale

Autorizzazioni per installazioni, impianti di combustione medi, generatori specificati, operazioni sui rifiuti o sui rifiuti minerari, scarico dell'acqua o attività sulle acque sotterranee o lavori su o vicino a un fiume principale o alla difesa del mare.

[Inghilterra](#)

[Galles](#)

[Scozia](#)

[Irlanda del Nord](#)

Autorizzazioni ambientali locali

[Autorizzazioni ambientali delle autorità locali \(Inghilterra e Galles\)](#)

[Elenco con permessi del Regno Unito](#)

5.2.7 Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali (creazione di un sito Web aziendale)

Il Data Protection Act 1998 (c 29) era un atto del Parlamento del Regno Unito concepito per proteggere i dati personali archiviati su computer o in un sistema di archiviazione cartaceo organizzato e fu mandato per dare applicazione della direttiva sulla protezione dei dati dell'UE del 1995 sulla protezione, il trattamento e la circolazione dei dati.

Secondo il DPA 1998, le persone avevano il diritto legale di controllare le informazioni su se stesse. La maggior parte della legge non si applicava all'uso domestico, per esempio tenendo una rubrica personale. Chiunque detenga dati personali per altri scopi era legalmente obbligato a rispettare la presente legge, fatte salve alcune esenzioni. La legge ha definito otto principi di protezione dei dati per garantire che le informazioni fossero trattate legalmente.

È stato sostituito dal Data Protection Act 2018 (DPA 2018) il 23 maggio 2018. Il DPA 2018 integra il Regolamento generale sulla protezione dei dati dell'UE (GDPR), entrato in vigore il 25 maggio 2018. Il GDPR regola la raccolta, l'archiviazione e utilizzo dei dati personali in modo molto più rigoroso

5.2.8. Passaggio 8: assicurazione

Polizze assicurative aziendali (Business insurance policies)

I datori di lavoro sono legalmente tenuti ad avere un'assicurazione di responsabilità civile.

Una volta assunto il primo dipendente, il datore di lavoro è tenuto, per legge, a stipulare un'assicurazione di responsabilità civile. Questo proteggerà i tuoi dipendenti se si ammalano o si feriscono durante il loro lavoro. Il certificato di assicurazione deve essere esposto dove il personale può vederlo.

Non hai bisogno di un'assicurazione di responsabilità per il datore di lavoro se la tua società per azioni ha un solo dipendente, che possiede il 50% o più del capitale sociale (cioè te stesso). Se sei una ditta individuale (*sole trader*) e non assumi nessuno, o assumi solo familiari stretti, dovresti esserne esente.

Anche se non hai dipendenti a tempo pieno e assumi solo occasionalmente personale o utilizzi lavoratori temporanei o stagionali, devi stipulare una copertura.

Puoi essere multato fino a £ 2.500 al giorno se la tua azienda non dispone di un'adeguata polizza di responsabilità per il datore di lavoro. La dimensione della potenziale multa fa impallidire rispetto al costo della copertura, quindi non è qualcosa che dovresti dimenticare di fare.

Assicurazione di responsabilità civile (Public liability insurance)

L'assicurazione di responsabilità civile non è richiesta dalla legge, ma se i clienti arrivano nei tuoi locali, o potrebbero farsi male in qualsiasi modo da qualcosa che produce la tua azienda, sarebbe una buona idea avere una copertura.

A seconda del tipo di attività che svolgi, potresti scoprire che alcune organizzazioni ti richiederanno una copertura di responsabilità civile prima di darti un contratto o di consentirti di operare nei loro locali. Ad esempio, se hai uno stand in un mercato o partecipi a una fiera per vendere la tua merce, gli organizzatori potrebbero chiederti di avere un'assicurazione di responsabilità civile prima che ti consentano di partecipare.

Una polizza assicurativa di responsabilità civile coprirà per eventuali danni richiesti, oltre alla rappresentanza legale. Troverai maggiori dettagli nella nostra guida dedicata; Cos'è l'assicurazione di responsabilità civile? - Una guida per le imprese. ([What is public liability insurance? – A guide for businesses.](#))

Assicurazione stabili per i vostri locali (Buildings insurance for your premises)

Se possiedi dei locali commerciali, bisogna proteggerli, proprio come faresti con la casa tua, anche al livello più basso, ciò significa avere una polizza assicurativa per edifici aziendali che coprirà eventuali danni ai tuoi locali in caso di incendio, inondazione o altre catastrofi. Sebbene non sia obbligatorio, ha senso proteggere la copertura di infissi e accessori e qualsiasi magazzino che potresti avere nei tuoi locali. La maggior parte delle polizze assicurative sulla proprietà commerciale ti consentirà di includere queste opzioni insieme all'assicurazione di base sugli edifici.

Assicurazione per veicoli a motore (Motor vehicle insurance)

Se gestisci veicoli aziendali, devi avere almeno un'assicurazione contro terzi e preferibilmente completa. Ricorda che i dipendenti sono meno propensi a prendersi cura del loro veicolo aziendale, quindi potresti trovarti a richiedere la tua polizza più spesso di quanto ti aspetteresti con un'auto privata.

Polizze assicurative specifiche del settore (Industry-specific insurance policies)

Se fai parte di una professione riconosciuta, verifica con il tuo ente industriale quali polizze assicurative sono obbligatorie o ti consigliano di avere. Ad esempio, gli avvocati sono tenuti a portare una polizza assicurativa per esercitare la legge.

Polizze assicurative aziendali che dovresti avere

Assicurazione responsabilità civile professionale (Professional Indemnity (PI) insurance)

La responsabilità civile professionale, o assicurazione PI, offre protezione alle imprese professionali contro i reclami dei propri clienti, per eventuali danni causati da negligenza professionale.

Molte aziende, in particolare le organizzazioni più grandi, ora richiedono una copertura PI prima di assumerti. Essendo questa pratica comune in molti settori, l'assicurazione della responsabilità civile professionale è effettivamente un'assicurazione indispensabile per la maggior parte degli appaltatori, consulenti e liberi professionisti. Anche se non ti è richiesto di averlo dai tuoi clienti, è consigliabile avere un'assicurazione di responsabilità civile professionale se offri qualsiasi tipo di servizio alle imprese o al pubblico.

Assicurazione per direttori e funzionari (Director's & Officers insurance)

L'assicurazione per direttori e funzionari copre le responsabilità legali che hai come amministratore di una società a responsabilità limitata e le eventuali spese legali in caso di errori. Questo tipo di copertura viene spesso definito anche assicurazione D&O.

Assicurazione di viaggio dei dipendenti (Employee travel insurance)

Se richiedi ai tuoi dipendenti di viaggiare all'estero, dovresti assicurarli bene con una compagnia rispettabile che si prenderà cura di loro in caso di emergenza. Ricordati di controllare se i bagagli, i soldi e qualsiasi computer portatile saranno coperti.

Copertura della responsabilità del prodotto (Product liability cover)

Se produci, ripari o vendi prodotti, potresti essere ritenuto responsabile per eventuali lesioni o danni causati da difetti.

Assicurazione contro il rischio di inquinamento (Pollution risk insurance)

Se produci qualcosa e c'è il rischio che tu possa inquinare l'ambiente, questo coprirà i costi di qualsiasi operazione di pulizia, oltre ai reclami contro la tua azienda.

Una selezione di polizze assicurative aziendali più specifiche che potresti acquistare:

Assicurazione persona chiave (Key person insurance)

Se la tua attività si interrompe o se tu, o un altro dipendente, venite gravemente feriti o uccisi, l'assicurazione per le persone chiave proteggerà l'azienda dalla perdita di entrate e / o rendita mentre viene trovata una sostituzione.

Assicurazione per la continuità aziendale (Business continuity insurance)

Chiamata anche assicurazione per interruzione dell'attività (*business interruption insurance*), ti proteggerà da qualsiasi interruzione che potrebbe portare ad una perdita di entrate e / o rendita, come una grave catastrofe. Dovresti mirare a coprire eventi non già inclusi nelle tue altre polizze assicurative o in cui si verificherebbero interruzioni a lungo termine (come la perdita totale dei locali).

Assicurazione del credito commerciale (Trade credit insurance)

Pagherai se hai un debito inesigibile. Sicuramente vale la pena considerarla se vendi un piccolo numero di articoli di alto valore.

Vetro e copertura del segno (Glass & sign cover)

Se hai un negozio con una grande vetrina o un'insegna costosa, potrebbe non essere coperto da altre polizze se venisse distrutto da atti vandalici.

Copertura per impianti e attrezzature aziendali (Plant and business equipment cover)

Se ti affidi a macchinari costosi importanti, fai un'assicurazione per essere protetto nel caso in cui vengano danneggiati o rubati.

Assicurazione merci in transito (Goods in transit insurance)

Se sposti grandi quantità di materiali, questo ti darà una protezione extra da incidenti o furti.

Assicurazione sul denaro (Money insurance)

Se detieni grandi quantità di denaro o altri documenti di valore, questo potrebbe offrirti una certa protezione contro la perdita o il furto.

Garanzia di fedeltà (Fidelity guarantee)

Questa copertura protegge la tua azienda dalla perdita di denaro o di azioni se uno dei tuoi dipendenti è disonesto. È improbabile che sia conveniente finché non avrai un numero significativo di dipendenti.

Assicurazione tecnica (Engineering insurance)

Fornisce copertura contro guasti elettrici o meccanici di apparecchiature essenziali.

5.2.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane

Assumere persone per aiutare

Se assumi lavoratori interinali o liberi professionisti hai alcune responsabilità, ad esempio la loro salute e sicurezza.

Diventare datore di lavoro

Ci sono cose che dovrai fare se assumi i tuoi dipendenti dipendenti. Avrai più responsabilità, tra cui:

- gestione del libro paga
- pagare il loro codice fiscale (National Insurance) - ma puoi richiedere un'indennità per ridurre la commissione
- fornire pensioni lavorative al personale idoneo

5.2.10 Passaggio 10: brevetti e marchi (*patents and brands*)

Dovrai registrare il tuo nome come marchio (*brand*) se desideri impedire alle persone di utilizzare il tuo nome commerciale per fare affari.

Se si sceglie la strada per società a responsabilità limitata, è necessario registrarsi presso Companies House e potrebbe essere necessario richiedere una consulenza specialistica sulla protezione della proprietà intellettuale per coprire copyright, marchi, registrazione di design o brevetti.

Assicurazione sulla proprietà intellettuale (Intellectual Property (IP) Insurance)

Gran parte del valore di molte aziende moderne è costituito da beni immateriali come la proprietà intellettuale. Se la tua attività è innovativa e si basa su brevetti, marchi o design, potresti prendere in considerazione la possibilità di proteggerti con un'assicurazione sulla proprietà intellettuale.

5.3. Passo dopo passo Paesi Bassi

[5.3.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica](#)

[5.3.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio](#)

[5.3.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità](#)

[5.3.4. Passaggio 4: scrivi il tuo piano aziendale \(*business plan*\)](#)

[5.3.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale](#)

[5.3.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni](#)

[5.3.7. Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali \(*creazione di un sito Web aziendale*\)](#)

[5.3.8. Passaggio 8: assicurazioni](#)

[5.3.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane](#)

[5.3.10 Passaggio 10: brevetti e marchi](#)

Introduzione

Avviare un'impresa in Olanda può essere un processo lungo considerando tutte le leggi, i regolamenti e le regole, ma presenta allo stesso tempo molte possibilità e opportunità. Può essere difficile, ma è gratificante in quanto i Paesi Bassi offrono un'enorme quantità di supporto per tutte le attività, che si tratti di questioni legali, supporto monetario, consulenza, ecc. Con luoghi come "Area 071" a Leida (*Leiden*), ad esempio, avrai tutto il supporto necessario, comprese persone che saranno pronte a sostenere te e la tua attività appena avviata, e in più, le associazioni fiscali e doganali olandesi e il registro commerciale sono disposti ad aiutare e sono presenti in ogni provincia dei Paesi Bassi.

Per avviare un'attività legale nei Paesi Bassi, è necessario soddisfare determinate condizioni e seguire leggi, norme e regolamenti rigorosi e completi. Se desideri avviare una nuova attività nei Paesi Bassi, devi osservare varie regole governative e di altro tipo. Alcune di queste leggi potrebbero essere specifiche del settore, quindi dovresti controllare le informazioni specifiche per la tua attività, per vedere quali specifici regolamenti vengano applicati.

Per cominciare, gli imprenditori che intendono rimanere nei Paesi Bassi devono soddisfare una serie di condizioni. Se non sei un cittadino dell'UE, dovrai anche richiedere contemporaneamente un permesso di soggiorno temporaneo (es. Visto o *Visa*) e permanente (es. Doppia cittadinanza). Inoltre, se prevedi di iniziare a fare affari nei Paesi Bassi, dovrai anche avere o richiedere un conto bancario aziendale (ad es. IBAN). Scrivere un piano aziendale (*business plan*) non è una necessità quando si avvia un'attività legale, tuttavia aiuta nel processo. Quando si tratta di un'azienda, è sempre necessario selezionare una struttura aziendale legale e tale struttura determina questioni come responsabilità, obblighi fiscali e molto altro. Parlando brevemente delle strutture aziendali legali, alcuni esempi che possono essere forniti sono un unico proprietario o una società a responsabilità limitata.

5.3.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica

Ogni azienda deve essere registrata nel Registro delle Imprese della Camera di Commercio ([Kamer van Koophandel – KvK](#)). [Panoramica dei moduli legali](#): Lì, devi immediatamente indicare quale forma giuridica si applica meglio alla tua azienda. La forma giuridica scelta ha conseguenze, tra le altre cose, sulla responsabilità dell'organizzazione e su determinati obblighi fiscali. Ci sono molte forme legali tra cui scegliere. Di seguito puoi trovare una lista. La maggior parte dei principianti opta per una ditta individuale (*eenmanszaak*). Ci sono più proprietari? È conveniente optare per una partnership (*VoF*) o *BV*. Le forme legali più adatte per un giovane imprenditore sono elencate di seguito.

Le forme legali olandesi tra cui scegliere sono:

- *Proprietà o proprietario individuale (Eenmanszaak)*

La maggior parte delle persone decide di creare una "ditta individuale" (*eenmanszaak*), quando avvia un'attività per conto proprio.

Essere un libero professionista e / o ZZP'er (*Zelfstandige zonder personeel* = lavoratore autonomo senza personale) non significa avere una forma giuridica. È necessario quindi sceglierne una come, ad esempio, una ditta individuale.

La costituzione come ditta individuale (*eenmanszaak*) presenta alcuni vantaggi: è rapida e facile e spesso offre maggiori vantaggi fiscali rispetto alla costituzione di una società a responsabilità limitata (*Besloten Vennootschap*), soprattutto nei primi anni. Lo svantaggio di una ditta individuale è che sei personalmente responsabile dei debiti commerciali.

L'unica cosa che devi fare per costituirti come ditta individuale nei Paesi Bassi è registrarti presso la Camera di commercio olandese (*Kamer van Koophandel*) e questo processo costa € 50. Puoi costituire una sola ditta individuale, ma puoi operare con vari nomi commerciali, svolgere diverse attività commerciali e lavorare da più sedi.

Gestendo una ditta individuale, la tua azienda non è un'entità legale. Ciò significa che sei responsabile di tutte le tue azioni e finanze.

- *Società in nome collettivo (Vennootschap onder Firma oppure VoF)*

Una società in nome collettivo in olandese è chiamata Vennootschap onder Firma (VoF): in una VoF si avvia un'azienda insieme a uno o più imprenditori. È intenzione che tutti i partner contribuiscano in qualche modo all'azienda. Spesso si tratta di una somma di denaro, ma a volte anche di merci o di prestazioni di lavoro. Non è necessario il capitale iniziale per un VoF. È necessario stabilire accordi reciproci in un contratto VOF. Ogni partecipante è privatamente responsabile per l'intero VOF. Se vuoi avviare una VoF, registrati presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio (KvK). Tutti i dati di base come il nome, l'attività e i nomi dei partner verranno registrati.

- *Società a responsabilità limitata oppure srl (Besloten Vennootschap oppure BV)*

Un'opzione è creare un ente giuridico sotto forma di "società a responsabilità limitata": *Besloten Vennootschap (BV)*. Il vantaggio principale di una *BV* è che è un'entità autonoma. La *BV* è generalmente responsabile per eventuali debiti, piuttosto che come individuo. In qualità di amministratore, sei un dipendente della *BV* e agisci per conto della stessa *BV*. È possibile creare un *BV* da soli o con altre persone fisiche e / o giuridiche (un esempio che può essere fornito è *Area 071*). Il capitale di una società a responsabilità limitata è suddiviso in azioni di proprietà degli azionisti (i proprietari della società continuano a svolgere le commissioni quotidiane e l'attività stessa).

L'avvio di una società a responsabilità limitata, o la trasformazione della propria ditta individuale in una società a responsabilità limitata, è cresciuto molto più facilmente nel corso degli anni grazie alla flessibilità e alla crescita nel mercato dell'imprenditorialità.

Gestendo una società a responsabilità limitata, in teoria non sei personalmente responsabile per i debiti della tua azienda. Tuttavia, le banche generalmente chiedono che in qualità di amministratore e principale azionista tu sottoscriva prestiti come privato per protezione e come forma di assicurazione.

- *Società a responsabilità limitata (LLP)*

La Limited Liability Partnership (LLP) è una forma giuridica inglese riconosciuta nei Paesi Bassi. LLP può essere paragonato ad un *VoF e Maatschap*: una società tra almeno due persone o enti (giuridici). Con un LLP, hai diritto all'indennità di avviamento, all'indennità di lavoratore autonomo e all'esenzione dal profitto per le PMI (*kleine en middelgrote ondernemingen*). Inoltre, LLP garantisce una responsabilità limitata.

- *Società in accomandita (Commanditaire vennootschap oppure CV)*

Una società in accomandita semplice, *Commanditaire vennootschap (CV)* è interessante e stimolante nel caso in cui tu non abbia abbastanza soldi per iniziare. Un CV ha partner gestionali e "silenziosi". Il socio amministratore ha la gestione quotidiana dell'azienda. I partner "silenziosi" sono solo finanziatori.

- *Società (Maatschap)*

In una *Maatschap* (società di persone), 2 o più persone esercitano la loro professione sotto un nome comune. Ogni partecipante contribuisce con qualcosa come lavoro, denaro o beni. I benefici e i profitti vengono distribuiti.

- *Fondazione (Stichting)*

Vuoi raggiungere un certo obiettivo sociale o idealistico, come la conservazione della natura, l'aiuto ad altre persone o la diffusione della cultura? E hai soldi a disposizione per questo? In questo caso potrai optare per la fondazione come forma giuridica. Puoi creare una fondazione da solo o con altri. La fondazione utilizza qualsiasi profitto per raggiungere un obiettivo ideale.

- *Associazione (Vereniging)*

Hai un desiderio o un obiettivo e vuoi lavorare con altri per raggiungerlo, come un club sportivo o un gruppo di interesse comune? In questo caso puoi scegliere come forma giuridica l'associazione.

- *Associazione cooperativa (coöperatieve vereniging)*

Una società cooperativa e di mutua garanzia (in toto: associazione cooperativa) è un'associazione speciale che punta sulla cooperazione e che stipula accordi con e per i suoi membri.

5.3.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio

Una visita alla Camera di Commercio (*Kamer van Koophandel - KvK*) è obbligatoria per (quasi) tutti coloro che vogliono fondare o istituire la propria azienda. Per fare affari, la tua azienda deve essere iscritta al Registro delle Imprese della Camera di Commercio (*KvK*). Logicamente, il passo successivo sarebbe scegliere un "nome commerciale" appropriato per la tua azienda. Per progredire ulteriormente, il nome deve essere originale e non plagiare nessun altro marchio / azienda grande o piccola. Come già detto, è necessario registrare il proprio nome nel registro delle imprese commerciali. Questo deve essere fatto entro e non oltre una settimana dopo aver iniziato. [Fissa un appuntamento online](#) e poi recati presso un ufficio della Camera di Commercio. La registrazione costa € 50. Questi costi possono poi essere detratti dal profitto. Riceverai immediatamente un numero dalla Camera di Commercio.

5.3.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità

Se hai registrato la tua attività nel registro delle imprese della Camera di commercio olandese (*KvK*), non è necessario registrarti separatamente presso le autorità fiscali. Ciò avviene automaticamente.

Numero di identificazione IVA e numero di partita IVA

Ci sono altre entità legali che entrano in scena, come l'Amministrazione fiscale e doganale. Se la tua struttura aziendale è una Proprietà o un proprietario individuale (*Eenmanszaak*) o una società o un'associazione, ti verrà rilasciato un numero di partita IVA, quindi non devi registrarti separatamente presso l'Amministrazione fiscale e doganale olandese. Le società a responsabilità limitata (*Private Limited Companies*) devono registrarsi tramite un notaio di diritto civile, che si occuperà della registrazione presso l'amministrazione fiscale e doganale olandese in tua vece.

BTW / Value Added Tax (VAT) / Imposta sul valore aggiunto (IVA)

IVA (BTW), a carico di tutti i consumatori finali, con possibilità talvolta di esenzione per forme legali e / o startup).

È importante sapere che: le autorità fiscali ti invieranno un numero di identificazione IVA (BTW) e un numero di partita IVA (BTW) dopo una settimana per posta se sei ritenuto responsabile dell'IVA (BTW).

- Inserite il numero di identificazione IVA (BTW) su fatture, preventivi e sito web
- Si utilizza il numero di partita IVA (BTW) per presentare una dichiarazione di imposta sul fatturato alle autorità fiscali.

Prima del 2020 vi era un solo numero: la partita IVA (BTW). Tuttavia, questo era collegato al tuo BSN, il che lo rendeva sensibile alla privacy. In definitiva, le autorità fiscali lavorano per un numero sicuro per i clienti e pagano le tasse.

Sei un imprenditore e gestisci autonomamente un'azienda o una professione? Dovrai pagare l'IVA (imposta sul fatturato) sul tuo fatturato. La forma giuridica (ad esempio BV o NV) non è importante per il pagamento dell'IVA. Anche una fondazione o associazione possono pagare l'IVA se l'amministrazione fiscale e doganale la considera un'impresa.

Le condizioni per l'IVA sono diverse da quelle per l'imposta sul reddito. Quanta IVA è necessario addebitare?

- L'aliquota standard per l'IVA è del 21%. A volte addebiti una tariffa diversa
- Per alcuni servizi addebiti il 9% di IVA. Ad esempio se ripari biciclette o se sei un parrucchiere
- Per alcune merci addebiti il 9% di IVA. Ad esempio per cibo, libri e medicinali
- I servizi con IVA allo 0% sono, ad esempio, il trasporto internazionale di passeggeri
- Le merci con l'IVA allo 0%, sono ad esempio anche "catture" che porti immediatamente all'asta
- In alcune filiali e in una serie di attività non è necessario addebitare l'IVA. Ad esempio nel campo dell'istruzione o se fornisci escursioni e tour si ha un'esenzione dall'IVA.

Non ti è chiaro quale tariffa applicare? [L'Amministrazione fiscale e doganale \(belastingdienst\)](#) esamina separatamente l'aliquota IVA per alcuni prodotti e servizi, se ci sono domande in merito.

Imposta sulle società (reddito imponibile) (VPB)

Possiedi, ad esempio, una BV o una NV? In tal caso, è necessario presentare una dichiarazione dei redditi delle società (VPB) per la propria azienda. L'imposta sulle società è una tassa sul reddito imponibile. Talvolta una fondazione o associazione deve presentare una dichiarazione dei redditi delle società. A seconda dell'importo del profitto, si applica un'esenzione.

Pagamento su reddito imponibile (VPB)

La tua azienda paga l'imposta sulle società (VPB) sull'utile imponibile in un esercizio finanziario. I profitti possono ancora essere ridotti se la tua azienda può compensare le perdite. Un anno finanziario è spesso lo stesso di un anno civile. Tuttavia, un anno finanziario interrotto (ad esempio da maggio ad

aprile) è consentito anche nell'ambito dell'imposta sul reddito delle società. L'esercizio finanziario per la dichiarazione dei redditi delle società deve coincidere con l'anno finanziario nello statuto della società.

Imposta sui dividendi

Pagamenti di dividendi effettuati dalla società a società collegate o azionisti). Se la tua NV o BV realizza un profitto, la società può distribuire parte di tale profitto agli azionisti. Questo di solito assume la forma di dividendo. La società che distribuisce il dividendo deve quindi pagare l'imposta sui dividendi alle autorità fiscali. In un certo numero di casi potresti avere diritto all'esenzione (parziale) o al rimborso dell'imposta sui dividendi.

5.3.4. Passaggio 4: scrivi il tuo piano aziendale (*business plan*)

Chi è alle prime armi a volte ha timore di scrivere un business plan. Ma se sei deciso a diventare un imprenditore, dovresti prima leggere il [capitolo 4](#): Può portarti molti vantaggi:

- Mappa le tue opportunità di business
- Ottieni una buona visione dei tuoi rischi
- Conosci chi sono i tuoi potenziali clienti
- Sei a conoscenza degli sviluppi di mercato rilevanti
- Fai una più bella impressione sui potenziali investitori
- [Vedi anche Suggerimenti e trucchi, capitolo 6](#)

Nella maggior parte dei casi, non avrai bisogno di una laurea o di una qualifica professionale per avviare un'impresa, tuttavia, in alcuni casi, alcune professioni richiedono lauree o qualifiche professionali.

5.3.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale

L'apertura di un conto bancario aziendale è spesso il passaggio logico successivo. L'attività bancaria aziendale (*business banking*) è un buon modo per avere una panoramica delle tue entrate e uscite. Ciò impedisce anche che alla tua azienda e alla tua amministrazione privata di confondersi tra loro.

Nei Paesi Bassi diverse banche hanno programmi imprenditoriali per giovani imprenditori:

Qredits ha più di cento milioni di euro da fornire nei Paesi Bassi come microcrediti. *Qredits*, nome commerciale della *Microcredit Netherlands Foundation*, riempie quel gap con le banche, che però si sta sempre più riducendo. Dall'inizio di quest'anno la fondazione si è rivolta anche ai piccoli imprenditori, anche di fasce svantaggiate. Prendere in prestito denaro dalle banche è sempre stata una sfida per i piccoli imprenditori, ma la crisi finanziaria lo ha reso un compito impossibile per molti, soprattutto se principianti. Questo è il motivo per cui la *Microkrediet Nederland Foundation* vuole aiutare i piccoli imprenditori in tutti i Paesi Bassi a ottenere crediti sotto il nome di [Qredits da Almelo](#).

Contributi governativi

Dal 2020, il Ministero degli affari sociali e del lavoro metterà a disposizione 48 milioni di euro per iniziative volte a stimolare l'apprendimento e lo sviluppo nelle PMI (*MKB*). Inoltre, 1,2 milioni di euro saranno disponibili per lo stesso scopo nelle grandi aziende dei settori: agricolo, della ristorazione e del tempo libero.

Tieni d'occhio il sito web. Qualsiasi aggiornamento riguardante il regime di [sussidi SLIM è menzionato lì](#).

5.3.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni

Nella maggior parte dei casi, non avrai bisogno di una laurea o di una qualifica professionale per avviare un'impresa, tuttavia, in alcuni casi, alcune professioni richiedono lauree o qualifiche professionali.

Come imprenditore a volte devi prendere in considerazione la richiesta di permessi. I permessi sono importanti, e in alcuni casi obbligatori, se vuoi avviare un'impresa. Presso la Camera di Commercio ([Kamer van Koophandel](#)) puoi trovare in dettaglio quali autorizzazioni ti servono per ogni specifica azienda. Inoltre, anche il comune in cui si trova la tua azienda dovrà avere determinati requisiti. Regole diverse si applicano a questi requisiti specifici per ogni comune.

In termini di attività, stabilire una sede fisica gioca un ruolo importante. Un piano di localizzazione deve essere considerato per andare avanti con la tua attività. Se si prevede di stabilire la propria attività in un luogo particolare, questa scelta di ubicazione deve essere in linea con il piano di localizzazione comunale. Se questo non è il caso, puoi richiedere un permesso (*All-in-one Permit for Physical Aspects*) per portare a termine comunque i tuoi piani. Dopo che una posizione "preferita" o selezionata è stata presa in considerazione in un'area municipale, il passo successivo prima di avviare un'impresa è considerare le normative ambientali per evitare un possibile impatto negativo sull'ambiente (ad es. Rifiuti, pericolo per la fauna selvatica / pubblico, ecc.). Se ritieni che questo possa essere il caso, devi presentare una notifica di gestione ambientale al tuo comune locale, a meno che tu non sia in possesso di un " *All-in-one Permit for Physical Aspects* " in anticipo.

Ci sono esperti sia della Camera di Commercio che dei Comuni che possono aiutarti a muoverti nel "labirinto" dei permessi. Di seguito troverai alcune informazioni generali sui permessi di cui hai sicuramente bisogno.

Piano di destinazione

Nei Paesi Bassi, i piani di localizzazione del governo determinano dove puoi e non puoi creare la tua azienda. Questi piani indicano anche quali sono gli usi per la proprietà e il terreno della tua attività e cosa può cambiare nelle vicinanze della tua azienda. È quindi importante sapere cosa c'è nel piano di localizzazione, in modo da non imbattersi in sorprese. Devi anche tenere conto del fatto che un comune può modificare un piano di localizzazione già esistente. È importante conoscere questa procedura, perché il futuro della tua azienda potrebbe dipendere da questo.

Norme ambientali e autorizzazioni per i principianti

Inoltre, gli imprenditori devono spesso fare i conti con le normative ambientali nel campo del rumore, dell'energia elettrica e dei rifiuti. Le regole applicate potrebbero essere diverse per regione, settore e tipo di azienda. Per facilitare ciò, l'autorizzazione ambientale è stata introdotta nel 2010. L'autorizzazione ambientale comprende circa 25 altri permessi, tra cui il permesso ambientale (*Environmental Permit*), il permesso di costruzione (*Building Permit*) e il permesso di utilizzo (*Usage Permit*) che troverai di seguito.

Permesso ambientale (Environmental Permit)

Se vuoi costituire una società nei Paesi Bassi, dovrai occuparti della legge sulla gestione ambientale. Questa legge si applica a quasi tutte le aziende e ha lo scopo di mantenere l'inquinamento ambientale entro gli standard legali. Se puoi causare fastidio, pericolo, disturbo o danno, probabilmente avrai bisogno di un permesso. Alcuni imprenditori possono beneficiare di un'esenzione. Il governo nazionale dispone di maggiori informazioni - [vedere qui](#).

Permesso di costruzione (Building Permit)

Se vuoi costruire o ricostruire i tuoi locali commerciali, devi anche richiedere vari permessi, è possibile farlo con un permesso ambientale. Dovrai quindi occuparti della legge sugli alloggi, del decreto edilizio e del regolamento edilizio comunale. Per ulteriori informazioni, puoi costruire o ricostruire presso il comune in cui stai per avviare la tua impresa.

Licenza d'uso (Usage Permit)

Il sistema di autorizzazione all'uso in condizioni di sicurezza antincendio prevede due procedure. Vale a dire:

- una procedura in base alla quale viene concessa una licenza per l'uso in condizioni di sicurezza antincendio. Spesso noto con il nome di "permesso d'uso" (*Usage Permit*), è necessario quando viene fornito l'alloggio, sono presenti bambini sotto i 12 anni, ecc.
- la seconda procedura è un'applicazione per la quale è richiesto una "relazione di utilizzo in sicurezza antincendio" (*fire safe use report*). Questo è obbligatorio solo se più di 50 persone possono essere ammesse contemporaneamente in un negozio o in un edificio per uffici. Il permesso di utilizzo e il rapporto di utilizzo antincendio devono essere entrambi richiesti per iscritto (modulo e disegni) e devono essere completati con una breve procedura.

Altri permessi ambientali

Altri permessi ambientali sono:

- permesso di demolizione (*demolition permit*)
- permesso per i rifiuti (*waste order*)
- permesso di alloggio (*housing permit*)
- permessi monumentali (*monument permits*)

Pensi di aver bisogno di un permesso ambientale? Controlla prima di quale permesso hai bisogno. È possibile richiedere un permesso ambientale online tramite lo sportello ambientale.

Tasse locali: permessi

Ogni consiglio comunale redige un Regolamento Generale Locale (APV), che regola l'uso dello spazio pubblico (ad esempio per terrazze, aree di pubblicità). L'APV di solito ha un sistema di licenze in cui i divieti applicabili non si applicano a te se hai ricevuto una licenza per questo. Ci sono dei costi associati all'ottenimento di questi permessi.

Lavoro da casa

A volte la scelta di una nuova sede per la tua attività potrebbe non essere l'ideale se hai intenzione di iniziare in piccolo o non hai bisogno di uno spazio eccessivo. In sostanza, potresti avviare un'attività da casa tua e se intendi gestire un'attività da casa tua, sei normalmente obbligato a segnalare questo piano al tuo comune locale. È inoltre necessario tenere presente varie questioni fiscali e ipotecarie.

5.3.7. Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali (creazione di un sito Web aziendale)

Al giorno d'oggi, un'azienda non può fare a meno di un sito web aziendale, che può essere promosso sui noti social media.

I Paesi Bassi hanno un'alta percentuale di utenti generici di Internet, social network, siti web e smartphone. La Costituzione olandese contiene una disposizione sulla protezione della privacy dei dati personali. La legge sulla protezione dei dati personali regola e controlla ampiamente la protezione dei dati personali; la privacy online è oggetto in particolare della legge sulle telecomunicazioni, che è stata recentemente modificata per incorporare disposizioni sulla privacy ritenute da alcuni specialisti più rigorose di quelle dell'UE. I Paesi Bassi hanno incorporato le principali direttive dell'Unione europea sulla privacy, come la direttiva sui dati personali, la direttiva sulla conservazione dei dati e la direttiva sulla privacy e sulle comunicazioni elettroniche, nella propria legislazione nazionale.

Il trattamento dei dati personali nei Paesi Bassi richiede il consenso inequivocabile dell'interessato; Tuttavia, alcuni tipi di dati personali, come quelli relativi alla religione di una persona, potrebbero non essere elaborati. I fornitori di servizi Internet hanno l'obbligo di proteggere la privacy degli utenti e degli abbonati. L'autorità olandese per la protezione dei dati è un'agenzia chiave coinvolta nella protezione dei dati personali, ma altre due agenzie svolgono un ruolo nella supervisione dei fornitori di servizi di telecomunicazione e del mercato delle telecomunicazioni. Tra i possibili cambiamenti futuri nel quadro giuridico olandese della privacy online c'è l'adozione di un emendamento costituzionale sulla protezione dei diritti digitali.

Quadro giuridico

La Costituzione del Regno dei Paesi Bassi prevede la tutela della privacy nell'articolo 10, che afferma quanto segue:

Ognuno ha diritto al rispetto della sua privacy, fatte salve le restrizioni previste da o ai sensi della legge del Parlamento. Le norme per la protezione della privacy sono stabilite dalla legge del Parlamento in relazione alla registrazione e alla diffusione dei dati personali. Le norme relative al diritto delle persone di essere informate dei dati registrati che le riguardano e dell'uso che ne viene fatto e di far rettificare tali dati sono stabilite dalla legge del Parlamento [7]. La Costituzione prevede anche l'inviolabilità della persona [8] e del domicilio [9] e tutela contro la violazione della riservatezza della corrispondenza e del telefono e telegrafo, salvo quanto diversamente previsto da atti del Parlamento.

Quando si tratta di elaborazione dei dati personali, l'archiviazione e l'elaborazione è regolata dal regolamento generale sulla protezione dei dati (*General Data Protection Regulation=GDPR*). Il GDPR è costituito da una serie di regole per il trattamento (automatico) dei dati personali. Questo regolamento dell'UE obbliga gli imprenditori ad agire con maggiore attenzione e responsabilità quando si tratta di dati personali di clienti, personale o altri. Ciò significa che il tuo sito Web deve essere a prova di GDPR. Questa legge conferisce alle persone diritti alla privacy più forti e alle organizzazioni maggiori responsabilità. Ad esempio, le organizzazioni sono obbligate a mostrare quali dati personali raccolgono e come li utilizzano e li proteggono. Le persone hanno il diritto alla cancellazione dei dati se non desiderano più che un'organizzazione elabori i dati personali su di loro.

Manuale GDPR / Regolamento generale sulla protezione dei dati (AVG)

Istruzioni

Per aiutare i manager e gli imprenditori a essere preparati in tempo a tutti i cambiamenti, il Ministero della Giustizia e della Sicurezza (JenV) ha pubblicato un manuale di 98 pagine che spiega in modo completo come la nuova legge e le misure necessarie devono essere implementate e monitorate. Il documento, intitolato "Regolamento generale sulla protezione dei dati del manuale e atto di attuazione Regolamento generale sulla protezione dei dati" (*Manual General Data Protection Regulation and Implementation Act General Data Protection Regulation*), è stato compilato dalla società di consulenza Consideration (*consultancy Consideration*) sotto le indicazioni del Ministero della JenV (*Ministry of JenV*). Inoltre, durante la preparazione del manuale, è stato consultato anche un gruppo di specialisti esterni.

La guida utente completa scorre passo dopo passo i vari punti importanti per coloro che avranno a che fare con AVG. Questo è anche il primo punto di cui tratta nel documento: a chi si applica effettivamente AVG? In generale, si può affermare che la legge si applica a chiunque si occupi della conservazione e del trattamento dei dati personali dei cittadini dell'UE. Ciò può riguardare aziende e istituzioni nonché persone, come i lavoratori autonomi. Esistono, tuttavia, alcune eccezioni. Ad esempio, la legge non si applica se il trattamento è destinato esclusivamente ad attività puramente personali o domestiche che non sono correlate ad attività commerciali. Inoltre, il trattamento dei dati personali da parte della polizia nell'individuazione di reati è esente dal regolamento. A questo si applica la legge separata sui dati della polizia.

Il passaggio alla nuova normativa ha, anche adesso, un forte impatto su aziende e istituzioni. Al fine di garantire che l'organizzazione sia ben gestita nel tempo per rispettare le regole più severe, è spesso necessario apportare importanti adeguamenti per quanto riguarda i processi, i sistemi, i metodi di lavoro, la cultura, il personale e la politica.

Le aziende che non hanno le loro azioni in ordine corrono importanti rischi: in caso di non conformità possono essere rilasciate multe elevate, che arrivano fino a 20 milioni di euro, o addirittura al 4% del fatturato annuo totale di un'azienda, se questo è più di 20 milioni di euro.

Responsabile della protezione dei dati

Un nuovo importante compito per molte delle aziende e delle istituzioni che trattano con AVG è la nomina di un *Data Protection Officer (DPO)*, il cui compito è monitorare il rispetto delle regole. In questo modo, il *DPO* deve anche tenere presente che i vari elementi all'interno di un'organizzazione sono ben pronti contro le attuali minacce informatiche. Ciò implica, ad esempio, garantire che i dipendenti gestiscano i dati con attenzione e tengano i criminali informatici fuori dalla porta (digitale). [Guida relativa alle normative sulla privacy.](#)

5.3.8. Passaggio 8: assicurazioni

Un incidente - sia che si tratti di un problema fisico o psicologico - è sempre dietro l'angolo. Se come dipendente puoi contare sul sostegno del tuo datore di lavoro, come imprenditore sei responsabile delle conseguenze (finanziarie) di malattie e infortuni.

Per i liberi professionisti / lavoratori autonomi nei Paesi Bassi, a differenza dei dipendenti, al momento non è obbligatorio avere un'assicurazione per malattia, invalidità o disoccupazione. Pertanto, devono provvedere personalmente a questo tipo di assicurazioni sociali se desiderano ricevere una prestazione in caso di malattia o inabilità al lavoro, ad esempio. Esistono, tuttavia, regimi di prestazioni per il congedo di maternità e l'assistenza all'infanzia. I regimi assicurativi nazionali (previdenza sociale), tuttavia, si applicano anche ai liberi professionisti / lavoratori autonomi.

Assicurazione volontaria

Gli ex dipendenti o beneficiari di prestazioni nei Paesi Bassi che avviano un'attività in proprio possono stipulare diverse assicurazioni presso l'Agenzia olandese per l'assicurazione dei dipendenti (*UWV*). Per poterlo fare, devono registrarsi entro 13 settimane dall'annullamento del loro regime di assicurazione obbligatoria dei dipendenti per lavoro o sussidio precedente.

Ogni libero professionista (*freelancer/self-employed*) può stipulare assicurazioni volontarie contro una serie di rischi aziendali con una compagnia di assicurazioni. In futuro potrebbe diventare obbligatorio stipulare un'assicurazione contro l'invalidità professionale. Sul sito web "Assicurazioni per lavoratori autonomi" (*Verzekeren voor Zelfstandigen*) sono disponibili informazioni sui regimi assicurativi in materia di invalidità, previdenza per la vecchiaia e responsabilità.

Per le persone che hanno lavorato in modo indipendente per più di 1 anno, è anche possibile istituire un *Broodfonds* letteralmente tradotto come "fondo per il pane" con un gruppo di altri liberi professionisti. Si tratta di un programma volontario in cui i partecipanti (20-50 persone) versano tutti in un fondo per potersi sostenere a vicenda in caso di malattia.

Regimi assicurativi nazionali

I regimi di assicurazione nazionale sono obbligatori per tutti coloro che lavorano o vivono nei Paesi Bassi. I liberi professionisti (*freelancer/self-employed*) nei Paesi Bassi pagano i contributi dell'assicurazione nazionale attraverso l'imposta sul reddito. Inoltre, esistono diversi modi per garantire i beni della tua azienda in caso di responsabilità legale o qualsiasi altro rischio che non puoi permetterti di coprire.

5.3.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane

Generale

La tassazione dei dipendenti nei Paesi Bassi consiste nella riscossione dell'imposta sul reddito delle persone fisiche e dei contributi previdenziali. Il datore di lavoro ha l'obbligo di trattenere le imposte dovute sullo stipendio del dipendente (imposta salariale) e i contributi previdenziali che diventano dovuti, quindi da pagare, sullo stipendio del dipendente.

I contributi previdenziali olandesi sono costituiti dai contributi previdenziali nazionali (*national social insurance contributions*) e dai contributi previdenziali dei dipendenti (*employee social insurance contributions*). I contributi previdenziali nazionali sono sostanzialmente dovuti da ogni singolo contribuente olandese, indipendentemente dalla natura del reddito. La riscossione dei contributi previdenziali nazionali è integrata nell'imposta sul reddito e nel prelievo fiscale.

I contributi per la previdenza sociale dei dipendenti sono dovuti solo dal datore di lavoro e dal lavoratore con reddito da lavoro qualificato. La riscossione dei contributi assicurativi dei dipendenti è separata dall'imposta sul reddito. Per i dipendenti che sono temporaneamente assegnati ai Paesi Bassi può essere applicata un'esenzione dal sistema di assicurazione sociale olandese in virtù dei trattati applicabili e / o dei regolamenti dell'UE.

Imposta sul reddito delle persone fisiche

Gli individui residenti sono soggetti all'imposta sul reddito individuale sul loro reddito totale.

Il reddito guadagnato al di fuori dei Paesi Bassi può beneficiare di un'esenzione in virtù dei trattati fiscali applicabili o delle norme unilaterali olandesi per evitare la doppia imposizione.

I non residenti sono soggetti all'imposta sul reddito individuale solo su alcuni tipi di reddito di origine olandese, incluso il reddito da lavoro dipendente.

Immobile situato nei Paesi Bassi

Reddito derivante da partecipazioni in una società olandese, a condizione che l'interesse sia uguale o superiore al 5% delle azioni. Regole speciali si applicano a determinate categorie di contribuenti come ad esempio gli sportivi o gli artisti.

Il centro di interesse vitale sarà decisivo per la qualificazione come residente olandese, ad es. presenza fisica del contribuente e della sua famiglia nei Paesi Bassi.

Un contribuente non residente che guadagna un reddito di origine olandese può optare per lo status di contribuente residente se ciò per qualsiasi motivo è vantaggioso. Di solito questo viene fatto per beneficiare delle indennità personali e della detrazione di alcune spese che generalmente non sono consentite ai contribuenti non residenti.

In base alla maggior parte dei trattati fiscali, un dipendente straniero assegnato nei Paesi Bassi da un datore di lavoro straniero è esente dall'imposta sul reddito / salario olandese (*Dutch income tax/wage tax*) se i giorni lavorativi del dipendente nei Paesi Bassi non superano i 183 giorni in un anno fiscale. Questa regola generalmente non si applica se il dipendente straniero ha un datore di lavoro olandese. Regole speciali possono essere applicate alle agenzie di collocamento con sede all'estero.

A partire dal 2001 l'imposta sul reddito individuale olandese si basa su tre tipi di reddito (*boxes of income*). Ogni "box" ha la sua aliquota fiscale:

Box 1: reddito imponibile da lavoro e casa (aliquota progressiva, vedere in Aliquote fiscali olandesi per le persone fisiche - 2017)

Box 2: reddito imponibile da partecipazioni rilevanti (aliquota fissa del 25%)

Box 3: reddito imponibile da risparmi e investimenti di portafoglio (tasso fisso del 30% su reddito fittizio del 4%)

Ogni forma di reddito è tassata in una sola casella (tutti le retribuzioni di lavoro - ad esempio, stipendio, bonus, auto aziendale e benefici in natura - sono soggetti all'imposta sul reddito nel riquadro 1). Non ci può mai essere una doppia imposta. Se il reddito in una casella è negativo, nella maggior parte dei casi ciò non può essere compensato con il reddito positivo in un'altra casella. Tuttavia, in linea di principio è possibile compensare l'importo negativo con un reddito positivo nella stessa casella negli anni passati o futuri.

L'anno dell'imposta sul reddito delle persone fisiche è l'anno solare.

Imposta salariale e contributi previdenziali nazionali

L'imposta sul salario o la ritenuta alla fonte (*Loonbelasting*) è un pagamento anticipato per l'imposta sul reddito individuale. L'imposta sul salario e i contributi previdenziali nazionali (*volksverzekeringen*) sono riscossi congiuntamente sui redditi da lavoro.

Tutti i datori di lavoro olandesi, compresi i datori di lavoro non residenti con una stabile organizzazione nei Paesi Bassi, sono tenuti a trattenere l'imposta sul salario e i contributi previdenziali nazionali dai pagamenti degli stipendi e, a questo proposito, agire come sostituto d'imposta per le autorità fiscali olandesi.

Le tariffe sono progressive e dipendono dalla fascia di reddito. Per le aliquote si rimanda alla pagina Aliquote per persone fisiche - 2018. Le aliquote fiscali salariali sono sostanzialmente uguali alle aliquote dell'imposta sul reddito individuale, sebbene attraverso la base imponibile molto più comune dell'imposta sul reddito le aliquote effettive finali possano discostarsi. Per molti individui l'imposta sul salario è tuttavia un'imposta finale.

A seconda del livello di reddito da lavoro dipendente e di altri criteri, le persone fisiche possono avere l'obbligo legale di presentare una dichiarazione dei redditi. Alla presentazione della dichiarazione dei redditi segue l'emissione di un accertamento fiscale in cui l'imposta salariale già versata viene compensata con l'imposta sul reddito finale.

Contributi sociali dei dipendenti

Oltre ai contributi previdenziali nazionali che fanno parte delle due aliquote d'imposta sul reddito più basse, i contributi previdenziali (*werknemersverzekeringen*) sul reddito da lavoro sono a carico dei dipendenti. I contributi sono calcolati sulla retribuzione lorda (con un importo massimo), meno i premi di pensione trattenuti e rettificati per alcune differenze tecniche con il reddito ai fini fiscali.

I dipendenti pagano inoltre un contributo di assicurazione sociale (compresa l'assicurazione medica) e un contributo di assicurazione contro la disoccupazione.

Le tariffe dipendono dalle tue linee di business. Per ulteriori informazioni, si prega di ricercare.

Aliquote dell'imposta sul reddito

Per una panoramica delle aliquote dell'imposta sul reddito delle persone fisiche e dei contributi di previdenza sociale olandese, fare riferimento alla pagina Aliquote fiscali olandesi per gli individui (*Dutch tax rates for individuals*).

5.3.10 Passaggio 10: brevetti e marchi

L'Ufficio olandese dei brevetti (*Octrooicentrum Nederland*) è l'ente ufficiale del governo olandese che concede brevetti olandesi, implementa le normative nazionali e internazionali sui brevetti nei Paesi Bassi e promuove i brevetti come fonte di informazioni e di ispirazione. L'Ufficio olandese dei brevetti è un dipartimento della *Netherlands Enterprise Agency (RVO)*.

L'Ufficio Brevetti dei Paesi Bassi fornisce supporto e guida ai titolari di imprese (PMI/SME/KMO, *start-up*), al settore dei servizi, a scienziati, ricercatori, insegnanti e studenti. Puoi consultare gratuitamente l'Ufficio Brevetti dei Paesi Bassi per qualsiasi domanda relativa ai brevetti o altri modi per proteggere la tua proprietà intellettuale (*intellectual property PI*).

Fonti: www.ikgastarten.nl en kvk: <https://ondernemersplein.kvk.nl/>

5.4. Passo dopo passo: Italia

[5.4.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica](#)

[5.4.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio](#)

[5.4.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità](#)

[5.4.4. Passaggio 4: scrivi un piano aziendale \(business plan\)](#)

[5.4.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale](#)

[5.4.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni](#)

[5.4.7. Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali \(creazione di un sito Web aziendale\)](#)

[5.4.8. Passaggio 8: assicurazione](#)

[5.4.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane](#)

[5.4.10 Passaggio 10: brevetti e marchi](#)

5.4.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica

Sebbene esistano varie forme di entità legale per le società in Italia, il diritto societario del paese differenzia principalmente tra società a responsabilità limitata e società di persone. Abbiamo elencato i tipi più comuni di entità organizzative.

Aziende

Esistono due tipi principali di società a responsabilità limitata:

Società per azioni (S.p.A. o SpA) Una società per azioni - l'equivalente circa di public limited company by shares - questa forma di entità è solitamente utilizzata per le società più grandi e non è sempre un'entità a responsabilità limitata. Una SpA richiede un investimento minimo di 120.000 euro e almeno un amministratore. I conti certificati devono essere depositati presso il Registro delle Imprese locale. Ci sono tre opzioni di gestione: un consiglio tradizionale con un solo amministratore; un consiglio di amministrazione; o un consiglio di amministrazione assegnato da un comitato di sorveglianza eletto dagli azionisti.

Società a responsabilità limitata (S.r.L.). Il formato più comune per le piccole e medie imprese: una S.r.L. è una società a responsabilità limitata (sebbene vi siano alcune differenze tra una S.r.L. italiana e la definizione britannica / statunitense di impresa a responsabilità limitata), che richiede almeno un azionista e un investimento minimo di 10.000 euro. Gli azionisti hanno la responsabilità limitata nella misura del loro contributo.

Partnership o Società a responsabilità limitata

Esistono due forme chiave di società a responsabilità limitata:

Società in nome collettivo (S.n.c.). Una S.n.c. richiede un minimo di due soci/membri (persone fisiche o giuridiche); tutti i partner sono membri generali della società e detengono la piena responsabilità, comprese la responsabilità di gestione. Non è previsto un capitale minimo di costituzione.

Società in accomandita semplice (S.a.s.). Le condizioni principali sono le stesse della società in nome collettivo. Tuttavia, almeno un partner deve essere limitato e detenere una responsabilità limitata nella misura del proprio contributo alla società. L'altro deve essere generale e possedere la piena responsabilità per gli obblighi della partnership.

5.4.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio

Registrazione della società in Italia

Per iniziare l'attività economica, una nuova società deve avere un codice che identifichi quella società, fornendole l'esistenza legale e giuridica: la "Partita IVA" (l'equivalente italiano del *VAT number*). La Partita IVA è fornita dall'Agenzia delle Entrate (*Inland revenue*), l'ente italiano che controlla la normativa fiscale e tributaria. La Partita IVA è composta da 11 numeri, nello specifico, i primi 7 numeri identificano il nome del titolare, i successivi 3 numeri identificano l'azienda all'Agenzia delle Entrate e l'ultimo numero è previsto per il controllo.

Per maggiori informazioni visita [questo sito web](#).

Settore economico specifico

Quando si apre una nuova società, l'informazione più importante da dare e di cui essere consapevoli è il tipo di azienda. In Italia ogni azienda è identificata dal codice ATECO, un codice fornito dal Registro delle Imprese della Camera di Commercio locale dove l'azienda è registrata. Questo codice contiene anche informazioni sullo stato dell'azienda che può essere attiva e inattiva. Il governo italiano ha creato un sito web sul quale le aziende (che non riescono più a trovare il loro codice, o le start-up che vogliono fare ricerche sulle diverse attività economiche ufficiali) possono ricercare il [codice ATECO](#). Questo sito è utile anche per avere maggiori informazioni tecniche sul codice.

5.4.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità

La contabilità di un'azienda è fondamentale per assicurare il suo sano sviluppo. Prendere in considerazione il patrimonio, i costi e le tasse è importante ma non sempre è un compito facile, per questo la maggior parte delle aziende si affida a commercialisti professionisti. Una delle chiavi per una buona contabilità è aderire alle giuste norme fiscali. In Italia si hanno 3 diversi tipi di regolamentazione fiscale:

* Regime forfettario (flat regime): fino a Euro 65.000,00 di reddito. La caratteristica principale di questo regime è l'assenza di IVA che quindi non è inclusa nelle fatture prodotte e nemmeno nelle fatture per gli acquisti. È il più adatto per i lavoratori autonomi.

* Regime semplificato (simplified regime): inferiore a Euro 400.000,00 di reddito. Questo regime fiscale è per le singole società che hanno superato l'importo di 65.000,00 euro.

* Regime ordinario (ordinary regime): superiore a Euro 400.000,00 di reddito. È il più adeguato per la Srl (l'equivalente italiano della Ltd).

Per maggiori informazioni: <https://www.partitaiva24.it/tipologie-di-regime-fiscale/>.

5.4.4. Passaggio 4: scrivi un piano aziendale (business plan)

Vedere i [capitoli 4](#) e [6](#).

5.4.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale

Come aprire un conto bancario in Italia online

Trasferirsi in altri paesi comporta sfide, ma come migrante le tue finanze non dovrebbero essere una di queste. Aprire un conto corrente in Italia può essere semplice, se sai come fare (suggerimento: fallo online).

Quali sono i diversi tipi di conti bancari in Italia?

Come prima cosa devi scegliere se desideri un conto corrente residente o un conto corrente non residente. Se vivrai in Italia solo per una parte dell'anno, ad esempio se acquisti solo una proprietà che intendi affittare lì, potrebbe essere sufficiente un conto corrente non residente. Ma se trascorrerai molto tempo in Italia, dovresti considerare un conto corrente residente. Non devi essere un cittadino italiano per averne uno, devi solo vivere lì.

Esistono diversi tipi di conti residenti:

- Conto corrente (current account): come in altri paesi, questo è il tipo di conto standard per le transazioni giornaliere.
- Conto corrente cointestato (joint account) - questo è un conto corrente che condividi con qualcun altro.
- Conto di risparmio (savings account) - questo è per i tuoi risparmi, sul quale puoi guadagnare un po' più di interesse.
- Conto di deposito (deposit account): è un tipo di conto di risparmio meno flessibile che potrebbe offrire un tasso di interesse più elevato.

Come scegliere un conto bancario in Italia

C'è una vasta gamma di istituti bancari in Italia. Ci sono grandi banche nazionali e internazionali con sede nelle grandi città, ma fuori città troverai quelle locali più piccole. Inoltre, in questi giorni ci sono anche banche digitali più recenti da considerare. Ecco alcune cose a cui pensare mentre prendi la tua decisione:

- Quanto è facile aprire il conto? Puoi farlo online?
- Avrai bisogno di visitare spesso la tua filiale e ce n'è una vicina a te?
- La tua banca offre servizi in inglese (o nella tua madrelingua)?
- Ci sono commissioni e quali sono?

Come aprire un conto bancario in Italia

Sei a conoscenza del tipo di conto vuoi e hai scelto una banca. Ecco i nostri suggerimenti per aprire facilmente un conto residente:

- Aspetta di essere in Italia. Si può essere tentati di provare ad avviare il processo dall'estero, ma a meno che non si ottenga un conto non residente, ciò potrebbe rivelarsi difficile. Anche se non hai bisogno di andare in una filiale per aprire il conto, dovrai comunque fornire dettagli come un indirizzo italiano valido. Quindi potresti aver bisogno solo di aspettare un po' di tempo.

- Prepara i tuoi documenti. Le banche devono sempre essere in grado di verificare la tua identità, quindi dovrai mostrare loro alcuni documenti. Di seguito sono riportate ulteriori informazioni su ciò di cui avrai bisogno.
- Vai presso tua nuova banca o sul suo sito web. Una volta che sei pronto, puoi iniziare la procedura di registrazione. Per le istituzioni tradizionali potresti aver bisogno di andare in una filiale, ma le opzioni di digital banking come N26 ti consentono di fare domanda online.
- Attendi l'arrivo della posta. Dovrai aspettare qualche giorno per ricevere la tua carta di credito e altre informazioni per posta - un altro motivo per cui ha senso essere già in Italia!

Come aprire un conto bancario online in Italia

Le banche italiane tradizionali possono riservare qualche sorpresa agli stranieri. Gli orari di apertura, ad esempio, possono sembrare davvero strani: di solito sono aperti dalla mattina presto fino alle 13:00 circa, e poi solo per un'ora all'incirca o più tardi nel pomeriggio - ma questo è tutto.

Questo è solo uno dei motivi per cui potresti volere una banca in cui puoi fare praticamente tutto online. Un altro è la barriera linguistica: alcune banche online forniscono i loro servizi in una varietà di lingue, quindi non dovrai cercare di trovare un dipendente in banca che parli la tua lingua.

Con N26, puoi usare il tuo conto in cinque lingue e fare tutto online. Puoi aprire un conto bancario italiano completo dal tuo telefono in pochi minuti, senza scartoffie, comodamente dal tuo divano.

Tuttavia è importante considerare che N26 può essere utile solo all'inizio di una nuova attività poiché i pagamenti in Italia possono ritardare (nonostante il fatto che per contratto i pagamenti siano dovuti entro 30-60 giorni spesso questi possono arrivare anche oltre il termine stabilito). In questi casi le imprese necessitano del supporto di banche fisiche locali che possono fornire Fidi Bancari (Bank Overdrafts).

Quanto costa aprire un conto corrente in Italia?

Ogni banca ha la propria serie di commissioni e possono variare molto. È uno dei fattori più importanti da considerare quando si apre un conto bancario. Le tariffe in Italia tendono ad essere elevate, per gli standard europei.

Potrebbe esserci una commissione di apertura del conto, ma le commissioni che ti costeranno di più a lungo termine sono quelle che paghi ogni mese o anche ogni transazione.

Tipi di commissioni sui conti bancari in Italia

Potresti dover affrontare le seguenti commissioni con un conto italiano standard:

- Commissione di manutenzione: questa tariffa di servizio potrebbe essere addebitata regolarmente, ad esempio ogni mese.
- Commissione di transazione: potresti scoprire che la banca ti addebita un piccolo importo per ogni singola transazione che compare sul tuo estratto conto. Potresti ottenere un certo numero gratis ogni anno.
- Commissione per il prelievo di contanti: se utilizzi un bancomat (ATM in inglese) per prelevare contanti, potrebbe esserci un addebito, soprattutto se non utilizzi il servizio della tua stessa banca.
- Commissioni per i trasferimenti internazionali: questo può essere un grosso problema per i migranti. Se è probabile che tu debba inviare denaro all'estero, controlla l'importo che la tua banca ti addebiterà per questo. Queste commissioni possono variare di misura.

Non tutte le banche addebiteranno le stesse commissioni e vale la pena considerare una varietà di opzioni. Prova a trovare un conto in cui la pianificazione delle commissioni funzioni a tuo favore, ad esempio, potrebbe essere nel tuo interesse ridurre al minimo le commissioni di trasferimento internazionale o ottenere un conto che non addebiti così tanto per il prelievo di contanti.

Di cosa hai bisogno per aprire un conto in banca in Italia?

Dovrai mostrare alla tua nuova banca alcuni documenti per dimostrare che sei chi dici di essere. I dettagli possono variare, ma i requisiti generali per aprire un conto bancario in Italia sono:

- Carta d'identità, o passaporto.
- Un indirizzo italiano valido. La maggior parte delle banche richiede una prova dell'indirizzo, come una bolletta, sebbene N26 sia un'eccezione: devi solo essere legalmente residente lì.
- Il tuo codice fiscale italiano (italian tax number) che può essere richiesto all'Agenzia delle Entrate anche con delega
- Il tuo National Insurance e la compilazione di un documento chiamato T.I.N.
- Prova di lavoro (o prova che stai studiando, se sei uno studente).

Questo è solo per un conto bancario residente. Mentre per un conto bancario non residente, come ci si aspetterebbe, è tutto leggermente diverso.

A che età puoi aprire un conto in banca in Italia?

In genere è necessario avere 18 anni per aprire un conto bancario completo in Italia. Chiunque sia più giovane potrebbe aver bisogno di essere supportato da un genitore o un tutore. Puoi dimostrare la tua età usando la tua carta d'identità o il tuo passaporto (ID).

Quanto costa cancellare un conto bancario in Italia?

Sembra paranoico, ma vale la pena verificarlo prima di aprire il tuo conto bancario. Se pensi di voler chiudere il conto ad un certo punto, dovresti scoprire quanto è facile con la banca e quanto potrebbe addebitarti. Potrebbero esserci costi aggiuntivi e più scartoffie: l'ultima cosa di cui hai bisogno quando dovresti passare i tuoi ultimi giorni in Italia a mangiare più gelato possibile, non occuparti di documenti.

Collegamenti rilevanti [Conto bancario N26 \(nuova scheda\)](#) [Conto N26 Business You](#)

5.4.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni

Protezione ambientale

In Italia la tutela ambientale è una cosa molto seria infatti la legislazione italiana per la tutela ambientale è la più severa dell'UE con multe e procedure legali rigorose e inflessibili. La tutela dell'ambiente è una responsabilità di tutte le aziende, non solo quelle attive in particolari settori (trasporti, industrie chimiche, ecc.) Ma anche quelle dell'industria alimentare, dell'agricoltura, di quelle che operano nella logistica e così via.

La normativa in materia di ambiente tiene conto dell'inquinamento del suolo, dell'acqua e dell'aria. Le azioni da intraprendere sono ovviamente diverse a seconda del tipo di attività economiche che

l'azienda svolge, e per ognuna di queste l'azienda deve ottenere un'Autorizzazione Ambientale, ad esempio:

- Autorizzazione per liquami (sewage)
- Autorizzazione per impatto acustico (acoustic impact)
- Autorizzazione alle emissioni di gas (gas emissions)

È importante considerare che le aziende devono tenere in considerazione le linee guida nazionali e regionali in materia di tutela ambientale, infatti ogni regione può avere ulteriori normative in merito alla tutela di alcune particolari risorse naturali.

Per maggiori informazioni visita [questo sito web](#).

5.4.7. Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali (creazione di un sito Web aziendale)

Privacy

Tutte le aziende italiane ed europee devono prendere in considerazione il nuovo regolamento UE GDPR. Secondo questo regolamento le aziende devono rendere consapevoli i propri clienti e / o visitatori del proprio sito web della nuova normativa sulla privacy, questa deve avere determinate caratteristiche:

- Conciso
- Trasparente
- Chiaro
- Facile accesso
- Linguaggio semplice (anche ai minori)
- Il consenso alla privacy deve essere dato a partire dai 14 anni di età

Per maggiori informazioni visita [questo sito web](#).

5.4.8. Passaggio 8: assicurazione

In Italia tutte le aziende con dipendenti che svolgono attività particolarmente pericolose devono sottoscrivere un'assicurazione nazionale tramite l'INAIL, l'Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro. Questo istituto nazionale fornisce protezione ai dipendenti contro i danni fisici ed economici causati sul lavoro. Le attività pericolose si dividono in due gruppi principali:

- attività che includono l'utilizzo di macchinari o attività che vengono svolte nei laboratori;
- attività che per loro natura sono considerate pericolose, ad esempio: attività di costruzione, trasporto, protezione privata, ecc ...

L'INAIL garantisce all'azienda la responsabilità civile contro gli infortuni ma non tutela l'azienda nel caso in cui sia direttamente responsabile dell'infortunio perché non ha adempiuto a tutti i requisiti di legge in materia di sicurezza sul lavoro.

Il costo dell'assicurazione dipende dal tipo di attività svolta dalla compagnia; secondo il decreto legislativo 38/2000 le attività sono state suddivise in quattro categorie principali e per ognuna si sono stabiliti i costi da affrontare. Queste categorie sono:

- Industria
- Artigianato
- Settore terziario
- altre attività di diversa natura

Tutta la documentazione e le azioni necessarie all'INAIL sono complesse e richiedono tempo, per questo le aziende nominano un esperto esterno denominato "Consulente del Lavoro" che si occuperà di tutti i rapporti con l'Istituto Nazionale.

Per maggiori informazioni visita il [sito ufficiale dell'INAIL](#).

5.4.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane

La gestione delle risorse umane è fondamentale poiché pone le basi per lo sviluppo dell'azienda. Le aziende devono prendere in considerazione diverse normative per fornire ai dipendenti un ambiente di lavoro sano e legale. Le normative più importanti sono:

- Fornitura di un contratto legale e rispetto delle regole di base nell'ambiente di lavoro (es. Orario di lavoro minimo, salario minimo, ecc.): Al dipendente deve essere fornito un contratto legale e valido che stabilisca l'orario di lavoro, la retribuzione e il suo status. Il datore di lavoro ne è responsabile e può contare su consulenti del lavoro. Per maggiori informazioni visita [questo sito web](#).
- Sicurezza dell'ambiente di lavoro: in un'azienda il datore di lavoro ha la responsabilità di garantire la sicurezza dell'ambiente di lavoro. In base al tipo di attività e ai rischi connessi, il datore di lavoro e altro personale devono seguire regolarmente corsi di sicurezza per garantire che il datore di lavoro e i dipendenti sappiano come agire in situazioni pericolose o mediche.
- Ogni azienda deve nominare un responsabile della sicurezza e un responsabile del primo soccorso.
- Per maggiori informazioni visita [questo sito web](#).

5.4.10 Passaggio 10: brevetti e marchi

I diritti conferiti da un brevetto per invenzioni industriali sono territorialmente definiti e consistono nel diritto esclusivo di lavorare sull'invenzione e di trarne profitto nel territorio dello Stato italiano, nei limiti e alle condizioni imposte dalla legge. Tale diritto esclusivo è esteso alla vendita del prodotto a cui si riferisce l'invenzione, ma scade una volta che il prodotto è messo in vendita dal titolare del brevetto o con il suo consenso, all'interno di uno Stato membro dell'Unione Europea o dello Spazio Economico Europeo. Se il prodotto originale viene messo in vendita al di fuori dello Spazio economico europeo e successivamente vi viene importato, il titolare del diritto può opporsi perché, in questo caso, il diritto non è scaduto all'interno dello Spazio economico europeo.

Quando un prodotto è fabbricato utilizzando un metodo brevettato in un paese in cui il titolo di brevetto non esiste, se quel prodotto viene introdotto in un paese in cui esiste un brevetto di metodo, detto prodotto può essere utilizzato in detto paese solo dal proprietario o dal suo successore nel titolo

del brevetto di metodo. Se terze parti utilizzano il prodotto a scopo di lucro in paesi in cui il brevetto è protetto, il proprietario o il successore del titolo del brevetto del metodo può impedire tale utilizzo.

Il diritto di brevetto non si estende, qualunque sia l'oggetto dell'invenzione:

- a tutte le azioni compiute in locali privati purché non aventi finalità commerciale, o finalizzate alla sperimentazione;
- alla preparazione improvvisa, in unità, di medicinali in farmacia secondo prescrizione, e al medicinale così preparato.

Se un brevetto, per essere eseguito, implica l'uso di invenzioni protette da altri titoli di brevetto ancora in vigore, non può essere eseguito o utilizzato senza il consenso del titolare o del suo successore nel titolo del precedente titolo di brevetto. Allo stesso modo, il titolare o il suo avente causa del titolo di brevetto precedente, non può utilizzare il titolo di brevetto successivo senza il consenso del titolare di quest'ultimo.

Ogni domanda di brevetto, e di conseguenza ogni brevetto, deve avere per oggetto una sola invenzione, o un gruppo di invenzioni collegate tra loro in modo da formare un unico insegnamento inventivo. Il brevetto conferisce al titolare i seguenti diritti esclusivi:

- l'oggetto dell'invenzione è un prodotto e il diritto di vietare a terzi, salvo l'accordo del titolare del brevetto, di produrre, utilizzare, commerciare, vendere o importare a tali fini il prodotto in questione nei paesi in cui il brevetto è vigente;
- Se l'oggetto del brevetto è un metodo, il diritto di vietare a terzi, se non con l'accordo del titolare del brevetto, di applicare il metodo, o utilizzare, scambiare, vendere o importare per tali scopi il prodotto che è stato ottenuto direttamente con il metodo in questione nei paesi in cui è in vigore il brevetto del metodo;
- Nel caso di un brevetto di metodo, si presume che sia stato ottenuto un prodotto identico a quello ottenuto mediante il metodo brevettato, salvo prova contraria fornita dal terzo, mediante questo metodo brevettato, secondo uno dei seguenti casi:
 - se il prodotto ottenuto con il metodo è nuovo;
 - se esiste una sostanziale probabilità che il prodotto identico sia stato realizzato con il metodo brevettato e se il titolare di questo brevetto non è in grado, con ragionevoli sforzi, di determinare il metodo effettivamente seguito.

Nell'intento di dimostrare il contrario, deve essere rispettato il legittimo interesse degli imputati di contraffazione alla tutela dei loro segreti di fabbricazione e commerciali. In altre parole, si deve evitare che l'uso improprio di un brevetto di metodo consenta al titolare, o al suo erede, di entrare in possesso dei segreti di un concorrente.

In Italia un brevetto per invenzioni industriali dura 20 anni dalla data di deposito ed è soggetto al pagamento di tasse annuali di mantenimento, a partire dal quinto anno. Se viene lasciato scadere il termine per il pagamento delle quote annuali, viene concesso un periodo di grazia di sei mesi, durante il quale è possibile pagare la quota annuale dovuta subordinatamente ad una sovrattassa.

I diritti esclusivi di un brevetto vengono conferiti con la concessione del certificato di brevetto. Gli effetti del brevetto entrano in vigore dalla data in cui la descrizione ed i disegni allegati alla domanda

di brevetto sono resi disponibili al pubblico, o, dal momento in cui il contenuto della domanda di brevetto viene notificata a un terzo, autore della violazione. È opportuno chiarire che la notifica deve includere l'intero contenuto della domanda di brevetto, non solo una parte di essa.

Salvo specifica richiesta di pubblicazione anticipata, che deve essere presentata con la domanda di brevetto, la domanda è comunque disponibile 18 mesi dopo la data di deposito. Se la domanda è stata presentata prima in un Paese estero e poi estesa all'Italia con priorità internazionale, ovvero entro il periodo di convenzione di 12 mesi dalla data di primo deposito, la domanda è resa disponibile allo scadere di 18 mesi dalla data di primo deposito.

Il diritto italiano dei brevetti include il concetto di uso precedente. Questo concetto indica che chiunque, nei dodici mesi precedenti la data di deposito di una domanda di brevetto, o prima della data di priorità, abbia fatto uso nella propria azienda di un'invenzione che diventa poi oggetto di domanda di brevetto da parte di terzi, può continuare a utilizzare tale invenzione entro i limiti di tale uso precedente.

L'uso nella propria Azienda non deve essere inteso come sperimentazione, né attività progettuale, ma l'uso reale ed effettivo dell'invenzione a fini di lucro. Nel caso in cui venga invocato il pre-utilizzo, va ricordato che il deposito della successiva domanda di brevetto da parte del terzo blocca la proroga del pre-uso alla data di detto deposito. Ogni ulteriore estensione è soggetta al diritto del brevetto e deve essere autorizzata dal titolare di detto diritto o dal suo avente causa. Questo diritto può essere trasferito solo insieme alla Società, o filiale della Società, in cui l'invenzione è stata utilizzata. La persona che richiede l'uso precedente è responsabile della prova di tale uso precedente e della sua estensione.

Tipi di diritti

I diritti derivanti da un'invenzione sono diritti di natura personale (diritto morale dell'inventore, diritto personale e inalienabile) e di natura patrimoniale (diritti disponibili o trasferibili). I diritti patrimoniali derivanti da invenzioni possono essere ceduti sia con atti redatti da vivi sia per morte; sono inoltre soggetti a confisca, confisca ed espropriazione (per debiti o nell'interesse pubblico). Il diritto al brevetto appartiene all'autore dell'invenzione e ai suoi aventi causa.

Requisiti di brevettabilità

Per essere brevettata, un'invenzione:

- deve essere lecita;
- deve essere idonea per l'applicazione in ambito industriale;
- deve essere nuova;
- non deve essere ovvia, cioè non deve essere una naturale evoluzione dello stato di evoluzione.

Lecito significa che le invenzioni che, se funzionanti, sarebbero contrarie all'ordine pubblico o alla moralità, non possono essere oggetto di brevetto. Tuttavia, la lavorazione di un'invenzione non è considerata contraria all'ordine pubblico o al buon costume semplicemente perché vietata da una legge o da un regolamento amministrativo. Per ordine pubblico si intende la protezione di interessi pubblici quali sicurezza, protezione, integrità fisica, tranquillità e salute. La moralità copre i principi dell'etica morale. Nemmeno le razze animali, e le procedure essenzialmente biologiche seguite per ottenerle, possono essere brevettate. Tuttavia va notato che è possibile brevettare procedure microbiologiche e anche i prodotti ottenuti da tali procedure.

Si ritiene che un'invenzione possa avere un'applicazione industriale quando l'oggetto della stessa può essere fabbricato o utilizzato in qualsiasi tipo di industria, compresa l'agricoltura.

Un'invenzione è considerata nuova se non è inclusa nello stato dell'arte. Per "stato dell'arte" si intende tutto ciò che è stato messo a disposizione del pubblico nel territorio dello Stato o all'estero, prima della data di deposito della domanda di brevetto, mediante descrizione scritta o orale, con l'uso o con qualsiasi altro mezzo. Si considera che lo stato dell'arte includa anche il contenuto di domande di brevetto italiano, o il contenuto di domande di brevetto europeo o internazionale che designa l'Italia, in quanto sono state depositate, che hanno una data di deposito anteriore a quella dell'invenzione, anche se sono stati pubblicati o resi disponibili al pubblico successivamente; ciò a condizione che il loro contenuto sia identico a quello del successivo documento di brevetto.

Un'invenzione è considerata non ovvia, e quindi implicante un'attività inventiva se, per una persona esperta nell'arte, non risulta evidente dallo stato della tecnica. La persona di competenza è una figura virtuale che conosce lo stato dell'arte alla data di priorità che ha generato l'invenzione, che legge i documenti dell'arte nota tenendo presenti le sue conoscenze scolastiche e quelle acquisite. La persona esperta non ha alcuna capacità intuitiva ma ha una logica combinatoria e lo scopo della sua attività è trovare una soluzione al problema che gli è stato dato. Nel decidere se un'attività sia inventiva o meno, non vengono presi in considerazione i documenti comprendenti domande nazionali, domande europee o domande internazionali che designano l'Italia, quando hanno una data di deposito anteriore a quella dell'invenzione e sono stati pubblicati, o messi a disposizione dal pubblico, in un secondo momento.

Un'invenzione, se vuole soddisfare il requisito dell'attività inventiva ed essere considerata non ovvia, deve essere intrinsecamente nuova. Deve risolvere un problema tecnico e comportare un miglioramento, cioè la soluzione di un nuovo problema, anche se solo piccolo, rispetto allo stato dell'arte in quel campo in quel dato momento. Il contenuto dell'invenzione non deve essere tale da poter desumere da quanto preesistente e deve comportare la soluzione di problemi tecnici e / o tecnologici; quindi non deve essere una semplice combinazione di cose o fatti già conosciuti.

Tipi di invenzioni

Le invenzioni possono riferirsi a un prodotto, un dispositivo per ottenere un prodotto, un metodo o un sistema.

I programmi per elaboratori, che servono a gestire macchine, impianti, attrezzature o funzioni fisiche, come ad esempio raccordi stradali, possono essere protetti mediante brevetto di invenzione, a condizione che le funzioni svolte dal programma siano protette, e non per il modo in cui sono scritti. La protezione di un programma per un processore è protetta per il modo in cui è scritto mediante il diritto d'autore. In una domanda di brevetto, e quindi in un brevetto, possono essere presenti più invenzioni collegate tra loro, che generano rivendicazioni autonome ed indipendenti. Pertanto un brevetto può avere rivendicazioni di prodotti, rivendicazioni di metodi, rivendicazioni di dispositivi e rivendicazioni di utilizzo.

Possono essere invenzioni principali, se sono state concepite indipendentemente da qualsiasi altra invenzione, o derivate se impiegano elementi di una o più invenzioni precedenti. Quando un'invenzione dipende da un brevetto che è ancora valido e appartiene a una terza parte, l'invenzione dipendente non può essere realizzata senza l'autorizzazione del proprietario dell'invenzione precedentemente brevettata e tale proprietario non può incorporare l'invenzione dipendente senza l'autorizzazione del proprietario dello stesso. Potrebbero esserci anche:

- invenzioni migliorative di quanto già noto, brevettate o meno, e tali invenzioni sono soggette alla disciplina delle invenzioni derivate per quanto riguarda la loro realizzazione;

- invenzioni di cessione quando comportano un nuovo utilizzo di qualcosa di già noto, o una precedente idea inventiva, mediante una originaria applicazione della stessa in un diverso campo della tecnica e per scopi diversi da quello originario;
- invenzioni di combinazione, che sono quelle invenzioni realizzate da un'intima unione o fusione di elementi presi da qualcosa di noto o da invenzioni precedenti.

Procedura

In Italia la domanda di brevetto deve essere depositata attraverso il portale appositamente predisposto dal Ministero dello Sviluppo Economico.

Senza l'autorizzazione del Ministero delle Attività Produttive, i residenti in Italia non possono depositare le loro domande di brevetto per invenzione, modello di utilità o topografia esclusivamente presso gli uffici di stati esteri o l'Ufficio europeo dei brevetti o l'Ufficio mondiale della proprietà intellettuale come ufficio ricevente, né possono depositarli presso tali uffici prima che siano trascorsi novanta giorni dalla data di deposito in Italia, ovvero dalla data in cui è stata presentata la richiesta di autorizzazione.

Una volta depositata, una domanda di brevetto viene prima esaminata per vedere se influisce sulla difesa nazionale, quindi viene esaminata per vedere se è formalmente corretta e se soddisfa le caratteristiche richieste dalla legge relativa al rapporto di ricerca trasmesso dall'Ufficio Italiano brevetti e marchi (UIBM) .

In alcuni paesi è consentito a terzi di opporsi alla concessione definitiva, presentando una richiesta motivata entro un termine definito, a partire dalla data di rilascio del brevetto da parte dell'Ufficio Brevetti di tale paese. Relativamente a norme specifiche, una procedura di opposizione può prevedere un dialogo tra le Parti, oppure può essere gestita in autonomia dall'esaminatore con il titolare del diritto. È possibile inviare le rivendicazioni, tradotte in inglese, all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM), oppure pagare una tassa di ricerca. L'invio delle domande tradotte o il pagamento della tassa di ricerca deve essere effettuato al massimo entro due mesi dalla data di deposito, altrimenti la domanda viene respinta. Quando riceve la domanda di brevetto, l'UIBM assegna la classe ed effettua un prefiltraggio per eliminare quelle domande che sono ovviamente non brevettabili.

Se la domanda di brevetto non è di interesse per motivi di difesa nazionale, e se è formalmente corretta, viene inviata all'Ufficio europeo dei brevetti (European Patent Office abbreviato EPO) che effettua una ricerca della tecnica anteriore e la invia all'UIBM, entro nove mesi dalla data del deposito, una relazione e un parere preliminare. In caso di urgenza è possibile richiedere all'UIBM (che può riservarsi il diritto di rifiutare) di effettuare una procedura accelerata. EPO effettua la ricerca sulla base dei reclami tradotti con il supporto della descrizione tradotta tramite software, se non fornita al momento del deposito. In caso di dubbi sulla ricerca, è possibile richiedere una copia della traduzione effettuata tramite software. EPO può opporsi alla mancanza di unità inventiva ed effettuare la ricerca solo su una parte del brevetto. Dopo aver ricevuto il rapporto di ricerca e il parere preliminare (che normalmente avviene circa nove mesi dopo il deposito e vengono inoltrati dall'UIBM), è possibile fare commenti o modifiche volontarie al testo entro diciotto mesi dalla data di deposito della domanda, quando tutta la documentazione è resa accessibile al pubblico e la domanda è esaminata dagli esaminatori italiani, che devono basare il proprio esame sul rapporto di ricerca e possono utilizzare il parere preliminare rilasciato da EPO solo per consultazione. Un brevetto soggetto alla nuova procedura italiana, esteso come brevetto europeo o PCT, può avere diritto al rimborso da parte della tassa di ricerca, se le rivendicazioni sono le stesse del primo deposito italiano.

Va notato che il rapporto di ricerca PCT redatto da EPO, in alcuni paesi stranieri, in particolare negli Stati Uniti, è spesso completamente riformulato.

In caso di richiesta di rilascio anticipato, se la ricerca è ancora in corso, il brevetto viene concesso senza ricerca e nel fascicolo pubblico si nota che non è stata effettuata alcuna ricerca. In Italia, per ogni sinistro successivo al decimo deve essere corrisposta una commissione.

Vi sono anche paesi in cui è consentito a terzi di presentare un'opposizione alla concessione definitiva presentando una richiesta adeguata e motivata entro un certo periodo dalla data di concessione da parte dell'Ufficio Brevetti di quel paese. Per quanto riguarda le norme specifiche, una procedura di opposizione può comportare un dialogo tra le parti, oppure può essere gestita in autonomia dall'esaminatore con il titolare del diritto.

Il campo di protezione di un brevetto

Sia nel diritto italiano che in quello europeo è un principio fondamentale che l'ambito di protezione di un brevetto sia determinato dal contenuto delle rivendicazioni; la descrizione ed i disegni sono considerati solo ai fini dell'interpretazione delle rivendicazioni, e non, quindi, in termini di integrazione. Tuttavia, si noti che la descrizione e i disegni supportano e giustificano giuridicamente le rivendicazioni ed esse non possono contenere caratteristiche che non sono presenti nella descrizione e nei disegni.

Poiché le rivendicazioni definiscono l'oggetto della protezione richiesta, devono essere chiare e sintetiche, e devono trovare fondamento nella descrizione e negli eventuali schemi o disegni; devono anche essere comprensibili in loro stessi. Se nella descrizione e/o nei disegni vi sono caratteristiche che non sono presenti nelle rivendicazioni, tali caratteristiche non sono protette. Allo stesso modo, se nelle rivendicazioni ci sono caratteristiche che non sono supportate dalla descrizione e / o dai disegni, queste caratteristiche non possono essere utilizzate in opposizione contro terzi.

Le rivendicazioni sono indipendenti o dipendenti, le rivendicazioni dipendenti sono giustificate e supportate giuridicamente dalla rispettiva rivendicazione indipendente. Una rivendicazione indipendente è una rivendicazione che riproduce le caratteristiche essenziali (il cosiddetto "collo di bottiglia") dell'invenzione per la quale si richiede la protezione, e che serve per identificare l'oggetto dell'invenzione. Una rivendicazione dipendente contiene tutte le caratteristiche delle rivendicazioni indipendenti a cui è collegata e indica altre caratteristiche o varianti per le quali è richiesta la protezione. Non importa che la rivendicazione dipendente sia di per sé brevettabile rispetto allo stato della tecnica o anche rispetto alla rivendicazione indipendente alla quale è collegata. Ciò è importante solo quando la rivendicazione principale che lo supporta non è brevettabile. In alcuni sistemi, una rivendicazione dipendente di per sé brevettabile può essere oggetto di una domanda divisionale da presentare entro la data di concessione della domanda principale.

In caso di contraffazione, la tutela è definita dal cosiddetto oggetto dell'invenzione come individuato nelle rivendicazioni indipendenti dal cosiddetto esperto del ramo. È importante notare la differenza sostanziale tra l'idea inventiva, che si trova nella descrizione del brevetto, e il campo protetto da un brevetto concesso che si trova nelle rivendicazioni. Una rivendicazione dipendente è considerata violata solo se viene violata la rivendicazione indipendente che supporta e giustifica la rivendicazione dipendente. Qualora, durante un esame o un'opposizione amministrativa, una rivendicazione indipendente risultasse invalida, è possibile integrarla con una o più delle rivendicazioni dipendenti, oppure acquisendo le caratteristiche contenute nella descrizione, ottenendo così una nuova, valida, autonoma Richiesta.

Una dichiarazione indipendente deve essere letta nella sua interezza e confrontata con ciò che è considerato interferente. Durante la vita di un diritto di brevetto concesso, le rivendicazioni possono essere modificate volontariamente a condizione che rimangano nei limiti del contenuto della domanda di brevetto come inizialmente depositata e non estendano la protezione conferita dal brevetto concesso. Ogni modifica delle rivendicazioni deve comportare una riduzione del campo protetto dalle

rivendicazioni concesse. Le modifiche possono essere apportate all'UIBM, all'EPO o nel corso di un caso. All'UIBM le modifiche devono essere richieste prima di avviare un'azione legale attiva e sono richieste quando vengono conosciuti documenti della tecnica anteriore rilevanti, precedentemente sconosciuti. All'EPO, o nel corso di una causa, possono essere richieste le modifiche al fine di superare un possibile caso di annullamento, per la presenza di documenti della tecnica nota rilevanti. Le modifiche all'EPO devono essere richieste in base a determinate legislazioni europee. In Italia, durante un procedimento, le limitazioni possono essere richieste in ogni fase e grado dell'ordinamento giudiziario, quando si richiede l'annullamento del diritto. In alcuni sistemi europei è inoltre possibile richiedere la modifica delle pretese in caso di azioni per contraffazione attive. In Italia, le fonti dove si deve trovare il materiale da introdurre o riformulare per le rivendicazioni sono la descrizione, i disegni e le rivendicazioni dipendenti.

Una dichiarazione indipendente deve essere letta nella sua interezza e confrontata con ciò che si ritiene interferisca. L'interferenza può essere letterale, quando ciò che è considerato interferente può essere letto completamente nell'affermazione o per equivalenza. Per equivalenti si intendono quei mezzi tecnici, invece dei mezzi descritti nel brevetto al momento della data di priorità e rivendicata, il cui uso alternativo era ovvio per la persona esperta senza dover applicare un particolare sforzo mentale. Inoltre, il concetto di mezzo equivalente è importante anche nella procedura d'esame, cioè nella procedura che precede la concessione di un brevetto nei sistemi che hanno un esame preventivo per valutare la rilevanza o l'irrilevanza di un documento della tecnica anteriore, o in un tribunale come accade ad esempio in Italia, per definire l'oggetto dell'invenzione o il suo ambito protetto. La formulazione delle indicazioni per i medicinali prevede che, quando il medicinale è un nuovo prodotto, può essere protetto anche come medicinale secondo la protezione concessa alla sostanza.

Quando il prodotto utilizzato come medicinale è di per sé noto, ma privo di caratteristiche terapeutiche, la sostanza o miscela di sostanze può essere protetta per un uso specifico in un trattamento terapeutico.

La protezione di un brevetto

La tutela dell'esclusività delle invenzioni brevettate è materia sia civile che penale. Riguarda sia i diritti patrimoniali che il diritto morale dell'inventore.

I procedimenti giudiziari a tutela del diritto di esclusiva possono essere procedimenti di accertamento (per verificare se si sia verificata o meno la violazione), divieto (per impedire il proseguimento dell'atto pregiudizievole), risarcimento del danno (per ottenere un equo risarcimento del danno subito a seguito dell'atto pregiudizievole), nonché di rivendicazione (quando è contestata la titolarità di un brevetto). I procedimenti giudiziari possono essere sia attivi che passivi. Si ricorda che non è possibile compiere atti di accertamento negativo, che determinano se il prodotto di una Società viola un titolo di brevetto di uno straniero che non ha sede o domicilio in Italia.

Le azioni legali riguardanti brevetti per invenzioni industriali sono caratterizzate come azioni commerciali mobili.

Per eventuali controversie in materia di proprietà intellettuale a partire dal 22.02.2014 e di cui è parte una Società estera, cioè "una Società, in qualunque forma essa sia costituita, con sede legale all'estero, anche avente sede secondaria stabilmente rappresentativa in territorio italiano territorio ", sono competenti solo nove Sezioni Specializzate, che sono:

Bari (per gli uffici giudiziari situati nei distretti di Bari, Lecce, Taranto e Potenza); Cagliari (per gli uffici giudiziari situati nei distretti di Cagliari e Sassari); Catania (per gli uffici giudiziari uffici situati nei distretti di Caltanissetta, Catania, Catanzaro, Messina, Palermo, Reggio Calabria); Genova (per uffici giudiziari situati nei distretti di Bologna e Genova); Milano (per uffici giudiziari situati nei distretti di

Brescia e Milano); Napoli (per uffici giudiziari situati nei distretti di Campobasso, Napoli e Salerno); Roma (per uffici giudiziari situati nei distretti di Ancona, Firenze, L'Aquila, Perugia e Roma); Torino (per gli uffici giudiziari situati nei distretti di Torino) e Venezia (per gli uffici giudiziari situati nei distretti di Trento, Bolzano, Trieste e Venezia).

A seconda delle diverse cause, le azioni sono promosse davanti alla Sezione Specializzata di residenza o domicilio del convenuto, ovvero davanti a quella competente per il luogo in cui l'attore è residente o domiciliato, o davanti a quella competente per il luogo in cui si è verificato il fatto, o prima della Sezione Specialistica di Roma. Si ricorda che l'indirizzo indicato nel registro dei brevetti è considerato domicilio eletto, al fine di determinare il Foro competente e per tutte le notifiche, sia amministrative che giudiziarie. Di conseguenza, prima di procedere a qualsiasi azione, è sempre opportuno verificare nel registro dei brevetti non solo se ci sono iscrizioni o note, ma anche se ci sono state modifiche agli indirizzi o al domicilio, o ancora nel contenuto del brevetto. Quando un'azione si basa su fatti che si presume danneggino i diritti dell'attore, tale azione può essere proposta anche dinanzi alla Sezione Specializzata del luogo del distretto in cui i fatti sono stati commessi.

L'onere di provare la nullità o la decadenza di un brevetto spetta comunque a chi contesta il brevetto, mentre l'onere di provare la contraffazione spetta al titolare del brevetto. Il titolare dei diritti di un brevetto può chiedere la descrizione o la confisca di quanto si presume violi tali diritti. Può inoltre richiedere che vengano presi i documenti che attestano o documentano l'estensione del danno subito. La descrizione e la confisca sono effettuate da un Funzionario Giudiziario, coadiuvato all'occorrenza da uno o più periti e anche mediante qualsiasi mezzo tecnico o mezzo fotografico o qualsiasi altro mezzo. Il provvedimento che autorizza la descrizione e la confisca definisce anche i limiti e le regole.

Il titolare dei diritti di brevetto può richiedere misure temporanee e può quindi chiedere che sia vietata la fabbricazione, il commercio e l'uso di tutto ciò che è in violazione del brevetto. Tale richiesta è soggetta alle disposizioni del codice di procedura civile in materia di misure cautelari nonché alle norme speciali del codice della proprietà industriale. La richiesta di divieto può essere avanzata prima o durante la causa principale. Quando il giudice decide per il divieto, può stabilire una somma dovuta per ogni violazione o inosservanza successiva, o per ogni ritardo nell'esecuzione del provvedimento.

Le azioni per l'accertamento e l'accertamento negativo della validità sono richieste quando un terzo desidera accertare che uno dei suoi prodotti non infranga o violi i diritti specifici di altri, e laddove un'altra parte desideri verificare la validità dei diritti di altri. Non possono essere promosse azioni di accertamento negativo contro terzi che non abbiano sede legale in Italia, salvo che tali terzi abbiano il brevetto disponibile in Italia.

Le sanzioni in cui può incorrere una persona che è stata ritenuta responsabile di una violazione consistono nella pubblicazione della sentenza, nella ripartizione degli articoli violati al titolare del brevetto come sua proprietà, nella rimozione, privazione o distruzione di tali articoli e nel pagamento di una somma per risarcire i danni causati.

I procedimenti giudiziari per la difesa dei propri diritti di brevetto hanno un certo costo e richiedono un certo tempo per giungere al giudizio finale. Il costo deve essere valutato tenendo conto del valore dell'infrazione. Il tempo deve essere valutato nel contesto dell'entità dell'infrazione e del danno da essa causato. Ci sono paesi in cui un caso di violazione dura un tempo ragionevole, ma ci sono anche paesi in cui un caso può durare 6-7 anni. Allo stesso modo, ci sono paesi in cui il costo di un caso è ragionevole, ma ci sono paesi in cui i costi sono enormi.

Protezione di un brevetto all'estero

La domanda di brevetto può essere estesa all'estero, con procedura prioritaria, entro 12 mesi dal primo deposito. Se il testo esteso corrisponde sostanzialmente al testo originale depositato in Italia, ha

diritto di priorità. Se nel testo vengono introdotte nuove funzionalità, non collegate a quelle originali, tali nuove funzionalità non godono del diritto di priorità.

Una domanda di brevetto può essere estesa anche al di fuori della procedura di priorità, cioè entro 18 mesi dal primo deposito, a condizione che il contenuto della domanda di brevetto non sia stato reso disponibile al pubblico (ad esempio mettendo l'oggetto contenente l'idea inventiva in commercio, se dall'esame dell'oggetto è possibile comprendere l'idea inventiva), e a condizione che l'oggetto dell'invenzione non sia stato altrimenti divulgato, o a condizione che terzi non abbiano nel frattempo presentato identica domanda. L'estensione all'estero può essere effettuata Paese per Paese, ovvero avvalendosi di una delle procedure unificate come quella prevista dalla Convenzione sul Brevetto Europeo o dalla Convenzione sulla Domanda Internazionale (PCT). Il PCT prevede una procedura che consente di ritardare il momento in cui si deve decidere in quali paesi confermare un titolo di brevetto. La procedura PCT deve essere considerata una procedura di ritardo e non una procedura di concessione, mentre la procedura di brevetto europeo è una procedura di concessione. Le procedure unificate dovrebbero essere utilizzate tenendo conto dei tempi richiesti da tali procedure per raggiungere la sovvenzione, e anche dei problemi che possono sorgere dopo la concessione. In effetti, va notato che sono pochi i paesi (ad esempio l'Italia) che consentono l'avvio di una causa per contraffazione prima della concessione del titolo di brevetto.

Una concessione che si verifica quando l'infrazione è già iniziata può persino vanificare qualsiasi interesse ad avviare un'azione difensiva.

Un'estensione deve essere considerata allo stesso modo di qualsiasi altro investimento produttivo. Le spese per la tutela brevettuale all'estero devono quindi trovare corrispondenza in un ragionevole fatturato, e nel relativo margine di contribuzione o nel vantaggio rispetto ai concorrenti che il titolare spera di acquisire. Inoltre, la protezione deve tener conto della possibilità che solo in alcuni paesi valga la pena avviare procedimenti giudiziari, poiché le azioni in tali paesi si concludono in tempi ragionevoli e danno giudizi ragionevoli e attesi. In quei paesi dove non c'è sicurezza per legge, i brevetti dovrebbero essere depositati solo dopo una lunga meditazione e valutando le ragioni commerciali o una collaborazione tecnica efficace.

Allo stesso modo, un titolo di brevetto deve essere abbandonato non appena si è visto che non c'è un reale interesse in termini di barriera competitiva o di fatturato.

5.5. Passo dopo passo Romania

5.5.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica

5.5.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio

5.5.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità

5.5.4. Passaggio 4: scrivi un piano aziendale (business plan)

5.5.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale

5.5.6 Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni

5.5.7. Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali (creazione di un sito Web aziendale)

5.5.8. Passaggio 8: assicurazione

5.5.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane

5.5.10 Passaggio 10: brevetti e marchi

Introduzione

Secondo i dati del 2017, la Romania ha in registro un totale di 525.660 aziende. Gran parte delle imprese operanti nel paese erano registrate nel settore dei servizi, come attestano i dati ufficiali forniti dall'Istituto Nazionale di Statistica (INS). Il settore dei servizi è anche il più grande datore di lavoro del paese. Gli investitori stranieri dovrebbero considerare quanto segue:

il settore dei servizi ha la quota maggiore delle società attive rumene, rappresentando il 46,7% del totale delle imprese registrate;

rappresenta anche il 35,4% della forza lavoro totale impiegata in Romania;

il numero totale delle aziende rumene - 525.660 - ha segnato un aumento del 5% rispetto all'anno precedente;

il settore del commercio rumeno ha rappresentato un totale di 172.000 aziende;

Il 79% dei dipendenti a Bucarest, la capitale del paese, lavora nel settore dei servizi;

Bucarest aveva, secondo i dati di agosto 2018, un totale di oltre 1 milione di dipendenti (la città ha una popolazione di oltre 2 milioni di cittadini).

Gli imprenditori stranieri che vogliono insituire uno degli enti giuridici dovrebbero anche sapere che il paese ha un totale di 73.000 gruppi multinazionali di società che operano sul mercato locale. Di queste, solo una piccola percentuale è rappresentata da società fondate da imprenditori rumeni; esattamente, solo 5.300.

5.5.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica

Le seguenti forme legali sono:

- *Societăți comerciale*, abbreviato *SC* (Aziende)
- *Societăți de persoane* (Società non incorporate, chiamate anche Partnerships)
- *Societatea în nume colectiv*, abbreviato *SNC* (Società in nome collettivo)
- *Societatea în comandită simplă*, abbreviato *SCS* (Società in accomandita)
- *Societăți de capitaluri* (Società incorporate, chiamate anche Corporations)
- *Societatea în comandită pe acțiuni*, abbreviato *SCA* (Società in accomandita, in inglese Company Limited by Shares)
- *Societatea pe acțiuni*, abbreviato *SA* (Società per Azioni)
- Società ibride (società ibride)
- *Societatea cu răspundere limitată cu proprietar unic*, abbreviato *SRL* cu proprietar unic (Società a responsabilità limitata con unico proprietario, abbreviata *SRL* con unico proprietario)
- *Societate pe Acțiuni* abbreviato *S.A.* (Società per azioni)
- *Societate în comandită pe acțiuni* abbreviato *S.C.A.* (società in accomandita con azioni)
- *Societate în comandită simplă* abbreviato *S.C.S.* (società in accomandita semplice)
- *Societate în nume colectiv* abbreviato *S.N.C.* (società in nome collettivo)
- *Societate cu răspundere limitată* abbreviato *S.R.L.* (società a responsabilità limitata)
- *Persoana fizică autorizată* abbreviato *PFA* (lavoratore autonomo o Impresa individuale)
- *Organizație Non-Guvernamentală* abbreviato *O.N.G.* (Fondo pensione non statale, letteralmente: Organizzazione non governativa)
- *societate cu raspundere limitata* abbreviato *SRL* (società a responsabilità limitata) *societate pe actiuni* abbreviato *SA* (società per azioni)

Le forme legali più comuni sono la *SRL* (BV, BVBA) e la *SA* (NV):

1. *Societate cu răspundere limitată (SRL) - Società a responsabilità limitata*

Societate cu răspundere limitată, abbreviato *SRL* (Società a responsabilità limitata) rappresenta il modo più comune per avviare un'impresa in Romania ed è anche l'entità giuridica preferita degli investitori stranieri che registrano una società rumena. È costituita con un capitale di RON 200 (corrispondente a circa 41 Euro). Può essere costituita da un unico azionista. La caratteristica principale di una società per azioni è ovviamente che la passività dei debiti sociali è limitata ai contributi delle quote sottoscritte e pagate. Come abbiamo presentato sopra, il capitale sociale minimo per una società a responsabilità limitata rumena è di RON 200, che deve essere diviso in azioni che hanno un valore minimo di RON 10 (corrispondente a circa 3 Euro). Il numero massimo di soci che possono associarsi in una società a responsabilità limitata è 50.

Questi azionisti o associati possono essere persone giuridiche o persone fisiche. Una società a responsabilità limitata rumena può avere uno o più amministratori, che possono avere poteri pieni o limitati; possono essere cittadini rumeni o stranieri. La carica dell'amministratore può essere limitata o illimitata. Nel caso in cui la società a responsabilità limitata abbia un azionista unico, allora questo azionista può anche essere un dipendente della rispettiva azienda (in questo caso un contratto di lavoro deve essere redatto e depositato presso la Camera del lavoro in Romania).

2. Societate pe actiuni (SA) - Società per azioni

La SRL può essere di proprietà straniera al 100%. Gli amministratori possono essere anche di origine straniera. Il numero dei partecipanti ad una SRL è almeno uno e massimo cinquanta. Un socio unico non può essere socio unico di più di una SRL. Anche l'attività individuale è frequente come SRL in Romania (*asociat unic*).

Il contributo in conto capitale può essere effettuato sia in contanti che in modalità affini e ammonta ad almeno 200 lei (1 Ron = 4,75 euro l'8 aprile 2019).

Societatea in Comandita pe Actiuni (Società in accomandita)

Non è un tipo molto comune di entità rumena. Questa forma di business è simile alla "Sleeping Partnership Company" perché deve essere incorporata da almeno due azionisti, e proprio come nel caso della "Sleeping Partnership Company", gli azionisti della società hanno diversi tipi di responsabilità, e questo può essere presentato da un team di avvocati in Romania.

La principale differenza tra i due tipi di società è che la Società in accomandita per azioni ha un capitale condiviso formato, per l'appunto, da azioni. La responsabilità per gli obblighi della società è diversa per gli azionisti, quindi, ci sono azionisti che sono personalmente responsabili degli obblighi della società e sono chiamati "*comanditari*" (soci accomandanti). Diversi studi legali in Romania possono fornire ulteriori dettagli sui diritti e gli obblighi dei fondatori della società.

Gli altri tipi di azionisti, i "*comanditati*", sono responsabili dei debiti della società solo per l'importo con cui hanno partecipato al capitale sociale della società. Questo modulo aziendale deve essere incorporato con un capitale sociale minimo di RON 90.000 (o l'equivalente in EUR, che è EUR 19.042). La società può essere amministrata solo dagli azionisti che sono personalmente responsabili degli obblighi della società.

Quali sono i vantaggi di una SRL rumena?

Oltre al basso valore del capitale della società, la SRL rumena offre ulteriori vantaggi ai suoi fondatori. Gli studi legali rumeni possono fornire un'ampia presentazione sulle caratteristiche di una SRL locale, che può essere costituita con proprietà straniera al 100%.

Altre caratteristiche della SRL rumena sono le seguenti:

può beneficiare di una procedura di registrazione rapida (la società può essere costituita in un periodo di tre giorni);

può essere costituita da un unico socio, che può essere straniero;

le azioni della società non possono essere divise, né possono essere vendute al pubblico in generale;

non può essere registrata da un'altra società, se la rumena SRL è costituita da un unico azionista;

l'azienda deve stabilire un indirizzo commerciale ufficiale, dove può ricevere la sua corrispondenza.

Quali sono i principali documenti per avviare una SRL rumena?

La procedura di registrazione per ciascuno dei tipi di società disponibili in Romania è piuttosto simile. Tuttavia, possono apparire differenze nei tipi di documenti che gli investitori devono preparare al momento della registrazione della struttura giuridica scelta. Nel caso di una società a responsabilità limitata rumena, gli investitori devono presentare i seguenti documenti:

lo statuto e il certificato di costituzione, che devono essere depositati presso l'Ufficio Nazionale del Registro delle Imprese;

nel caso in cui la società abbia come soci investitori societari, è necessario depositare gli statuti delle rispettive società;

estratti rilasciati dall'Ufficio del registro delle imprese operante nel paese in cui sono registrati gli azionisti aziendali;

il fascicolo deve contenere anche una lettera di affidabilità creditizia, emessa da un istituto finanziario;

il modulo di domanda standard e le copie dei documenti di identificazione dei rappresentanti dell'azienda.

5.5.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio

Il processo di registrazione per una nuova entità commerciale legale è la funzione principale dell'Ufficio del registro nazionale delle imprese (*Oficiul National al Registrului Comertului* abbreviato *ONRC*), un'autorità nazionale subordinata al Ministero della giustizia.

Il quadro giuridico relativo alla costituzione di nuove società è definito principalmente dalla Legge 31/1990 che delinea i necessari documenti, procedure e requisiti patrimoniali. Un elenco esauriente di documenti e procedure è reso disponibile dall' *ONRC*, sia in rumeno che in inglese.

Qualsiasi nuova società a responsabilità limitata fondata da persone che non sono state associate o azioniste di un'altra società all'interno dello Spazio economico europeo può beneficiare di una deroga su tutte le tasse e tariffe di costituzione richieste dall'*ONRC*, nonché alcuni altri vantaggi delineati nell'ordinanza governativa di emergenza 6/2011 se scelgono di registrarsi come microimpresa SRL-D (*societate cu răspundere limitată debutantă*).

→ [Legge 31/1990](#)

→ [6/2011 GEO](#)

→ [ONRC](#)

Settore economico specifico di start-up

L'attività di qualsiasi azienda deve rientrare in un settore economico registrato e regolamentato, così come classificato dalla nomenclatura (codice) CAEN (Classification of Activities in the National Economy).

Potrebbero essere necessarie procedure di autorizzazione e permessi specifici per una serie di attività economiche specializzate che vanno dalla lavorazione degli alimenti, all'estrazione di risorse naturali alle telecomunicazioni e ai servizi medici.

→ [CAEN](#)

5.5.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità

Contabilità

Le imposte ed i contributi dovuti da società e persone fisiche sono codificati nel *cod fiscal* (codice fiscale), Legge 227/2015, aggiornato e modificato.

Il regime fiscale rumeno prevede per le società quattro imposte primarie che si applicano direttamente alle società, ai loro proprietari o consumatori, nonché due imposte pagate dai dipendenti (e dai lavoratori autonomi).

L'imposta sulle società

L'imposta sulle società (16%) dovuta da tutte le società sul loro reddito imponibile

Imposta sui dividendi

L'imposta sui dividendi (5%) che copre i pagamenti dei dividendi effettuati da società a società collegate o azionisti.

L'imposta sul reddito della microimpresa (1-3%) pagata da tutte le microimprese (società a responsabilità limitata con un reddito lordo inferiore a 1 milione di euro annuo che si registrano come microimpresa) sul reddito lordo al posto dell'imposta sulle società.

L'imposta sul valore aggiunto (19% o ridotta per alcune categorie) a carico di tutti i consumatori finali, con possibilità di esenzione per le nuove imprese se il loro reddito lordo è inferiore a 65.000 Euro.

Inoltre, i dipendenti pagheranno anche due tasse sul loro stipendio:

L'imposta sul reddito (10%) dovuta sul reddito imponibile (differisce dal reddito lordo principalmente perché è calcolata come reddito dopo aver pagato i contributi previdenziali e sanitari obbligatori)

I contributi all'assicurazione sociale (e medica) (25% + 10% + 2,25% - l'ultimo a carico del datore di lavoro)

Alcuni criteri e condizioni si applicano a tutti i regimi fiscali con informazioni specifiche fornite dal Ministero delle finanze.

→ [Ministero delle finanze rumeno](#)

→ [Legge 227/2015](#)

5.5.4. Passaggio 4: scrivi un piano aziendale (business plan)

Vedere i [capitoli 4](#) e [6](#).

5.5.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale

Se desideri avere un conto commerciale con una banca rumena devi andare di persona. Il deposito del capitale sociale su un conto aperto al momento della costituzione può essere effettuato anche in maniera fiduciaria.

5.5.6 Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni

A seconda del settore economico, le aziende potrebbero dover aderire a norme e regolamenti più stringenti o specifici in materia di tutela ambientale, soprattutto nei settori di attività agricola, energetica e industriale. In quanto tale, può essere richiesto uno speciale processo di autorizzazione ambientale con un elenco completo delle attività economiche che richiedono tale autorizzazione messa a disposizione dall'Agenzia nazionale per la protezione dell'ambiente attraverso l'ordinanza ministeriale (*ordin ministerial* abbreviato *OM*) 1798/2007, aggiornata e modificata.

La maggior parte delle leggi rumene sulla protezione ambientale derivano direttamente dalle direttive dell'Unione europea e dalla protezione ambientale e sono applicate dall'Agenzia nazionale per la protezione dell'ambiente che è anche incaricata di pubblicare qualsiasi legislazione relativa all'ambiente.

→ [Agenzia nazionale per la protezione dell'ambiente](#)

→ [1798/2007 OM](#)

→ [Portale dell'ambiente dell'Unione europea](#)

5.5.7. Passaggio 7: privacy/protezione dei dati personali (creazione di un sito Web aziendale)

Protezione dei dati personali

Le normative sulla protezione dei dati in Romania sono delineate dalla Legge 363/2018, che a sua volta è stata sviluppata e adottata al fine di rispettare le normative dell'Unione Europea, in particolare il Regolamento generale sulla protezione dei dati.

Le norme e i regolamenti sulla protezione dei dati sono applicati dall'Autorità di controllo nazionale per il trattamento dei dati personali, che è anche l'organismo autorizzato a indagare sui reclami GDPR.

→ [Autorità nazionale di controllo per il trattamento dei dati personali](#)

→ [Legge 363/2018](#)

→ [Norme sulla protezione dei dati dell'Unione europea](#)

→ [GDPR](#)

5.5.8. Passaggio 8: assicurazione

In Romania tutti i lavoratori autonomi (persone autorizzate) e i dipendenti sono tenuti per legge a partecipare ed essere coperti dai sistemi assicurativi nazionali per la pensione e la salute e, in determinate circostanze, la disoccupazione.

Successivamente, mentre la responsabilità contributiva assicurativa può leggermente variare a seconda dei regimi temporanei per l'avvio di impresa, generalmente la responsabilità è simile sia per una persona autorizzata che per un dipendente; la differenza principale consiste nel fatto che i dipendenti hanno i loro contributi trattenuti alla fonte (dal datore di lavoro) e pagati direttamente, mentre i lavoratori autonomi sono personalmente responsabili della gestione dei pagamenti.

5.5.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane

Oltre alle disposizioni fiscali relative ai dipendenti già specificate, le norme generali che disciplinano il mercato del lavoro sono delineate dal Codice del Lavoro, Legge 53/2003, ripubblicato con aggiornamenti e modifiche.

La legge delinea le tutele normali e ricorrenti dei dipendenti e diritti in linea con le norme europee continentali, come il diritto alla sindacalizzazione, il diritto alla contrattazione collettiva, il diritto alle ferie retribuite ecc. La settimana lavorativa standard è di 40 ore, al massimo 8 ore giornaliere, mentre le ferie minime retribuite (escluse le festività nazionali) ammontano a 20 giorni lavorativi all'anno.

Come per tutte le altre aree, si applicano le Direttive europee e vengono tradotte in legge secondo i requisiti del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea abbreviato TFUE.

→ [Commissione europea per l'occupazione, gli affari sociali. Portale di inclusione](#)

→ [Legge 53/2003](#)

5.5.10 Passaggio 10: brevetti e marchi (*brevete și mărci comerciale*)

L'Ufficio statale per le invenzioni e i marchi (*Oficiul de Stat pentru Inventii si Marci* abbreviato *OSIM*) è l'autorità nazionale rumena incaricata della registrazione e dell'autorizzazione di brevetti, marchi e altri elementi di proprietà intellettuale.

Le leggi primarie che regolano la proprietà intellettuale sono la Legge 129/1992, la Legge 350/2007, la Legge 16/1995, la Legge 84/1998 e la Legge 64/1991, ripubblicate con aggiornamenti e modifiche.

Un elenco completo delle tariffe e delle tasse applicabili per la registrazione del marchio e attività simili è fornito dal *OSIM*.

→ [Ufficio statale per le invenzioni e i marchi](#)

→ [Legge 129/1992](#)

→ [Legge 64/1991](#)

→ [Legge 350/2007](#)

→ [Legge 16/1995](#)

→ [Legge 84/1998](#)

→ [Tariffe](#)

5.6. Turchia passo dopo passo

[5.6.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica](#)

[5.6.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio](#)

[5.6.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità](#)

[5.6.4. Passaggio 4: scrivi un piano aziendale \(business plan\)](#)

[5.6.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale](#)

[5.6.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni](#)

[5.6.7. Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali \(creazione di un sito Web aziendale\)](#)

[5.6.8. Passaggio 8: assicurazione](#)

[5.6.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane](#)

[5.6.10 Passaggio 10: brevetti e marchi](#)

Introduzione Turchia

Nella clausola (l) dell'articolo 5 del Regolamento sull'apertura di un'attività commerciale e licenze di lavoro è prevista una disposizione pubblicata nella Gazzetta Ufficiale del 10.08.2005 e numerata 25902, che include la disposizione "Conformità alle disposizioni della normativa sugli stranieri sull'apertura e l'assunzione di attività da parte di cittadini stranieri ". In conformità con [la legge n. 6735](#), gli stranieri che apriranno un'attività devono ottenere un permesso di lavoro dal Ministero del lavoro, della famiglia e dei servizi sociali prima di iniziare a lavorare.

Se gli stranieri vogliono aprire un'impresa e lavorare con il proprio nome e i propri conti, devono presentare domanda al Ministero del lavoro, della famiglia e dei servizi sociali per ottenere un permesso di lavoro dopo il completamento delle procedure di costituzione di questi luoghi di lavoro davanti alle autorità competenti (come la pubblicazione del luogo di lavoro nel registro delle imprese o l'ufficio del registro delle imprese e l'ottenimento di un codice fiscale/tax number). A seguito della valutazione che deve essere effettuata dal Ministero del lavoro, della famiglia e dei servizi sociali, gli stranieri la cui richiesta è stata approvata e ai quali sono stati concessi permessi di lavoro devono presentare domanda ai comuni interessati con tali permessi e richiedere una licenza commerciale e una licenza di lavoro.

Le procedure e i principi affinché i siriani sotto protezione temporanea possano lavorare in Turchia sono regolati dal "Regolamento sui permessi di lavoro per stranieri sotto protezione temporanea", pubblicato sulla [Gazzetta Ufficiale del 15.01.2015 e numerato 29594](#), è un permesso di lavoro per stranieri somministrato dal Ministero del lavoro, della famiglia e dei servizi sociali per consentire loro di lavorare in Turchia.

Gli stranieri che lavorano in modo indipendente per conto proprio e per conto di altri nell'ambito della protezione temporanea, dopo il completamento delle procedure di costituzione del luogo di lavoro, a condizione che siano in possesso di codici fiscali, scansionando i documenti che mostrano l'attività del luogo di lavoro come il registro delle imprese gazzetta per le aziende, il documento di registrazione camerale rilevante per commercianti, commercianti e artigiani reali, al sistema di automazione durante la domanda, deve ottenere un permesso di lavoro prima di iniziare a lavorare. Lo straniero dovrà avere un permesso di lavoro nel processo di ottenimento di una licenza commerciale e di lavoro da parte delle autorità competenti.

I siriani in Turchia sono quasi 4 milioni

Nonostante il loro successo, i giovani imprenditori migranti (siriani) in tutti i paesi lavorano in un'economia e in un ambiente normativo non familiari, con una base di clienti limitata e un accesso inconsistente agli incentivi e al sostegno alle imprese. In Turchia, i partenariati con le imprese turche possono aiutare ad alleviare alcune di queste sfide. Le imprese siriane apportano competenze uniche, inclusa la familiarità con i consumatori di lingua araba della Turchia e i legami esistenti con le imprese in Siria, nel Medio Oriente e nel Nord Africa. Sfruttare queste competenze può significare nuove opportunità di crescita per le imprese turche. In sostanza, mentre le imprese siriane possono offrire l'accesso a nuovi mercati all'estero, le imprese turche possono aiutare i siriani a entrare nel mercato interno.

Il Ministero turco dell'istruzione nazionale (*Türkiye Milli Eğitim Bakanlığı*) raccomanda quanto segue, per coltivare una maggiore interazione ed eventualmente partnership tra le imprese turche e siriane per vantaggi reciproci:

- Fornire alle aziende siriane le risorse per navigare nel mercato turco e nel contesto normativo.
- Investire in opportunità di formazione e sviluppo delle capacità per le imprese siriane e turche, nonché per le agenzie pubbliche al servizio delle imprese e degli investitori stranieri.
- Offrire opportunità di networking e piattaforme alle imprese siriane per promuovere i loro prodotti e servizi.
- Ridurre le incertezze politiche e gli oneri normativi per incoraggiare gli investimenti siriani a lungo termine in Turchia e facilitare la formalizzazione.
- Aumentare la visibilità e l'accesso equo agli incentivi per le imprese siriane, in particolare per realizzare il loro potenziale di esportazione e lo sviluppo del marchio.
- Raccogliere e fornire accesso a dati dettagliati sulle imprese siriane per ulteriori analisi.

Le camere di commercio e industria in tutte le province possono:

- Preparare guide in lingua araba per aiutare gli imprenditori siriani a navigare nel processo di creazione e gestione di un'impresa in Turchia. [La Camera di Commercio di Gaziantep ha esperienza in questo campo.](#)

- Help desk e/o sportelli dedicati al personale per gli imprenditori siriani interessati a creare un'impresa. Fornire formazione e supporto su leggi e regolamenti turchi, regolamenti bancari e incentivi agli investimenti e all'esportazione disponibili.
- Organizzare riunioni aziendali online. Riunire le imprese siriane e turche sotto la protezione di una camera imparziale.
- Fornire alle imprese siriane una piattaforma e un luogo per presentare le loro attività commerciali alle imprese turche. Tenere questi incontri in inglese può offrire una lingua di lavoro comune ad alcuni potenziali partner.

5.6.1. Passaggio 1: scegli la forma giuridica

Tipi di società sotto Tribunale di tecnologia e costruzione (TCC) e moduli alternativi.

Esistono forme societarie e non societarie per le società ai sensi del TCC, che afferma che le società possono essere costituite secondo i seguenti tipi:

a. Moduli aziendali

Società per azioni (*Anonim Şirket*)

Società a responsabilità limitata (*Limited şirket*)

Società cooperativa (*Kooperatif Topluluğu*)

Sebbene alcune soglie finanziarie (cioè il capitale minimo) e gli organi differiscano tra loro, le procedure da seguire per stabilire una Società per azioni (*Anonim Şirket*) o una Società a responsabilità limitata (*Limited şirket*) sono le stesse.

b. Moduli non aziendali

Società collettiva (*Kolektif toplum*)

Commandite Company

Sebbene le società possano essere stabilite in base a questi cinque diversi tipi, Società per azioni (*Anonim Şirket*) e una Società a responsabilità limitata (*Limited şirket*) sono i tipi più comuni scelti sia nell'economia globale che in Turchia.

5.6.2. Passaggio 2: registra ufficialmente la tua azienda presso la Camera di Commercio

La Turchia ha introdotto riforme al fine di rendere più facile fare affari al fine di migliorare l'ambiente degli investimenti, eliminando la burocrazia nella creazione di un'impresa e riducendo al minimo i costi e le procedure. A tal fine, la creazione di una società viene ora effettuata solo presso gli uffici del registro delle imprese situati nelle Camere di commercio e progettati per essere uno "sportello unico". Il processo viene completato entro lo stesso giorno. Il processo di costituzione di una società per azioni o di una società a responsabilità limitata è abbastanza semplice e lineare, soprattutto una volta completate le formalità di autenticazione notarile e di apostille o di ratifica in relazione ai documenti da presentare con la domanda. Per avviare il processo di costituzione di una società in Turchia, è necessario inserire determinate informazioni attraverso il sistema *MERSIS*. Questo passaggio richiede, tra l'altro, l'ottenimento di un numero di identificazione fiscale per le persone fisiche e / o giuridiche non turche che saranno azionisti e / o amministratori della società. Una volta che i numeri di identificazione fiscale sono stati ottenuti dall'autorità fiscale competente e forniti dal sistema *MERSIS*, verrà generato un numero *MERSIS* per tali cittadini stranieri.

Dopo la presentazione dello statuto tramite *MERSIS*, tale statuto deve essere certificato da un notaio pubblico o dal registro commerciale pertinente in Turchia. Al momento della certificazione dello statuto, e di tutti gli altri documenti costitutivi giustificativi (ad esempio dichiarazioni di firme da parte dei membri del consiglio di amministrazione e di altri firmatari, lettera di blocco di una banca in Turchia che attesti che almeno il 25% del capitale sociale dell'ente è stato depositato e bloccato in un conto bancario, ecc.), come richiesto dal registro delle imprese di riferimento, deve essere fisicamente presentata per la registrazione. Una volta che il registro delle imprese pertinente certifica che tutta la documentazione è completa e idonea, viene fornito un certificato di registrazione che attesta la costituzione della nuova società. Il registro delle imprese fornirà anche i libri legali e finanziari obbligatori della società di nuova costituzione insieme al certificato di registrazione.

Ulteriori letture: <https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/legal-guide-to-investing-in-turkey.pdf>

5.6.3. Passaggio 3: regolamentazione fiscale e contabilità

Sistema fiscale turco

Il sistema turco di tassazione diretta è costituito da due imposte principali; imposta sul reddito e imposta sulle società. Un individuo è soggetto all'imposta sul reddito sui suoi redditi e guadagni, a differenza di una società che è soggetta all'imposta sulle società sul proprio reddito e guadagni. Le regole di tassazione dei redditi e dei redditi individuali sono previste dalla Legge sull'imposta sul reddito 1960 (abbreviazione in inglese ITL). Allo stesso modo, le norme relative alla tassazione delle società sono contenute nella legge sull'imposta sulle società del 1949 (abbreviazione in inglese CTL). Nonostante il fatto che ciascuna sia disciplinata da una legislazione diversa, molte regole e disposizioni della Legge sull'imposta sul reddito si applicano anche alle società, in particolare, in termini di elementi di reddito e determinazione del reddito netto.

Tassa sul reddito:

Reddito imponibile:

L'imposta sul reddito viene riscossa sul reddito delle persone fisiche. Il termine individuo significa che è percepibile dalle persone fisiche. Nell'applicazione dell'imposta sul reddito, le società di persone non sono considerate entità separate e ciascun partner è tassato individualmente sulla propria quota di profitto. Il reddito di una persona può essere costituito da uno o più elementi di reddito elencati di seguito:

- Profitti aziendali,
- Utili agricoli,
- Salari e stipendi,
- Reddito da servizi personali indipendenti
- Redditi da beni immobili e diritti (redditi da locazione)
- Reddito da beni mobili (reddito da investimento di capitale)
- Altri redditi e guadagni senza considerare la fonte di reddito

Responsabilità fiscale:

In generale, il criterio della residenza viene utilizzato per determinare la responsabilità fiscale delle persone fisiche. Questo criterio richiede che un individuo che ha la sua residenza in Turchia sia tenuto a pagare le tasse per il suo reddito totale (responsabilità illimitata). Qualsiasi persona che rimane in Turchia per più di sei mesi in un anno solare è considerata residente in Turchia. Tuttavia, gli stranieri che soggiornano in Turchia per sei mesi o più per un lavoro o affari specifici o per scopi particolari specificati nella legge sull'imposta sul reddito non sono trattati come residenti e pertanto non si applica loro una responsabilità fiscale illimitata.

Oltre al criterio di residenza, entro un ambito limitato, il criterio di nazionalità si applica anche indipendentemente dal loro status di residenza, i cittadini turchi che vivono all'estero e lavorano per il governo o un'istituzione governativa o una società la cui sede è in Turchia, sono considerati contribuenti responsabili illimitati. Di conseguenza, sono soggetti all'imposta sul reddito sul loro reddito totale.

I non residenti sono tenuti a pagare le tasse solo sul reddito derivante dalle fonti in Turchia (responsabilità limitata). Ai fini fiscali, è particolarmente importante determinare in quali circostanze si ritiene che il reddito sia derivato in Turchia. Le disposizioni dell'articolo 7 della legge sull'imposta sul reddito trattano questo problema. Nelle seguenti circostanze, si presume che il reddito derivi in Turchia.

Utile aziendale: una persona deve avere una stabile organizzazione o un rappresentante permanente in Turchia e il reddito deve derivare dall'attività svolta in questa stabile organizzazione o tramite tali rappresentanti.

Reddito agricolo: le attività agricole che generano reddito devono svolgersi in Turchia.

Stipendi e salari:

- I servizi devono essere resi o contabilizzati in Turchia.
- Compensi, assegnazioni, dividendi e simili pagati ai presidenti, amministratori, sindaci e liquidatori dello stabilimento situato in Turchia devono essere contabilizzati in Turchia.

Reddito da servizi personali indipendenti: i servizi personali indipendenti devono essere eseguiti o contabilizzati in Turchia.

Reddito da proprietà immobiliare:

- L'immobile deve essere in Turchia;
- I diritti considerati immobili devono essere utilizzati o contabilizzati in Turchia.

Reddito da investimento di capitale mobile: l'investimento del capitale deve essere in Turchia.

Altri redditi e guadagni: le attività o le transazioni che generano altri redditi, specificate nella legge sull'imposta sul reddito, devono essere eseguite o contabilizzate in Turchia. Il termine contabilizzato usato sopra per chiarire la responsabilità fiscale dei non residenti, significa che un pagamento deve essere effettuato in Turchia, o se il pagamento viene effettuato all'estero, deve essere registrato nei libri contabili in Turchia.

Determinazione del reddito netto:

Profitto aziendale:

Il profitto aziendale è definito come il profitto derivante da attività commerciali o industriali. Sebbene questa definizione sia molto esauriente e includa tutti i tipi di attività commerciali e industriali, la Legge sull'imposta sul reddito esclude alcune attività dal contenuto dei profitti aziendali. Generalmente le attività svolte da commercianti e artigiani che non hanno stabile organizzazione non sono assunte come attività commerciali e industriali e sono esenti da imposta sul reddito.

Inoltre, al fine di tassare i redditi derivanti da attività commerciali e industriali, deve esserci continuità nello svolgimento di tali attività. In altre parole, le attività accessorie di tale natura non sono trattate come attività commerciali o industriali e, pertanto, la Legge sull'imposta sul reddito tratta queste attività come gli altri redditi e guadagni.

La legge sull'imposta sul reddito non elenca ogni attività commerciale e industriale e si riferisce solo alla legge commerciale turca per l'ambito di questi termini. Tuttavia, diverse attività sono elencate in particolare per chiarimenti nell'articolo 37, come potrai trovare di seguito:

- Operazioni minerarie, cave di pietra e cave a tempo limitato, operazioni di estrazione di sabbia e ciottoli di forni di mattoni e piastrelle;
- Intermediazione in azioni;
- Gestione di scuole private, ospedali e luoghi simili;
- Regolari operazioni di compravendita e costruzione di immobili;
- Acquisto e vendita di titoli per conto di qualcuno e su base continuativa;
- Vendita in tutto o in parte di terreni ottenuti mediante acquisto o permuta e suddivisi entro cinque anni dalla data di acquisto e venduti in tale periodo o negli anni successivi;
- Guadagni da protesi dentale.

Fondamentalmente, il reddito imponibile di un'impresa commerciale è la differenza tra il suo patrimonio netto all'inizio e alla fine di un anno solare.

Per calcolare i profitti aziendali vengono utilizzati due metodi: base forfettaria e base effettiva nel primo metodo, la legge sull'imposta sul reddito specifica i profitti aziendali stimati per i contribuenti che sono qualificati per tale trattamento secondo le disposizioni pertinenti della legge. Il presupposto principale è che quei contribuenti specificati dalla Legge hanno difficoltà a tenere i libri contabili e a determinare quindi il reddito su base effettiva. Pertanto, le loro imposte sul reddito sono calcolate sui profitti stimati determinati dalla Legge.

In quest'ultimo metodo i profitti aziendali sono determinati sulla base effettiva: i contribuenti sono tenuti a tenere i libri contabili per registrare le entrate e le spese effettive che si verificano durante l'anno solare. In generale, le spese relative all'attività pagate o maturate relative all'attività vengono detratte dai ricavi:

Spese da detrarre:

Al fine di determinare l'importo netto dei profitti aziendali su base effettiva, le seguenti spese possono essere detratte dai ricavi:

- spese generali sostenute per conseguire e mantenere il profitto aziendale;
- le spese di vitto e alloggio previste per i dipendenti presso la sede di attività o nei suoi annessi;
- spese per cure mediche e medicinali;
- premi assicurativi e pensionistici;
- spese di abbigliamento pagate per i dipendenti;
- perdite, danni e indennità pagati sulla base di accordi scritti, decreti giuridici o per ordinanza di legge;
- spese di viaggio e alloggio rilevanti per l'attività;
- spese per veicoli che fanno parte dell'impresa e utilizzati nell'attività;
- imposte in natura quali edilizia, consumi, bollo e tasse e oneri comunali, relativi all'attività;
- ammortamenti accantonati secondo quanto previsto dalla Legge Procedura Tributaria;
- pagamenti ai sindacati;

Pagamenti, che non sono accettati come spese:

I pagamenti elencati di seguito non sono considerati spese da poter detrarre:

- fondi prelevati dall'impresa dal titolare o dal coniuge o dai figli, o altri beni in natura da essi prelevati;
- stipendi mensili, salari, premi, provvigioni e compensi corrisposti al titolare dell'impresa, al coniuge o ai figli minorenni;
- interessi sul capitale investito dal titolare dell'impresa;
- interessi basati sul conto corrente del titolare dell'impresa, del coniuge, dei figli minorenni compresi gli interessi su ogni forma di credito;
- tutte le multe e sanzioni fiscali nonché gli indennizzi derivanti da azioni illecite. Non sono considerate indennità di natura punitiva le indennità sostenute come clausole penali dei contratti;
- 0% delle spese pubblicitarie per tutti i tipi di alcol e bevande alcoliche, tabacco e prodotti del tabacco (l'aliquota attuale è stata ridotta allo 0% da un decreto governativo).

5.6.4. Passaggio 4: scrivi un piano aziendale (business plan)

Vedere i [capitoli 4](#) e [6](#).

5.6.5. Passaggio 5: apertura di un conto bancario aziendale

La società deve ottenere i potenziali numeri di identificazione fiscale per gli azionisti non turchi e per i membri del consiglio non turchi della società dall'ufficio delle imposte competente. Questo potenziale numero di identificazione fiscale è necessario per aprire un conto bancario al fine di depositare il capitale della società da creare.

I documenti richiesti dall'ufficio delle imposte sono i seguenti:

Petizione che richiede la registrazione

Statuto (copia originale)

Copia del contratto di locazione indicante la sede legale dell'azienda

Se il processo sarà seguito da delega, deve essere rilasciata una procura che dimostri specificamente l'autorità di agire per conto della società davanti all'autorità fiscale al fine di ottenere un numero di identificazione fiscale o un potenziale numero di identificazione fiscale.

Conto in banca

Negli ultimi anni la Repubblica Turca ha alleggerito i processi necessari per l'apertura di un conto bancario in Turchia per i cittadini stranieri, attraverso alcune normative al fine di aumentare gli investimenti e renderli per loro più convenienti. Questi regolamenti consentiranno a uno straniero che è venuto in Turchia per lavoro, di inviare facilmente denaro alla sua famiglia all'estero, consentiranno che la sua vita quotidiana diventi più facile potendo trarre vantaggio dai processi bancari e consentiranno che gli investimenti e le attività finanziarie aziendali degli stranieri saranno realizzate molto più velocemente e con molti più vantaggi. Tuttavia le procedure di apertura di un conto bancario per gli stranieri variano da banca a banca. Anche se in alcune banche non ci vuole molto, in altre può essere l'opposto. Alcune delle principali banche turche sono *İş Bankası (İsbank), Yapı Kredi Bankası, TEB, QNB Finansbank, Halkbank, Vakıfbank, ING Bank, Akbank, Ziraat Bankası e Garanti Bankası.*

Qual è la procedura?

Esistono due tipi di procedure per l'apertura di un conto bancario per cittadini stranieri in Turchia; la prima è la procedura per aprire un conto bancario per le persone e la seconda è per i conti intestati ad una società.

Di seguito sono elencate le procedure e i principi legali per consentire a un cittadino straniero di aprire un conto bancario in Turchia:

Prima di tutto, la persona che desidera aprire un conto bancario deve indicare un indirizzo di corrispondenza.

I cittadini stranieri devono possedere un codice fiscale per poter aprire un conto bancario in Turchia. Il cittadino straniero può ottenere un potenziale codice fiscale presso un ufficio delle imposte statale con tempistiche diverse che dipendono dalla disponibilità dell'ufficio.

Con il codice fiscale ricevuto dall'ufficio delle imposte, lo straniero potrà aprire un conto corrente e conseguire processi bancari.

Alcune banche potrebbero richiedere un numero di cellulare ai propri clienti. Il cittadino straniero deve quindi procurarsi un numero di telefono con un operatore telefonico turco.

Di seguito sono elencate le procedure e i principi legali per consentire a una società straniera di aprire un conto bancario aziendale in Turchia:

Contrariamente ai conti bancari personali, i conti aziendali possono essere aperti solo dal direttore o amministratore che possiede un'autorità di firma.

È necessario ottenere un numero di codice fiscale presso l'ufficio delle imposte della società. La società per la quale deve essere aperto un conto bancario, non ha bisogno di essere situata in Turchia o avere attività finanziarie in Turchia. È sufficiente avere un indirizzo di corrispondenza.

Per aprire un conto, il dirigente della società competente si rivolge alla banca presentando il codice fiscale e tutti i documenti della società tradotti e approvati dal notaio o consolato. Questi documenti aziendali sono il principale contratto aziendale, i registri delle camere di commercio, il registro di commercio, i documenti di stabilimento e di attività e, se disponibili, le licenze.

İşbank: Aprire un conto bancario su İşbank è semplice e veloce. È necessario raccogliere i documenti seguenti e rivolgersi alla filiale İşbank più vicina.

Un passaporto valido non più vecchio di 10 anni o un permesso di soggiorno valido (se entrambi non sono disponibili, sarà accettato un documento ufficiale approvato dal Ministero delle finanze turco che convalida il documento di identità nazionale)

Il numero di identificazione o il tuo codice fiscale del tuo stato

Dimostrazione e/o attestato (copia della bolletta dell'elettricità, dell'acqua, del gas naturale o del telefono intestata al tuo nome e degli ultimi tre mesi) del tuo indirizzo di residenza valido in Turchia o dell'indirizzo stampato sul tuo passaporto

Garantibank: visita la filiale per ottenere una password di Mobile/Online Banking per poter aprire un conto.

Akbank: visita la filiale per aprire un conto bancario o ottenere una password per il banking online o chiama il servizio di expat banking di Akbank.

Ziraat Bankası: Per aprire un conto corrente in valuta estera o un conto corrente in lire turche puoi fare domanda presso le filiali o la filiale Internet.

5.6.6. Passaggio 6: leggi e norme sulla protezione ambientale e richiesta di autorizzazioni

La Legge Ambientale e il suo diritto derivato regolano la protezione dell'ambiente e sanzionano ogni azione che violi le norme della legislazione e può causare inquinamento all'ambiente. Il Ministero dell'Ambiente e dell'Urbanizzazione funge da autorità di regolamentazione attraverso le sue direzioni provinciali. A seconda della natura e del tipo di attività, gli investitori potrebbero essere obbligati a ottenere relazioni di valutazione dell'impatto ambientale e licenze ambientali. Il mancato rispetto della legislazione ambientale turca può comportare l'imposizione di ines (International Nuclear and radiological Event Scale) amministrative e responsabilità civile e penale

Permessi e valutazioni ambientali

Ai sensi della Legge Ambientale, le autorizzazioni e le valutazioni ambientali sono disciplinate dal Regolamento sui permessi e licenze ambientali e dal Regolamento sulla valutazione dell'impatto ambientale. Queste normative introducono un ampio sistema di licenze e permessi da ottenere ai sensi della legislazione ambientale. 7.1.2 "Valutazione dell'impatto ambientale". A seconda del profilo di rischio che l'attività di un'entità possiede nei confronti dell'ambiente, a tale entità può essere richiesto di ottenere un rapporto di valutazione dell'impatto ambientale. Per gli investimenti industriali su larga scala, è quasi sempre obbligatorio ottenere un rapporto che analizzi se l'investimento avrebbe effetti negativi significativi sull'ambiente. La relazione in sé non è sufficiente per ottenere il nulla osta del Ministero dell'Ambiente e dell'Urbanizzazione per la realizzazione del progetto. La legislazione applicabile richiede anche riunioni di consultazione pubblica e revisione da parte di uno speciale

comitato indipendente prima che il Ministero dell'Ambiente e dell'Urbanizzazione possa emettere una decisione di "Valutazione dell'impatto ambientale affermativa" o "Valutazione dell'impatto ambientale negativa".

Nel primo caso, l'investitore può procedere con l'investimento, previo ottenimento di altre autorizzazioni necessarie (se presenti), mentre il secondo limita qualsiasi attività futura in relazione all'investimento. Inoltre, per le attività soggette a valutazione di impatto ambientale senza ottenere la Decisione Affermativa della Valutazione dell'impatto ambientale, non è possibile condurre altre procedure pubbliche quali gare, incentivi e approvazioni di piani. La valutazione dell'impatto ambientale è come un prerequisito per tutte le altre procedure.

Autorizzazioni ambientali

Gli investitori sono obbligati a ottenere un "permesso ambientale" o un "permesso e licenza ambientale" a seconda dell'impatto delle loro attività sull'ambiente. Il Ministero dell'Ambiente e dell'Urbanizzazione rilascia un "permesso ambientale" in relazione alle emissioni atmosferiche, al rumore ambientale, allo scarico in acque profonde o allo scarico di rifiuti pericolosi da una struttura. Gli investitori devono ottenere un "permesso e licenza ambientale" in relazione alla sufficienza tecnica della struttura in questione. Ogni permesso e licenza rilasciati ai sensi della Legge Ambientale sono validi per 5 anni dalla data di rilascio e sono rinnovabili per successivi periodi di 5 anni. Come regola generale, le entità attive nei settori e nelle industrie di energia, estrazione mineraria, costruzione e materiali da costruzione, metalli, prodotti chimici, rivestimenti superficiali, prodotti forestali, alimenti, agricoltura e allevamento e gestione dei rifiuti devono ottenere un "permesso ambientale" o un "Permesso e licenza ambientale", a seconda della loro capacità di produzione e dei loro requisiti di scarico. Anche se un'entità non è soggetta a licenza ai sensi della legislazione ambientale, deve comunque rispettarla mentre svolge le attività.

Altri obblighi ambientali

Sebbene la maggior parte degli obblighi ambientali siano coperti da I) diritto ambientale, II) regolamento su autorizzazioni e licenze ambientali e III) regolamento sulla valutazione dell'impatto ambientale, altri obblighi ambientali (in particolare specifici del settore) sono inclusi in altri regolamenti. Le entità dovrebbero inoltre rispettare altri obblighi ambientali rispetto all'area di attività, specificati nel regolamento sul controllo dell'inquinamento atmosferico industriale, nel regolamento sulla valutazione e la gestione del rumore ambientale, nel regolamento sulla protezione delle zone umide, nel regolamento sulla gestione dei rifiuti, nel regolamento sul controllo dei rifiuti petroliferi, negli imballaggi, Regolamento sul controllo dei rifiuti, regolamento sulla mitigazione degli impatti e sulla prevenzione degli incidenti industriali gravi, regolamento sulla sicurezza dalle radiazioni.

Sanzioni

La Legge Ambientale introduce un rigido regime di responsabilità senza colpa per il mancato rispetto della legge e per l'inquinamento dell'ambiente. Gli inquinatori sono responsabili della perdita subita a causa delle loro azioni, indipendentemente dal grado di colpa. In caso di violazione, all'azienda imputata può essere concesso un termine ragionevole (non superiore a 1 anno) per porre rimedio alla violazione, in mancanza del quale potrebbe essere sanzionata. Sebbene la maggior parte delle sanzioni esista sotto forma di ines (International Nuclear and radiological Event Scale) amministrativa, la violazione della legge ambientale e del suo diritto derivato può anche portare a responsabilità penale per l'inquinante. Per il 2019, le ines (International Nuclear and radiological Event Scale) amministrative dovute al mancato rispetto della legge ambientale e del suo diritto derivato possono arrivare fino a TRY 6.017.320 a seconda della gravità della violazione. Ogni anno la quota amministrativa applicabile è aumentata secondo un tasso annunciato dal Presidente.

5.6.7. Passaggio 7: privacy / protezione dei dati personali (creazione di un sito Web aziendale)

Il regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) è entrato in vigore a maggio, come ogni altra azienda in Europa. La Turchia ha una legislazione simile, sebbene esistano alcune differenze. Le aziende che fanno affari in Turchia devono sapere come funzionano nella pratica queste leggi.

Entrata in vigore nel 2016, [la legge turca sulla protezione dei dati \(DPL\)](#) è accompagnata da altri regolamenti e comunicati, mentre le bozze di versione del diritto derivato sono state pubblicate dall'autorità di controllo turca, il comitato per la protezione dei dati personali (DPB). In base a queste modifiche, i responsabili del trattamento dei dati devono rispettare molteplici obblighi quando si tratta di dati personali, mentre la legislazione riguarda anche ogni dipendente, rendendo importante per le aziende che operano in Turchia comprendere le conseguenze del mancato rispetto della conformità.

Nell'esaminare le differenze tra *DPL* e *GDPR*, il punto chiave è il modo in cui influenzano le aziende che operano in Turchia. Derivato dalla Direttiva UE 95/46 / CE, *DPL* presenta varie aggiunte e revisioni. Sebbene contenga quasi tutti gli stessi principi di pratica corretta delle informazioni, *DPL* non consente un'interpretazione "scopo/fine compatibile" mentre qualsiasi ulteriore elaborazione è severamente vietata. Se i dati sono compilati per uno scopo per cui l'interessato ha dato il consenso, il titolare può utilizzarli per un altro scopo, a condizione che venga prestato un ulteriore consenso specifico, o se è necessario un ulteriore trattamento per quelli che sono considerati interessi legittimi.

I motivi del trattamento ai sensi del *DPL* sono paragonabili a quelli che si applicano al *GDPR*, salvo che venga richiesto il consenso esplicito quando vengono elaborati dati personali sensibili e non sensibili, un procedimento molto più lungo. A prima vista, un obbligo così gravoso dovrebbe garantire a *DPL* un livello di protezione dei dati più elevato rispetto al *GDPR*. Tuttavia, la definizione di consenso esplicito di *DPL* deve essere contrapposta al consenso regolare del *GDPR*. Entrambi richiedono un "consenso liberamente fornito, specifico e informato", ma il *GDPR* prevede anche che ci debba essere "un'indicazione inequivocabile dei desideri dell'interessato con la quale lui o lei, mediante una dichiarazione o una chiara azione affermativa, significa consenso al trattamento dei dati personali che lo riguardano. "

Secondo *DPL*, il trasferimento transfrontaliero (che supera i confini tra due o più stati) di dati personali a un paese terzo è altrettanto problematico: il paese di destinazione deve avere una protezione sufficiente, secondo i criteri decisi dal *DPB*. In alternativa, le parti devono impegnarsi a fornire una protezione sufficiente che soddisfi l'approvazione *DPB*. Ma *DPL* include anche quanto segue: "Nei casi in cui gli interessi della Turchia o della persona interessata saranno seriamente danneggiati, i dati personali saranno trasferiti all'estero solo previa approvazione del Consiglio, ottenendo il parere delle istituzioni e organizzazioni pubbliche pertinenti". Ciò obbliga i responsabili del trattamento dei dati a valutare se un trasferimento possa causare un danno grave e, in caso affermativo, devono ottenere l'approvazione del *DPB*. Tuttavia, non è chiaro come debbano essere determinati tali interessi. Il *GDPR* richiede ai titolari del trattamento di mantenere registri interni, sebbene non vi sia alcun requisito generale per la registrazione presso le autorità di protezione dei dati, mentre *DPL* fornisce una soluzione ibrida (un punto in comune), che combina i requisiti di registrazione e conservazione dei dati: un meccanismo di registrazione che impone ai titolari del trattamento di registrarsi presso un registro. Il progetto di regolamento *DPB* richiede loro di consegnare il proprio Inventario per il trattamento dei dati personali e la Politica di conservazione e distruzione dei dati personali al *DPB* prima di completare la registrazione. Per qualsiasi azienda soggetta a *DPL* e *GDPR*, il modo migliore per evitare che gli sforzi si moltiplichino è bene formulare un modello di conformità flessibile che soddisfi le richieste delle autorità di regolamentazione in più giurisdizioni.

Ulteriori informazioni: <https://www.kvkk.gov.tr/Icerik/5389/Data-Protection-in-Turkey>

5.6.8. Passaggio 8: assicurazione

Il sistema di sicurezza sociale in Turchia è prevalentemente simile al modello di Bismarck, uno dei quattro sistemi assicurativi di base che sono il modello continentale (Bismarck), il modello liberalistico (Beveridge), il modello nordeuropeo e il modello mediterraneo. Il modello Bismarck si riferisce a un sistema in cui i premi pagati sulla retribuzione dei dipendenti in base al loro stato assicurativo sono raccolti in un pool congiunto e le prestazioni sono fornite sulla base dei premi pagati solo quando si ha diritto alla pensione di vecchiaia. L'importo delle prestazioni da concedere agli assicurati in caso di pensionamento, infortunio e malattia varia in base al reddito che avevano precedentemente. Gli attori principali di questo sistema sono i dipendenti, i datori di lavoro e i rappresentanti del settore pubblico. Questo sistema ha più misure e normative nel mercato del lavoro rispetto al sistema liberalistico, il che ostacola la flessibilità del mercato del lavoro. Di comune accordo, sono emerse regole rigorose e meccanismi di contrattazione collettiva.

Il sistema di sicurezza sociale turco ha anche alcuni elementi del modello mediterraneo e del modello di Bismarck. Il Modello Mediterraneo è derivato dal Modello Continentale e ha una somiglianza con il primo modello citato (Bismarck), nel senso che i premi di assicurazione sociale pagati forniscono una base per le future prestazioni di sicurezza sociale. Un altro aspetto del modello mediterraneo simile al modello turco è l'ampiezza dell'economia informale. Per questo motivo, il sistema non copre molte persone; tuttavia si cerca di eliminare i rischi sociali attraverso i legami familiari. Questo modello ha messo in risalto i concetti di società familiare e agricola tradizionale; così le persone sono sostenute dalle loro famiglie senza considerare se lo stato fornisce benefici o meno in caso di perdita di reddito o rischi sociali.

Con questa riforma sono state apportate una serie di modifiche strutturali al sistema di sicurezza sociale turco. Si è realizzata una transizione dal sistema che attribuisce diversi diritti a diversi gruppi professionali al sistema che garantisce l'unione di standard e norme in materia di previdenza. Con l'obiettivo di garantire la sostenibilità del sistema, questi cambiamenti strutturali non hanno portato a deviazioni dal Modello Mediterraneo-Modello Continentale.

Riforma della previdenza sociale

Dagli anni '90, una serie di problemi finanziari sono stati riscontrati nel sistema di sicurezza sociale turco a causa di vari motivi come l'attuazione del prepensionamento, alti tassi di occupazione non registrata, sostituzione del reddito, bassi tassi di raccolta dei premi e guadagni soggetti a contribuzione. Questo sistema non include l'intera popolazione e non dispone di adeguate garanzie contro la povertà. La fornitura di servizi da parte di diversi istituti di previdenza sociale in modo non sistematico ostacola l'unità delle norme in materia di diritti e obblighi dei dipendenti. È diventato obbligatorio fare riforme nel sistema di sicurezza sociale a causa di tutti questi problemi e della tendenza all'invecchiamento della popolazione, che è uno dei principali fattori che influenzano la sostenibilità finanziaria del sistema.

Ai fini della ristrutturazione del sistema di sicurezza sociale, una riforma è stata realizzata nel 2008 quando è entrata in vigore la legge n. 5510 per cercare soluzioni ai problemi importanti come l'esistenza di un crescente deficit del sistema e le diverse implementazioni che le istituzioni avevano nella fornitura di servizi sanitari e assicurativi.

L'obiettivo principale della riforma della sicurezza sociale è creare un sistema di sicurezza sociale equo, facilmente accessibile e finanziariamente sostenibile che offra una protezione più efficace dalla povertà.

La riforma della sicurezza sociale è costituita da 4 componenti complementari:

L'assicurazione sanitaria universale fornisce servizi sanitari equi, protettivi e di qualità per l'intera popolazione,

Un sistema di aiuti che consente a tutti i bisognosi di accedere ai servizi con la combinazione di pagamenti non contributivi e prestazioni sociali fornite in modo disorganizzato,

Un unico regime pensionistico comprendente rami assicurativi a breve e lungo termine oltre all'assicurazione sanitaria,

Una nuova struttura istituzionale che faciliti la vita quotidiana dei nostri cittadini attraverso servizi moderni ed efficienti.

La riforma della previdenza sociale include in particolare le norme riguardanti il potenziamento del sistema pensionistico e delle spese. Da questo punto di vista, sono state apportate una serie di modifiche su tasso di sostituzione della pensione, coefficiente di aggiornamento, numero di giorni di premio pagati e parametri di età ed è stato previsto un periodo di transizione. Poiché le regole precedenti continuano ad essere efficaci fino al completamento del periodo di transizione, l'effetto di questi cambiamenti parametrici sul deficit di sicurezza sociale non può essere visto esattamente a breve termine, essendo il termine il 2040.

Le riforme sinora realizzate mirano ad aumentare i servizi per gli assicurati nonché ad eliminare i vizi del sistema previdenziale. In questo contesto, sono state adottate varie normative in materia di salute e pensione in modo che gli assicurati possano ricevere i servizi nel più breve tempo possibile. Sono state messe in pratica una serie di implementazioni per facilitare l'accesso dei titolari di assicurazioni ai servizi ospedalieri e la relativa procedura che richiede una lunga attesa è iniziata su Internet.

L'obiettivo principale in un sistema orientato alle persone è fornire servizi a livello locale. Per questo motivo in molti distretti è stato abbandonato il sistema di erogazione dei servizi dal centro e sono stati costruiti Centri di Previdenza Sociale al fine di consentire agli assicurati a livello locale di ricevere agevolmente i servizi.

Finanziamento della previdenza sociale

La sicurezza sociale è generalmente finanziata attraverso premi o contributi raccolti da lavoratori, datori di lavoro e stato in tutto il mondo.

Ci sono due strade da seguire nel finanziamento del sistema di sicurezza sociale:

Metodo di capitalizzazione o risparmio (gestione del fondo)

Metodo di pagamento in base al consumo (allocazione)

Il metodo pay-as-you-go viene utilizzato per finanziare il sistema di sicurezza sociale in Turchia. Secondo il sistema di sicurezza sociale turco, i premi vengono raccolti per l'assicurazione a lungo e breve termine; assicurazione contro la disoccupazione e assicurazione sanitaria universale. Al fine di ridurre gli effetti del pensionamento anticipato sull'economia nazionale, il premio di sicurezza sociale viene raccolto dai pensionati che continuano a lavorare dopo il pensionamento.

La tabella seguente indica i rami assicurativi e il tasso dei premi pagati sotto questi rami:

Gli individui devono pagare i premi

Le persone che pagano i premi variano in base allo status dei titolari di assicurazione:

I premi dell'assicurazione a lungo e breve termine, dell'assicurazione sanitaria universale e dell'assicurazione contro la disoccupazione delle persone che lavorano con contratto di servizio (lavoratori) devono essere versati all'Istituto di previdenza sociale dai loro datori di lavoro deducendo l'importo pari al tasso di premio raccolto sul totale dei guadagni dal salario dei lavoratori e aggiungendo l'importo del premio che deve essere pagato dai datori di lavoro.

I premi dell'assicurazione a lungo e breve termine e dell'assicurazione sanitaria universale delle persone che lavorano su nomi e conti propri (datori di lavoro) devono essere pagati da soli all'istituto di previdenza sociale.

I premi dell'assicurazione a lungo termine e dell'assicurazione sanitaria universale dei dipendenti pubblici devono essere pagati all'Istituto di previdenza sociale dall'istituzione pubblica in cui lavorano deducendo l'importo pari al tasso di premio raccolto sul reddito totale dallo stipendio del dipendente pubblico e aggiungendo l'importo di premio a carico dell'ente.

I premi dell'assicurazione a lungo termine e dell'assicurazione sanitaria universale dei titolari di assicurazioni facoltative devono essere pagati all'istituto di previdenza sociale.

5.6.9. Passaggio 9: gestione delle risorse umane

Secondo la legge turca, la legislazione sul lavoro è applicabile a quasi tutti i dipendenti, indipendentemente "dall'importanza" del datore di lavoro per cui lavorano. La parte più significativa della legislazione sul lavoro in Turchia è la legge che per l'appunto lo regola. Altri atti legislativi significativi in materia di occupazione sono i seguenti: I) le disposizioni dell'articolo 14 della legge n. 1475 che regolano il pagamento di fine rapporto, II) la legge sulla salute e sicurezza sul lavoro, e III) sindacati e collettivi Accordi di contrattazione. Inoltre, il Codice delle obbligazioni turco include un capitolo sui contratti di lavoro, che sarà applicabile nei casi in cui la legislazione sopra citata non affronta l'argomento in questione.

Contratto di lavoro

I contratti di lavoro sono trattati in modo diverso rispetto ad altri accordi privati ai sensi della legge turca. L'obiettivo principale dei contratti di lavoro è proteggere il dipendente e mantenere un equilibrio sociale tra il dipendente e il datore di lavoro. Al fine di garantire il raggiungimento di questi obiettivi, i diritti e i benefici legali concessi ai dipendenti, ai sensi del diritto del lavoro sono obbligatori e non possono essere esclusi o modificati contrattualmente a danno del dipendente. Tuttavia, sono consentiti accordi contrattuali che migliorano i diritti legali e i benefici concessi ai dipendenti ai sensi del diritto del lavoro. È obbligatorio stipulare un contratto scritto qualora la durata del rapporto di lavoro sia di uno o più anni. Salvo il caso in cui un contratto non sia stato eseguito, il datore di lavoro deve, entro due mesi dall'inizio del rapporto di lavoro, fornire un documento scritto contenente termini generali e speciali relativi a condizioni di lavoro, orario di lavoro giornaliero o settimanale, retribuzione e stipendi supplementari, termini di pagamento, e disposizioni che sia il datore di lavoro che il dipendente sono tenuti a rispettare alla risoluzione del contratto. In caso contrario, al datore di lavoro potrebbe essere applicata una sanzione pecuniaria per ogni dipendente che lavora senza un accordo scritto. Se i contratti di lavoro non sono in forma scritta, sono comunque validi; tuttavia, il

dipendente può richiedere in qualsiasi momento al datore di lavoro un documento che rechi la sua firma e che indichi le condizioni generali e, se del caso, speciali

Contratti di lavoro a tempo determinato o indeterminato

Secondo la legge turca, i contratti di lavoro possono essere stipulati a tempo determinato o indeterminato. Un contratto di lavoro tra un datore di lavoro e un dipendente sarà considerato a tempo determinato se è concluso per iscritto e sussiste una delle seguenti condizioni: I) se è incluso un tempo di lavoro stabilito, II) se il suo termine dipende da una condizione oggettiva come il completamento di un determinato compito, o III) se il suo termine è soggetto al completamento di un certo fine/scopo. Un contratto di lavoro a tempo determinato non può essere rinnovato più di una volta, salvo che vi sia un motivo materiale che giustifichi il rinnovo. Se un contratto di lavoro non soddisfa le condizioni di cui sopra, sarà considerato un contratto di lavoro a tempo indeterminato.

4.2.2 Contratti di lavoro a tempo pieno o Part-time; I contratti di lavoro possono stabilire se un dipendente lavora a part-time o a tempo pieno. Se l'orario di lavoro settimanale del dipendente è notevolmente inferiore a quello di un dipendente a tempo pieno, il contratto di lavoro è considerato un contratto di lavoro part-time. Il lavoro part-time può essere a tempo indeterminato o a tempo determinato se sono soddisfatte le condizioni di lavoro a tempo determinato di cui alla sezione precedente.

Per maggiori informazioni:

<https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/legal-guide-to-investing-in-turkey.pdf>

5.6.10 Passaggio 10: brevetti e marchi

L'Istituto turco dei brevetti fornisce una protezione efficace e un uso diffuso dei diritti di proprietà industriale garantendo che l'industria e la tecnologia turche svolgano un ruolo in primo piano nella concorrenza globale. Si sforza di essere un'istituzione leader nel mondo della proprietà industriale.

Missione

- * Fornire una protezione efficace di brevetti, marchi, design industriali e altri diritti di proprietà industriale.
- * Contribuire allo sviluppo dell'economia e della tecnologia turche incoraggiando la creatività e l'innovazione.
- * Diffondere la consapevolezza e la conoscenza dei diritti di proprietà industriale in tutto il Paese e collaborare con i settori correlati.
- * Fornire un servizio orientato al cliente, tempestivo e di alta qualità per costituire un efficace sistema di proprietà industriale rafforzando le infrastrutture legali, tecniche e umane.
- * Rappresentare la Turchia sulle piattaforme internazionali e rafforzare la cooperazione per la protezione degli interessi e lo sviluppo dell'economia turca.

Normalmente, le domande di brevetto nazionale dovrebbero essere depositate in turco e con una loro traduzione (inglese, tedesco o francese) a seconda dell'autorità di ricerca deve essere fornita al momento della richiesta della ricerca. Tuttavia, una domanda di brevetto nazionale può essere

presentata anche in inglese, tedesco o francese, a condizione che venga pagata una tariffa aggiuntiva per la fornitura della traduzione in turco entro un mese.

Requisiti di una domanda di brevetto nazionale in Turchia

I candidati devono fornire i seguenti articoli al fine di soddisfare i requisiti di base prescritti dalla legge:

- Petizione di deposito di richiesta di concessione di una domanda nazionale,
- una descrizione dell'invenzione,
- uno o più crediti,
- eventuali disegni a cui si fa riferimento nella descrizione o nelle rivendicazioni,
- un abstract (sommario, riassunto),
- pagamento delle tasse ufficiali.

Fase di esame

Tasse ufficiali: Tasse ufficiali dell'autorità d'esame competente.

Se il richiedente seleziona un'autorità di esame che ha agito per la stessa domanda anche come autorità di ricerca, si applicano sconti speciali. Tuttavia, non è necessario che le autorità di ricerca e di esame siano necessariamente le stesse.

Il Turkish Patent Institute (TPI) applica "cicli di esame" se il primo rapporto di esame contiene un parere negativo. Il candidato è quindi invitato a rispondere alla prima relazione d'esame e a pagare nuovamente la tassa d'esame (secondo ciclo). Se la seconda relazione d'esame contiene ancora un giudizio negativo sulla brevettabilità, viene data una terza possibilità, che in realtà è l'ultima, per superare le obiezioni nella relazione negativa dove il richiedente deve pagare nuovamente la tassa d'esame (terzo ciclo). Se il terzo rapporto di esame non consente alcuna pretesa nel fascicolo di reclami, la domanda viene eventualmente rifiutata. Se i rapporti di esame fanno riferimento ad almeno una rivendicazione come brevettabile, la domanda può procedere alla concessione in base alle rivendicazioni consentite.

Una volta che la domanda è ritenuta ammissibile dal *TPI (Turkish Patent Institute)*, il richiedente è invitato a pagare la quota di sovvenzione di cui sopra al fine di procedere alla concessione e alla pubblicazione della stessa nel bollettino ufficiale. Le domande di brevetto turche sono soggette a tasse di rinnovo a partire dal secondo e ogni anno successivo calcolate dalla data di deposito della domanda. La tassa di rinnovo è dovuta lo stesso giorno del mese contenente la ricorrenza annuale della data di deposito della domanda di brevetto nazionale. Se il richiedente non lo fa, tale rinnovo può comunque essere pagato entro un termine aggiuntivo di sei mesi con supplemento.

Il mancato pagamento delle tasse di rinnovo entro i 6 mesi aggiuntivi comporta la perdita dei diritti che può essere sanata solo con una richiesta di ripristino dei diritti. *TPI* applica rigorosamente il

criterio "tutta la dovuta cura" in modo tale che il motivo del fallimento è stato causato da motivi imprevedibili e il richiedente ha debitamente compiuto ogni sforzo per non causare alcuna perdita di diritti.

Appello

Normalmente le decisioni del *TPI* possono essere portate all'attenzione della commissione di riesame e valutazione che agisce come una sorta di commissione di ricorso. Tuttavia, le decisioni relative a questioni sostanziali come la brevettabilità, generalmente non si discostano dai risultati dei rapporti di esame. Pertanto, questa commissione esamina principalmente questioni procedurali come se una violazione procedurale si sia mai verificata nella procedura di concessione. Le decisioni di questo consiglio possono essere impugnate dinanzi ai tribunali specializzati in proprietà intellettuale di Ankara.

Opposizioni / osservazioni di terze parti

L'attuale legge sui brevetti non consente opposizioni post-concessione ai brevetti concessi in Turchia. Come azione post-concessione, i terzi possono solo procedere con la presentazione di una causa che richiede la nullità del brevetto in questione davanti ai tribunali competenti.

Le osservazioni di terzi, tuttavia, sono consentite solo in alcuni punti della procedura di concessione. Pertanto, le osservazioni presentate in altri momenti della procedura non hanno alcun effetto.

Il primo punto temporale è che le osservazioni possono essere presentate entro sei mesi dalla pubblicazione del rapporto di ricerca nel bollettino ufficiale. Ciò non avrebbe alcun effetto sostanziale se le osservazioni non fossero depositate in due lingue (cioè turco e la lingua dell'autorità di esame competente) semplicemente perché l'autorità di esame estera dovrebbe essere in grado di interpretare le osservazioni. Le osservazioni possono essere prese in considerazione dal richiedente e possono essere considerate come un avvertimento che spinge il suddetto richiedente a limitare l'ambito delle rivendicazioni o addirittura a ritirare la domanda a seconda della pertinenza della tecnica anteriore citata.

Tuttavia, il richiedente ha anche la possibilità di ignorare le osservazioni e richiedere un brevetto non esaminato. Questa richiesta è pubblicata nel bollettino ufficiale dando la possibilità a terzi di richiedere l'esame della domanda e, insieme a questa richiesta, depositare le loro osservazioni in due lingue (cioè turco e la lingua dell'autorità di esame competente). Come notato, la richiesta di esame è avanzata dalle terze parti e pertanto le relative tasse devono essere pagate da loro. Va tenuto presente che non vi è altra possibilità di depositare osservazioni nelle fasi successive, come nella procedura d'esame.

Capitolo 6 Suggerimenti e trucchi

"Creare un'attività di successo non significa solo portare un'idea fino al punto di farla diventare una start-up"

'Se fosse facile, tutti lo farebbero'



Henry Ford ha detto: "Sia se pensi di poterlo fare o se pensi di non poterlo fare, hai ragione". Se credi di poter avere successo troverai il modo per superare gli ostacoli. Se non lo fai, troverai solo delle scuse. Ryan Allis, co-fondatore di iContact, ha sottolineato come avere in mente costantemente il tuo fine assicura di lavorare per raggiungerlo. Stabilisci degli obiettivi e ripetili a te stesso ogni giorno.

Avere successo spesso significa imparare da chi ha già raggiunto i propri obiettivi. Avere un mentore è una straordinaria occasione per un imprenditore, ma non tutti possono trovarne uno di persona. Se non hai ancora trovato il tuo personal business coach, ecco alcuni suggerimenti e trucchi per giovani imprenditori per aiutarti ad iniziare. I partner del progetto YME hanno lavorato con molti giovani imprenditori migranti e hanno chiesto loro di produrre suggerimenti e trucchi attraverso l'animazione. Questo prodotto è stato creato da giovani imprenditori migranti con giovani imprenditori migranti per giovani imprenditori migranti

Guarda il video su YouTube <https://controversycast.wixsite.com/entrepreneurjourney/tips-and-tricks>. Il video spiega 10 suggerimenti e trucchi in solo un minuto! Di seguito potrai trovare la versione scritta e approfondita.

6.1. Dieci trucchi e suggerimenti per i giovani imprenditori

6.1.1. Mettiti alla prova

Devi sforzarti ogni giorno e imparare cose nuove. Continuare a stare nella tua zona di comfort non ti aiuterà ad essere innovativo. Richard Branson dice che la sua più grande motivazione è continuare a sfidare sé stesso. Tratta la vita come una lunga formazione universitaria, dove puoi imparare di più ogni giorno. Puoi farlo anche tu!

6.1.2. Rimani fedele a te stesso

Non avviare un'attività solo perché porterà molti profitti. Per essere soddisfatto nella vita devi fare le cose che ti appassionano. Non c'è dubbio che la gestione di un'impresa richiederà molto tempo. Steve Jobs ha notato che l'unico modo per essere soddisfatto nella tua vita è fare un lavoro in cui credi veramente. Trasformare il tuo hobby in un business non suona così male, giusto?

6.1.3. Corri dei rischi

Proprio come sfidare te stesso, devi correre dei rischi già considerati. Per avere successo, dovrai calcolare e prendere decisioni rischiose. Non sapremo mai il risultato dei nostri sforzi a meno che non ci sforziamo realmente. Jeff Bezos ha detto che non si sarebbe pentito del fallimento, ma si sarebbe pentito di non aver provato.

6.1.4. Dai una visione a ciò che vuoi

Bisogna avere una visione chiara di ciò che si desidera ottenere in modo da poterlo seguire. Ma si deve essere pronti a fare cambiamenti improvvisi lungo il viaggio perché le cose non vanno mai esattamente come erano state pianificate. Il fondatore e CEO di Tumblr, David Karp, osserva come un imprenditore è qualcuno che ha una visione per qualcosa e il desiderio di crearla. Mantieni la tua visione chiara in ogni momento.

6.1.5. Trova le persone giuste

Devi trovare persone che ti ispirano, persone che condividono una visione simile ma non necessariamente la tua. Ciò ti manterrà motivato e ti aiuterà anche nel tuo processo creativo. Le persone con cui ti circondi rispecchiano la persona che diventerai. Reid Hoffman, co-fondatore di LinkedIn, ha osservato che il modo più veloce per cambiare te stesso è uscire con persone che sono già come vorresti essere.

6.1.6. Agisci

Potresti avere l'idea migliore, ma se non ti metti al lavoro, non si avvererà mai. E un'idea non così buona che è diventata realtà è meglio di un'idea brillante che rimarrà solo nella tua mente. Il mondo è pieno di grandi idee, ma il successo arriva solo attraverso l'azione. Walt Disney una volta disse che il modo più semplice per iniziare è smettere di parlare e iniziare a fare. Questo vale anche per il tuo successo.

6.1.7. Sii tenace

Le cose non andranno mai lisce, ma devi rimanere motivato e andare avanti. Se non ci riesci la prima volta, impara dai tuoi errori e prova un approccio diverso. Nessuno ci riesce immediatamente e tutti sono stati principianti. Come ha saggiamente notato Steve Jobs, "se si guarda da vicino, la maggior parte dei successi dall'oggi al domani ha richiesto molto tempo". Non aver paura di investire tempo nella tua azienda.

6.1.8. Fai ricerche

Prima di avviare un'attività in proprio, è necessario effettuare una ricerca approfondita del ramo di mercato e, soprattutto, delle questioni legali ed etiche che si dovranno seguire. Tony Hsieh, il fondatore di Zappos, una volta disse: "Non prendere parte a giochi che non capisci, anche se vedi molte altre persone che ci guadagnano". Comprendere veramente il tuo settore è la chiave per avere successo.

6.1.9. Spendi i tuoi soldi con saggezza

In qualità di start-up, il profitto molto probabilmente non arriverà immediatamente. Devi imparare a gestire le tue finanze ed essere consapevole in che cosa vengono spesi i tuoi soldi. Ricorda, affittare un ufficio elegante non significa che farai un lavoro migliore. Stai attento a spendere i soldi con saggezza. È facile spendere troppo per cose stupide e finire il capitale troppo presto.

6.1.10. Ascolta i tuoi clienti

Prendi in considerazione il feedback che ricevi dai clienti e migliora i tuoi servizi in base a questi. Viviamo in un mondo ad alta velocità, quindi i cambiamenti sono una necessità per essere al passo con il mercato. Dave Thomas, il fondatore di Wendy's, ha citato la conoscenza del cliente come una delle sue tre chiavi del successo. Conosci coloro che servi meglio di chiunque altro e sarai in grado di fornire le soluzioni di cui hanno bisogno.

6.2 Giovani imprenditori migranti di successo

Uno studio del 2016 del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ha rilevato che gli immigrati hanno molte più probabilità di essere imprenditoriali rispetto alle persone nate e cresciute nel Regno Unito... quasi di tre volte in più. Inoltre, una nuova analisi di Zirra riporta come, tra le prime 10 start-up cosiddette "unicorno" del Regno Unito (cioè quelle start-up valutate a \$ 1 miliardo o più) come Shazam e Funding Circle, in nove aziende su 10 c'è almeno un immigrato o un componente di background migratorio di prima generazione all'interno della "squadra fondatrice".

Studi e analisi a parte, il lavoro di Startups.co.uk mostra come ci sia un vasto numero di immigrati incredibilmente innovativi che si sono trasferiti nel Regno Unito per avviare e costruire imprese che hanno guidato la crescita economica e sostenuto la creazione di posti di lavoro.

Negli anni precedenti, abbiamo seguito il successo di persone influenti del business come il vice sindaco di Londra Rajesh Agrawal, immigrato indiano che nel 2005 ha fondato la società di cambio

RationalFX da 1,3 miliardi di sterline, insieme ad Alicia Navarro, nata in Australia, e alla sua affiliata agenzia internazionale multimilionaria di marketing Skimlinks.

Ma per quanto riguarda invece i fondatori di start-up?

Il mese scorso il sito ha analizzato la vita del fondatore di London Junk Harsha Rathnayake e condiviso la sua entusiasmante storia di migrazione essendo arrivato nel Regno Unito quando aveva solo 18 anni e non era in grado di parlare inglese. Ha continuato a imparare l'inglese fluentemente - da autodidatta - e, con solo £ 160 dai suoi risparmi di una vita, ha avviato un'impresa che ora impiega 10 persone ed è sulla scia di raggiungere £ 1 milione di fatturato.

Per quanto riguarda invece i Paesi Bassi, la quota di imprenditori non fiamminghi è aumentata lo scorso anno di un punto di percentuale al 16 per cento, cioè uno su sei. Quasi un quarto degli imprenditori non è nato nei Paesi Bassi. La maggior parte ha un'attività nei settori dell'ospitalità, della logistica e delle costruzioni. Molti giovani imprenditori migranti si trovano nelle province dell'Olanda settentrionale e meridionale e del Flevoland.

I dati della Camera di commercio olandese per il 2015 mostrano come un imprenditore su cinque non è nato nei Paesi Bassi con migranti provenienti principalmente da Siria e Iraq. L'imprenditorialità immigrata non danneggia i Paesi Bassi. Il rapporto The Economic Value of Ethnic Entrepreneurship mostra che più di 600.000 persone lavorano nelle aziende di questi imprenditori. Il valore aggiunto lordo di queste società ammonta a oltre 37 miliardi di euro.

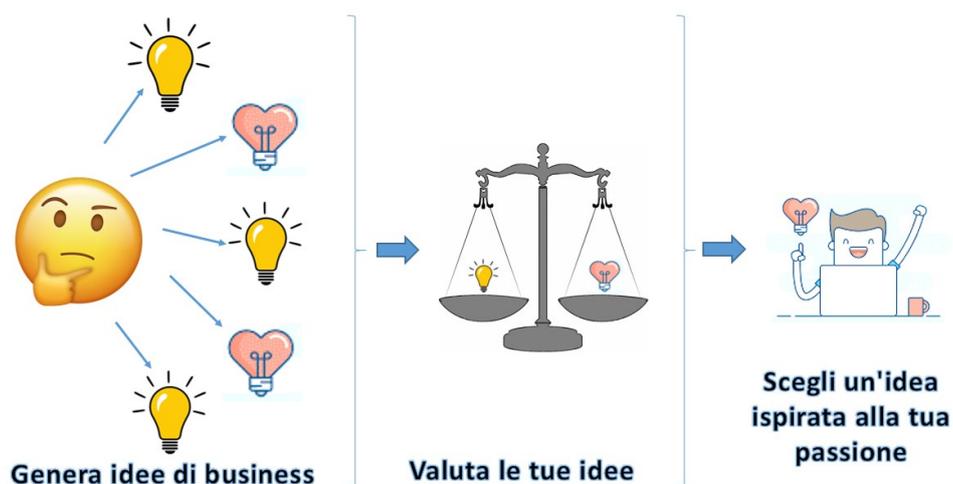
Esempio di un giovane imprenditore olandese di successo: <https://youtu.be/2CObE2fnCIQ> Guarda questo video della rivista iFly su Omar Munie, fuggito dalla Somalia nei Paesi Bassi con i suoi fratelli quando aveva solo nove anni. Ora, a 18 anni di distanza, è uno dei designer di borse più famosi dell'Olanda e i suoi prodotti fatti a mano sono venduti in tutto il mondo. Uno degli ultimi progetti di Omar prevede una partnership con KLM: la progettazione di una serie di borse in edizione limitata realizzate con ex divise KLM.

Un altro imprenditore di successo è Hien Kieu. Il direttore della Kieu Engineering di Sprang-Capelle ha raccontato come a quattordici anni lasciò il Vietnam su una barca con i risparmi dei suoi genitori e di come è stato uno dei pochi immigrati a finire in un villaggio del Brabante. È arrivato senza sapere nemmeno una parola di olandese. Tuttavia grazie ad un insegnante che credeva in lui è riuscito ad imparare: "Non lo dimenticherò mai. Ha chiesto alla classe: sai quale dei presenti diventerà un ingegnere? È quel piccolo Hien disse." L'insegnante aveva ragione. E dopo varie vicissitudini "quel piccolo Hien" ha dato vita nel 1998 a Kieu Engineering. Oggi è diventata una grande azienda con settanta dipendenti nei Paesi Bassi e in Vietnam, specializzata nello sviluppo di prodotti per la costruzione di macchine, con clienti come Nedtrain, Tata Steel e Philips. Quando ha aperto la sua filiale in Vietnam, più di dieci anni fa, era davvero un pioniere. "Era qualcosa di completamente nuovo. Non esternalizziamo la produzione, ma il lavoro di disegno CAD ad alta intensità di manodopera. Non solo per noi stessi, ma anche per i nostri clienti." È stato un atto di fede, ma ora sta iniziando a dare i suoi frutti, dice Kieu. "La conoscenza rimane nei Paesi Bassi. Ciò offre ai nostri clienti più tempo per l'innovazione, il che è positivo per i Paesi Bassi, ad esempio."

6.3. Dieci suggerimenti e trucchi su come diventare un imprenditore?

6.3.1. La tua idea imprenditoriale dovrebbe essere alimentata dalla passione

La passione per la tua start-up dovrebbe essere in cima alla lista. Dovresti valutare la tua idea e vedere se il tuo interesse per questa attività è abbastanza forte da essere in grado di mantenerla. Perché questo è importante? Perché ci saranno alti e bassi e la tua passione sarà l'unico fattore che rafforzerà la tua determinazione a continuare.



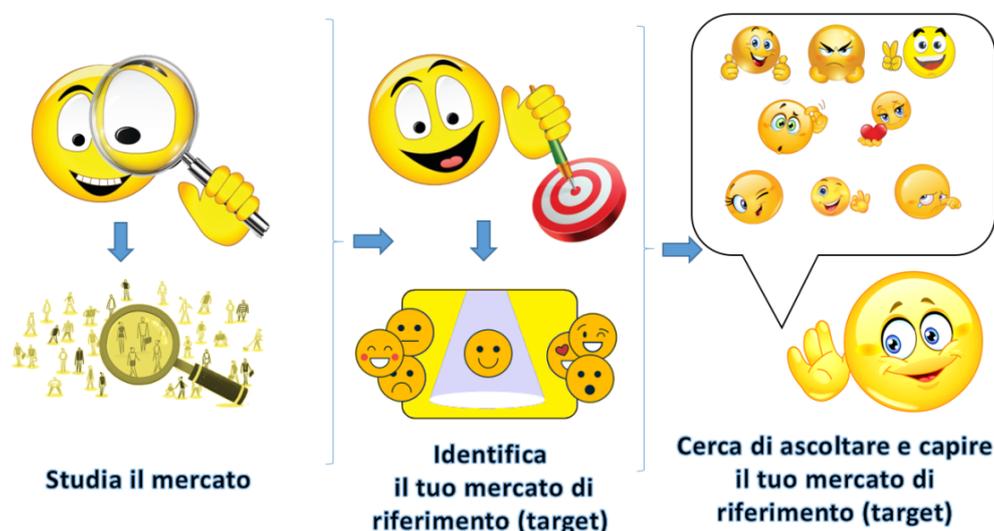
6.3.2. La tua idea imprenditoriale dovrebbe essere considerata una soluzione.

Crea un'attività che risolva un problema. Non iniziare la tua idea pensando ai benefici, dovresti pensare a cosa risolverà la tua attività. È più facile acquisire clienti quando la tua azienda sta risolvendo un problema. La tua azienda dovrebbe colmare una lacuna in un determinato mercato o nicchia. Pensa a cosa ti rende infelice o a quale prodotto/servizio pensi manchi ancora per soddisfare un determinato bisogno e avvia un'attività che dia una soluzione a uno dei tuoi problemi/bisogni.



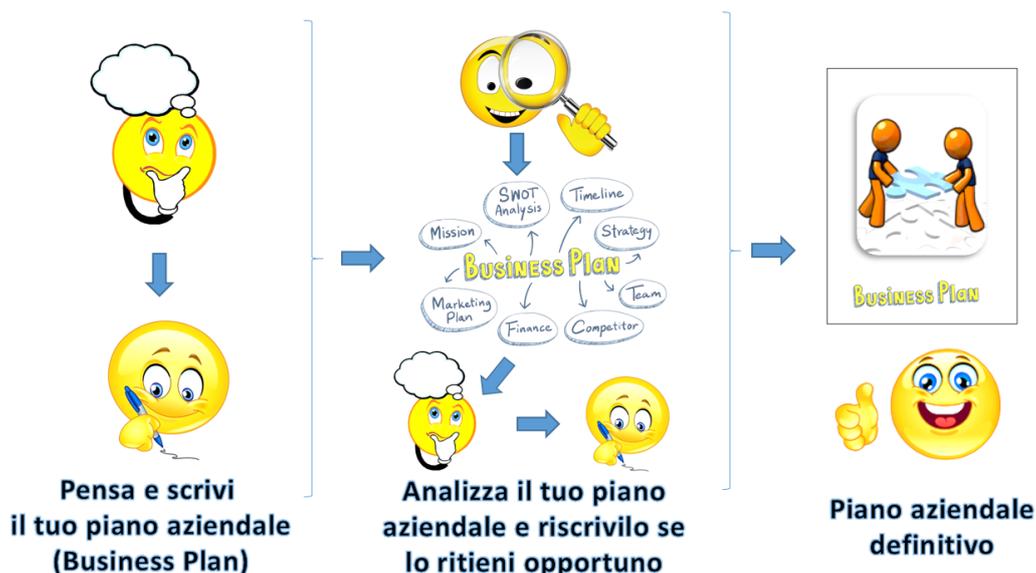
6.3.3. Dovresti identificare e conoscere il tuo mercato di riferimento.

Il fattore essenziale quando si avvia un'impresa, è la chiave del successo, è avere qualcosa che ti differenzia dalla concorrenza, da ciò che è già presente sul mercato. Il tuo successo o fallimento sarà definito, in gran parte, dalla tua capacità di offrire qualcosa di unico. Studi di ricerca di mercato hanno evidenziato come tenere conto del feedback dei clienti sia essenziale per prendere decisioni aziendali basate su informazioni utili. Una buona ricerca di mercato può offrire vantaggi competitivi significativi. Una parte fondamentale della ricerca di mercato è conoscere i dati demografici dei tuoi clienti, i loro interessi, la capacità di guadagno, le abitudini di spesa, ecc. Anche il feedback dei clienti è molto importante, devi ascoltare ciò che i clienti hanno da dire sui tuoi prodotti/servizi perché possono fornirti informazioni essenziali per i processi interni di ricerca e sviluppo di prodotti/servizi.



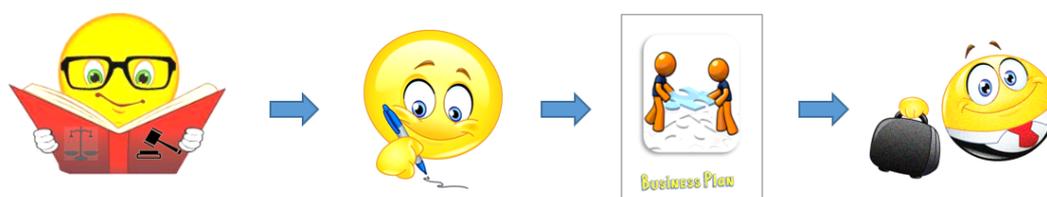
6.3.4. Prepara un piano aziendale ben strutturato

Il tuo piano aziendale (vedi il [Capitolo 4](#)) deve essere conciso, specifico e deve descrivere accuratamente il tuo progetto aziendale. Si consiglia di scriverlo da soli, poiché si tratta di una visione personale. Se hai bisogno di assistenza, prova a contattare un consulente. Devi tenere presente che un business plan è più di un documento contabile: si tratta di un documento per vendere la tua idea a un potenziale istituto finanziario. Preparati a cambiare il tuo piano man mano che avanzi ed impari di più sui tuoi clienti e sulla concorrenza, tuttavia avere un piano del genere ti aiuterà a rimanere concentrato e diretto nella giusta direzione.



6.3.5. Sapere quali siano i requisiti legali per avviare un'impresa.

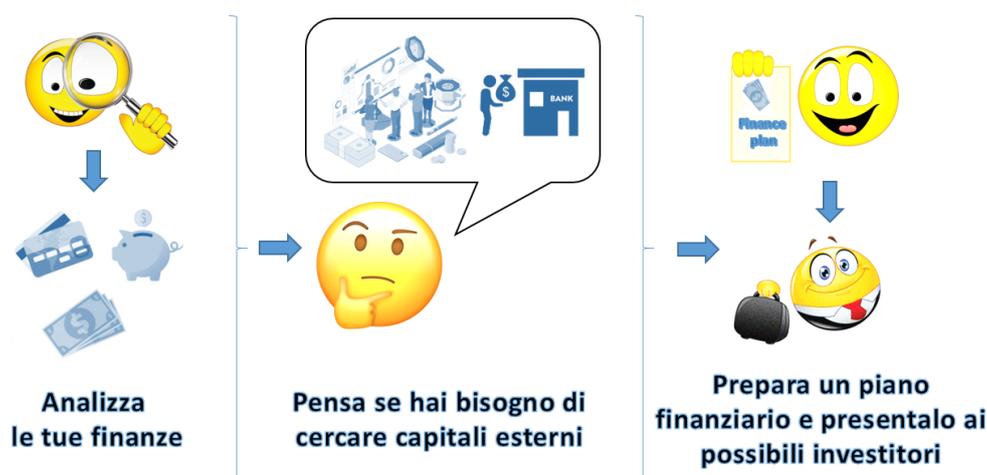
È molto importante capire le regole che accompagnano l'apertura di un'impresa. Seguire le normative governative è importante in quanto le sanzioni potrebbero creare costi operativi significativi alla tua azienda (vedere anche il [Capitolo 5](#)). Le leggi che regolano le attività commerciali vanno dall'impostazione di un sistema contabile all'incorporazione o registrazione della tua azienda. Alcune tasse possono variare a seconda del tipo di attività che svolgi e in quanto tali le tue passività fiscali saranno probabilmente molto diverse in base al tipo di attività commerciale. Ogni paese regola i rapporti datore di lavoro-dipendente a vari livelli; di solito le leggi sono particolarmente rigorose in questo campo, con una certa variabilità, di solito relativa a requisiti più stringenti, esistenti in alcune aree di attività come la produzione industriale o la trasformazione alimentare. Tenendo conto di tutti gli aspetti rilevanti, si consiglia di chiedere la consulenza di esperti nel settore.



**Studia e segui i requisiti legali quando scrivi il tuo piano aziendale
e quando inizi la tua attività di business**

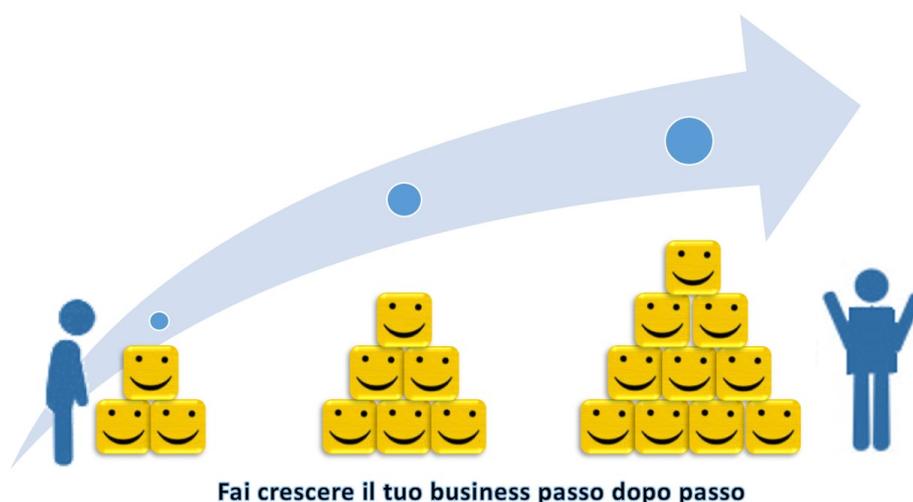
6.3.6. Ottenere il finanziamento per la tua idea iniziale

La maggior parte delle startup sono finanziate attraverso i risparmi dei loro fondatori, così come dai risparmi di familiari ed amici. In molti casi, è necessario cercare investimenti di capitali esterni come: investitori privati, fondi di assistenza, fondi di capitale di rischio o agenzie di finanziamento dell'economia sociale. Si consiglia vivamente di intraprendere ricerche preliminari e documentarsi prima di tentare di cercare investimenti esterni, inclusi, ma non limitati a, capitale di rischio o piccoli prestiti per investimenti. In particolare, le banche richiederanno grandi quantità di informazioni e un piano aziendale e di sviluppo completo per poter valutare la richiesta di finanziamento.



6.3.7. Iniziare in piccolo per diventare grandi

Anche se il diventare imprenditore si basa sull'assunzione di rischi nell'avvio di un'impresa, si consiglia di provare ad avviare l'attività su piccola scala e provare a costruire e far crescere l'impresa passo dopo passo. Bisogna basarsi su ciò che funziona bene, modificare ciò che mostra potenziale e scartare i progetti falliti. Quando la tua attività ha successo su piccola scala, puoi farla crescere, estenderla ad un'altra città o all'intero paese. Ricorda di non smettere di lavorare e di pianificare ogni passo da fare.



6.3.8. Fai delle pause

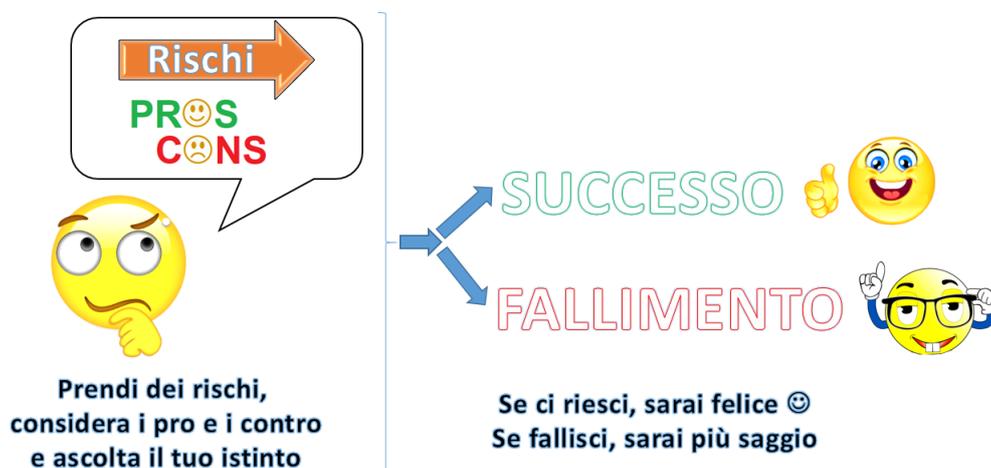
È molto importante sapere quando smettere di lavorare ed iniziare a riposarsi. Tutti hanno bisogno di una buona quantità di riposo e di una discreta quantità di tempo lontano dal lavoro per ripristinare le forze. Il successo non arriva dall'oggi al domani, quindi bisogna dare un ritmo a sé stessi. Fare delle pause è utile per molte ragioni oltre a impedirti di esaurire le energie: ti permette di respirare e lasciare che le informazioni possano sedimentarsi. Il riposo dà il tempo di riflettere da una certa distanza su ciò che è già stato fatto. Non aspettare di essere stanco per prenderti un giorno libero o andare in vacanza. Pianifica le pause in anticipo. Le persone che sono esauste prendono decisioni peggiori ed è quindi più probabile arrendersi quando sorgono le difficoltà e si è sommersi dal lavoro. Per questo, è necessario ricaricare le batterie di tanto in tanto.



**Se ti senti stanco, riposati per risistemare
la tua mente e rinfrescarti**

6.3.9. È importante correre dei rischi

Prendersi dei rischi fa parte del gioco. Ogni imprenditore di successo sa che questo nasce dall'assunzione di rischi, rischi ben calcolati e talvolta rischi non calcolati: lo stesso fatto di lasciare il lavoro e diventare imprenditore è un rischio. Pertanto, durante la tua attività commerciale dovresti assumerti dei rischi, provare nuovi approcci ed essere creativo. Tuttavia è necessario prestare attenzione al fatto che i rischi da prendere non siano troppo grandi. Pensaci bene, considera i pro e i contro e ascolta il tuo istinto. Per quelli che hanno successo la ricompensa di solito compensa i rischi presi. Nel peggiore dei casi, fallirai e un fallimento "di successo" può essere considerato anche come un successo sotto mentite spoglie. Non arrenderti!



6.3.10. Imparare dagli errori

Il fallimento deve essere visto come un'opportunità per imparare e far crescere la tua attività. Il più grande fallimento o errore negli affari è non riuscire ad imparare dai propri fallimenti imprenditoriali. Più fallisci o fai degli studi su imprenditori come te che hanno fallito, più imparerai sul successo. Alzati e rifai tutto da capo, ma cerca di farlo meglio. Non lasciare che i tuoi errori ti colpiscano di nuovo. A volte questo tipo di contrattempo può essere la cosa migliore che ti sia mai capitata facendoti diventare un imprenditore ancor più di successo.



6.4. Suggerimenti e trucchi per la pianificazione aziendale

Scrivere un business plan può sembrare scoraggiante se non l'hai mai fatto prima. Tuttavia, è qualcosa che non puoi permetterti di rimandare o ignorare. Disporre di un solido piano aziendale è fondamentale per la sopravvivenza e lo sviluppo della propria attività (vedere anche il [capitolo 4](#)). Eccoti 10 suggerimenti e trucchi per scrivere un piano aziendale.

6.4.1. Adatta il piano aziendale al tuo pubblico

Il punto di partenza per qualsiasi business plan è il pubblico. Chi lo leggerà? Qual è lo scopo del piano: è assicurarsi un finanziamento? O forse hai bisogno di attirare un partner commerciale? Sebbene i fatti e le cifre chiave rimarranno gli stessi, crea diverse versioni del tuo piano per le esigenze di ciascun pubblico. Ad esempio, un potenziale investitore cercherà una spiegazione chiara di come otterrà un buon ritorno sull'investimento. Un direttore di banca cercherà la prova che puoi permetterti di rimborsare un prestito prima di fornire il finanziamento.

6.4.2. Fai una ricerca approfondita sul tuo mercato

Come sapranno gli spettatori della serie della BBC Dragons 'Den, i potenziali investitori pongono grande enfasi sulla conoscenza del mercato, motivo per cui la tua ricerca deve essere approfondita. Le informazioni sul tuo mercato devono essere dettagliatamente descritte nel tuo piano aziendale e devi mostrare una grande consapevolezza delle opportunità e delle minacce, il che richiede la considerazione di punti di forza e di debolezza.

6.4.3. Identifica i tuoi concorrenti

Per capire bene il tuo mercato, devi riconoscere chi siano i tuoi concorrenti: chi sono, i loro punti di forza e di debolezza e le probabili implicazioni per la tua attività. Tutte le aziende devono affrontare la concorrenza: il tuo piano dovrebbe mostrare che hai una strategia chiara per trattare con tutti i tuoi concorrenti.

6.4.4. Presta attenzione ai dettagli

Il tuo piano aziendale deve arrivare al punto, ma deve includere dettagli sufficienti per garantire che il lettore abbia le informazioni di cui ha bisogno per comprendere la tua attività. Il tuo piano dovrebbe far credere le persone nelle tue capacità e professionalità, il che significa che non dovrebbero esserci errori di ortografia, supposizioni non realistiche o idee non basate sulla realtà.

6.4.5. Concentrati sulle opportunità che la tua start-up offre agli investitori

Se stai cercando un investimento, descrivi chiaramente l'opportunità che stai offrendo. Perché qualcuno dovrebbe investire nella tua start-up anziché in un'altra? Qual è la tua proposta unica di vendita, cosa ti rende speciale? Perché le persone dovrebbero comprare da te? Il tuo piano dovrebbe rispondere a tutte queste domande chiave.

6.4.6. Non tralasciare fatti importanti

Fondamentalmente, il tuo piano deve descrivere i tuoi prodotti, servizi, clienti, concorrenti, team di gestione, operazioni, dati finanziari, obiettivi di sviluppo e strategia. Se perdi una di queste componenti chiave, non andrai a tuo favore quando presenterai il tuo piano agli altri.

6.4.7. Fai sì che i dati finanziari siano corretti

Le informazioni finanziarie del tuo piano aziendale saranno oggetto di particolare controllo. Il flusso monetario dovrebbe essere documentato per intero e le tue previsioni di vendita devono essere ben fondate. Sebbene i costi siano più facili da prevedere rispetto alle vendite, entrambi devono essere inclusi. Se le cifre non fanno per te, chiedi assistenza durante la produzione del tuo business plan, magari da un commercialista o da un altro consulente di fiducia.

6.4.8. Rendi convincente il tuo executive summary (sintesi, sommario)

Probabilmente, l'executive summary è la parte più importante del tuo piano aziendale. I lettori più esperti lo leggeranno come prima cosa, in modo che possano scoprire rapidamente fatti e cifre chiave. Se il riepilogo esecutivo non li coinvolge e li incoraggia a continuare a leggere, la battaglia è persa. Un riepilogo esecutivo fornisce i dati principali e condensa la tua strategia in punti chiave. Sebbene appaia nella parte anteriore del documento, deve essere scritto cronologicamente per ultimo. Usa qualsiasi mezzo per renderlo coinvolgente e impressionante, ma ricorda di mantenerlo sempre realistico.

6.4.9. Chiedi una seconda opinione ad un coach aziendale

Dopo aver completato una bozza del tuo piano, fallo esaminare in modo indipendente. Scegli qualcuno che possa provvedere critiche costruttive e indipendenti, magari un contabile o un consulente aziendale. La tua camera di commercio locale o agenzia aziendale potrebbe essere in grado di aiutarti. La loro revisione potrebbe fornire domande che è necessario sviluppare ulteriormente in una versione rivista.

6.4.10. Implementa correttamente il tuo piano aziendale

Un piano aziendale dovrebbe essere uno strumento che utilizzi per giudicare le prestazioni e guidare la tua strategia e lo sviluppo della tua attività. Dovrebbe contenere obiettivi, scadenze e responsabilità specifici. Deve essere rivisto e aggiornato regolarmente. Un business plan vincente contribuirà a garantire che la tua azienda rimanga concentrata su ciò che deve fare per raggiungere i suoi obiettivi chiave.

6.5. Fattori di successo

È molto importante scegliere gli indicatori giusti nella valutazione della start-up: indicatori attuabili e non indicatori “di vanità”. Ad esempio, un supermercato può impostare un indicatore “di vanità”: il numero di clienti, tuttavia un indicatore utilizzabile è ad esempio il volume delle entrate giornaliere. Il numero di clienti può aumentare, ma possono acquistare molto meno nel tempo.

6.6. Dieci trucchi e suggerimenti per avere successo come imprenditore

Ecco i nostri 10 migliori consigli e trucchi per aiutarti a diventare un imprenditore di successo.

Fonte: <https://www.santam.co.za/blog/business-advice/10-tips-for-becoming-a-successful-entrepreneur/>

6.6.1. Fai una solida pianificazione aziendale

La pianificazione gioca un ruolo cruciale nel successo di qualsiasi azienda. Un piano aziendale (vedere anche il [paragrafo precedente](#) e il [capitolo 4](#)) è un buon punto di partenza: questo documento definisce le tue capacità e i tuoi punti deboli, cosa offri, come ciò che offri sia unico e come prevedi di far crescere la tua offerta. Inoltre, è utile per prepararti mentalmente e praticamente per tutto ciò che potrebbe andare storto e quali siano le strategie da utilizzare per risolvere eventuali problemi. Ad esempio, cosa succede se ti infortuni? E se i clienti ti pagassero con un mese di ritardo? E se un disastro meteorologico ti colpisse? O un fornitore di fiducia fallisse?

6.6.2. Preparati per le sfide finanziarie

Il flusso di cassa era di gran lunga la sfida più grande quando si avvia un'impresa (fonte: [sondaggio Santam](#)). Affronta i rallentamenti nei flussi monetari risparmiando per un mese nelle spese o diventando creativo con il modo in cui riduci le spese generali. Potresti offrire ai clienti uno sconto se pagano un deposito o l'intero importo in anticipo, o anche un incentivo, ad es. paga il 10% in meno se consegna il tuo prodotto o servizio una settimana prima. Qualunque cosa tu faccia, stai molto attento al debito: questo è uno dei più grandi killer del successo delle piccole imprese.

6.6.3. Sii cauto: ricorda che stai avviando un'impresa

Resisti alla tentazione di sbizzarrirti in uffici eleganti, attrezzature costose e marketing esagerato. Il sostentamento della tua azienda dipende da cosa c'è nel tuo portafoglio, quindi ogni spesa deve essere controllata almeno tre volte. Mantieni bassi i costi generali e gestisci il tuo flusso monetario in modo efficace. Per uno dei nostri 1001 giorni sopravvissuti Jamie Pike, questo significava rinunciare all'inizio a un negozio fisico e vendere la sua merce al mercato; per il duo di designer Jesse James ha significato condividere i propri locali con altre piccole imprese.

6.6.4. Chiedi aiuto!

Ci sono tantissime risorse là fuori per il networking, la condivisione delle conoscenze e i consigli. Il networking non è solo per nuove opportunità di business: può essere una meravigliosa fonte di supporto e nuove idee. Partecipa agli eventi del tuo settore e alle reti aziendali regionali. Chiedi consiglio a chi ti circonda (come il tuo intermediario, il direttore di banca, il proprietario di attività vicine), o attraverso forum online e gruppi della comunità di Facebook nella tua zona.

6.6.5. Riponi la tua fiducia in un mentore

Può essere un membro della famiglia, un ex capo o un collega o anche una fonte online o un blog affidabile. Un mentore è una cassa di risonanza inestimabile - qualcuno che è stato dove sei tu ora; qualcuno con cui puoi avere check-in regolari e senza giudizio. Il 61,9% degli intervistati nel nostro sondaggio non aveva mentori, tuttavia quelli che gli avevano hanno affermato di aver cercato dei mentori per avere un impatto significativamente positivo sulle loro attività.

"Il mio mentore mi ha spinto oltre le mie più grandi paure", ha detto una donna imprenditrice che ha preso parte al nostro sondaggio. "Non è qualcuno che prenderà il sopravvento", concorda Mariam Jakoet Harris di Cooked Inc. "È qualcuno che ti supporterà e ti aiuterà."

6.6.6. Marketing con un budget limitato

Il marketing della tua nuova attività è estremamente importante ma non deve costare troppo. I social media sono tuoi amici: creare la tua pagina aziendale su Facebook o LinkedIn è gratuito e aiuterà il tuo posizionamento nelle ricerche online. Invia l'URL del tuo sito web a motori di ricerca come Google e Bing: è completamente gratuito.

Tieni d'occhio anche i gruppi di Facebook: alcuni richiedono una piccola commissione pubblicitaria mentre altri ti consentono di pubblicizzare la tua attività in determinati giorni della settimana. La strategia con il marketing si riassume nel provare a fare qualsiasi cosa. Non saprai cosa funzionerà per te finché non lo proverai.

6.6.7. Prenditi cura del "numero uno"

L'imprenditorialità è uno stile di vita: i giorni dalle 9 alle 5 sono finiti. Non significa che devi lavorare costantemente oltre ogni limite. Fai esercizio regolarmente, mangia in modo sano e trova il tempo per rilassarti o finirai per essere meno produttivo. Degli imprenditori intervistati, il 64% ha affermato di aver dovuto rinunciare a tempo prezioso con la famiglia e gli amici a causa delle responsabilità lavorative (fonte: [Santam](#)). Lavorare sulle tue capacità di gestione del tempo ti aiuterà a liberare abbastanza tempo nella tua giornata da trascorrere con i tuoi cari.

6.6.8. Crea un team che condivide la tua visione

È semplice: le persone fantastiche sono quelle che fanno una grande azienda. Man mano che la tua attività cresce, potresti dover assumere personale. In primo luogo, prenditi il tempo per intervistare a fondo le persone per assicurarti che si adattino alla tua cultura e condividano i tuoi valori. In secondo luogo, può essere difficile lasciar perdere, ma è importante imparare a delegare le attività. Infine, non aspettarti che le persone siano dei tuoi cloni. Sii aperto a nuove opinioni e suggerimenti. È sempre positivo avere nuove prospettive sui vecchi modi di lavorare.

6.6.9. L'apprendimento permanente

Avviare un'attività in proprio è un processo costante di crescita e apprendimento. È importante arricchirsi di abilità sia pratiche che emotive. Dai un'occhiata alle risorse di e-learning gratuite o a basso costo come Hubspot Academy, Udemy e Inc.edu.

Affina le tue capacità di gestione del progetto o del tempo, impara un nuovo programma software o insegna a te stesso come gestire le tue campagne sui social media. Puoi anche lavorare sulla gestione, presentazione e capacità motivazionali. Se viaggi molto, i podcast o i discorsi TED sono ottimi modi per ispirarti e istruirti.

6.6.10. Salvaguarda la tua impresa

I migliori imprenditori non cercano il rischio, cercano di mitigare il rischio. L'assicurazione per le piccole imprese è uno dei modi migliori per prendersi cura dei propri mezzi di sussistenza ed è più conveniente di quanto si pensi. Assicurati che il tuo prezioso magazzino e i tuoi locali siano coperti in caso di emergenza come un incendio o un furto.

Capitolo 7 F.A.I.L. (FIRST ATTEMPT IN LEARNING) – Primi tentativi di apprendimento

Dovresti vedere il fallimento come un'opportunità per imparare e crescere nella tua attività: F.A.I.L.: First Attempt in Learning (Primi tentativi di apprendimento)

Il più grande fallimento o errore negli affari è non riuscire a imparare dai propri fallimenti imprenditoriali. I migliori imprenditori non sono definiti dai fallimenti, ma piuttosto dal modo in cui li affrontano. Navigare in situazioni difficili, sia esternamente che internamente, è fondamentale per essere un imprenditore di successo.

7.1. Top 10 F.A.I.L.

7.1.1 Mancata definizione di un obiettivo

Bisogna sempre avere un obiettivo in mente: non si può entrare nel mondo degli affari senza un obiettivo chiaro in mente.

Il fallimento nella preparazione è solitamente dovuto a carenze organizzative generate dalla negligenza dell'imprenditore.

7.1.2 Solo l'entusiasmo non basta per avere successo

È importante essere entusiasti delle proprie idee e dei propri risultati. Tuttavia, è necessario qualcosa in più, come risorse, obiettivi e idee chiare, ecc. Il fallimento può anche essere dovuto all'incapacità di convincere gli investitori che l'idea è degna di investimento. Inoltre, questo tipo di fallimento può essere determinato dalla mancanza di risorse materiali o capitale umano nell'area.

7.1.3 Incapacità di apprendere

Per avere successo, devi essere in grado di imparare cose nuove e avere costantemente la spinta verso l'apprendimento. Senza ciò, potrebbe essere quasi impossibile creare un'attività stabile. Alcuni imprenditori si avventurano in campi al di fuori delle loro competenze e credono che solo la loro intelligenza compenserà la significativa mancanza di conoscenze. È utile per questo ricevere consigli (amichevoli o contrattuali) da esperti.

7.1.4 Mala gestione del denaro/del budget

Non buttare i soldi a destra e a manca senza uno scopo. Pensa sempre a come il denaro potrebbe essere gestito e speso in termini di miglioramento della tua attività. Il fallimento nella start-up è dovuto all'incapacità di convincere gli investitori che l'idea è degna di investimento. Inoltre, questo tipo di fallimento può essere determinato dalla mancanza di risorse materiali o capitale umano nell'area.

7.1.5 Mancata pubblicità/marca del prodotto

Non sottovalutare mai il potere della pubblicità e del marketing. Con la giusta strategia in questo campo si può andare abbastanza lontano con la tua attività e la tua immagine. Un fallimento nella creazione del marchio può essere il risultato dell'incapacità di identificare il giusto segmento di mercato, bisogna: comprendere le esigenze, le aspettative e la cultura del segmento di mercato; utilizzare i canali appropriati per questo segmento; creare un marchio appropriato; proteggere legalmente il marchio, ecc. Oggi i clienti sono più attrezzati di quanto lo fossero decenni fa. I prodotti che hanno solo caratteristiche funzionali elevate non hanno successo da soli. Dovrebbero anche avere caratteristiche ergonomiche elevate ed essere supportati da marchi significativi.

7.1.6 Sottovalutare la concorrenza

Sottovalutare la concorrenza può essere fatale per la tua azienda e per te. Tieni sempre in considerazione ciò che fa la concorrenza per migliorare sé stessa e cerca di metterla in secondo piano. Gli imprenditori dovrebbero stare attenti alla concorrenza, perché la concorrenza ha già conquistato un ampio segmento di mercato, ha una profonda comprensione dei clienti e, nella maggior parte dei casi, ha una grande quantità di fondi per la "guerra" che l'imprenditore invece non ha.

7.1.7 Iniziare per motivi sbagliati

L'avvio di un'impresa dovrebbe essere significativo per te. Non dovresti mai iniziare nulla perché ti senti costretto a farlo o perché è qualcosa che gli altri si aspettano da te. L'imprenditore tipico si distingue dalle altre persone per visione e impegno per la sua idea.

7.1.8 Cattiva gestione

Quando si tratta di gestione, considera entrambe le parti. Non puoi essere un dittatore e non puoi lasciare che le persone si prendano gioco di te. Devi essere un leader per mantenere alto il morale delle persone e per consentire all'azienda di espandersi di conseguenza. Gli imprenditori negligenti fanno affidamento solo sui loro sentimenti e credono di capire il mercato quando in realtà non lo fanno. Esempi classici: Sinclair C5 e Webvan.

7.1.9 Nessun piano aziendale/pianificazione terribile

Senza un solido piano aziendale, l'imprenditorialità sarà quasi impossibile o quantomeno più difficile. Preparati sempre in anticipo e pensa bene per evitare il fallimento.

7.1.10 Circondarsi delle persone sbagliate

Non circondarti di persone immotivate, inaffidabili e pigre. Assicurati che le persone che assumi e di cui ti circondi condividano energie e ideologie uguali o simili alle tue.

Fonte: <https://controversycast.wixsite.com/entrepreneurjourney/top-10-fails>

Esistono diversi tipi di fallimento che possono verificarsi sulla tua strada dal sogno al business, alcuni di essi sono elencati di seguito.

7.2 Altri F.A.I.L

7.2.1 Mancata preparazione.

Il fallimento nella preparazione è solitamente dovuto a carenze organizzative generate dalla negligenza dell'imprenditore.

7.2.2 Mancato avvio.

Ciò potrebbe accadere a causa dell'incapacità di convincere gli investitori che l'idea è degna di investimento. Inoltre, questo tipo di fallimento può essere determinato dalla mancanza di risorse materiali o capitale umano nell'area.

7.2.3 Fallimento nella creazione del marchio

Può essere il risultato dell'incapacità di identificare il giusto segmento di mercato, bisogna: comprendere le esigenze, le aspettative e la cultura del segmento di mercato; utilizzare i canali corretti per quel segmento; creare correttamente il marchio e proteggerlo legalmente, ecc.

7.2.4. Fallimento generato dalla mancanza di conoscenze aziendali specifiche dell'area di azione.

Alcuni imprenditori si avventurano in campi al di fuori delle loro competenze e credono che solo la loro intelligenza compenserà il significativo divario di conoscenza. Dovrebbero ricevere consigli (amichevoli o contrattuali) da esperti. È preferibile avviare un'attività in cui si ha esperienza e o in cui si è appassionati.

7.2.5. Fallimento generato dalla sopravvalutazione del fabbisogno del mercato.

Gli imprenditori negligenti fanno affidamento solo sulla loro "visione" credendo di capire il mercato quando in realtà non è così. Esempi classici: [Sinclair C5](#) o [Webvan](#).

7.2.6. Fallimento generato dalla sottovalutazione dei concorrenti.

Gli imprenditori dovrebbero stare attenti alla concorrenza, perché la concorrenza ha già conquistato un ampio segmento di mercato, ha una profonda comprensione dei clienti e, nella maggior parte dei casi, ha una grande quantità di fondi per la "battaglia" che l'imprenditore non ha.

7.2.7 Fallimento generato da una scarsa conoscenza del target, con conseguente scarsa attività di marketing.

Oggi i clienti sono più preparati di quanto lo fossero decenni fa. I prodotti che hanno solo caratteristiche funzionali elevate non hanno successo. Dovrebbero avere anche caratteristiche ergonomiche elevate ed essere supportati da marchi significativi.

7.2.8. Fallimento generato dalla mancanza di passione e impegno nel team fondatore.

L'imprenditore tipico si distingue dalle altre persone per visione e impegno nella sua idea. La passione per il proprio business e la comunicazione all'interno del team che sviluppa l'attività sono due fattori molto importanti per un'attività di successo.

Capitolo 8 Come fare rete

8.1 Qual è il modo migliore per fare rete?

Quando impari a fare rete, non solo la tua carriera ma anche la tua vita personale risultano migliorate. I migliori networker non hanno solo attività e carriere straordinarie, hanno amicizie straordinarie e sono sempre in prima linea per nuove opportunità.

Il modo migliore per fare rete è sfruttare i tuoi punti di forza naturali. Non commettere l'errore di costringerti a fare rete. Non fingere di essere estroverso per creare nuove connessioni.

8.2. Dieci suggerimenti e trucchi per fare rete

8.2.1 Lasciare sempre la stanza “profumata di rose”

Salutate tutti in modo amichevole, siate positivi quando arrivate e salutate le persone, quando ve ne andate salutate sempre tutti. Sii presente nella conversazione, non fantasticare o controllare il tuo cellulare. Supponi di essere sempre osservato.

8.2.2 Fatti notare! Ma per le cose giuste.

Sii coraggioso, la maggior parte delle persone vuole fare quello che pensi, sta solo trovando il coraggio per farlo.

8.2.3. Fai i tuoi compiti.

Se stai andando ad una conferenza o ad una riunione, cerca informazioni in anticipo sull'argomento. Ti assicurerà sicurezza, ti darà una prospettiva diversa e avrai già qualcosa di interessante da dire.

8.2.4. La maggior parte delle persone non inizia le conversazioni

La maggior parte delle persone preferisce fissare il drink o controllare il telefono piuttosto che parlare. Prendi l'iniziativa e fatti avanti.

8.2.5 Memorizza alcuni spunti di conversazione non troppo intensi!

"Ho pensato che quel discorso fosse affascinante!", "Sei di qui o vieni da lontano?", "Che bell'edificio/città!", "Questi snack sono eccellenti! "Conosci chi sta parlando?", "Come è stato il test per te?"

8.2.6 Quando descrivi il tuo lavoro, crea una spiegazione divertente o diversa di ciò che fai e sii orgoglioso.

Se vendi assicurazioni sulla vita, puoi dire "Compro investimenti per i miei clienti", sei un contabile "Mi occupo di assicurarmi che ci siano dei soldi per la festa di Natale!", sei una donna delle pulizie "quando finisco di lavorare, la gente fa la fila in bagno con i giornali", Barman "un ottimo caffè può indirizzare la tua giornata o terminarla, ed è quello che faccio!"

8.2.7. Non chiuderti in ufficio

Incontra persone, esci dall'ufficio/casa. Unisciti ad alcuni club, inizia degli hobby. Alle persone piacciono un po' di pettegolezzi, quindi di loro cosa fai.

8.2.8 Metti una foto sul tuo biglietto da visita

Funziona! Le persone ti ricorderanno più facilmente

8.2.9 Non essere troppo diretto

Costruisci prima la relazione, poi spiega il tuo lavoro.

8.2.10. Prova a pensare a ciò che interessa all'altra persona.

Cosa c'è di veramente interessante o intrigante nel lavorare con te o con la tua azienda?

8.3 Dieci suggerimenti e trucchi per fare rete

8.3.1. Prendere l'iniziativa

Prima di andare ad un evento o ad una conferenza, cerca di capire chi sarà presente e fai le tue ricerche. Questo eliminerà l'ansia di sentirti come se stessi per entrare nella stanza e non hai idea di cosa parlare con le persone, invece così sarai ben preparato per le conversazioni e saprai esattamente quali punti puoi toccare e quali invece sono da evitare, per non creare situazioni imbarazzanti. Ciò che crea vere relazioni con le persone sono quegli interessi comuni e cose di cui non penseresti nemmeno di parlare. Fai le tue ricerche!

8.3.2. Usa i social media

Usa i social media per conoscere meglio i tuoi contatti futuri. Quando li incontrerai di persona, sarà più facile per te perché potrai fare riferimento a cose di interesse comune o comunicazioni precedenti.

8.3.3. Vesti in modo professionale

Vestiti in modo appropriato per quell'evento. Questo non significa che devi indossare abiti costosi, ma indossa qualcosa di un po' elegante e lascia i vestiti comodi a casa.

8.3.4 Impara ad ascoltare

Ascolta più di quanto parli! Sii presente nella conversazione. Essere in connessione con le persone con cui stai parlando può aiutarti ad avere informazioni preziose per mantenere sempre viva la conversazione. Ascoltare qualcuno ti consente di trovare opportunità per entrare in contatto con lui/lei, magari apportando valore alla sua vita o ai suoi affari.

8.3.5 Guarda le persone negli occhi

Spesso non lo si fa e ciò è dovuto a mancanza di fiducia o a motivi personali, ma questo potrebbe far calare l'interesse della persona con cui stai parlando. Potrebbe sembrare che tu non sia interessato alla conversazione che stai avendo con la persona di fronte a te o con un gruppo.

Questo potrebbe anche far pensare alle persone di non potersi fidare di te. Non mantenere un contatto visivo potrebbe far pensare alle persone con cui sei in contatto che nascondi qualcosa o non sei motivato a parlare con loro.

8.3.6 Stabilisci un obiettivo!

Quando vai ad un evento, stabilisci un obiettivo: connetti con le persone, impara qualcosa, scopri un hobby, ecc. Immagazzina tutto ciò che puoi da quell'evento o riunione e conservalo.

Partecipa a qualsiasi evento, riunione, workshop ecc. che ti interessa! Stabilire un obiettivo per tutto ciò che fai ti farà scoprire nuove cose su te stesso.

Se connetti con le persone ad un evento, puoi sviluppare in futuro diverse soluzioni/opportunità per te stesso. Affari, apprendimento, idee, tutto ciò che potrebbe essere positivo per te, per sviluppare il tuo successo.

8.3.7 Fai il primo passo!

Molte persone sono TIMIDE, forse anche tu sei uno di loro, chi lo sa?

Le persone che vedono che sei interessato a loro, collaboreranno con te, con le tue idee. Quindi non essere mai troppo timido per incontrare nuove persone. Nuove persone = Nuove opportunità.

8.3.8 NON ESSERE NEGATIVO!

La negatività ti renderà sempre di cattivo umore! Cerca di trovare gli aspetti migliori di te stesso. Se diffondi negatività, le persone vicino a te sentiranno la tua energia negativa e cercheranno di evitarti: a nessuno piacciono le persone negative. E non hai bisogno certo di tutto questo, al contrario hai bisogno di persone intorno a te, di connessioni: come sempre, persone = opportunità.

Il pensiero positivo non significa mettere la testa sotto la sabbia e ignorare le situazioni meno piacevoli della vita. Pensare positivo significa semplicemente che ti avvicini alla spiacevolezza in un modo più positivo e produttivo. Pensi che accadrà il meglio, non il peggio.

8.3.9 Parla con persone che non conosci

Durante l'evento, parla con persone che hai incontrato in precedenza per migliorare il tuo rapporto, ma cerca anche di intrattenere conversazioni con persone che non conosci per ampliare la tua rete e incontrare potenziali clienti/partner commerciali.

8.3.10 Accetta il rifiuto

Potresti incontrare persone che non possono o non vogliono parlare con te. Persone scortesi o troppo occupate per avere una conversazione. Puoi parlare con persone a cui non piaci o che non ti piacciono. Forse non sarai d'accordo su un argomento importante per te ma non prenderla sul personale. Non significa che quella persona ce l'abbia necessariamente con te. Non potrai essere amico o diventare un partner d'affari con ogni persona che incontri, questo fa parte del processo.

Risorsa: [11 suggerimenti per aiutarti a migliorare la tua rete!](#), Istituto Kangan

8.4 Altri suggerimenti e trucchi sul networking

8.4.1. Incontra persone attraverso altre persone

Il modo migliore e più semplice per incontrare persone è tramite referenze. Cerca attraverso le persone che già conosci le persone che stai cercando di incontrare. Essere presentati tramite loro o partecipando alle loro conversazioni, potrai, molto probabilmente, ricevere un caloroso benvenuto e un'introduzione alla persona di cui avevi bisogno. Questo è un effetto simile a LinkedIn attraverso il loro strumento di presentazione online, che può essere replicato nella realtà entrando nella cerchia giusta ad un evento con qualcuno che conosci.

8.4.2. Sfrutta i social media

I social media sono un modo efficace per conoscere meglio i contatti importanti senza la pressione di un incontro faccia a faccia a cui potresti non essere preparato. Cerca contatti simili o chiave che vorresti conoscere meglio [nel tuo profilo LinkedIn](#), Google Plus, Twitter e altro ancora. Prova a commentare un link che pubblicano o a rispondere ad un commento che fanno, inizia una conversazione con loro e offri loro qualcosa in cambio. Quando avrai l'opportunità di incontrarli di persona sarà più facile fare riferimento alle precedenti comunicazioni con loro. Assicurati che il tuo profilo online sia sempre aggiornato. I reclutatori utilizzano spesso piattaforme di social media per sondare potenziali candidati e persino per verificare le tue capacità ed esperienza.

8.4.3. Non chiedere un lavoro

Fare rete non è chiedere un lavoro a tutti quelli che conosci, infatti, quando fai rete non dovresti mai chiedere un lavoro. Dovresti chiedere alle persone informazioni che ti aiuteranno nella tua ricerca di lavoro. Il tuo principale obiettivo di rete dovrebbe essere quello di costruire una relazione e stabilire un rapporto in modo che, quando in futuro potrebbe sorgere una potenziale opportunità, il tuo contatto potrebbe essere disposto ad indirizzarti.

8.4.4. Usa il tuo curriculum come strumento per avere un consiglio

Un altro modo semplice ma molto efficace per fare rete durante una ricerca di lavoro è chiedere ad altri con cui hai stabilito una relazione di [rivedere il tuo curriculum](#) e darti un feedback su come migliorarlo. L'utilizzo di questa tecnica è utile per una serie di motivi. Durante la revisione del tuo curriculum scopriranno la tua storia lavorativa, i titoli precedenti, i tuoi obiettivi e molte cose che potrebbero non sapere ancora di te. Possono ricordare un'azienda o una connessione a cui il tuo background potrebbe essere perfettamente adatto.

8.4.5. Non impiegare troppo tempo

Prima di iniziare il networking, assicurati di avere un'agenda e di tenere traccia delle riunioni. Il tempo è denaro e le persone non sono mai felici con qualcuno che occupa troppo tempo. Pianificando il tuo incontro in anticipo, stabilisci la tua professionalità, i tuoi guadagni e la tua credibilità e potrai coprire tutti gli argomenti critici che volevi trattare.

8.4.6. Lascia parlare l'altra persona

Quando fai rete, assicurati di non parlare continuamente. La chiave per essere un buon "conversatore" è essere un buon ascoltatore. Se hai chiesto ad un'altra persona un consiglio o la sua opinione, assicurati che abbia l'opportunità di parlare. O forse stanno cercando proprio te per aggiungere valore al loro lavoro. Se parli solamente tu, la persona potrebbe sentire che non sei interessato a ciò che ha da dire e può essere incerto su quale azione intraprendere con le informazioni che hai fornito. Poni alcune delle seguenti domande:

- Da quanto tempo lavori con questa azienda? O da quanto tempo sei in questo campo?
- Cosa ti piace o cosa non ti piace del tuo lavoro?
- Di che tipo di formazione hai bisogno per questa posizione?
- Quali sono i valori di questa azienda?

8.4.7. Presenta una storia di successo

Una volta trovato un argomento a cui l'altra persona potrebbe essere interessata e su cui puoi offrire consigli, presenta una soluzione raccontando una storia su come hai aiutato gli altri in una situazione simile. Racconta loro del tuo problema e di come l'hai risolto, ma mantieni la spiegazione breve e gentile. Inizia raccontando loro il problema e poi la tua soluzione. Includi informazioni su quanto fossero disastrose le cose prima che arrivasse un lieto fine, dove tutto andava per il meglio.

8.4.8. Chiedi suggerimenti su come espandere la tua rete

Uno degli obiettivi principali del networking non è solo quello di incontrare una o due persone, ma anche di attingere alla rete delle persone con cui incontri. Ogni singola persona che incontrerai conoscerà circa altre 200 persone e se riesci a ottenere presentazioni ad alcuni di questi contatti, aumenterai rapidamente la tua rete e le tue possibilità di trovare una connessione preziosa. Chiedi ai tuoi contatti se possono consigliare un'organizzazione professionale o i nomi di alcune delle persone con cui potresti parlare.

8.4.9. Trova un motivo per continuare

Se vuoi stabilire un rapporto con un'altra persona, crea un motivo per continuare la relazione. Se leggi un articolo che si aggiunge ad una discussione che hai avuto durante una riunione di rete, salvalo e invialo a loro con una breve nota su ciò che hai trovato interessante e su come pensi che potrebbe essergli utile. Cerca di trovare almeno due o tre opportunità all'anno per riconnetterti con i membri della tua rete.

8.4.10. Ricordati sempre di ringraziare

Costruire una rete significa creare una relazione genuina e attenta. Ringrazia i tuoi contatti per le informazioni che hanno fornito e vedi se puoi aiutarli in qualche modo. Condividi qualsiasi conoscenza che ritieni possa essere loro utile. Prendi appunti su ciò che impari sui tuoi contatti in modo che la tua futura corrispondenza possa avere un tocco personalizzato.

Capitolo 9 Marketing e Comunicazione

Quando hai un'idea per un'attività, un progetto o un investimento, è fondamentale definire i tuoi obiettivi e le tue azioni per raggiungerli: la comunicazione e la sensibilizzazione per i tuoi prodotti sono fondamentali. Il marketing per avviare un'attività è uno degli strumenti fondamentali per comunicare il tuo prodotto. Il marketing aiuta a scalare il prodotto, portare trazione e vendere di più...

9.1 Cos'è il marketing?



What Is Marketing?

9.2: Ecco 10 consigli da condividere con te

9.2.1 Conosci il tuo cliente!

È inutile creare strategie, azioni, assumere campagne AdWords, Facebook ADS o Twitter se non sai chi è il tuo cliente e chi utilizzerà il tuo prodotto. Anche se questo sembra semplice da fare, è molto comune che nella creazione di un'impresa, che mentre si sta convalidando il modello di business, anche il profilo del cliente cambi. È importante sapere chi è, come è, cosa gli interessa, il suo quotidiano, cosa lo frustra, cosa vuole, i media e il blog / che legge. Tutte queste informazioni renderanno la tua vita molto più facile quando ti appropcerai alla creazione di una strategia di marketing e comunicazione.

9.2.2 Prima di creare una strategia, chiediti quale sia l'obiettivo

Prima di fare qualsiasi strategia, chiediti, qual è l'obiettivo? Cosa vogliamo ottenere con la sua creazione? Avere in mente in modo chiaro a chi è rivolta la strategia, permette di creare un piano specifico con azioni concrete ed efficaci.

9.2.3 Studia la concorrenza e copia

Indaga su come sta andando la tua concorrenza nel marketing e nella comunicazione; cosa funziona e cosa non funziona. Anche in ciò che è già buono, pensa su cosa potresti fare meglio di loro e in cosa differisci. Ricorda: copiare non è un male. A volte non è necessario innovare. Se vedi che la tua concorrenza fa qualcosa che funziona, copialo, fallo su misura per te e scopri se ti darà buoni risultati.

9.2.4 Impostare un obiettivo specifico

Nella costruzione di un'impresa, una delle domande fondamentali riguardanti il marketing è: cosa vuoi ottenere e qual è il tuo obiettivo. Le risposte a queste domande possono essere molto diverse. Si va dal coinvolgimento dei clienti, alla conquista di questi, fino ad arrivare alle persone che scaricano la tua nuova app e così via. Ebbene, questi sono tutti obiettivi molto generali. Un obiettivo deve essere SMART [Specifico, Misurabile, Raggiungibile, Rilevante, entro un Tempo specifico]. Un buon esempio di un obiettivo SMART è: "Voglio ottenere 5.000 utenti attivi nella mio account Twitter nei prossimi 3 mesi".

Quando si fissano gli obiettivi, chiediti come verranno misurati e come farai a sapere se l'obiettivo è stato raggiunto o meno. In questo modo avrai obiettivi misurabili e potrai dare la priorità a quello più importante per la tua attività e verificare se lo raggiungerai o meno.

9.2.5. Parla con il tuo team

Siediti con il tuo team (o chiedi a persone che possono aggiungere valore quando sei da solo e chiedi loro di partecipare a un brainstorming) e coinvolgilo nel piano di marketing. Per esperienza sappiamo che liberare del tempo quando si avvia un'attività è difficile. Ma è necessario. Investire tempo significa investire denaro (eh sì, il tempo è denaro). Lavorare in squadra è ciò che rende un prodotto significativo, evita incomprensioni, fa risparmiare tempo e denaro, allinea le aspettative.

9.2.6 Pianifica

È la chiave di qualsiasi strategia di marketing. È importante creare un piano di marketing e inserirlo in un documento, con date, azioni, canali, campagne che verranno realizzate. Più è specifico, meglio è. Questo ti aiuterà a non improvvisare la strategia, non deviare e massimizzare i tempi per il tuo team.

Nel caso in cui crei un piano di contenuti per il blog, pensa: chi costruirà il contenuto? Quanto spesso verrà pubblicato? Chi lo modificherà? Qual è il processo di pubblicazione che verrà seguito? Crea un calendario mensile per pianificare i contenuti che condividerai e scrivi le informazioni chiave.

9.2.7. Prenditi cura della pagina web

Se ciò che interessa è vendere, l'aspetto web della tua azienda è fondamentale. Scegli immagini di qualità, accurate e attraenti che supportano il prodotto o servizio che offri. Comunica in un linguaggio semplice e comprensibile con i tuoi clienti. Includi quali siano i vantaggi del tuo prodotto, video esplicativi, utilizza testimonianze del tuo prodotto o servizio e loghi, clienti e prezzi. Tutto ciò rende una pagina web attraente. Attenzione agli errori di ortografia e di stampa. Riducono la credibilità e offuscano il prodotto.

9.2.8. Comunica quello che fai

La comunicazione fa anch'essa parte di una strategia di marketing e aiuta a far vedere ciò che fa la tua azienda. Comunica cosa stai facendo attraverso i tuoi social media, blog, sito web e mantieni alta la comunicazione all'interno del tuo team.

9.2.9 Scommetti su una strategia “mediatica”

È importante comunicare cosa l'azienda faccia ai media. Si tratta di fare bene e offrire loro ciò di cui hanno bisogno. Nella ricerca dell'approccio perfetto ogni azienda dispone di informazioni molto preziose da comunicare ai media. Non si tratta di fare comunicati stampa a profusione o fornire informazioni che non sono rilevanti. Si tratta di capire come funzionano i media e come la tua start-up può aiutarli nel loro lavoro.

9.2.10 Misurare i risultati

Per vedere se la strategia e le azioni funzionano, devi misurarle. Per questo, ciò che viene utilizzato più frequentemente sono i KPI. I KPI (Key Performance Indicators), tipici delle strategie di marketing. Alcuni KPI di base sono il tasso di conversione, la frequenza di rimbalzo, la durata della visita sul web, il numero di retweet, il numero di Mi piace, ecc.

Fonte: Jamerson, K., [Top 10 Marketing Tips for 2020](#)

9.3. Altri sei suggerimenti e trucchi per il marketing

9.3.1 Il re dei consigli di marketing: tenetevi al passo con le tendenze!

Avere una forte strategia di marketing richiede più che adattare le tue priorità anno dopo anno. Devi essere costantemente alla ricerca di tecnologie e opportunità per distinguerti dalla massa. Segui gli ultimi suggerimenti tecnologici e di marketing per tenerti aggiornato sulle tendenze e sui cambiamenti importanti da cui dovresti trarre vantaggio.

9.3.2 Avvicinati ai social a pagamento

L'86% dei social marketer utilizza già gli annunci di Facebook e le entrate pubblicitarie della piattaforma continuano a crescere. Nel frattempo sono emerse opzioni di pubblicità a pagamento su Instagram, Pinterest, Twitter e altrove. Le piattaforme di social media stanno modificando i loro algoritmi, rendendo chiaro ai marchi che la promozione a pagamento è un must se vuoi ottenere visibilità. Se vuoi che la tua strategia social mantenga o acquisisca slancio, allora abbracciare i social a pagamento è un must.

9.3.3 Supporta i sostenitori del marchio

Le persone cercano consigli dai loro colleghi per prendere decisioni di acquisto. I tuoi clienti sono una potente risorsa per aiutarti a raggiungere nuovi segmenti di pubblico. Per ottenere il massimo dai sostenitori del tuo marchio, crea campagne per incentivarli a diffondere il tuo messaggio. Crea una community online o offri premi per la pubblicità fatta, ad esempio. Puoi anche creare un hashtag con il tuo marchio e incoraggiare il pubblico ad usarlo.

9.3.4 Priorità all'autenticità

Questo è uno dei nostri consigli di marketing più importanti. I consumatori oggi sono ben consapevoli che i contenuti creati dalle aziende sono guidati dai trend. È improbabile che rispondano positivamente ai contenuti di vendita, quindi i marchi devono sviluppare strategie migliori per costruire relazioni autentiche con il loro pubblico. Uno dei modi migliori per dare la priorità all'autenticità con il tuo marketing è creare contenuti live.

Ospita un podcast dal vivo, trasmetti in streaming video, in diretta di Facebook, ecc.

9.3.5. Crea un messaggio memorabile

Ci sono tanti modi per promuovere direttamente i tuoi prodotti e servizi attraverso il marketing. A volte vale la pena allontanarsi dalla tua principale strategia di marketing per raccontare storie che rendono il tuo marchio più memorabile e simpatico. Più sei creativo con lo storytelling, più è probabile che ti distinguerai e migliorerai l'immagine del tuo marchio.

9.3.6. Costruisci partnership

La pubblicità è un ottimo modo per ampliare la tua presenza sui social media e sul web. Ma non è paragonabile al potere di una forte raccomandazione da parte di influencer informati. Collabora con altri importanti attori del tuo settore per raggiungere un nuovo pubblico e dare una nuova impronta sui social per la tua attività. Puoi anche richiedere l'aiuto di micro-influencer che faranno da sostenitori al tuo marchio sui social media e sul web.

9.4. Sei trucchi e suggerimenti per il marketing

9.4.1 Avere un LOGO memorabile

Quando avvii un'azienda, devi farti conoscere, devi renderti memorabile e veloce da riconoscere in modo da venir immediatamente ricordato quando si guarda il tuo logo!

Avere un logo memorabile, ti aiuta ad entrare nella mente delle persone, vediamo alcuni esempi.



Ad esempio il logo di Nike: non appena avrai visto questo "swoosh" hai subito saputo di che marca si trattasse, anche senza vedere la parola "NIKE".

Per sviluppare il tuo logo puoi anche pensare al contrario: se pensi ad un marchio noto ti verrà subito in mente il suo logo!

9.4.2 Agisci per migliorare la fedeltà del cliente

Vogliamo tutti clienti fedeli, che vengano da noi quando hanno bisogno di qualcosa che può essere trovato solo nei prodotti che forniamo, giusto? Ci sono alcuni modi in cui possiamo fare i clienti "nostri", pensiamo a sconti, offerte "compra 2 prendi 3", offerte di prevendita o qualche piccolo vantaggio rispetto a qualsiasi altro cliente normale.

9.4.3 Prova a fare ricerche personali

Nel caso tu voglia essere un rivenditore, fornitore o dealer, è consigliabile che tu faccia ricerche per conto tuo che poi verranno confermate da un'azienda o una compagnia buona e conosciuta. Avere la tua ricerca può far sì che i tuoi clienti abbiano maggiore fiducia nel tuo marchio! Pensaci!

9.4.4 Investire nei social media

Nel 2020 questo è il modo migliore per pubblicizzare il tuo marchio.

Su internet e sulle piattaforme social (Facebook, Instagram, YouTube, ecc.) ci sono milioni di utenti. C'è Google Ads, dove puoi pagare direttamente per avere alcuni annunci su diverse piattaforme, oppure puoi avviare qualche partnership con persone influenti su Internet. Questo fattore potrebbe influire sul tuo marchio, ma potrebbe anche costare di meno o di più a seconda del numero di follower e/o abbonati.

In questi anni però questo è diventato il modo più adatto per promuovere i prodotti. Le persone tendono ad apprezzare ciò che piace ai loro idoli, facendole diventare clienti, rimanendo impressionate dalle loro opinioni e idee.

9.4.5 Filmare alcuni annunci

Fai degli annunci in formato video. Quando vedi i prodotti "funzionare", le cose possono sembrare più piacevoli. Il video è ancora oggi una tattica di marketing digitale popolare. Cerca di includere tutorial, testimonianze o dietro le quinte, cerca di includere qualsiasi cosa possa metterti in contatto con il cliente.

9.4.6 Digitalizzati!

Oggi tutto avviene in modo digitale e anche la tua azienda deve avvicinarsi a questo mondo. Crea siti web, app per telefono, e tutto ciò che può mettere in contatto il tuo cliente con te in modo facile e veloce! Tienili in costante contatto con te e fai dei sondaggi online per vedere di cosa ha bisogno il tuo cliente!

9.5 Cos'è la comunicazione?

[Cos'è la comunicazione? O3yme](#)



What Is Communication
O3yme

9.6 6 consigli su come comunicare

(Fonte: [6 Tips for Improving Your Business Communication Skills](#))

9.6.1 Metti in pratica le tue capacità di ascolto (e anche le tue capacità di attenzione):

Quando gli altri parlano, stai davvero ascoltando? Spesso confondiamo "ascoltare" con "stare zitti", ma solo perché non si parla mentre gli altri lo fanno non significa che si stia davvero ascoltando. Bisogna imparare a disattivare i dialoghi interni e sintonizzarsi veramente su ciò che gli altri dicono. Un trucco è ripetere quello che si è sentito in modo da sapere che si sta prestando attenzione e lo si possa dimostrare agli altri.

9.6.2. Collaborare, non dettare

Lezioni, monologhi e divagazioni non fanno parte della comunicazione aziendale. Se ti accorgi di parlare più di pochi istanti (tranne quando fai una presentazione o conduci un dimostrazione), fermati. Semplifica il più possibile quello che stai cercando di dire. Consenti agli altri di offrire il loro contributo sulla questione. La comunicazione riguarda il dare e ricevere, non il dettare come le cose devono essere o come pensi che dovrebbero essere.

9.6.3 Presta attenzione a come trascorri il tuo tempo libero

Probabilmente non ti aspettavi che questo fosse nell'elenco. I programmi TV che guardi, i libri che leggi, i tuoi hobby hanno a che fare con la comunicazione aziendale? Ebbene, la risposta è può essere sia sì che no. In primo luogo questi possono avere il potenziale di aprire nuove prospettive e far conoscere importanti eventi dell'attualità che possono aiutare a far crescere la propria business intelligence. Le probabilità sono che le persone che guardano un'ora di reality show al giorno non saranno in grado di sostenere una conversazione orientata al business così come coloro che trascorrono il loro tempo libero leggendo giornali di business e facendo networking con mentori di successo. In secondo luogo, raccoglierai idee e intuizioni utili da attività più intellettuali che dalla visione o dalla lettura di materiale meno utile durante il tuo tempo libero.

9.6.4. Investire nei giusti strumenti di comunicazione e collaborazione

Se dipendi dalla posta elettronica e dai social media per le tue comunicazioni, probabilmente stai ricevendo molte informazioni inutili e ridondanti e forse stai perdendo le conversazioni più importanti. Uno strumento come Vmoo è il modo ideale per semplificare le comunicazioni, collaborare a progetti importanti e costruire un business significativo relazioni.

9.6.5. Non aspettare troppo a lungo per sollevare problemi importanti

Permettere a un problema di svilupparsi e evolversi è il modo per interrompere una comunicazione. È molto più facile, efficace e professionale affrontare un problema non appena si presenta, mentre è ancora agli inizi, piuttosto che aspettare fino al punto che questo diventi un mostro grande, brutto e arrabbiato. La maggior parte delle volte una discussione rapida e diretta può risolvere eventuali problemi interpersonali o professionali senza influire negativamente sulle relazioni.

9.6.6. Impara a tenere a mente le caratteristiche delle persone intorno a te

Sheila è una persona mattiniera, o è meglio sottoporle un problema più tardi nel pomeriggio? Samuel preferisce un cornetto quando passi a prendere la colazione, o è più un tipo da caffè? È martedì o giovedì che Becky deve uscire prima per portare suo figlio dall'ortodontista? Questi piccoli dettagli ti sembrano privi di significato? Le persone sono importanti. Ricordare alcuni dettagli sulle loro vite personali, mostra che ci tieni a loro, anche al di là del loro lavoro. Ciò favorisce una relazione più profonda e significativa che si tradurrà facilmente in una relazione d'affari migliore e maggiormente gratificante.