



PROGETTO INTRAPRENDERE A MODENA AZIONI A SOSTEGNO DELLE NEO-IMPRESE IN PROVINCIA DI MODENA BIENNIO 2011-2012

Il Progetto Intraprendere è stato avviato per la prima volta nel 2001 con l'obiettivo di sostenere la creazione di nuove imprese nel territorio modenese, promuovendo inoltre condizioni favorevoli alla diffusione dell'innovazione nella nostra economia, attraverso una serie di azioni tra loro articolate.

Il progetto, giunto alla sua Sesta Edizione è promosso dalla Provincia di Modena e dalla Camera di Commercio, con la collaborazione dell'Università di Modena e Reggio Emilia, dei Comuni, Associazioni Imprenditoriali e Istituti bancari della provincia di Modena, realizzato con il sostegno finanziario delle quattro Fondazioni Bancarie modenesi.

A dieci anni dall'avvio del progetto, l'edizione 2011-2012, pur garantendo la continuità delle azioni, intende proporre alcuni elementi di innovazione, in grado di rispondere alle mutate esigenze espresse sia dai neo imprenditori sia dai partner del progetto.

Mantenendo immutata l'architettura del progetto che vede come azioni fondanti la realizzazione del Concorso per intercettare e selezionare i progetti imprenditoriali, la formazione, l'assistenza e l'accompagnamento al mercato e la diffusione territoriale, si intendono introdurre elementi di innovazione che vanno nella direzione di rendere più efficace il modello di creazione d'impresa, ridefinendone i contenuti e le tempistiche.

In particolare si intende portare il focus sulle idee innovative e le persone che propongono l'idea, nonché su un rafforzamento dell'iniziativa sui vari territori, consolidando il modello di rete che vede tra i nodi le Fondazioni bancarie, le Istituzioni locali e le Associazioni di categoria. Da sottolineare che a partire dalla quinta edizione (2009/2010) il ruolo delle Associazioni è stato importante sia nella fase di sviluppo del business plan del progetto imprenditoriale, mettendo a disposizione le competenze dei consulenti esperti in creazione d'impresa, sia nelle Serate Territoriali relativamente alla diffusione dell'iniziativa, al coinvolgimento di imprenditori esperti e al successivo sostegno alle nuove idee d'impresa presentate.



Obiettivi strategici:

1. Incentivare e sostenere la creazione d'impresa
2. Dare valore ai territori

Obiettivi operativi:

3. Intercettare idee, start up, spin off
4. Rafforzare l'evento sul territorio

Valori:

1. Idee
2. Persone (che hanno le idee)

Temi su cui concentrare attenzione:

1. Comunicazione più efficace;
2. Azione sul BP inizialmente meno "strutturata"
3. Aumentare l'efficacia delle azioni di matching e di accompagnamento
4. Rendere più efficace il modello e più dinamica l'azione, ridefinendo le tempistiche
5. Assicurare sinergie con gli altri strumenti di creazione d'impresa

Azioni:

1) Concorso: promozione

Predisposizione delle attività di promozione e comunicazione del concorso. Rispetto alle passate edizioni che sono state promosse in modo "classico" (attraverso locandine e depliant, affissione pubblica, comunicati stampa e televisioni), per questa edizione, l'elemento di innovazione da introdurre potrebbe essere l'utilizzo di strumenti di comunicazione basati sui network di relazioni. In specifico si propone:

- ❖ sito: rivisitazione del sito rendendolo più dinamico e attento ai contenuti, in grado di "promuovere" interesse
- ❖ inserire il logo Intraprendere in una serie di circuiti che fanno conoscere lo strumento

Si intende quindi incentivare soprattutto la comunicazione di rete, utilizzando in maniera massiccia il web.

Gli altri canali di comunicazione da utilizzare sono:

- Maggior coinvolgimento della Camera di Commercio sia attraverso lo Sportello Genesi sia del Registro Imprese, chiedendo loro di segnalare l'iniziativa alle nuove imprese che si iscrivono e avere da loro l'elenco delle nuove imprese iscritte per mandare una comunicazione mirata (gli elenchi dovranno essere necessariamente "puliti", selezionando i settori più rilevanti e di interesse per il concorso)
- Utilizzo della rete territoriale degli sportelli delle associazioni
- Utilizzo della rete dei Comuni e delle Istituzioni Locali
- Workshop di presentazione in Università e rivolta a utenti Spinner e utilizzo delle piattaforme tecnologiche per divulgare informazioni e notizie
- Coinvolgimento del Club delle imprese Hi-Tech
- Coinvolgimento dei consulenti presenti nella Banca dati
- Conferenze e comunicati stampa di promozione sui quotidiani e periodici

2) Concorso: intercettazione progetti

Rispetto alle edizioni precedenti potrebbero essere apportati alcuni elementi di innovazione per rispondere alle esigenze emerse:

- accorciare i tempi tra la fase di valutazione e il momento in cui le idee sono accompagnate sul mercato: prevedere un tempo più lungo per l'accompagnamento, vero elemento importante per la crescita e lo sviluppo delle idee imprenditoriali
- permettere alle idee e alle nuove imprese che nascono in ogni momento dell'anno di essere intercettate e valorizzate
- rendere meno impegnativo il BP: il business plan rimane fondamentale ma occorre ridurre l'investimento economico sul singolo progetto, in considerazione anche del fatto che esso ha continue necessità di essere mantenuto aggiornato. Molto più efficace puntare sulla realizzazione di un executive summary che presenta i seguenti vantaggi: maggior facilità di realizzazione; preparatorio del business plan; strumento attualmente richiesto in diverse competizioni di start up; maggior velocità e facilità nella fase di valutazione.

Per tenere conto di queste necessità il percorso di intercettazione dei progetti deve essere ridisegnato, eliminando soprattutto la rigida consequenzialità delle attività a favore di un lavoro in parallelo e con azioni realizzate in contemporanea.

Ipotesi ridefinizione:

- a) Raccolta dei progetti e delle idee: individuare due momenti di raccolta (call) a

distanza di qualche mese (ad esempio una in primavera e una in autunno). I progetti vengono raccolti utilizzando sempre lo strumento web (sito www.intraprendere.modena.it)

- b) formazione trasversale per la realizzazione dell'executive summary rivolta a tutti gli iscritti: la formazione deve essere successiva alla chiusura delle call
- c) primo screening delle idee raccolte per dare l'assistenza alla compilazione dell'executive summary: valutazione dei fabbisogni dei partecipanti al Concorso e individuazione dei percorsi di assistenza per la compilazione degli executive summary (da parte dei consulenti del progetto e dei consulenti delle associazioni)
- d) raccolta degli executive summary: loro sistematizzazione e archiviazione
- e) secondo screening di prevalutazione degli executive summary ai fini dell'erogazione dei servizi di tutoraggio
- f) percorso più approfondito per idee che hanno più valore attraverso il supporto di mentor/sponsor e con matching sui territori;
- g) Valutazione finale delle idee imprenditoriali e premiazione finale dei vincitori

3) Concorso: premi in denaro

Il concorso deve essere caratterizzato da due "valori" fondamentali:

- ❖ Innovazione
- ❖ Idea/persone che hanno un'idea (in cui credono)

pertanto anche i premi devono andare in questa direzione: premiare le idee più innovative.

Il concorso è sempre aperto ai progetti di neo imprese (con non più di tre anni di vita) e di aspiranti imprenditori, ma invece di mantenere la distinzione tra le due categorie l'attenzione deve essere portata all'idea imprenditoriale in sé. Ad essere valutata è l'idea: la sua fattibilità, la sua sostenibilità, con attenzione alla persona o al gruppo che la porta avanti. Seguendo questa linea, per l'assegnazione dei premi in denaro, non è più necessario distinguere fra la categoria neo impresa e la categoria aspiranti imprenditori, concentrando così i premi su alcuni settori o ambiti specifici di particolare interesse come:

- high tech (Spin off – innovazione scientifico/accademica)
- imprese tecnologicamente avanzate)
- settore manifatturiero/meccanico
- settore servizi e commercio

- agricoltura
- green economy (efficienza energetica, energia rinnovabile, trasporto sostenibile, agricoltura sostenibile, utilizzo risorse in modo efficiente e con tecnologie intelligenti).

Nell'ambito di queste categorie sarà premiata indistintamente l'idea presentata da un neo imprenditori o da un aspirante imprenditore. Per quanto riguarda gli aspiranti imprenditori resta ferma la necessità di assegnare il premio in danaro solo dopo l'effettiva costituzione in impresa e la relativa iscrizione al Registro delle Imprese.

Ipotesi distribuzione premi:

Settore/ambito d'interesse	Descrizione	Premi	Valore in Euro
Spin off – innovazione scientifico/accademica	Idee imprenditoriali nate per iniziativa di soggetti impegnati in contesto accademico o istituzionale, finalizzate all'utilizzo industriale dei risultati della ricerca e allo sviluppo di nuovi prodotti e servizi	1° premio	5.000
		2° premio	2.000
High tech industriali	Idee imprenditoriali ad elevato contenuto tecnologico e di conoscenza	1° premio	5.000
		2° premio	2.000
Meccanico/manifatturiero/artigianato	Idee imprenditoriali appartenenti al settore produttivo	1° premio	5.000
		2° premio	2.000
		Premio Cna – La fabbrica dell'ingegno – settore manifatturiero	1.000 + 1 anno di servizi
Servizi e commercio	Idee imprenditoriali appartenenti al settore commercio, servizi e turismo	1° premio	5.000
		2° premio	2.000
		Premio Confesercenti – settore commercio, turismo e servizi	1.000 + 1 anno di servizi
		Premio Ascom Confcommercio	1.000 + 1 anno di servizi

Settore/ambito d'interesse	Descrizione	Premi	Valore in Euro
Agricoltura/agro alimentare	Idee imprenditoriali basate su: valorizzazione prodotti tipici, enogastronomia, filiera corta, agricoltura e agroalimentare	1° premio	5.000
		2° premio	2.000
Premio imprenditoria femminile	Impresa al femminile: donne titolari di imprese individuali; collaboratrici familiari di aziende agricole; donne socie di imprese di persone, di capitali, di cooperative con maggioranza numerica di donne non inferiore al 60% della compagine sociale, oppure donne che, all'interno delle società sopracitate, ricoprono le cariche di Presidente, Amministratore Delegato, Amministratore Unico, Direttore Generale da almeno due anni, costituite dopo il 1° gennaio 2009		5.000
Premio impresa cooperativa	Imprese cooperative di qualsiasi settore L'impresa cooperativa è un'impresa che ha un fine economico costituita tra persone fisiche e/o giuridiche che condividono un obiettivo comune e che uniscono le loro forze La figura del socio il perno attorno al quale far ruotare gli aspetti di natura economica e finanziaria		1.000 + servizi
Premio Speciale Giuria - Green Economy	Idee imprenditoriali basate su: efficienza energetica, energia rinnovabile, trasporto sostenibile, agricoltura sostenibile, utilizzo risorse in modo efficiente e con tecnologie intelligenti		4.000
Totale Montepremi			48.000

4) Concorso: valutazione

Se si segue l'ipotesi prospettata di realizzare due distinte call e la premiazione delle idee al termine di tutto il percorso, anche il processo di valutazione deve essere rivisto. Al termine di ogni call dopo aver raccolto gli executive summary, si deve prevedere uno screening, in modo tale da "dividere" quelle realmente innovative e con buone potenzialità da quelle meno innovative o più difficilmente realizzabili, ai fini dell'erogazione dei servizi da tutoraggio. Questa valutazione deve essere fatta dal Comitato Tecnico di Valutazione formato da: i tre componenti del Comitato Scientifico, rappresentanti di Provincia, Democenter-Sipe e Camera di Commercio di Modena (valutare se è necessario un rappresentante dei Consorzi Garanzia Fidi).

La scelta dei vincitori dei premi in danaro sarà fatta al termine di tutto il percorso, compreso l'accompagnamento. Spostare la scelta dei vincitori al termine del percorso significa avere maggiori elementi di valutazione, dettati dall'effettiva conoscenza dell'idea, dei suoi punti di forza e di debolezza e delle sue potenzialità di sviluppo. La valutazione non si baserà più solo sull'analisi del piano imprenditoriale, ma sull'effettiva e concreta conoscenza del progetto imprenditoriale.

I criteri di valutazione saranno incentrati su innovatività e originalità del progetto, mercato e concorrenza, caratteristiche del management (competenze, esperienze, ecc.), fattibilità tecnica ed economico-finanziaria.

La scelta dei progetti vincitori rimarrà in capo alla Giuria di Imprenditori nominata dalla Camera di Commercio, che rappresenta tutti i settori economici del nostro territorio.

5) Servizi di accompagnamento e tutoraggio ai migliori progetti

Il percorso di accompagnamento è il vero valore aggiunto e deve rappresentare il cuore stesso del Progetto, dandogli maggior spazio rispetto alle precedenti edizioni. E' necessario costruire alcuni percorsi di accompagnamento differenziando le idee in base al valore e alle potenzialità di sviluppo. Occorre definire un percorso più approfondito per le idee che hanno maggior valore, prevedendo un supporto di un mentor/sponsor e con incontri di matching sui territori (realizzare ad esempio un circuito di eventi di business matching/presentazioni periodiche sui territori). Il percorso di accompagnamento prevede anche l'assistenza alle idee imprenditoriali per la ricerca di finanziamenti e di agevolazioni finanziarie.

Il percorso di accompagnamento potrebbe essere articolato su diversi livelli:

- ❖ un primo livello che potrebbe essere definito “one to one” con un forte affiancamento da parte di un mentore (professionista, imprenditore, manager) che fornisce assistenza diretta ed individuale alla start up;
- ❖ un secondo livello “di gruppo” offerta a diverse start up contemporaneamente che affrontano problematiche comuni e trasversali;
- ❖ per le start up altamente innovative si possono pianificare dei percorsi di accompagnamento altamente integrati che toccano tutti gli aspetti rilevanti dell’attività di impresa (mercato, finanza, prodotto)

Per aggiungere valore all’attività potrebbe essere creato un Club dei Mentor, che raccoglie i professionisti, gli imprenditori e i manager che vogliono operare per favorire la crescita e lo sviluppo delle star up. Si dovrebbe partire dalla banca dati dei professionisti già implementata e allargarla agli imprenditori locali (per favorire un legame più profondo con il territorio e il suo tessuto economico) nonché ai manager e tecnici esperti (per favorire un maggior supporto professionale per lo sviluppo dell’impresa).

6) Percorso per le imprese ad alta innovazione

Costruire un percorso per le imprese che si collocano su nuove traiettorie tecnologiche: studiare un percorso ad hoc teso alla selezione delle neo-imprese per i concorsi nazionali rivolti alle imprese innovative ad alta tecnologia (PNI e altro), valutando l’inserimento degli sponsors dei concorsi nazionali a questo livello del concorso; studiare un percorso per la partecipazione a meccanismi di incentivazione regionale.

7) Presentazioni territoriali

Occorre rafforzare l’attenzione sui comuni capo-comprensorio: Carpi, Modena, Vignola, Mirandola (sedi delle Fondazioni Bancarie), nonché Sassuolo e Pavullo, avviando con loro la costruzione di un modello di rete a sostegno delle start up:

- ❖ maggiore attenzione alla comunicazione e promozione delle attività (associazioni, giornali, realtà presenti sul territorio, le stesse fondazioni)
- ❖ costruire le partnership direttamente sui territori
- ❖ pensare ad uno strumento/modello per farli diventare nodi forti della rete: attraverso il coinvolgimento delle Istituzioni locali e degli sportelli delle Associazioni, il territorio deve farsi promotore delle nuove idee imprenditoriali, sostenendone lo sviluppo e la crescita. Le nuove idee imprenditoriali non sono solo quelle che nascono sul quello specifico

territorio ma anche quelle che provengono da altre aree, ma che possono rappresentare un valore aggiunto per quel territorio.

8) Banca dati dei consulenti

Mantenimento e aggiornamento della banca dati, creata a partire dalla Quinta Edizione, con i curricula dei professionisti ed esperti che abbiano dichiarato la propria disponibilità ad operare nell'ambito della creazione di impresa. I professionisti interessati potrebbero entrare a fare parte del Club dei Mentori, previsto nel punto 5).

9) Premio Nazionale Innovazione

Collaborazione con l'Ufficio ILO, segnalando i migliori progetti imprenditoriale da inviare alle edizioni del Premio Nazionale.

10) Club delle Nuove Imprese Hi-Tech

Dopo la sua costituzione il Club delle Nuove Imprese Hi-tech realizzerà un programma di attività volte a:

- 1. valorizzare e rendere visibile l'attività dei suoi soci in ambito locale, a livello regionale e nazionale.**
- 2. offrire ai suoi soci nuove opportunità di mercato e di finanziamento**

Le attività che il Club realizzerà per raggiungere tali obiettivi sono:

1) VALORIZZARE E RENDERE VISIBILE L'ATTIVITA' DEI SUOI SOCI:

1. workshop tematici;
2. presentazioni aziendali;
3. eventi su temi di interesse comune;
4. comunicati stampa e una campagna di comunicazione attraverso mezzi e strumenti web 2.0 – rafforzamento delle partnership costruite con la rivista INNOV'AZIONE edita dal Parco Tecnologico di Navacchio e con il Social Network Start-up e Business

2) OFFRIRE AI SUOI SOCI NUOVE OPPORTUNITÀ DI MERCATO

1. Realizzazione di partnership con organizzazioni e enti che promuovono eventi e attività per la valorizzazione di idee d'impresa e start-up ad alto contenuto tecnologico e di conoscenza.

2. Realizzazione di partnership con network nazionali e internazionali che favoriscano l'accesso a nuove opportunità di mercato.
3. Workshop su direct marketing e tutela e valorizzazione della proprietà intellettuale con previsione della implementazione di figure chiave/consulenti a disposizione di tutti i membri del club per il supporto nell'implementazione delle attività sul campo come ad esempio: piani operativi, realizzazione di campagne di comunicazione e attività di promozione commerciale, valutazione dell'efficacia delle strategie implementate, analisi di anteriorità.

3) FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO DEI SUOI SOCI

co-finanzierà la partecipazione dei membri a eventi per incontrare potenziali finanziatori e partner in ambito nazionale e internazionale e attività volte alla loro partecipazione a programmi di ricerca e sviluppo destinati a start-up e spin-off universitari e piccole e medie imprese in ambito regionale, nazionale ed europeo.

11) Coordinamento

Democenter-Sipe supporta la Provincia di Modena nell'attività di coordinamento generale e nella valutazione dei progetti.

Proposta di Budget:

Azioni	Dettaglio	Budget
Promozione Concorso	spese vive: costi di pubblicità e per mezzi di informazione, studi grafici, rivisitazione sito, web 2.0	€ 15.000,00
	costo personale interno: rapporti con i partner, organizzazione e pianificazione promozione, domande di partecipazione, punto informativo per i partecipanti, controllo iscrizione, analisi domande, ecc.	€ 17.000,00
Valutazione e premiazione	Spese vive: stampa repertorio, inviti, filmati, maxi assegni	€ 10.000,00
	costo personale esterno: gestione fase di valutazione, assistenza valutatori, coordinamento procedure di valutazione, raccolta dati repertorio, organizzazione e gestione evento finale	€ 13.000,00
Servizi di accompagnamento e tutoraggio	spese esterne per consulenti e mentor	€ 25.000,00*
	organizzazione tutoraggio, mentoring, esperti interni finanza, mercato e prodotto e networking	€ 30.000,00
Presentazioni territoriali	Spese vive	€ 6.000,00
	costo personale interno: selezione e contatto con i progetti da presentare, individuazione e contatto con gli imprenditori affermati segreteria organizzativa, ecc	€ 13.000,00
Club Nuove Imprese Hi-Tech	spese vive e consulenze esterne	€ 45.000,00*
	costo personale interno	€ 10.000,00
Supporto al coordinamento		€ 24.000,00
Spese generali (telefono, fax, luce, segreteria, amministrazione)		€ 21.400,00

SUB TOTALE PROGETTO	€ 229.400,00
----------------------------	---------------------

Premi ai migliori progetti	€ 48.000,00
----------------------------	-------------

TOTALE PROGETTO	€ 277.400,00
------------------------	---------------------

* sono costi difficilmente quantificabili a priori poiché possono variare in base alle effettive adesioni e necessità di intervento



Il budget stimato per effettuare il complesso delle attività richieste per la realizzazione del Progetto Intraprendere non viene interamente coperto dalle risorse che DemoCenter-Sipe è in grado di destinare a tale scopo. D'altra parte non è possibile ridurre il budget senza impoverire l'intera iniziativa, penalizzando i risultati prefissati. Per tali motivi si richiede alla Provincia un concorso alla copertura delle spese di €. 165.000,00 al fine di poter realizzare completamente il progetto.

Modena, lì 11 aprile 2011

Il Direttore di Democenter –Sipe
Enzo Madrigali

**DEMOCENTER-SIPE SCARL
MODENA**

Tempistica:

	2011												2012											
	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre			
Prima call																								
Raccolta progetti																								
Formazione executive s.																								
Raccolta E.S.																								
Screening/valutazione E.S.																								
Avvio Accompagnamento: mentoring, accompagnamento one to one, presentazioni sul territorio, accompagnamento di gruppo																								
Seconda call																								
Raccolta progetti																								
Formazione executive s.																								
Raccolta E.S.																								
Screening/valutazione E.S.																								
Avvio Accompagnamento: mentoring, accompagnamento one to one, presentazioni sul territorio, accompagnamento di gruppo																								
Valutazione idee per vincitori premi																								
Premiazione migliori idee																								

Definizione Tempi/Azioni:

