

**IMPRESA
IN AZIONE**



BUSINESS KIT

Con **Impresa in azione** avrai la possibilità di sperimentare le tue capacità di affrontare situazioni nuove con metodo ed efficacia, di orientare le tue prossime scelte formative e professionali e con più consapevolezza e di sviluppare competenze decisionali e relazionali che ti rimarranno utili per la vita.

Non sarà un percorso semplice, ma *Impresa in azione* mette a tua disposizione molti strumenti che puoi utilizzare parallelamente:

- △ il **Business Kit**, il manuale che ti consente di orientare lo sviluppo della tua Impresa JA e seguirla nei suoi passi fondamentali, dalla creazione fino alla fase di liquidazione
- △ la **piattaforma www.impresainazione.it**, dove potrai rimanere aggiornato su tutte le offerte di JA, conoscere le scadenze, creare la pagina vetrina della tua Impresa, confrontarti con studenti che partecipano come te al programma, relazionarti con esperti di business e management
- △ l'**area riservata della piattaforma www.impresainazione.it**, dove potrai trovare i materiali didattici, progressivamente arricchita di modelli, link, siti per gli approfondimenti
- △ il **canale YouTube** e la **pagina Facebook** di Junior Achievement, dove scoprire le iniziative di JA e condividere in diretta i momenti più importanti

Si tratta di un libro aperto: a te la possibilità di scriverlo e rileggerlo.

Buona fortuna e buon divertimento!

Il programma di lavoro dell'Impresa JA

Di seguito ti suggeriamo le fasi di sviluppo di Impresa in azione (Roadmap JA), considera che vanno seguite sempre partendo dalla tua esperienza e dal contesto in cui vivi.

Le tempistiche indicate ti vengono suggerite per arrivare alla fine del percorso dedicando il giusto tempo a tutte le fasi del progetto, ma è possibile che alcuni step risultino per te e per i tuoi compagni più lunghi di altri: non ti preoccupare! Puoi rimodulare i tempi secondo le tue esigenze, ricordando tuttavia che le competizioni regionali si terranno nel mese di maggio e a quel punto tutto dovrà essere pronto.

Trovi la **Roadmap JA** attiva con i link ai modelli e agli approfondimenti nell'area riservata della piattaforma www.impresainazione.it dal menu PARTECIPA > Materiale didattico.

Nei mesi di ottobre/novembre e maggio sarai chiamato a completare due *self assessment*, due questionari che ti aiuteranno a riflettere sui progressi acquisiti durante il percorso.

Grazie a questi step, a conclusione del programma, potrai certificare le competenze imprenditoriali apprese durante l'anno scolastico attraverso l'[Entrepreneurial Skills Pass](#). ESP è una qualifica internazionale che ha l'obiettivo di certificare gli studenti (15-19 anni) che hanno partecipato a Impresa in azione, acquisendo conoscenze, abilità e competenze per avviare un'impresa o per trovare lavoro.



Il Business Kit Impresa in azione di Junior Achievement Italia è distribuito con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale](#).

| | Fasi | Step | Pag |
|---|--|--|-------------------------------|
| 1 | Innovare e intraprendere | Avviare un'impresa innovativa | 4 |
| | | Brainstorming per scegliere il prodotto o il servizio | 4 |
| | | Analisi del contesto | 6 |
| | | Business model | 7 |
| 2 | Organizzare l'Impresa JA | I – Identità e Capitale | |
| | | Naming | |
| | | Mission e obiettivi aziendali | |
| | | Atto costitutivo e statuto | 11 |
| | | Il capitale sociale | |
| | | Fiscalità dell'Impresa JA | |
| | | II - Struttura e Management | |
| | | Struttura organizzativa | |
| | | Leadership | |
| | | Gli stakeholder | 13 |
| | | La responsabilità sociale di impresa | |
| Responsabilità di cassa | | | |
| 3 | Realizzare il prodotto o servizio | III - Come tenere le riunioni | 14 |
| | | I - Immagine e know-how | |
| | | Il marchio e il carattere istituzionale | 17 |
| | | Tutela marchi e brevetti | |
| | | II – Produzione | |
| | | Il prototipo | |
| | | Strumenti per determinare la convenienza a produrre | |
| | | Il piano di produzione | 18 |
| | | Le retribuzioni | |
| | | Contatti con i fornitori | |
| | | 4 | Presentarsi al mercato |
| Le registrazioni contabili semplificate | 20 | | |
| 5 | Rendicontare l'Impresa JA | Rendicontazione finanziaria e liquidazione | 21 |
| | | Assemblea generale dei soci per la liquidazione | 22 |
| 6 | ACHIEVEMENT Dai risultati al futuro | Assemblea degli studenti e rendicontazione degli obiettivi raggiunti | 23 |
| | | Il futuro - Achievers & Alumni JA | 23 |

1 - Innovare e intraprendere



Prima di avviare le attività assicurati di aver preso visione e compreso il **regolamento** del programma che trovi nell'area riservata di www.impresainazione.it.

Ricorda di confrontare anche tutti gli approfondimenti (modelli, link, articoli) suggeriti nell'area riservata.

Avviare un'impresa innovativa

Innovare significa sperimentare continuamente nuove idee, che semplificano le nostre azioni. Creare un'Impresa JA innovativa, non comporta soltanto offrire un prodotto o un servizio inedito, ma richiede anche l'impostazione di un metodo di lavoro in team e una strategia operativa (creativa, produttiva e di mercato) efficace e sostenibile. Questo è **intraprendere**.

Per creare un'Impresa JA di successo ti potrà essere utile analizzare le modalità di gestione adottate da aziende affermate e innovative. Tutte queste aziende hanno in comune alcune caratteristiche fondamentali:

△ **Conoscono i propri clienti**

Il cliente è il punto di riferimento più importante

I clienti, soprattutto quelli più esigenti, vanno sempre ascoltati

△ **Superano le aspettative dei clienti offrendo nuovi prodotti/servizi**

La qualità del prodotto è importante quanto il prezzo

Si può imparare anche dai concorrenti, fornitori, clienti e, perché no, anche dai propri errori!

△ **Sono gestite da persone che credono nel cambiamento**

Ogni membro dell'Impresa JA conosce e comprende la mission aziendale

Gli obiettivi sono fissati e condivisi da tutti

△ **Sono gestite da persone che valorizzano le Persone**

Viene incoraggiata la produzione di nuove idee

I membri dell'Impresa JA sanno lavorare in team

La comunicazione efficace e trasparente è una priorità

Tutto ciò è funzionale solo se l'idea di business identificata è vincente. Per essere sicuro che sia così è importante inizialmente vagliare tutte le possibilità e lasciare spazio alle idee di tutti.

Per un'idea di successo, è strategico focalizzare l'attenzione su qualcosa di particolarmente innovativo, che risponda a bisogni non ancora soddisfatti o che sappia comunicare in modo diverso e accattivante qualcosa già presente sul mercato. È determinante che sia un'idea originale e creativa.

Qualsiasi sia il prodotto o il servizio che sceglierai, ricordati di non perdere mai di vista il mercato. Raccogli commenti dal mondo reale, non avere paura di confrontarti con il target a cui pensi di rivolgerti, ascolta i tuoi clienti, rifletti su cosa ritieni opportuno modificare, proponi i cambiamenti che ti segnalano e torna a raccogliere feedback. Non stancarti mai.

Puoi pensare ad imprese di vario tipo: di produzione, di servizi, commerciali, etc. per ognuna di queste tipologie considera che gestire con successo un'Impresa JA significa sviluppare capacità di problem solving e imparare a lavorare in gruppo per raggiungere l'obiettivo comune.

Brainstorming per scegliere il prodotto o il servizio

Per la valutazione di possibili prodotti o servizi potete utilizzare diverse tecniche.

La più conosciuta è sicuramente quella del **brainstorming**.

Il brainstorming può essere sintetizzato nei seguenti quattro punti:

1. Idee libere
2. Quantità prima di qualità
3. Nessun diritto d'autore
4. La critica è proibita

Per far sì che ognuno di voi abbia il giusto spazio per emergere, è fondamentale che si crei un clima collaborativo e libero da giudizi critici e pregiudizi.

Il gruppo elegge un **moderatore** che ha il compito di stimolare il flusso di idee e annotare alla lavagna o su un foglio ogni proposta citata.

In questa fase iniziale è più importante il numero, cioè la **quantità delle idee** emerse, piuttosto che la qualità stessa.

È possibile che la proposta suggerita da uno studente sia di stimolo per l'elaborazione di nuove idee, procedendo per associazioni mentali. Nessuna idea va quindi scartata o sottovalutata.

La discussione può durare anche per più giorni, procedendo per diverse riprese.

Successivamente si passa alla fase di spoglio: tutte le idee emerse vengono valutate e evidenziate quelle unanimemente considerate come le migliori, quelle cioè che possono essere realizzate con le risorse a disposizione della classe, che non vanno contro le limitazioni imposte da JA e che sono conciliabili con gli obiettivi personali di ciascuno studente.

La stessa tecnica potrà essere utilizzata anche in altre situazioni: scelta del nome dell'Impresa JA, miglioramenti nel processo di produzione, ricerca di nuove idee nei campi della pubblicità e della promozione, etc.



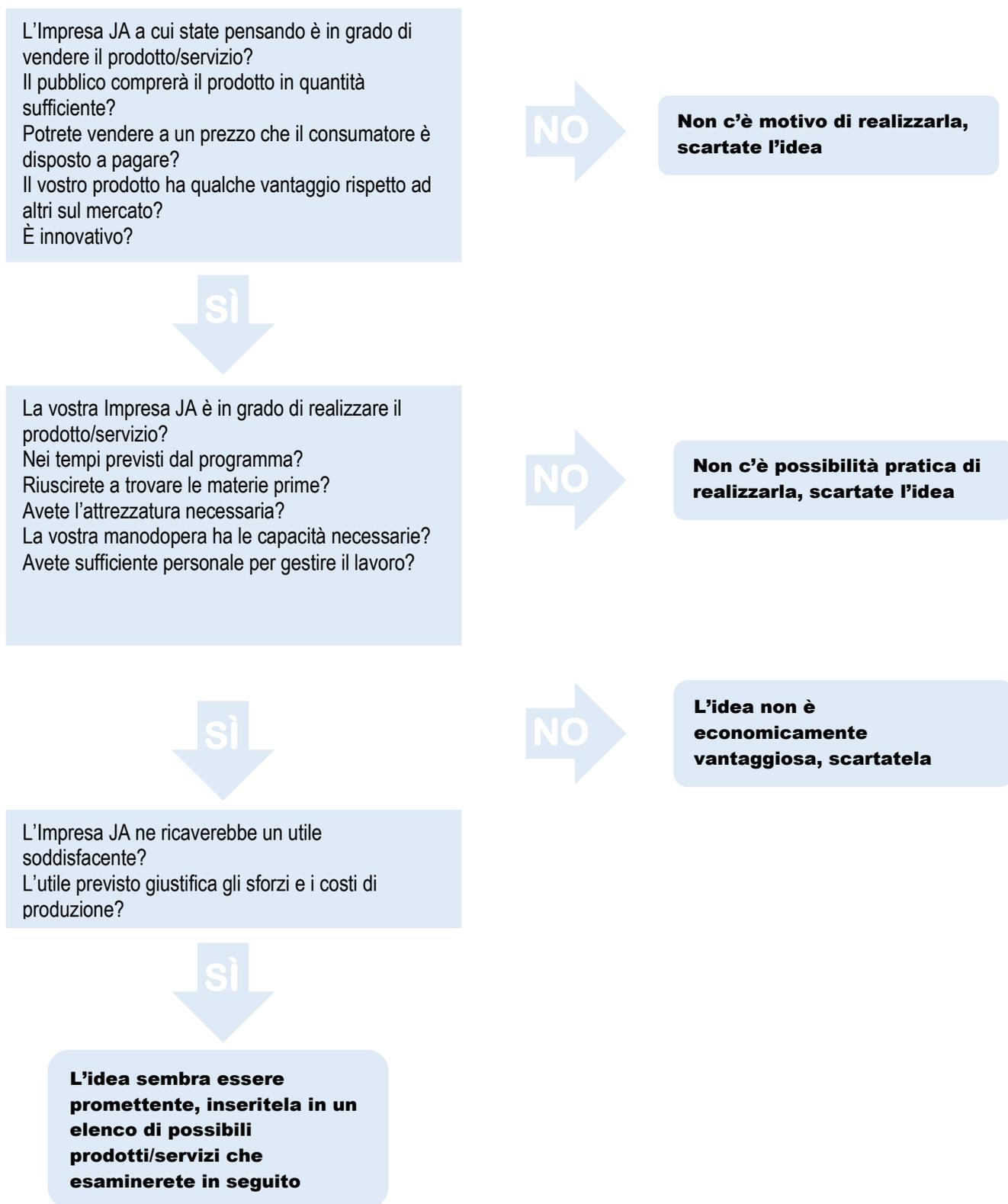
Ricorda che il regolamento del programma esclude i seguenti prodotti:

- Acidi
- Cosmetici e prodotti di bellezza
- Esplosivi
- Fertilizzanti
- Fuochi d'artificio
- Gas
- Medicine
- Pezzi di ricambio di aerei
- Preparati spray per piantagioni
- Prodotti alimentari
- Prodotti chimici
- Prodotti elettrici potenzialmente pericolosi
- Prodotti farmaceutici
- Veicoli a propulsione meccanica

Se possiedi attestazioni che certifichino la qualità e la sicurezza di tali prodotti, contatta JA per valutare la possibilità di procedere comunque su questa strada.

Analisi del contesto

A questo punto insieme ai tuoi compagni puoi cominciare a restringere il campo delle “idee migliori” per la tua Impresa JA aiutandoti con la seguente guida. Selezionare la giusta idea è un elemento importante, non solo per il successo di mercato, ma anche per assicurare la motivazione al lavoro di gruppo, alla cooperazione e, non da meno, all’apprendimento personale.



Quando l'elenco dei possibili prodotti/servizi è pronto, poniti più domande possibili su ognuno di essi, individuando quale potrebbe essere il più adatto da produrre e da vendere.

Qui di seguito è riportata una serie di domande la cui soluzione potrebbe richiedere approfondimenti e/o ricerche di mercato (non dimenticarti che l'idea deve piacere al mercato ancor più che a voi!). Se vi occorre aiuto, rivolgetevi all'esperto d'azienda.

- △ Il prodotto/servizio ha qualche caratteristica nuova o particolare che lo rende interessante per il mercato? Quale?
- △ Il prodotto/servizio potrebbe competere con prodotti/servizi simili già presenti sul mercato?
- △ Il prodotto/servizio è adatto a un mercato allargato o ristretto? È rivolto, per esempio, a un solo sesso, a una certa fascia d'età o a una particolare classe sociale?
- △ Le vendite del prodotto/servizio sono previste in una particolare stagione, ad esempio nel periodo natalizio, di carnevale, in primavera? In tal caso, che cosa dovrebbe produrre la vostra Impresa JA dopo quel periodo?
- △ Il prodotto/servizio è sicuro e rispetta le norme circa la sicurezza dei consumatori?
- △ Di quanto spazio ha bisogno il prodotto per essere immagazzinato? Lo spazio è disponibile?
- △ La produzione e la vendita del prodotto coinvolgono tutte le persone che lavorano nell'Impresa JA? Cosa deciderete per il personale eventualmente non necessario?
- △ Il prodotto/servizio garantirà all'Impresa JA un flusso di cassa?

Per esempio:

- △ Riuscirete a fronteggiare gli sviluppi "anticipati" e i costi di produzione che sono al di fuori del vostro capitale azionario anticipato?
- △ Le vendite iniziali del prodotto/servizio produrranno un reddito sufficiente per finanziare i successivi costi di produzione e di distribuzione?
- △ Sarete in grado di produrre e vendere una quantità tale di prodotto da ottenere un profitto soddisfacente? A quanto dovrebbe ammontare il profitto?
- △ Il profitto è sufficiente per sostenere l'Impresa JA? Se no, potreste occuparvi anche di altri prodotti/servizi?

Questo paragrafo può essere stampato e distribuito tra tutti i membri dell'Impresa JA affinché ciascuno possa riflettere adeguatamente su ogni risposta. Anche questa fase **potrebbe richiedere più incontri o più riprese anche a distanza** (via mail, Skype, ecc.).

Business model

Il Business Model Canvas

Un modello di business (business model) descrive come un'organizzazione crea, distribuisce e quindi acquisisce valore.

Le risposte ai quesiti riportati più sopra costituiscono in parte il modello di business al quale la tua impresa si vuole riferire. A pagina 9 trovi il *Business Model Canvas*, uno strumento creato da Alexander Osterwalder e diffuso in tutto il mondo, che consente di visualizzare e creare la tua impresa in modo innovativo.

Il modello si costituisce di 9 blocchi che rappresentano:

1. *Clienti (Segmenti)* – Customer Segments CS → i clienti ai quali l'impresa si rivolge
2. *Valore Offerto* – Value Propositions VP → la proposta di valore che l'impresa vuole offrire
3. *Canali* – Channels CH → i canali di distribuzione e contatto con i clienti
4. *Relazioni con i Clienti* – Customer Relationship CR → le relazioni che si instaurano con i clienti
5. *Ricavi* – Revenue Streams R\$ → il flusso di incassi derivato dalla vendita dei prodotti o dei servizi
6. *Risorse Chiave* – Key Resources KR → le risorse chiave necessarie perché l'impresa funzioni
7. *Attività Chiave* – Key Activities KA → le attività chiave che fanno funzionare il modello di business
8. *Partner Chiave* - Key Partners KP → i partner chiave con cui l'impresa deve allearsi
9. *Struttura dei Costi* – Cost Structure C\$ → i costi della struttura d'impresa che l'azienda deve sostenere

Per utilizzare al meglio il *Business Model Canvas* puoi stamparlo in grandi dimensioni e completarlo insieme ai tuoi compagni utilizzando i post-it, in modo che sia flessibile, modificabile e discutibile fino a che non abbiate trovato il modello migliore per la vostra idea di impresa.

Dall'area riservata di www.impresainazione.it puoi scaricare il modello stampabile.

Il Business Model Canvas

Progettato per:

Progettato da:

In:

Intervistato:

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
|  <h3>Partner chiave</h3> <p>Chi sono i nostri Partner chiave? Perché sono i nostri Partner chiave? Quali attività chiave richiedono la loro collaborazione? Quali attività chiave si evitano grazie a loro? Quali attività chiave si evitano grazie a loro? Quali attività chiave si evitano grazie a loro? Quali attività chiave si evitano grazie a loro?</p> | <h3>Attività chiave</h3> <p>Quali sono le attività chiave? Perché sono le attività chiave? Quali attività chiave richiedono la loro collaborazione? Quali attività chiave si evitano grazie a loro? Quali attività chiave si evitano grazie a loro? Quali attività chiave si evitano grazie a loro?</p> | <h3>Valore offerto</h3> <p>Quali sono i vantaggi offerti? Perché sono i vantaggi offerti? Quali vantaggi offerti richiedono la loro collaborazione? Quali vantaggi offerti si evitano grazie a loro? Quali vantaggi offerti si evitano grazie a loro? Quali vantaggi offerti si evitano grazie a loro?</p> | <h3>Relazioni con i clienti</h3> <p>Quali sono le relazioni con i clienti? Perché sono le relazioni con i clienti? Quali relazioni con i clienti richiedono la loro collaborazione? Quali relazioni con i clienti si evitano grazie a loro? Quali relazioni con i clienti si evitano grazie a loro? Quali relazioni con i clienti si evitano grazie a loro?</p> | <h3>Clients (segmenti)</h3> <p>Per chi stiamo creando valore? Chi sono i nostri clienti più importanti? Quali attività chiave richiedono la loro collaborazione? Quali attività chiave si evitano grazie a loro? Quali attività chiave si evitano grazie a loro?</p> |
| <h3>Struttura dei costi</h3> <p>Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model? Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model? Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model? Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model? Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model?</p> | <h3>Risorse chiave</h3> <p>Quali sono le risorse chiave? Perché sono le risorse chiave? Quali risorse chiave richiedono la loro collaborazione? Quali risorse chiave si evitano grazie a loro? Quali risorse chiave si evitano grazie a loro?</p> | <h3>Canali</h3> <p>Attraverso quali canali vogliamo vendere? Perché vogliamo vendere attraverso questi canali? Quali canali di vendita richiedono la loro collaborazione? Quali canali di vendita si evitano grazie a loro? Quali canali di vendita si evitano grazie a loro?</p> | <h3>Ricavi</h3> <p>Per quali attività i clienti sono disposti a pagare? Perché sono disposti a pagare? Quali attività i clienti sono disposti a pagare? Quali attività i clienti sono disposti a pagare? Quali attività i clienti sono disposti a pagare?</p> |  |

Il Business Plan

Il *business plan*, come il business model è il documento che si sottopone ai potenziali azionisti per presentare un'impresa. Il *business plan* è utile inoltre per valutare l'ammontare del capitale necessario per la realizzazione del progetto, prima di procedere con la vendita delle azioni. Un buon *business plan* consente di evitare gli errori più comuni o aiuta a conoscere in anteprima i rischi o le difficoltà (ma anche le opportunità) che si presenteranno nei prossimi mesi.

Hai già visto l'utilizzo del *Business Model Canvas* che, se ben completato, racchiude già tutte le informazioni necessarie per redigere un ottimo *business plan*.

L'Amministratore Delegato, affiancato dal docente coordinatore, ha il compito di coordinare la redazione del *business plan*. In questa fase del lavoro non potrai già redigere l'intero documento ma è importante che tu e i tuoi compagni ne conosciate bene tutte le parti per lavorarci e completarlo in itinere.

Di seguito trovi le aree principali di cui si compone questo documento:

△ Informazioni introduttive.

Indica il nome dell'Impresa JA e le attività previste. Riporta la mission, gli obiettivi a breve e lungo termine e le indicazioni sulle risorse necessarie. In questa sezione va menzionato ogni supporto professionale che intendete richiedere.

△ Le figure chiave.

Contiene un elenco delle figure chiave dell'Impresa JA, le competenze di ogni Manager di Funzione e descrive come si intende strutturare l'organizzazione (l'organigramma).

△ Il prodotto o servizio.

Descrive brevemente la tipologia di prodotto/servizio con l'indicazione delle materie prime, dei costi per la realizzazione, i processi per la produzione. Contiene inoltre il calcolo del Break-Even Point o BEP (si veda tra i modelli disponibili nell'area riservata di www.impresainazione.it la formula del calcolo del BEP) e include qualche indicazione sulle potenziali vendite.

△ Il mercato e la strategia.

Riporta un quadro del mercato in termini di area geografica e tipologia del cliente, descrivendo in dettaglio la ricerca di mercato che è stata condotta. Spiega quale strategia verrà messa in atto per la vendita del prodotto/servizio.

△ Requisiti finanziari.

Descrive come pensate di finanziare l'acquisto delle materie prime e la fase di start-up.

△ Formazione.

Riporta il numero di persone addette alla produzione e alla vendita e le modalità di organizzazione e formazione del personale, con particolare attenzione alla salute e alla sicurezza.

Non esiste un numero indicativo di pagine per la redazione del *business plan*. Sebbene sia sempre apprezzato in ambito aziendale uno stile di scrittura chiaro ma sintetico, ricco di immagini, tabelle, grafici, la realizzazione del *business plan* è un'attività che viene definita dalle Imprese JA in autonomia, con la collaborazione del docente e dell'esperto.

Un buon *business plan*, che abbia analizzato in profondità lo scenario entro il quale l'Impresa JA agisce, è sicuramente un lavoro importante e risulta fondamentale per la buona riuscita di tutta l'esperienza.

Nel web trovi molti esempi di *business plan* di imprese di successo.

2 - Organizzare l'Impresa JA



Ricorda di confrontare anche tutti gli approfondimenti (modelli, link, articoli) suggeriti nell'area riservata.

I - Identità e Capitale

Naming - Denominazione dell'Impresa JA

Dopo aver identificato il prodotto o il servizio che sarà realizzato nel corso dei prossimi mesi, è arrivato il momento di scegliere il nome dell'Impresa JA. Benché spesso sottovalutata, questa fase è di grande importanza.

Il processo di **naming**, cioè di scelta del nome, non dovrebbe essere solo frutto della creatività.

Scegliere un nome memorabile e che identifica immediatamente il posizionamento dell'Impresa JA, il prodotto o il servizio, il settore, il target di mercato o i benefici della sua offerta può diventare un elemento della strategia fondamentale.

Questa fase dovrebbe basarsi su un'attenta valutazione di molteplici elementi: **strategici, semantici, fonetici**.

Potrebbe essere utile porti le seguenti domande:

- △ Qual è il ruolo strategico del nome nell'offerta della nostra Impresa JA?
- △ Quali sono i benefici e gli attributi su cui esso deve far leva?
- △ Si differenzia da quello scelto dai concorrenti?

Ricordati che, per ragioni connesse al carattere didattico del modello Impresa in Azione, il nome dell'Impresa JA deve essere sempre seguito dalla dicitura "Impresa JA", oppure solo "JA". Non è consentito utilizzare sigle come Spa, Srl o simili.

Mission e obiettivi aziendali

Dopo la scelta del prodotto/servizio, passo successivo è quello di definire la mission aziendale, che deve descrivere il tipo di Impresa JA che vuoi creare.

Si tratta di una fase molto importante per la quale è necessario il coinvolgimento e la condivisione del progetto da parte di tutti. E infatti la prima decisione strategica fondamentale.

La mission è l'enunciazione degli scopi che l'impresa persegue e deve:

- △ Contenere l'indicazione degli obiettivi attraverso i quali la mission stessa può essere raggiunta
- △ Differenziare l'impresa dai concorrenti
- △ Definire le attività o il settore in cui l'impresa intende operare
- △ Incorporare le attese degli azionisti e del management, ma anche degli altri stakeholder
- △ Stimolare, rappresentare una sfida da raccogliere

Il primo elemento della mission è la definizione dei principali obiettivi che si intendono raggiungere. Questa definizione è fondamentale per formulare delle strategie. Gli obiettivi stabiliscono cosa l'impresa deve fare, quando e come. Gli obiettivi sono fissati generalmente per le principali aree dell'azienda e sono un utile strumento a partire dal quale misurare e valutare i progressi conseguiti.

Nel web puoi trovare molti esempi di mission di imprese di successo.

Atto costitutivo e statuto

L'atto costitutivo e lo statuto dell'Impresa JA costituita nell'ambito del programma didattico Impresa in Azione di per sé non hanno nessun valore legale, ma rappresentano un particolare vincolo etico e morale per gli studenti che fanno parte del team dell'Impresa JA.

Tra i modelli proposti da JA nell'area riservata di www.impresainazione.it ne trovi uno semplificato. Puoi prenderlo come base, modificarlo e adattarlo alle esigenze della tua Impresa JA. Nel web ci sono molti esempi con i quali puoi confrontarti.

Forse non sai che dal 19 dicembre 2012 è in vigore la legge 221/2012 denominata anche Decreto Legge Crescita 2.0 che dedica la Sezione IX ad una nuova tipologia di impresa: la startup innovativa. Puoi approfondire questo tema al link proposto nell'area riservata.

Il capitale sociale

Questa fase riguarda la raccolta del capitale sociale della tua Impresa JA, il denaro di cui hai bisogno per avviare l'attività, coprire le spese iniziali e avviare la produzione.

Il capitale sociale non può superare la cifra di € 1.000,00, che può essere suddivisa in Certificati azionari o di partecipazione al capitale dell'Impresa JA del valore nominale di € 1,00 e relativi multipli (i modelli dei Certificati Azionari sono scaricabili nell'area riservata),

- △ Le azioni vengono vendute normalmente a compagni di scuola, insegnanti, amici, parenti e conoscenti, ma anche a istituzioni locali (Sindaco, Assessore, Ufficio Scolastico, referenti delle Camere di Commercio o altri) o aziende, che diventano quindi "azionisti" della tua impresa JA.
- △ Ogni studente deve essere un azionista acquistando almeno un'azione.
- △ Nessun azionista può possedere più di 20 azioni.

Se necessario puoi concordare dei termini di credito con i finanziatori, ricordati però che:

- I debiti non possono superare il valore del capitale sociale.
- Dovrete saldare tutti i debiti prima della liquidazione.

Fiscalità dell'Impresa JA

Come già detto il Capitale Sociale non può superare la cifra di € 1.000,00. Proprio per il carattere scolastico-educativo, per la durata annuale del progetto e fino alla liquidazione, questo regime consente di operare senza acquisire il profilo di "imprenditore" e di poter vendere i prodotti o i servizi in regime di non imponibilità ai fini IVA.

Per quanto riguarda gli acquisti, conserva sempre i titoli fiscali (scontrini, ricevute fiscali e fatture), per dimostrare l'avvenuto assolvimento dell'assoggettamento dell'IVA in qualità di "consumatori finali".

Ricordati che in fase di vendita del prodotto o del servizio le ricevute che emetterete dovranno riportare la dicitura *"Esclusa dal campo di applicazione dell'IVA, ai sensi del combinato disposto degli articoli 1 e 4 del D.P.R. 633 del 1972"*.

 Al fine di consentire a Junior Achievement Italia di avviare le necessarie procedure assicurative, in questa fase del programma è necessario completare la registrazione online di tutti studenti nel portale <http://partecipa.jaitalia.org>.

II – Struttura e Management

Struttura organizzativa

Le figure dei Manager vengono selezionati dal team sulla base di una candidatura personale.

È fondamentale che prima della scelta ognuno di voi abbia ben chiari compiti e responsabilità previsti per ogni funzione, puoi trovare le descrizione dei ruoli tra i modelli proposti da JA. Questa attività è indispensabile per affidare gli incarichi alle persone più indicate.

Tutti gli studenti candidati per ogni funzione devono illustrare il motivo della candidatura, come gestirebbero il ruolo e quali sono gli obiettivi che intendono raggiungere.

Il primo ruolo da affidare è quello dell'Amministratore Delegato (AD). Questo ruolo è strategico per il successo di qualsiasi impresa e anche per la tua impresa JA. Fai attenzione: non è necessariamente lo studente più popolare il più adatto a ricoprire questo ruolo che comporta molte responsabilità e richiede capacità di leadership per guidare l'intero team.

La seconda figura è quella del Responsabile Affari Generali, che in una realtà più snella e moderna potrebbe essere definito come il Program Manager del progetto: rappresenta il "braccio destro" dell'Amministratore Delegato, è una persona precisa e scrupolosa, capace di tenere traccia dell'andamento del progetto rispetto alle decisioni prese e nel rispetto delle scadenze indicate.

Si procede così con l'identificazione degli altri Manager. Non dimenticare che ciascuno figura ha le proprie responsabilità che devono essere coerenti con le necessità dell'Impresa JA.

Trovi le schede descrittive di ciascun Manager nell'area riservata di www.impresainazione.it.

Ricordati che i ruoli non sono definitivi. Il team può decidere di modificare le cariche durante tutto il percorso. Se ad esempio il titolare di un ruolo non fosse all'altezza dell'impegno preso, sarebbe controproducente portarlo fino alla fine, meglio pertanto rivedere consapevolmente l'organigramma.



Leadership

Ogni Manager di funzione è il leader della propria area; l'AD ha la leadership dell'intero gruppo di management e dell'impresa JA.

La leadership è l'indispensabile capacità di realizzare un progetto diventando il punto di riferimento per i propri collaboratori.

Il vero leader rifiuta lo stile manageriale gerarchico, non impartisce ordini ma sa instaurare un clima collaborativo che esalta la creatività e la dedizione di tutti i dipendenti. Per guidare le persone nella direzione giusta, si affida alla propria diplomazia e capacità di comunicazione, sa motivare il gruppo e risolvere i conflitti. È intraprendente, vigile e tenace.

Riconosce le opportunità e i pericoli e, più di ogni altra cosa, mantiene sempre un'energia positiva nei confronti dei cambiamenti. Come spesso si sente dire negli ambienti manageriali, il vero leader vede nella "crisi" un'opportunità.

Gli stakeholder

Per qualsiasi attività imprenditoriale, è di vitale importanza tenere informati i propri portatori di interessi, gli *stakeholder* appunto.

Chi sono? Sono tutti i soggetti che in un qualche modo hanno interessi derivanti dal rapporto con la tua attività economica.

Possono essere strettamente interessati, come i dipendenti, i fornitori, i clienti, i finanziatori e i soci, oppure indirettamente interessati, come lo Stato, le famiglie e la comunità che ruota attorno all'impresa.

Tutti questi soggetti vanno informati e resi consapevoli di ciò che stai facendo, degli obiettivi e delle strategie di raggiungimento.

La responsabilità sociale di impresa

Ricordati sempre che l'impresa JA ha una responsabilità nei confronti della società.

Qual è l'etica che muove le decisioni della tua impresa? È importante essere consapevoli che, oltre all'importanza di tenere informati i propri *stakeholder*, va considerato che ogni attività posta in essere da un'impresa ha delle conseguenze sulla collettività.

Nell'area riservata della piattaforma www.impresainazione.it trovi alcuni link utili per approfondire gli aspetti essenziali di questa tematica, in inglese CSR, Corporate Social Responsibility.

Responsabilità di cassa

Il Responsabile Affari Generali ha il compito di emettere i Certificati Azionari e di registrare i numeri di serie assegnati a ogni studente. Ricordati di registrare attentamente la vendita dei Certificati Azionari su ogni matrice; i dati andranno riportati nel Registro dei Certificati Azionari.

I Certificati Azionari non vanno assolutamente persi: ogni azione invenduta deve essere restituita al Responsabile Affari Generali.

Per quanto riguarda la gestione del denaro insieme ai tuoi compagni puoi valutare con il docente coordinatore l'eventualità di aprire un conto corrente o di appoggiarti ad una carta prepagata iban (carta prepagata con funzioni di conto corrente senza spese di gestione) per depositare il denaro ricavato dalla vendita delle azioni.

Il Manager Finanziario, responsabile dell'apertura del conto, deve accertarsi che:

- △ Ogni prelievo sia autorizzato da almeno due persone incaricate, delle quali una è il docente;
- △ La corrispondenza venga inviata a un indirizzo sicuro (se della scuola, assicuratevi che il Dirigente Scolastico e l'ufficio Amministrazione ne siano a conoscenza dell'uso);
- △ Bancomat, Carta Prepagata e PIN siano conservati in un luogo sicuro.

III - Come tenere le riunioni

È consigliabile che le riunioni periodiche siano tenute, per essere efficaci, secondo le cadenze, gli obiettivi, le modalità e con gli output seguenti.

Ovviamente tu e i tuoi compagni siete liberi di procedere e organizzarvi in base alle esigenze della vostra mini-impresa.

△ Riunioni settimanali del Consiglio di Amministrazione

Date delle riunioni

Fissa le date degli incontri in anticipo in modo che tutti vi possano partecipare, sia i membri dell'Impresa JA sia il team di supporto (docenti, esperto/i d'azienda ed eventuali altri volontari).

Presenze

Tutti i membri del Consiglio di Amministrazione dovrebbero partecipare alle riunioni. Il numero minimo richiesto per considerare valida la riunione è almeno la metà più uno del numero totale dei membri.

Argomenti

Gli argomenti prevedono un aggiornamento di tutti i Manager di funzione/area e la trattazione di alcune decisioni cruciali per lo sviluppo dell'Impresa JA.

Le riunioni del Consiglio sono un'occasione per esaminare i progressi alla luce della mission e degli obiettivi e per prendere decisioni per il futuro. Il Consiglio di Amministrazione ha il compito di decidere le strategie necessarie a salvaguardare gli investimenti degli azionisti e a stimolare lo sviluppo dell'Impresa JA.

Ordine del giorno

Il Responsabile Affari Generali deve stabilire l'ordine del giorno delle riunioni con l'Amministratore Delegato e pubblicarlo, per tempo, nella bacheca dell'Impresa JA insieme alla convocazione della riunione. Può essere utile inviarlo per e-mail a tutti i membri dell'Impresa JA, al docente e all'esperto d'azienda.

Conduzione

L'Amministratore Delegato ha la responsabilità di coordinare la riunione e di garantire che vengano discussi tutti i punti all'ordine del giorno.

Le riunioni prevedono:

Apertura

L'Amministratore Delegato legge l'ordine del giorno.

Assenze

Il Responsabile Affari Generali registra i nomi dei presenti e le giustificazioni ricevute per le assenze.

Riunione precedente

Il Responsabile Affari Generali verifica che tutti abbiano ricevuto il verbale dell'ultima riunione. L'Amministratore Delegato chiede ai presenti di approvarlo.

Problemi rimasti aperti

L'Amministratore Delegato chiede se ci sono questioni rimaste aperte e non previste nell'ordine del giorno. Nel tal caso queste vanno trattate con una decisione immediata oppure la discussione va rimandata a un altro incontro.

Report

I report del Responsabile Affari Generali devono essere presentati e discussi. Essi devono includere:

- un rapporto dell'Amministratore Delegato sugli obiettivi
- una relazione sulla posizione finanziaria e sugli utili da parte del Manager Finanziario
- i rapporti sulle vendite da parte dei Manager Marketing e Vendite
- un rapporto sulla produzione e sulle prospettive da parte del Manager di Produzione
- un rapporto sull'uso delle tecnologie informatiche e sugli altri eventuali supporti IT utilizzati

Ordine del giorno

I punti all'ordine del giorno vanno elencati separatamente e riguarderanno argomenti relativi a ogni funzione. Le discussioni devono portare a decisioni concrete relative alle attività di ogni membro della Società. Il Responsabile Affari Generali deve prenderne nota e riportarle nel verbale della riunione.

Varie ed eventuali

L'Amministratore Delegato chiederà se ci sono altre questioni che richiedono di essere esaminate.

Incontro successivo

Stabilite la data, l'ora e la sede della riunione successiva.

△ *Decisioni del Consiglio di Amministrazione*

Dopo la dovuta discussione, le decisioni andrebbero prese con il consenso di tutti. Quando il Consiglio di Amministrazione non riesce ad arrivare a una decisione unanime, l'Amministratore Delegato mette la decisione ai voti e in caso di parità ha diritto al voto decisivo.

△ *Verbali*

I verbali sono la registrazione ufficiale delle riunioni del Consiglio di Amministrazione e devono essere redatti in maniera accurata e dettagliata. Essi vanno distribuiti tempestivamente a tutti i membri.

△ *Riunione del Consiglio di Amministrazione di metà anno (facoltativa)*

È una riunione speciale che offre a tutti i membri del gruppo l'opportunità di cambiare ruolo. Normalmente si tiene tra gennaio e febbraio. L'ordine del giorno deve prevedere:

- Le dimissioni di tutti gli Area Manager
- Le elezioni dei nuovi Manager

La rielezione o la scelta di un nuovo Amministratore Delegato è una decisione importante. Ricordati che l'Amministratore Delegato avrà il compito di liquidare l'Impresa JA e di gestire per il gruppo le procedure necessarie per la competizione. Se nessuno nel gruppo intende presentarsi per un ruolo particolare e se la persona che ricopre attualmente un determinato ruolo è disposta a rinnovare la propria candidatura, il Consiglio di Amministrazione dovrebbe riconfermare la nomina.

3 - REALIZZARE IL PRODOTTO O SERVIZIO



Ricorda di confrontare anche tutti gli approfondimenti (modelli, link, articoli) suggeriti nell'area riservata.

I – Immagine e know-how

Il marchio e il carattere istituzionale

Dopo aver scelto la **denominazione aziendale** e, di conseguenza, il **nome** più adatto per il prodotto o servizio, insieme ai tuoi compagni puoi concentrarti sull'immagine che caratterizzerà tutte le comunicazioni aziendali, cioè il **marchio**.

Il marchio di un'impresa è spesso costituito da due elementi: una parte verbale, il nome per l'appunto, e una parte visiva, simbolo o immagine, il **logotipo**. Immagine e testo, cioè logotipo e nome, formano un tutt'uno in cui sono uno sostegno dell'altro: ciò che dice l'immagine non deve necessariamente essere ripetuto dal testo, ma può completarlo, arricchirlo, spiegarlo o viceversa.

Una buona strategia di comunicazione prevede anche la formulazione di un **pay-off**, cioè uno slogan che accompagna spesso il marchio e che aiuta a renderlo memorizzabile e orecchiabile.

Lo studente più creativo e abile con le tecniche di disegno e i principali software grafici potrà essere incaricato di elaborare alcune proposte di marchio. Con l'aiuto dell'esperto d'azienda, scegliete quella che riterrete più efficace, apprezzabile e memorizzabile dalla clientela.

L'identità visiva si completa con la scelta di un **carattere istituzionale** (il font) che sarà utilizzato con coerenza in ogni documento o comunicazione dell'azienda. Potrete scegliere di utilizzare i caratteri già predefiniti nei principali software di elaborazione testi (come Arial, Times New Roman, etc.), oppure scaricarli gratuitamente da Internet. Le aree Marketing e Comunicazione possono preparare insieme un documento sintetico (**manuale di stile**) da diffondere e presentare agli altri partecipanti all'Impresa JA affinché tutte le comunicazioni siano coordinate e conformi con questi standard.

Appena definita la strategia di comunicazione e creato il logo, potrebbe essere utile preparare la carta intestata, dei badge identificativi per ogni studente e, in una fase avanzata delle attività, stampare dei biglietti da visita per i Manager che interagiscono con i clienti.

Tutela marchi e brevetti

Ricordati che il marchio può essere depositato per una migliore tutela. Nell'area riservata di www.impresainazione.it puoi trovare i link all'Ufficio italiano ed europeo dei marchi.

Rivolgiti alla locale Camera di Commercio per chiedere informazioni relative al deposito del marchio.



Il brevetto

Se il tuo ritrovato è nuovo, industrializzabile e lecito, l'ordinamento giuridico italiano e internazionale ti consente di tutelarne l'invenzione per un determinato periodo di tempo.

Ciò consiste nel diritto concesso al suo inventore di poter disporre e sfruttare economicamente l'invenzione. In sostanza si vieta ai terzi, salvo il consenso dell'inventore stesso, di produrre, usare, mettere in commercio, vendere o importare il prodotto.

Nell'area riservata trovi i link ai siti italiani ed internazionali per le ricerche di anteriorità.

II – Produzione

Il prototipo

La realizzazione di un prototipo dovrebbe evidenziare ogni difficoltà pratica e dare un'idea del numero di articoli che è possibile produrre in un determinato periodo. Il settore produzione pianificherà il lavoro e assemblerà i pezzi necessari per il prodotto.

Il Manager di Produzione e l'esperto d'azienda devono assicurarsi che tutti i processi di produzione rispettino le norme di sicurezza. Dovrai, inoltre, verificare i requisiti dei prodotti e la normativa sulla sicurezza prevista per alcuni particolari prodotti, quali giocattoli, etc. Prima di procedere alla vendita, accertati della qualità e del funzionamento di ogni prodotto.

Strumenti per determinare la convenienza a produrre

Conviene produrre il bene o il servizio pensato?

Quanti prodotti o servizi devo vendere per garantirmi la copertura dei costi fissi?

Quanto denaro è necessario per iniziare l'attività?

Quanti prodotti si pensa di vendere durante il periodo di operatività della mini-impresa?

All'interno dell'area riservata trovi alcuni modelli che potranno aiutarti a determinare i valori necessari per prendere le decisioni.

Non dimenticare mai che con l'aiuto del docente e dell'esperto puoi andare ancora più a fondo di queste tematiche!

Il piano di produzione

Preparato il prototipo, l'Impresa JA si dedica alla realizzazione del piano di produzione che illustra nello specifico le fasi e le risorse necessarie per la realizzazione dell'idea imprenditoriale. Il piano di produzione si completerà parallelamente alla redazione del *business plan* (confronta step – Redigere il *business plan* a pag. 9) attraverso le seguenti sezioni:

△ Salute e sicurezza

La salute e la sicurezza del vostro staff e dei clienti è di primaria importanza. Il Manager delle Risorse Umane e il Manager di Produzione devono prevedere piani per garantire la sicurezza dei lavoratori. Gli studenti devono agire sempre con responsabilità nei confronti dei compagni e di loro stessi.

△ Elenco attrezzature e strumenti

Quando i processi di produzione sono finalizzati, il Manager di Produzione deve produrre un elenco delle attrezzature e degli strumenti necessari.

△ Affitto degli spazi e noleggio delle attrezzature

Il Responsabile Affari Generali si deve occupare dell'affitto degli spazi necessari all'Impresa JA e del noleggio delle attrezzature, qualora necessari. Trovi maggiori dettagli a riguardo nella scheda dedicata al Responsabile Affari Generali. Valuta la possibilità di chiedere al Dirigente Scolastico un'aula del tuo Istituto che sarà dedicata per l'intero anno scolastico all'Impresa JA.

△ **Acquisto dei materiali, degli strumenti e delle attrezzature**

Il Manager di Produzione deve organizzare a questo punto l'acquisto di tutti i materiali necessari e individuare gli strumenti e le attrezzature indispensabili per il processo di produzione.

Le retribuzioni

Impresa in azione prevede che gli studenti vengano remunerati per il lavoro svolto all'interno dell'Impresa JA.

Il Consiglio di Amministrazione deve fissare la somma e i termini di pagamento, in linea con le risorse finanziarie e le previsioni di vendita. Possono essere scelte tariffe orarie, premi di produzione o commissioni sulle vendite. I salari vengono corrisposti di solito mensilmente o al momento della liquidazione e devono risultare come spese nel bilancio finanziario, anche se si tratta di cifre esigue.

Questo elemento è di fondamentale importanza poiché caratterizza l'essere dei Manager lavoratori rispetto all'essere dei volontari.

Contatti con i fornitori

Un punto fondamentale per caratterizzare la propria Impresa JA è creare una catena del valore in cui i fornitori sono centrali. I fornitori sono da considerarsi dei partner sia per lo sviluppo dei prodotti, sia per la fornitura delle materie prime e/o dei prodotti finiti.

Tieni presente che, trattando con i potenziali fornitori, hai la possibilità di mettere a frutto o di sviluppare le seguenti abilità:

- saperli ricercare sul tuo territorio e/o in internet
- saper concordare i tempi e il loro rispetto
- saper condurre una trattativa commerciale
- convincerli della bontà della vostra idea
- convincerli che lo sviluppo del prodotto può essere un valido test di mercato anche per loro
- saper gestire l'industrializzazione di un prodotto

Generalmente i potenziali fornitori sono ben predisposti ad aiutare le giovani Imprese JA, però non sempre si trovano le classiche "porte aperte". È possibile anche ricevere dei rifiuti o peggio ancora delle interruzioni nello sviluppo del progetto proprio mentre si sta procedendo.

Saper gestire e reagire a questi momenti è un'abilità utile per tutta la vita. Coglila come una grande occasione, dai primi fallimenti sono nati molti successi!

4 - PRESENTARSI AL MERCATO



Ricorda di confrontare anche tutti gli approfondimenti (modelli, link, articoli) suggeriti nell'area riservata.

Le vendite e la partecipazione alle fiere

Vendere, vendere, vendere.

Dopo aver disegnato il proprio modello di business, aver preparato il prodotto o il servizio, ora è giunto il momento di venderlo.

Dove? Con quali canali? Come presentarsi in pubblico? Come al cliente?

Il circuito europeo di Junior Achievement Italia consente di presentare la propria mini-impresa in diversi modi e situazioni:

- crea uno stand all'interno della tua scuola e rivolgiti ai docenti e agli altri studenti
- verifica che all'interno del tuo quartiere o del tuo comune ci siano eventi o manifestazioni organizzate ai quali possa partecipare anche la tua impresa JA
- contatta i centri commerciali locali, spiega l'iniziativa e vedrai che saranno disponibili ad accettare la presenza di un vostro stand
- organizza i tuoi canali di vendita, e-commerce, negozi locali...
- numerose *minicompany* gestite in altri Paesi europei e nel mondo sono desiderose di incontrare la vostra, di scambiare prodotti e servizi, di creare Joint Venture e di effettuare scambi di studenti. Visita il sito <http://www.jaewb.org/>, oppure chiedi maggiori informazioni a JA Italia;
- partecipa alle fiere internazionali organizzate da JA-YE Europe o dalle organizzazioni nazionali, anche in questo caso puoi chiedere maggiori informazioni a JA.

Le registrazioni contabili semplificate

A seguito dei fatti di gestione posti in essere come gli acquisti, le vendite, il sorgere di debiti e di crediti, i pagamenti e le riscossioni, la tua mini-impresa starà generando utili o perdite.

Cosa significa questo? Significa che il Capitale che i soci hanno sottoscritto inizialmente si sta incrementando se siamo in presenza di utile o decrementando se si sta generando una perdita.

Come si può determinare questo? Con la tenuta della contabilità.

Se stai frequentando una Scuola ad indirizzo economico, utilizza pure il programma di contabilità che già conosci attraverso le ore di "economia aziendale".

Se invece stai frequentando un indirizzo che non fornisce competenze in materia contabile, nessun problema. Il Caso Timewise e i documenti pubblicati nell'area riservata di www.impresainazione.it, ti consentiranno di tenere la contabilità in modo semplice ed efficace.

5 - RENDICONTARE L'IMPRESA JA



Ricorda di confrontare anche tutti gli approfondimenti (modelli, link, articoli) suggeriti nell'area riservata.

Rendicontazione finanziaria e liquidazione

L'esperienza insegna che la liquidazione di un'Impresa JA richiede tempo e attenzione.

Nella riunione del Consiglio di Amministrazione di metà anno dovresti decidere insieme ai tuoi compagni la data di liquidazione dell'Impresa JA. Ricordati di tenere conto delle altre attività che vi riguardano, quali esami, vacanze, produzione, manifestazioni fieristiche, etc.

Tu e i tuoi compagni dovrete avviare le attività di liquidazione almeno sei settimane prima della data fissata.

In questo periodo:

- △ Verificate i rifornimenti dei materiali e impiegateli nella produzione oppure vendete le materie prime
- △ Rallentate la produzione
- △ Completate gli ordini in sospeso
- △ Restituite gli strumenti e le attrezzature verificandone lo stato
- △ Pagate gli stipendi ai lavoratori
- △ Pagate tutti i debiti
- △ Fissate una data per l'Assemblea Generale Annuale e individuate una persona che si occupi dell'organizzazione
- △ Calcolate gli utili e le perdite (aiutandovi con i modelli indicati nell'area riservata di www.impresainazione.it)
- △ Preparate il bilancio
- △ Preparate delle proposte per la distribuzione dei dividendi agli azionisti

Nella riunione del Consiglio di Amministrazione:

- △ Approvate il report e il bilancio
- △ Risolvete ogni questione rimasta in sospeso
- △ Concordate la distribuzione finale degli utili, il Rapporto Annuale e il Bilancio da far approvare nell'Assemblea Generale Annuale.



Per la fase di confronto a livello regionale JA pubblicherà nell'area riservata le indicazioni dei materiali e degli standard richiesti.

Tutte le Imprese JA devono presentare il *Rapporto Annuale* e il bilancio consuntivo all'Assemblea Generale Annuale. Una bozza viene già discussa nell'ultima riunione del Consiglio di Amministrazione. Il Rapporto Annuale e il *Bilancio* sono richiesti anche per la partecipazione alle Competizioni Regionale e Nazionale.

Ricordati che eventuali scorte possono essere vendute alle Competizioni Regionali.

Assemblea Generale dei soci per la liquidazione

All'Assemblea Generale Annuale devono necessariamente essere invitati tutti gli azionisti; puoi facoltativamente invitare anche altre persone (dirigente scolastico, insegnanti, sindaco, giornalisti ecc.).

Preparate una presentazione che sintetizza il lavoro svolto e i principali risultati ottenuti e distribuitene copia.

Ricordatevi di ringraziare tutti quelli che vi hanno aiutato durante l'anno. In particolare inviate messaggi di ringraziamento all'esperto d'azienda e agli insegnanti.

Le Assemblee Generali Annuali devono aver luogo alla fine del mese di maggio e sono dei veri e propri eventi.

È fondamentale pianificare bene e in anticipo ogni dettaglio e invitare le persone che si intende coinvolgere almeno 3 settimane prima, avvisandole se dovranno avere un ruolo attivo nel corso della presentazione (ad esempio, Sindaco e Dirigente Scolastico potrebbero fare un breve saluto introduttivo).

Liquidazione

Concordate con l'esperto d'azienda e il docente coordinatore una riunione finale del Consiglio di Amministrazione per completare le procedure, assicurarvi che i debiti siano stati pagati e l'eventuale conto corrente bancario sia stato chiuso.

6 – ACHIEVEMENT - Dai risultati al futuro



Ricorda di confrontare anche tutti gli approfondimenti (modelli, link, articoli) suggeriti nell'area riservata.

Assemblea degli studenti e rendicontazione degli obiettivi raggiunti

Questa fase è dedicata a te e ai tuoi compagni, che in questi mesi avete creato e gestito un'impresa! Qui di seguito trovi alcuni criteri chiave di valutazione, che ti aiuteranno a rielaborare l'esperienza.

Il prossimo step del programma prevede la competizione con altre imprese JA, il tuo team potrebbe essere premiato dalla giuria, oppure no. Ricorda che se così non fosse, non significa che sia il tuo progetto sia fallimentare.

Questo è un giudizio che spetta solo al mercato e ai clienti che hai incontrato sinora o che incontrerai se continuerete l'esperienza imprenditoriale al di fuori dal programma *Impresa in azione*.

C'è però una forma di apprendimento che deriva dall'esperienza di questo programma che nessun giudice può valutare, ma che solo tu puoi cogliere.

In questo percorso hai condiviso insieme ai tuoi compagni un'esperienza ricca di sfide, di successi e di ostacoli, hai scoperto qualcosa di più su te stesso, le tue competenze, ciò che ami o non ami fare, come ti comporti nel lavoro di team e come ti senti nei momenti di scelta.

È arrivato il momento di capitalizzare ciò che hai scoperto e renderlo disponibile per il tuo futuro.

Alcune domande possono guidare la tua riflessione insieme ai compagni:

- Quali cose nuove di te stesso e degli altri hai scoperto?
- Qual è stato il tuo contributo nel lavoro di gruppo?
- Quali comportamenti (positivi e negativi) hai agito?
- Quali nuove competenze hai acquisito?
- Quali si sono consolidate?
- Quali momenti ti hanno dato maggiore soddisfazione?
- Quali sono stati i più difficili da superare?
- Desideri qualcosa di diverso per il tuo futuro?
- Prova a ripensare a com'eri prima di intraprendere il programma, quali differenze noti?

Mettete a verbale tutti questi elementi e insieme ai tuoi compagni decidi quali meritino di essere inclusi nel rapporto annuale o di essere segnalati ai giudici durante la Competizione Regionale.

Nell'area riservata di www.impresainazione.it trovi il link al questionario dell'esperienza che completa questa fase.

Il futuro - Achievers & Alumni JA

Alcune delle Imprese JA nate nell'ambito del programma Impresa in azione ed alcuni studenti che hanno partecipato al programma, hanno portato la propria idea di business al di fuori del progetto scolastico e ne hanno fatto una vera startup.

Come avrai visto dai molti contributi presenti nell'area riservata oggi più di ieri le occasioni per avviare la propria startup attraverso bandi, camp, contest, competizioni sono numerose.

Certo ci vogliono passione, competenza e tenacia ma le ricerche hanno dimostrato che questo tipo di iniziativa favorisce lo spirito imprenditoriale, quindi coraggio!

Inoltre le occasioni per mettere a frutto l'esperienza sono svariate: prepara un piano di marketing, pubblicizza l'esperienza della tua Impresa JA, incoraggia altri studenti a parteciparvi!

Contatta JA e chiedi informazioni in merito alle iniziative per gli ex studenti che hanno partecipato al programma e valuta l'opportunità di iscriverti al gruppo **JA Alumni**, beneficiando dei vantaggi e delle iniziative formative e professionali offerte (per saperne di più, visita il sito <http://alumni.jaitalia.org> o segui i JA Alumni Italia su **Facebook** e **Twitter**).

In bocca al lupo!



Il Business Kit Impresa in azione di Junior Achievement Italia è distribuito con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).