



## IL BUSINESS PLAN: PIANIFICAZIONE E VALUTAZIONE DEGLI INVESTIMENTI

### Obiettivi

*In un contesto dinamico, in rapida evoluzione ed ormai sviluppato su scala globale come quello attuale, è necessario dotarsi di opportuni strumenti di pianificazione, per entrare sul mercato con una nuova azienda tout court o semplicemente per affrontare un nuovo progetto di investimento.*

*La redazione di un business plan consente di verificare al meglio la effettiva fattibilità e convenienza di un progetto imprenditoriale, attraverso un'analisi strategica del mercato e dei competitor, abbinata alla valutazione dei principali aspetti operativi e finanziari.*

*Inoltre, soprattutto in un contesto generale di scarsa liquidità e di credit crunch, l'attività di pianificazione costituisce un presupposto fondamentale per ottenere ed allocare al meglio le risorse finanziarie, soprattutto nel caso di investimenti tra loro mutuamente esclusivi.*

*Scopo del presente corso è quello di fornire strumenti avanzati di pianificazione e valutazione degli investimenti, che vadano oltre una logica meramente contabile, verso un approccio di tipo prevalentemente finanziario, considerando altresì aspetti tradizionalmente percepiti come di non stretto appannaggio dei dottori commercialisti, quali l'elaborazione di un piano di marketing e di previsioni di vendita.*

*Al termine del corso, il professionista sarà in possesso di elementi fondamentali per elaborare un business plan credibile e solido, che consenta di valutare al meglio la fattibilità di un investimento, garantendo in tal modo la possibilità di reperire le risorse finanziarie necessarie per realizzarlo, sia da parte di banche, che di venture capital, business angels o altri soci di capitale.*

Durata – 4 ore

### Programma

#### Parte Prima – La necessità di un business plan

- Le funzioni e le prospettive di analisi
- Caratteristiche e requisiti: le linee guida CNDCEC
- Strumenti strategici di supporto

#### Parte Seconda – Il piano di marketing; le previsioni di vendita; il piano operativo

- Il piano di marketing
- La stima della domanda e l'analisi dei competitor
- Il budget delle vendite
- Il piano degli investimenti; la leva operativa
- Le scelte di *lease or buy*

#### Parte Terza – La struttura del capitale

- La scelta delle fonti finanziarie; la leva finanziaria; il trade off EBIT/EPS
- Il costo del capitale; la determinazione del beta
- Il budget di cassa

#### Parte quarta – La valutazione dell'investimento

- Gli indicatori di redditività;
- La sostenibilità finanziaria; la creazione di valore
- La gestione dei rischi: analisi di sensitività e di scenario

#### Parte quinta – La comunicazione del business plan; *Executive summary* e presentazione

#### Relatore

**Dott. Roberto De Luca** – *Dottore commercialista in Salerno, Ricercatore area aziendale IRDCEC*