

START ME UP 2026

PERCORSO DI ALTA FORMAZIONE PER LO SVILUPPO DI AUTOIMPREDITORIALITÀ

	AREA E MODULI	ORE
1	PROGETTARE E VALIDARE L'IDEA D'IMPRESA	9
1.1	BUSINESS MODEL DESIGN & INNOVATION	5
1.2	BUSINESS MODEL VALIDATION	4
2	STRATEGIE DI MARKETING PER NUOVE IMPRESE	15
2.1	MARKETING E VENDITE	9
2.2	STRATEGIE E TENDENZE DIGITALI	6
3	BASI DI ORGANIZZAZIONE E PIANIFICAZIONE AZIENDALE	15
3.1	ORGANIZZAZIONE E FORME GIURIDICHE D'IMPRESA	3
3.2	ASPETTI FISCALI E TRIBUTARI	3
3.3	BILANCIO E PIANIFICAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA	6
3.4	BUSINESS PLANNING	3
4	COMPETENZE PER DIVENTARE IMPREDITORI	9
4.1	SOFT SKILLS E SVILUPPO DEL TEAM	3
4.2	COME PRESENTARE IN MODO EFFICACE LA PROPRIA IDEA D'IMPRESA	6
5	STRUMENTI FINANZIARI TRADIZIONALI E INNOVATIVI PER L'AVVIO D'IMPRESA	3
6	TUTELA E VALORIZZAZIONE DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE	3
		54

ARGOMENTI DEI MODULI

1. PROGETTARE E VALIDARE L'IDEA D'IMPRESA	9
--	----------

1.1 BUSINESS MODEL DESIGN & INNOVATION (5 ore)

Obiettivi: illustrare i metodi, i processi e gli strumenti più innovativi per definire il modello di business all'interno dello scenario odierno o per lanciare una nuova idea di business e/o un nuovo prodotto.

Tem: fasi principali della business model innovation, strumenti di business design (tra cui business model canvas), innovazione analitica vs creativa, tecniche di innovazione, modelli di revenues.

1.2 BUSINESS MODEL VALIDATION (4 ore)

Obiettivi: condividere e progettare percorsi di validazione per verificare la bontà di nuove idee direttamente con il mercato potenziale, anche durante la fase di sviluppo.

Tem: dall'innovazione alla validazione, tecniche e strumenti di validazione, dalla validazione al pivoting del modello di business.

2. STRATEGIE DI MARKETING PER NUOVE IMPRESE	15
--	-----------

2.1 MARKETING E VENDITE (9 ore)

Obiettivi: presentare le tre fasi fondamentali del marketing management -analitica, strategica e operativa- trasmettendo conoscenze di base sulla strategia e sul processo di marketing, dallo sviluppo dell'offerta sino al processo di vendita.

Tem: 1) Fase analitica finalizzata alla comprensione del mercato (processo di ricerca, metodi e strumenti di raccolta e analisi dati per la ricerca di mercato e di marketing, analisi della concorrenza, con attenzione alle strutture di mercato e alle nuove forme competitive) 2) Fase strategica che approfondisce il processo di marketing e la definizione delle scelte competitive (segmentazione del mercato e posizionamento dell'offerta) 3) Fase operativa per l'implementazione delle strategie attraverso le leve del marketing mix: prodotto, prezzo, comunicazione e distribuzione, viste sia in chiave strategica che gestionale 4) AI ad uso marketing.

2.2 STRATEGIE E TENDENZE DIGITALI (6 ore)

Obiettivi: comprendere l'importanza di definire una strategia digitale integrata per aumentare le opportunità di business, scegliendo le soluzioni migliori per la propria attività imprenditoriale.

Temi: tendenze digitali in essere e principali opportunità, strumenti e tools per la promozione digitale, vantaggi per le imprese che scelgono di usare il digital marketing per il proprio business.

3. BASI DI ORGANIZZAZIONE E PIANIFICAZIONE AZIENDALE

15

3.1 ORGANIZZAZIONE E FORME GIURIDICHE D'IMPRESA (3 ore)

Temi: ricerca e inquadramento del miglior assetto dell'impresa; ditte individuali, società di persone e società di capitali; regime forfettario.

3.2 ASPETTI FISCALI E TRIBUTARI (3 ore)

Temi: lineamenti generali dell'IRPEF e dell'IRES e principali differenze; confronto di convenienza tra IRPEF e regime forfettario; lineamenti generali dell'IRAP; IVA: normativa, liquidazione e schema di calcolo.

3.3 BILANCIO E PIANIFICAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA (6 ore)

Temi: la lettura del bilancio per non addetti ai lavori; il bilancio di esercizio: attività, passività e conto economico; il principio di competenza e di cassa; il concetto di break even point; il concetto di ammortamento.

3.4 BUSINESS PLANNING (3 ore)

Temi: tipologie e utilità del business plan; lo schema standard di elaborazione del business plan; diversa tipologia di costi e calcolo margine di contribuzione.

4. COMPETENZE PER DIVENTARE IMPRENDITORI

9

4.1 SOFT SKILLS E SVILUPPO DEL TEAM (3 ore)

Obiettivi: trasferire consapevolezza ai partecipanti rispetto ai bisogni di natura più "soft" necessari per lo sviluppo di un progetto imprenditoriale.

Temi: 1) imprenditorialità e importanza delle soft skills, gestione e dinamiche di gruppo 2) identità imprenditoriale, leadership e comunicazione.

4.2 COME PRESENTARE IN MODO EFFICACE LA PROPRIA IDEA D'IMPRESA (6 ore)

Obiettivi: trasmettere gli elementi chiave che compongono un pitch di presentazione dell'idea imprenditoriale e le tecniche di public speaking utili.

Temi: 1) Come preparare una presentazione d'effetto 2) come raccontare un'impresa e conquistare l'attenzione 3) si va in scena: parole, tono e corpo allineati 4) come gestire la paura di parlare in pubblico.

5. STRUMENTI FINANZIARI TRADIZIONALI E INNOVATIVI PER L'AVVIO D'IMPRESA

3

Obiettivi: presentare i principali strumenti di finanziamento che le startup possono utilizzare per l'avvio e lo sviluppo d'impresa.

Temi: forme di credito bancario, finanziamenti e agevolazioni pubbliche disponibili, microcredito, crowdfunding e business angels.

6. TUTELA E VALORIZZAZIONE DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

3

Obiettivi: fornire le conoscenze di base sulla brevettazione come strumento di protezione e come leva per l'innovazione di prodotto e processo.

Temi: 1) Nozioni di base sui brevetti: comprendere le motivazioni e i vantaggi legati al brevetto e riconoscerlo come fonte di informazione strategica 2) Ricerca e valorizzazione brevettuale: Fondamenti di ricerca brevettuale, i database di ricerca italiani ed europei e la strategia di ricerca avanzata brevettuale.



CALENDARIO

Data	Giorno	Orario	Ore	Modalità	Modulo
26/05/2026	Martedì	18.30-21.30	3	online	ORGANIZZAZIONE E FORME GIURIDICHE D'IMPRESA
28/05/2026	Giovedì	18.30-21.30	3	online	SOFT SKILLS E SVILUPPO DEL TEAM
30/05/2026	Sabato	09:30-12:30	3	in aula	BUSINESS MODEL DESIGN & INNOVATION
03/06/2026	Mercoledì	18.30-21.30	3	online	BUSINESS MODEL DESIGN & INNOVATION
04/06/2026	Giovedì	18.30-21.30	3	online	ASPETTI FISCALI E TRIBUTARI
05/06/2026	Venerdì	18.30-21.30	3	online	BUSINESS MODEL VALIDATION
09/06/2026	Martedì	18.30-21.30	3	online	BILANCIO E PIANIFICAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA
11/06/2026	Giovedì	18.30-21.30	3	online	MARKETING E VENDITE
17/06/2026	Mercoledì	18.30-21.30	3	online	MARKETING E VENDITE
18/06/2026	Giovedì	18.30-21.30	3	online	TUTELA E VALORIZZAZIONE DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE
22/06/2026	Lunedì	18.30-21.30	3	online	BILANCIO E PIANIFICAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA
24/06/2026	Mercoledì	18.30-21.30	3	online	MARKETING E VENDITE
25/06/2026	Giovedì	18.30-21.30	3	online	STRUMENTI FINANZIARI TRADIZIONALI E INNOVATIVI
29/06/2026	Lunedì	18.30-21.30	3	online	STRATEGIE E TENDENZE DIGITALI
30/06/2026	Martedì	18.30-21.30	3	online	COME PRESENTARE IN MODO EFFICACE LA PROPRIA IDEA D'IMPRESA
02/07/2026	Giovedì	18.30-21.30	3	in aula	BUSINESS PLANNING
06/07/2026	Lunedì	18.30-21.30	3	online	STRATEGIE E TENDENZE DIGITALI
07/07/2026	Martedì	18.30-21.30	3	in aula	COME PRESENTARE IN MODO EFFICACE LA PROPRIA IDEA D'IMPRESA
			54		

* in arancio le lezioni che verranno svolte in presenza, nelle aule formative di Bergamo Sviluppo in via Zilioli 2

RIFERIMENTI

Bergamo Sviluppo – Tel. 035/3888011-019

Referente dell'iniziativa: Francesca Raso – raso@bg.camcom.it