



Laurea Magistrale in informatica-Università di Salerno  
Corso di Gestione dei Progetti Software- Prof.ssa F. Ferrucci

# Business Case

## Progetto

## GreenBridge

Riferimento	
Versione	2.0
Data	31/01/2024
Destinatario	Prof.ssa Filomena Ferrucci
Presentato da	Daniele Donia, Vincent Milione
Approvato da	

---



## Revision History

Data	Versione	Descrizione	Autori
04/10/2023	0.1	Stesura sezione 1, 2, 3 e 6	Daniele Donia, Vincent Milione
10/10/2023	0.2	Stesura sezione 4 e 5	Daniele Donia, Vincent Milione
26/10/2023	0.3	Stesura sezione 7, 8 e 9	Daniele Donia, Vincent Milione
30/10/2023	0.4	Revisione sezione 6	Vincent Milione
31/10/2023	0.5	Revisione sezione 7	Daniele Donia
05/11/2023	1.0	Revisione sezione 7	Daniele Donia, Vincent Milione
09/12/2023	1.1	Revisione Stime	Daniele Donia, Vincent Milione
24/12/2023	1.2	Revisione Stime	Daniele Donia, Vincent Milione
31/01/2024	2.0	Revisione Finale	Daniele Donia, Vincent Milione



# Business Case (BC) del Progetto

## GreenBridge

### 1. Introduzione/Background

La CIA (Confederazione Italiana Agricoltori) è un'organizzazione che rappresenta gli interessi degli agricoltori in Italia. La CIA è una delle principali organizzazioni agricole italiane ed è impegnata nella promozione degli interessi degli agricoltori italiani, nell'assistenza tecnica e legale, nella difesa dei diritti dei contadini, nella formazione e nell'organizzazione di eventi e attività per il settore agricolo.

Le sue attività includono anche la promozione di buone pratiche agricole, la difesa dell'ambiente e la sensibilizzazione sulle questioni agricole e rurali. La CIA lavora per migliorare le condizioni di vita e di lavoro degli agricoltori italiani e per promuovere la sostenibilità dell'agricoltura nel paese.

### 2. Obiettivi di business

La CIA (Confederazione Italiana Agricoltori) punta a promuovere la sostenibilità dell'agricoltura italiana in quanto concepisce la terra come un bene limitato e non riproducibile, essenziale per il benessere della società. Per sostenere l'uso di pratiche agricole sostenibili, la CIA vorrebbe creare un sistema in grado di connettere direttamente produttori e consumatori, garantendo una maggiore esposizione agli agricoltori che seguono questa filosofia. Inoltre, particolare attenzione va rivolta alla riduzione dell'impatto ambientale associato ai trasporti di questi prodotti. Da qui nasce l'idea di creare un sistema la cui primaria responsabilità sarà quella di connettere i produttori locali con i consumatori, permettendo l'acquisto dei loro prodotti senza la necessità di intermediari. Tale sistema dovrà garantire un aumento delle vendite per gli agricoltori tra il 10% e il 15% in tre anni, incentivando così il loro interesse nei progetti dell'organizzazione. In particolare, il numero di soci CIA dovrà essere incrementato del 10% in cinque anni. Infine, il progetto deve ripagarsi entro due anni.

### 3. Situazione e problema attuale/Opportunità

Attualmente esistono diversi modi che un agricoltore può vendere i suoi prodotti. In particolare, i principali canali individuati sono i seguenti:

- Supermercati/ortofrutta: sono presenti fornitori in grado di fornire prodotti garantendo sia gli standard di tracciabilità che ulteriori requisiti (forma, colore, ...).



- Associazioni: si organizzano dei mercati in cui solo alcuni agricoltori selezionati possono vendere direttamente i loro prodotti.
- Direttamente al consumatore: il produttore viene contattato personalmente per la vendita del prodotto. In questi casi, deve adempiere a dei requisiti ad hoc definiti dal consumatore.

Gli agricoltori sostenibili spesso operano su scala ridotta, hanno difficoltà ad accedere ai mercati tradizionali dominati da grandi catene di distribuzione e, seppur supportati da associazioni, non hanno una visibilità garantita.

Inoltre, i consumatori spesso non sono consapevoli dell'esistenza degli agricoltori sostenibili nella loro area oppure hanno informazioni limitate sulle pratiche agricole sostenibili e i benefici associati.

A ciò si aggiunge l'elevato consumo di carburante dovuto al trasporto dei prodotti su larga scala. Si registra, però, una propensione al sostenibile, una tendenza alimentata dalla consapevolezza dell'importanza di ridurre l'impatto ambientale del trasporto alimentare e sostenere le comunità locali. Vi è quindi l'opportunità di supportare gli agricoltori sostenibili fornendo loro modi di connettersi direttamente con i consumatori e fornire prodotti locali, sostenibili e di alta qualità, incentivando al contempo la vendita a chilometro zero.

## 4. Assunzioni critiche e Vincoli

---

Si assume che:

- gli agricoltori siano realmente disposti a partecipare attivamente alla piattaforma
- i consumatori siano interessati a supportare la cultura km 0 e gli agricoltori. È essenziale che la domanda sia sufficientemente ampia e stabile per supportare il funzionamento sostenibile della piattaforma.
- i produttori associati alla CIA sono interessati alla transizione verso un'agricoltura sostenibile

Vincoli:

- piattaforma intuitiva per facilitare l'uso da parte degli agricoltori
- rispetto dei vincoli normativi e legali, inclusi quelli relativi alla sicurezza alimentare, all'elaborazione degli ordini online e alla protezione dei dati personali

## 5. Analisi delle opzioni e Raccomandazioni

---

Le opzioni disponibili sono le seguenti:

- Non fare niente: continuare ad assistere gli agricoltori esclusivamente nella vendita ai mercati contadini.
- Organizzare campagne informative per avvicinare le persone alla cultura sostenibile e al mondo dei mercati contadini
- Realizzazione del sistema presentato

La prima opzione non porterebbe alcun beneficio ulteriore agli agricoltori soci della CIA, non incentivando quindi nuove iscrizioni.

Una campagna informativa permetterebbe una maggiore visibilità degli agricoltori e potrebbe attirare nuovi membri interessati a questa esposizione. Tuttavia, tale attività non fornisce agevolazioni nel processo di acquisto e potrebbe non risultare in un aumento degli acquisti da parte dei consumatori.

Per questo motivo pensiamo che la realizzazione del sistema sia una soluzione adatta per il problema, in quanto permette sia di esporre gli agricoltori ad una platea più vasta di consumatori, sia di facilitare il processo di acquisto dei prodotti.

## 6. Requisiti preliminari del progetto

---

Le feature principali del prodotto sono le seguenti:

- profilo dell'agricoltore: è possibile specificare il tipo di agricoltura (agricoltura biologica, biodinamica, permacultura, eco villaggi) e delle pratiche sostenibili attuate (controllo biologico, monitoraggio insetti e parassiti, copertura terreno con paglia o altri materiali organici) attraverso il caricamento di specifiche certificazioni. La validazione di queste ultime deve essere a cura di un ente amministratore. Finché non è validata, una certificazione non deve essere visibile al consumatore;
- il suggerimento di produttori al consumatore. L'utente può interagire con un chatbot intelligente e visualizzare i produttori a lui/lei più affini sulla base delle preferenze espresse, della sua posizione (o posizione di scarico) e la sua esperienza d'acquisto (sistema di raccomandazione intelligente);
- la gestione catalogo del venditore. L'agricoltore può caricare i propri prodotti, specificando per ognuno di essi le principali caratteristiche (origine, prezzo, tipologia...) e una breve descrizione;



- l'acquisto dei prodotti desiderati dal consumatore;
- la definizione della modalità di spedizione o ritiro del prodotto. Una volta effettuato l'acquisto, l'utente può inserire il proprio indirizzo e usufruire della spedizione (delegata a un'azienda di logistica) a domicilio oppure ritirarlo direttamente dal produttore;
- possibile iscrizione dell'utente a programmi di fidelizzazione. L'utente può iscriversi a un programma di fidelizzazione ricevendo diversi benefici (sconti, consegne gratuite, ...);
- la recensione degli agricoltori da parte dell'utente.

## 7. Stima del budget e Analisi finanziaria

---

Per la stima dei costi si suppone che siano necessari circa 8 mesi per la progettazione e sviluppo della piattaforma, sulla base della stima fornita dall'azienda di sviluppo Inexture Solutions per la realizzazione di una piattaforma e-commerce di avanzata complessità.

### Costi risorse umane

Si assume che lo stipendio di un membro dello staff junior sia 16€ l'ora e che lo stipendio di un membro dello staff senior sia 20€. Nel complesso, si stima che il progetto richiederà un team di 8 persone, di cui 1/3 senior e 2/3 junior. Si assume, inoltre, che lo staff sia saturato all'80%. Si considera, infine, che lo staff junior (nello specifico data scientist e sviluppatori) sarà impiegato in attività di training per un totale di 2 mesi tenute da un team member senior.

### Costi piattaforma di comunicazione

Si assume la necessità di una piattaforma per permettere lo scambio di informazioni tra il team.

Assumendo, inoltre, di aver un team di piccole dimensioni e che non sia fortemente dislocato geograficamente, la piattaforma da utilizzare non richiede feature avanzate, ma semplicemente che permetta lo scambio di informazioni durante il periodo sviluppo e progettazione. Esaminando l'offerta di piattaforme come Slack, si sono individuati dei costi per piani di comunicazioni di team di piccole dimensioni di 8,25 € per persona, per un totale di circa 660 €.

### Costi tecnologie hardware

Esaminando l'offerta della piattaforma Heroku, si considerano, inoltre, i costi per l'hosting, ovvero 500€ mensili. A questi si aggiungerebbero 5€ all'anno per le tecnologie di sicurezza SSL (fonte Digicert).



### Costi manutenzione

Si stima, inoltre, siano necessari 15200€ ogni anno per la manutenzione della piattaforma. La stima è stata effettuata tenendo conto sia di possibili manutenzioni correttive (per cui si assume che per ogni intervento siano necessarie in media 50 ore di lavoro, con una frequenza stimata di 3 interventi all'anno) sia manutenzioni evolutive/adattive (per cui si assume che per ogni intervento siano necessarie tra le 40 e 160 ore di lavoro, con una frequenza di 2 interventi all'anno). In particolare, le manutenzioni adattive annue serviranno per rendere conforme il prodotto a nuove norme relative alla vendita dei prodotti alimentari.

### Costi pubblicitari

Si suppone siano anche necessari 1350€ al mese per una campagna pubblicitaria su Facebook per tutto il tempo di operatività, in quanto si ritiene che sia il social media più adatto dato il target del progetto (persone tra i 30 e i 44 anni, secondo l'Osservatorio SANA 2023).

### Ricavi

In particolare, si pensa di raggiungere una platea di 10 milioni di consumatori (ovvero il numero di italiani che acquistano online prodotti di largo consumo in Italia secondo le ricerche di NetComm NetRetail). Di questi, si pensa di riuscire a convertire lo 0.01% nei primi due mesi, fino ad arrivare al 7% nel quinto anno di attività. Si stima inoltre che un acquisto medio porti un guadagno di 38€, di cui la CIA tratterrà il 2%.

La piattaforma offre anche un programma di fidelizzazione con spedizione gratuita con un abbonamento annuale di 5€. Nello specifico, si stima un tasso di iscrizione del 5% ogni anno rispetto al numero di acquirenti totali. Infine, si stima che gli abbonati effettuino in media 8 acquisti l'anno.

Secondo le stime precedenti, il progetto richiederà un budget di sviluppo 194.702€ e potrebbe avere un Net Present Value (NPV) di 353.882 € e un Return of Investment (ROI) del 120% in tre anni, oltre a ripagarsi nel secondo anno di attività.

## 8. Schedule Estimate

Basandoci sui tempi di sviluppo di progetti simili e confrontando questi con l'effort richiesto per le attività da dover svolgere, stimiamo siano necessari otto mesi di sviluppo e due mesi di training. A questi



dovrebbero seguire tre anni di attività, in cui vi sarà il supporto per il bug fixing e manutenzioni adattive o evolutive come aggiornamenti di sicurezza, aggiunta di metodi di pagamenti, miglioramenti nel modulo di intelligenza artificiale e conformazione della piattaforma a eventuali leggi.

## 9. Potential Risks

Il progetto poggia su due assunzioni fondamentali. L'interesse da parte degli agricoltori e dei consumatori dell'esistenza di questo canale di vendita diretto e alla cultura sostenibile. Ciò sottintende due rischi: il primo è una scarsa attività da parte degli agricoltori che potrebbero non aggiornare il proprio profilo o il proprio catalogo. Ciò è possibile considerando che è in agricoltura l'età media è pari a 63,8 anni (secondo indagini ISTAT).

Questa fascia d'età potrebbe trovare difficile l'uso di un sistema informatico. Pertanto, sarà importante adottare un approccio user-centered nella progettazione dell'interfaccia utente. In tal modo, garantiamo l'usabilità del sistema anche per questa fascia di utenti.

Il secondo rischio, invece, è relativo a una scarsa domanda da parte dei consumatori nell'acquisto di prodotti sostenibili. Vi è anche il rischio che la domanda non aumenti nel tempo, portando quindi al fallimento del progetto stesso.

Per incentivare un maggior interesse nel lato dei consumatori si è pensato di avviare una campagna pubblicitaria.

Un ulteriore rischio primario è dettato dalla mancata conoscenza di aspetti legali relativi alla vendita diretta dei prodotti, in quanto il loro rispetto è necessario affinché il prodotto sia utilizzabile. Per questo ci si impegna nella ricerca delle normative vigenti e nel rendere il sistema conforme a queste ultime.