

Progetto Asset Immateriali

Camera di Commercio di Bologna
03 luglio 2014



Camera di Commercio di Venezia
Sistema Qualità Certificato

Partner ufficiale 2009 della Camera di
Commercio di Venezia



CASSA DI RISPARMIO
DI VENEZIA



Camera di Commercio
Venezia

Valorizzare gli asset intangibili dell'azienda come leva di accesso al credito

- Il progetto Asset Immateriali
- Gli obiettivi
- I soggetti coinvolti
- Le leve di interesse
- La metodologia di lavoro
- Il progetto Mise – Unioncamere
- Pre analisi di ricognizioni
- Il questionario di check
- Il check-up
- Risultati 2012 – 2013 - 2014



Il progetto Intangible Assets

Il progetto è nato dalla volontà di voler intervenire su alcuni fattori limitanti lo sviluppo delle piccole imprese sul territorio della provincia di Venezia:

- Eccessivo sbilanciamento sul breve termine delle “strategie aziendali”
- isolamento strategico
- discontinuità nell’azione commerciale
- difficoltà organizzative e sostanziale assenza di rapporti di rete consolidati ed efficaci
- scarsa consapevolezza sul valore dell’azienda e degli asset immateriali, che costituiscono spesso una parte rilevante
- difficoltà di accesso al credito e maggiori costi di bilancio
- insufficiente orientamento alla formazione professionale continua



Gli obiettivi

- favorire una riflessione strategica da parte delle piccole imprese del territorio veneziano recuperando progettualità in una prospettiva di medio-lungo termine
- coinvolgere nel processo strategico i consulenti economici di fiducia delle imprese con cui ci si è prevalentemente confrontati attraverso un percorso formativo finalizzato a condividere una metodologia di lavoro che possa diventare una buona pratica diffusa sul territorio
- favorire una ricognizione sugli asset immateriali presenti in azienda e valutarne il potenziale di ulteriore impatto sulle performance future
- favorire, sulla base di queste premesse, l'accesso al credito delle piccole imprese anche attraverso la promozione di un canale di comunicazione più diretto e strutturato con il sistema bancario



I soggetti coinvolti

Il progetto coinvolge soggetti diversi favorendone la convergenza sull'obiettivo più alto rappresentato da un più efficace accesso al credito da parte delle pmi impegnate in un progetto di crescita / rilancio

1. Camera di Commercio di Venezia:

- dirigente Area 3 – Incentivi, Progetti Internazionali e Tutela del mercato
- funzionari settore Incentivi alle Imprese e Progetti Internazionali
- esperti selezionati dalla CCIAA di Venezia

2. Rete di operatori territoriali: dottori commercialisti e consulenti d'impresa

3. Mpmi della provincia di Venezia: trattandosi maggiormente di micro imprese, l'imprenditore è sempre coinvolto in prima persona

4. Istituti di credito partecipanti allo "spazio aperto banca-impresa"

5. Organismi di garanzia collettiva fidi e associazioni di categoria



Camera di Commercio
Venezia

Le leve di interesse

Camera di Commercio di Venezia ha individuato i seguenti bisogni:

- commercialisti e consulenti d'impresa: formazione e strumenti pratici di supporto
- mpmi della provincia di Venezia: guida, percorso step by step, strumenti di supporto, servizi per la competitività (internazionalizzazione, tutela PI, incentivi, formazione)
- istituti di credito: unico documento finale / business plan aziendale strategico che valorizza capitale material e immateriale + formazione sul modello condiviso



Camera di Commercio
Venezia

La metodologia di lavoro

1. Fase di pre-analisi: due self-assessment questionnaire per una rapida profilazione aziendale:

- pre analisi economico finanziaria e quadro generale della situazione aziendale
- pre analisi di ricognizione degli asset immateriali

2. Incontro di check-up: le imprese accedono accompagnate dal proprio consulente ad un incontro di approfondimento con gli esperti selezionati dalla CCIAA di Venezia

3. Stesura del business plan: fase interna all'impresa dedicata all'autoanalisi e alla riflessione strategica,

4. Verifica (controllo formale e di merito in CCIAA) – Presentazione del bp – erogazione di un contributo per coprire le spese di consulenza

5. Spazio aperto banca-impresa: incontri b2b in cui le imprese si presentano agli istituti di credito utilizzando il bp elaborato seguendo la metodologia della Camera di Commercio di Venezia



Il progetto Mise - Unioncamere

Il progetto

Il fatturato di un'azienda cresce se il prodotto o il servizio che essa fornisce sono migliori, diversi o più efficaci della concorrenza. Spesso l'azienda trae questo vantaggio dal patrimonio di conoscenze e di competenze che la contraddistinguono. Il marchio è spesso un modo tipico dell'azienda per comunicare la propria specificità, distinguersi dalle altre. Il brevetto è un modo per difendere e gestire all'interno di un quadro normativo articolato e ampio, italiano e europeo, il patrimonio immateriale che rende quell'azienda unica e riconoscibile in mezzo a tante altre. Oltre al marchio e al brevetto, l'azienda ha altri elementi che ne accrescono il valore e la rendono unica: dalla qualità del personale e dalle sue competenze, alla capacità di organizzarsi, dalla capacità di stare sul mercato e di andare all'estero, al modo con cui tutela e gestisce la conoscenza prodotta e necessaria. Di questi l'imprenditore è ben cosciente e, spesso, quando comunica ad altri il valore all'azienda non li dimentica, ma cerca di descriverli nel miglior modo possibile, perché investitori e operatori finanziari capiscano e diano la giusta valutazione dell'azienda.

I servizi che sono disponibili on-line aiuteranno l'imprenditore a comunicare il valore del proprio patrimonio intangibile, a capire il valore del proprio patrimonio tecnologico, a verificare la capacità di acquisire e trasferire il patrimonio di conoscenze, soprattutto tecnologiche proprio dell'azienda.

Sono servizi facili e di facile accesso. Già la loro erogazione dà un insieme di informazioni preziose all'imprenditore, ma possono essere ulteriormente arricchite con un'assistenza specifica e individuale fornita da personale esperto e che il sistema camerale metterà a disposizione.

Saper comunicare il valore del capitale intangibile dell'azienda

Valutare gli asset tecnologici dell'impresa

Valutazione e valorizzazione del patrimonio immateriale tecnologico: Preparazione al trasferimento tecnologico

Valorizzare gli asset intangibili dell'azienda come leva di accesso al credito

Misura la forza del capitale intellettuale dell'azienda: benchmarking report



1 – Pre analisi di ricognizione degli asset immateriali

Human Resources

1. Qualitative-quantitative level of entrepreneurial experience

- | | | | |
|-------------------|--|-------------------|---|
| Experience | <input type="radio"/> 0 to 2 years | Experience | <input type="radio"/> Managing business continuity |
| | <input type="radio"/> 3 to 4 years | | <input type="radio"/> Continuity, minimal restructuring |
| | <input type="radio"/> 5 to 6 years | | <input type="radio"/> Systematic restructuring, vision |
| | <input type="radio"/> 7 to 10 years | | <input type="radio"/> Systemic restructuring, innovation |
| | <input type="radio"/> 10 years or more | | <input type="radio"/> Creation, re-launch, extraordinary operations |

2. Role of tacit knowledge (of the personnel/ staff, not codified, not easy to transfer)

What percentage of the whole knowledge is tacit? How much the turnover or economic value, competitive advantage depend by the sole tacit knowledge?

- | | | | |
|------------------------|---------------------------|---|----------------------------|
| % in enterprise | <input type="radio"/> 0% | Level of dependence from tacit knowledge | <input type="radio"/> 0% |
| | <input type="radio"/> 20% | | <input type="radio"/> 25% |
| | <input type="radio"/> 40% | | <input type="radio"/> 50% |
| | <input type="radio"/> 60% | | <input type="radio"/> 75% |
| | <input type="radio"/> 80% | | <input type="radio"/> 100% |

Intellectual Property

3. From the inventory...

Evidence of investment made to create/ valorise the IP?

- | | | |
|---------------------|---|---|
| IP Inventory | <input type="checkbox"/> Codified knowledge, know-how, Proprietary databases | <input type="checkbox"/> Investment (check = yes) |
| | <input type="checkbox"/> Business/ Commercial info, proprietary technologies, Industrial/ Trade secrets | <input type="checkbox"/> Investment (check = yes) |
| | <input type="checkbox"/> Invention, Patents | <input type="checkbox"/> Investment (check = yes) |
| | <input type="checkbox"/> Trademarks, Brands | <input type="checkbox"/> Investment (check = yes) |
| | <input type="checkbox"/> Design (registered/ not registered) | <input type="checkbox"/> Investment (check = yes) |
| | <input type="checkbox"/> Copyright | <input type="checkbox"/> Investment (check = yes) |

4. Management/ exploitation of IP, and impact on the revenues/ costs/ profit/ economic or competitive advantage

- | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| Use/ exploitation intensity | <input type="radio"/> Low | Impact/ Advantage | <input type="radio"/> Low |
| | <input type="radio"/> Medium - Low | | <input type="radio"/> Medium - Low |
| | <input type="radio"/> Medium | | <input type="radio"/> Medium |
| | <input type="radio"/> Medium - High | | <input type="radio"/> Medium - High |
| | <input type="radio"/> High | | <input type="radio"/> High |

Organisational Capital

5. What of the following elements are in the enterprise?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Codified methods and procedures for current activities | <input checked="" type="checkbox"/> Computerized? (check = yes) |
| <input type="checkbox"/> Certifications | |
| <input type="checkbox"/> Internal project management system | |
| <input type="checkbox"/> Computerized administrative system | |

Organisational Capital

- | | | | |
|---------------------------|-------------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|
| Impact functioning | <input type="radio"/> Low | Competitive advantage | <input type="radio"/> Low |
| | <input type="radio"/> Medium - Low | | <input type="radio"/> Medium - Low |
| | <input type="radio"/> Medium | | <input type="radio"/> Medium |
| | <input type="radio"/> Medium - High | | <input type="radio"/> Medium - High |
| | <input type="radio"/> High | | <input type="radio"/> High |

Relational Capital

7. Left column: Clients' management activities and their effects (Right column)

- | | | |
|---|------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Marketing initiatives/ investments (acquiring clients) | Effect of initiatives | <input type="checkbox"/> Faster in positioning new products/ services |
| <input type="checkbox"/> Visibility/ promotion multimedia, (web, TV...) | | <input type="checkbox"/> Converting prospects into clients |
| | | <input type="checkbox"/> Better reputation, above average of sector |
| | | <input type="checkbox"/> Better image/ visibility of enterprise |

- | | | |
|--|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Preferred sales agreements | Impact, economic/ competitive advantage | <input type="radio"/> Low |
| <input type="checkbox"/> Preferred distribution agreements | | <input type="radio"/> Medium - Low |
| <input type="checkbox"/> Initiatives of clients loyalty/ retention | | <input type="radio"/> Medium |
| <input type="checkbox"/> Information syst.acquired clients mngmt | | <input type="radio"/> Medium - High |
| | | <input type="radio"/> High |

8. Left column: Suppliers' management activities and their effect (Right column)

- | | | |
|--|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Preferred Supplier agreements | Impact, economic/ competitive advantage | <input type="radio"/> Low |
| <input type="checkbox"/> Suppliers' selection and qualification system | | <input type="radio"/> Medium - Low |
| <input type="checkbox"/> Information system for suppliers' management | | <input type="radio"/> Medium |
| | | <input type="radio"/> Medium - High |
| | | <input type="radio"/> High |

9. Active collaborations and related advantage(s)

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Collaborations agreements | Impact, economic/ competitive advantage | <input type="radio"/> No effect or negative |
| <input type="checkbox"/> Participation to network(s) | | <input type="radio"/> Positive effect, but minimal |
| | | <input type="radio"/> Positive, but just sufficient |
| | | <input type="radio"/> Good- fair, to build upon |



2 – Il questionario di check per la valutazione degli IA

0% 100%

Italiano ▼

Human resources

1. ESPERIENZA IMPRENDITORIALE

* Available?
Scegliere solo una delle seguenti voci

Prego selezionare... ▼

Creation

Functioning

Planning

Transferability

Riprendere successivamente

◀ Indietro

Avanti ▶

Uscire e ripulire l'indagine



3 - Il check-up

1. Fase ricognitiva

- Si identificano i beni immateriali, sia quelli in uso che quelli non in uso (distinguendo tra i due gruppi: sono valutati soltanto quelli in uso)
- Si giunge ad un inventario degli assett intangibili

2. Fase analitica

- Si esplora il ruolo e la funzione dei beni immateriali nell'attività dell'azienda ed il loro impatto sulla filiera e sul mercato.
- Si utilizza lo strumento del questionario di check-up

3. Fase valutativa

- Si dà evidenza di una presenza robusta, non volatile in impresa
- Si dà evidenza dell'impatto, sia da un punto di vista di added value, sia da un punto di vista di posizionamento competitivo
- Si dà evidenza delle prospettive future, guardando alla potenzialità e alla sostenibilità
- Si accenna alla trasferibilità, sia in termine di flussi di cassa aggiuntivi, sia in termini di potenziale di cessione a terzi



Risultati del progetto – 2012

La prima edizione del bando ha sostenuto 50 percorsi di check-up aziendali e bp, attivati da pmi interessate, in gran parte, a finanziamenti esterni.

Gli incontri con gli esperti selezionati dalla CCIAA sono stati distribuiti in 15 giornate di check-up

Le richieste di contributo sono state 63, delle quali ne sono state accolte 49.

Il corso di formazione per commercialisti e consulenti d'impresa ha visto la partecipazione di 95 professionisti, per un totale di 18 ore di formazione.

La prima edizione dello “spazio aperto banca-impresa” ha coinvolto 8 istituti di credito e 23 imprese, per un totale di 68 incontri b2b



Camera di Commercio
Venezia

Risultati del progetto – 2013

La seconda edizione del bando ha sostenuto 85 percorsi di check-up aziendali e bp.
Gli incontri con gli esperti selezionati dalla CCIAA sono stati distribuiti in 22 giornate di check-up
Le richieste di contributo sono state 55, delle quali ne sono state accolte 45.

Il corso di formazione per commercialisti e consulenti d'impresa ha visto la partecipazione di 105 professionisti, per un totale di 18 ore di formazione.

La seconda edizione dello “spazio aperto banca-impresa” ha coinvolto 10 istituti di credito e 24 imprese, per un totale di 78 incontri b2b



Camera di Commercio
Venezia

Risultati del progetto – 2014

La terza edizione del bando ha previsto uno stanziamento di €120m, con contributi fino ad un massimo di €3m per impresa. I termini per la presentazione delle richieste di contributo si chiuderanno il 30 settembre 2014 e le imprese potranno redigere il business plan entro il 31 dicembre 2014.

Gli incontri con gli esperti selezionati dalla CCIAA saranno distribuiti in circa 20 giornate di check-up.

Dal 2014, sezione sperimentale del progetto dedicata agli asset immateriali del settore alberghiero.

In data 23 maggio è stata organizzata la prima giornata del corso di formazione per operatori economici.

Lo spazio aperto banca impresa si terrà nel corso del 2015.



Camera di Commercio
Venezia

Grazie per l'attenzione

Paolo Carlucci



paolocarl@gmail.com
paolo.carlucci@ve.camcom.it
phone 338-5916735



Camera di Commercio
Venezia