

Struttura della Proposta

1. Executive Summary

Progetto: descrizione sintetica idea prodotto/servizio, valore creato per clienti rispetto a prodotti concorrenti, mercato potenziale, grado innovazione e difendibilità, margini operativi previsti, tempi sviluppo e commercializzazione. Dare risalto alla innovatività, in senso tecnologico ed imprenditoriale e facilità di integrazione con asset delle Grandi Imprese partner del Programma nei campi tecnologici applicati; indicando anche eventuali ricadute in termini di creazione di opportunità per nuove iniziative e nuova occupazione.

2. Specifiche Progetto

- ✓ **Definizione del Problema:** chiara identificazione dei bisogni da soddisfare e delle esigenze della Clientela; descrizione degli approcci tradizionali e dei punti di debolezza delle soluzioni esistenti.
- ✓ **Soluzione:** Descrizione dei benefici offerti o dei problemi risolti. Quali sono i vantaggi tecnologici, di prodotto o di mercato sostenibili?
- ✓ **Specifiche tecniche prodotto/servizio:** con particolare riferimento a distinzione prodotti/esistenti, relazione componenti prodotto con funzione d'uso, condizioni ottimali di utilizzo del prodotto/servizio per il cliente, comprensione del mercato e necessità supporto alla clientela, esistenza prototipi e esiti test. Specificare eventuali apporti di conoscenze e di esperienze da parte di istituti di ricerca e alta formazione, collegati al proponente.
- ✓ **Risultati Raggiunti:** Fasi di sviluppo del prodotto/servizio; Clienti principali; Partnership realizzate; Vantaggio competitivo raggiunto sul mercato (contratti o rapporti di collaborazione con imprese nazionali o straniere operanti nei settori tecnologici di cui ai campi della proposta)
- ✓ **Definizione progetto e difendibilità:** esistenza coperture brevettuali ottenute, in corso o progettate, specificando oggetto e aree geografiche di copertura, punti deboli copertura, analisi mirata prodotti sostitutivi o alternativi

3. Piano Strategico (orizzonte temporale 3-5 anni)

- ✓ **Analisi mercato, Competitor e modalità di approccio:** descrizione mercato potenziale interessato, con evidenza segmenti di clienti e della dimensione. Per ciascun segmento: evidenza prezzo praticabile, stima volumi complessivi, concorrenti e quota mercato ottenibile. Posizionamento competitivo: principali concorrenti, dinamiche principali del mercato, fattori competitivi determinanti, benchmark competitivo.
- ✓ **Business Model:** specificare il Business Model dell'azienda, rappresentando specificità distintive azienda in relazione alle fasi della catena del valore: ricerca, produzione, logistica, distribuzione a clienti e rapporto con clienti; Dare evidenza del quadro di posizionamento rispetto alla concorrenza (per caratteristiche di prodotto-servizio, prezzo, clienti, canali)
- ✓ **Strategia e piano commerciale (budget piano ordini):** come vengono contattati i clienti (contatti diretti, reseller, partner), contatti o vendite già avviate, ordini già acquisiti
- ✓ **Strategia e piano Produttivo (laddove presente):**
 - se in outsourcing: definizione delle caratteristiche dei fornitori
 - se produzione diretta: descrizione struttura produttiva attuale e prevista, principali fasi produttive
- ✓ **Piano organizzativo/personale:** organico attuale e previsto negli anni di piano, responsabili funzioni, costi. Coerenza della proposta con la qualità del soggetto proponente e dell'eventuale team in termini di formazione, esperienze e risultati acquisiti.
- ✓ **Dati finanziari (Conto Economico di BPP):** conto economico previsionale per gli anni di piano, con dettaglio separato stima ricavi e costi, piano investimenti e modalità finanziamento, flussi di cassa previsti per gli anni di piano, stato patrimoniale per gli anni di piano

€ (Euro)	2018	2019	2020	2021	2022
Ricavi					
EBITDA					
EBIT					
Utile Netto					