

Scope Statement

-Ristrutturazione del supermercato Bennet-

19/02/2025

Versione definitiva

Svolto, scritto e redatto da Riccardo Franceschini

Approvato da Alessandro D'Abrusco

1. FINALITÀ AZIENDALI DEL PROGETTO

La ristrutturazione del supermercato Bennet è un'iniziativa strategica volta a migliorare l'efficienza operativa e l'esperienza del cliente, rispondendo alle nuove esigenze del mercato e all'evoluzione delle tecnologie nel settore della grande distribuzione organizzata (GDO). Le motivazioni principali alla base del progetto e i benefici attesi sono i seguenti:

Risposta alla domanda di mercato

- I clienti richiedono un'esperienza d'acquisto più veloce, intuitiva e tecnologicamente avanzata, con una maggiore digitalizzazione dei processi.
- La concorrenza nel settore sta implementando soluzioni come casse self-service, gestione ottimizzata delle scorte e sistemi di pagamento digitali avanzati.
- La ristrutturazione mira a migliorare la competitività del punto vendita, adeguandosi agli standard di mercato e migliorando la fidelizzazione dei clienti.

Necessità di business

- Il supermercato attuale presenta inefficienze nella disposizione degli spazi, che rallentano il flusso dei clienti e riducono il tempo di permanenza nel negozio.
- L'integrazione di nuove soluzioni logistiche e gestionali permetterà di ridurre i costi operativi e ottimizzare la gestione del magazzino.
- La ristrutturazione consentirà di aumentare il volume di vendite attraverso una migliore organizzazione degli spazi e un layout più attrattivo per il cliente.

Innovazione tecnologica di prodotto o di processo

- Verranno introdotte nuove tecnologie per il monitoraggio delle scorte in tempo reale mediante soluzioni IoT.
- L'infrastruttura di pagamento sarà modernizzata con casse self-service, mobile payment e riconoscimento facciale per velocizzare le transazioni.
- Saranno installati schermi interattivi per la navigazione tra i reparti e la personalizzazione delle offerte tramite intelligenza artificiale.

Miglioramento organizzativo

- La digitalizzazione dei processi interni consentirà una gestione più efficiente del personale, riducendo i tempi morti e migliorando la produttività. La nuova disposizione degli scaffali sarà studiata per massimizzare la visibilità dei prodotti e ottimizzare i percorsi di acquisto, saranno rivisti i processi di gestione del magazzino con un sistema automatizzato di riordino delle scorte basato su previsioni di vendita.

Responsabilità sociale

- Il progetto prevede l'adozione di soluzioni sostenibili, tra cui l'illuminazione a LED, sistemi di climatizzazione ad alta efficienza e materiali ecosostenibili per gli allestimenti.
- La ristrutturazione migliorerà l'accessibilità per persone con disabilità, garantendo spazi più ampi e percorsi facilitati.
- L'iniziativa contribuirà alla riduzione dell'impatto ambientale attraverso la minimizzazione degli sprechi alimentari e l'adozione di politiche di riciclo avanzate.

I benefici attesi dal progetto sono quantificabili in un incremento del fatturato stimato del 15% nei primi 12 mesi, una riduzione dei costi operativi del 20% grazie all'automazione dei processi e un miglioramento della *customer satisfaction* con un Net Promoter Score (NPS) previsto in aumento del 25%.

2. OBIETTIVI DEL PROGETTO

Gli obiettivi del progetto sono definiti in modo chiaro, quantificabile e misurabile, garantendo una base solida per il monitoraggio e il controllo del progetto.

Obiettivi specifici

- Riduzione del tempo medio di permanenza in cassa del 40% grazie all'introduzione delle casse self-service e al miglioramento dell'efficienza del pagamento.
- Incremento del tasso di conversione degli ingressi del 10%, attraverso una nuova disposizione degli spazi e strategie di *visual merchandising*.
- Ottimizzazione della gestione delle scorte, con una riduzione del 30% degli sprechi alimentari mediante l'uso di algoritmi predittivi per il riassortimento automatico.
- Aumento della sostenibilità energetica, con un risparmio del 25% sui consumi elettrici rispetto all'attuale configurazione.
- Mantenimento del servizio al pubblico per almeno il 70% della capacità durante la ristrutturazione, minimizzando i disagi per la clientela.

Vincoli

- Tempi: la ristrutturazione dovrà essere completata entro 12 mesi dall'approvazione.
- Budget: il costo massimo del progetto è fissato a 1.950.000€, con un margine di tolleranza del +10,25%.
- Qualità: il progetto dovrà rispettare le certificazioni ISO 9001 e ISO 14001 per la qualità e la sostenibilità ambientale.

3. PRODOTTO FINALE

Il progetto si concretizzerà nella realizzazione di un punto vendita completamente rinnovato, caratterizzato da:

- Un nuovo layout ottimizzato, con aree merceologiche ripensate per migliorare l'ergonomia del percorso d'acquisto.
- Tecnologie di vendita avanzate, come *digital signage*, casse self-service, mobile checkout e sistemi di analisi comportamentale dei clienti.
- Impianti moderni e sostenibili, con illuminazione a LED, climatizzazione intelligente e strutture eco-compatibili, oltre ad un magazzino automatizzato, che permetterà una gestione più efficiente dello stock e una riduzione degli sprechi.

Le attività escluse dal progetto includono il rifacimento delle aree esterne, il potenziamento del parcheggio e la ristrutturazione dell'area di carico/scarico merci.

4. STRUTTURA DI PROGETTO

Il progetto sarà articolato in quattro fasi principali, ciascuna con milestone specifiche e deliverable associati.

1. Fase di progettazione (2 mesi)

- Redazione del progetto esecutivo
- Approvazione del layout definitivo
- Accordi definitivi con i fornitori

2. Fase di implementazione tecnologica (3 mesi)

- Installazione dei nuovi sistemi di pagamento e self-service
- Implementazione del software di gestione scorte
- Test di funzionamento e validazione

3. Fase di ristrutturazione fisica (6 mesi)

- Rifacimento del layout interno e degli impianti
- Installazione della nuova illuminazione e climatizzazione
- Verifica della conformità agli standard normativi

4. Fase di collaudo e apertura (1 mese)

- Test operativi con simulazioni di flusso clienti, formazione del personale e lancio del punto vendita

Il presente documento è stato revisionato e approvato dalle seguenti parti interessate:

Stefano Origgi - Project Manager	_____ // _____
Alessandro D'Abrusco - Project Leader	_____ // _____
Giovanni Verdi - Responsabile del Supermercato Bennet	_____ // _____
Sara Neri - Responsabile Marketing Bennet	_____ // _____
Francesco Moretti - Fornitore Impianto Elettrico (Elettrotecnica F.M)	_____ // _____
Alessandro Galli - Fornitore Arredamento (Galbar SRL)	_____ // _____
Martina De Luca - Fornitore Rete Idrica (MZ Impianti)	_____ // _____
Stefano Fontana - Fornitore Ristrutturazione (Meyer SRL)	_____ // _____
Elena Ricci - Fornitore Materiali (Vanoncini SpA)	_____ // _____
Roberto Conti - Responsabile Sicurezza	_____ // _____
Chiara Ferrari - Responsabile Risorse Umane	_____ // _____
Andrea Colombo - Rappresentante Legale di Bennet	_____ // _____
Paolo Sartori - Rappresentante Legale di Meyer SRL (Fornitore)	_____ // _____
Valentina Marchetti - Rappresentante del Team di Supporto Tecnico	_____ // _____

Con la firma del presente documento, si autorizza l'avvio ufficiale del progetto.