



Business Case

Progetto

GreenBottle

Riferimento	2025_C09_Business_Case
Versione	1.2
Data	23/10/2024
Destinatario	Top Management
Presentato da	Francesco Maria Puca, Lorenzo Sorrentino
Approvato da	



Revision History

Data	Versione	Descrizione	Autori
07/10/2024	0.1	Stesura primi punti	Francesco Maria Puca, Lorenzo Sorrentino
19/10/2024	0.2	Modifiche a sezioni 2,6,9	Francesco Maria Puca, Lorenzo Sorrentino
20/10/2024	1.0	Aggiunta sezioni 7,10	Francesco Maria Puca, Lorenzo Sorrentino
21/10/2024	1.1	Revisione sezioni 7,10	Francesco Maria Puca, Lorenzo Sorrentino
23/10/2024	1.2	Aggiornate stime costi di sviluppo e benefit finanziari	Francesco Maria Puca, Lorenzo Sorrentino



Sommario

Revision History.....	2
1. Introduzione/Introduction	4
2. Obiettivo di Business/Business Objective	4
3. Situazione corrente e problema/Current Situation and Problem.....	5
4. Assunzioni critiche e Vincoli/Critical Assumptions and Constraints	5
5. Analisi di Opzioni e Raccomandazione/Analysis of Options and Recommendations.....	6
6. Requisiti Preliminari di Progetto/Preliminary Project Requirements.....	6
7. Stima di Budget e Requisiti Finanziari/Budget Estimate and Financial Requirements	7
8. Stima Schedule/Schedule Estimate.....	8
9. Rischi Potenziali/Potential Risks	8
10. Exhibit.....	9



Business Case (BC) del progetto

GreenBottle

1. Introduzione/Introduction

AquaPure, azienda che si occupa della produzione e distribuzione di acqua e altre bevande, attraverso il progetto **GreenBottle** mira a ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività e migliorare l'accessibilità del proprio servizio di consegna. Attraverso una piattaforma digitale, i clienti, in particolare quelli con difficoltà motorie, potranno programmare consegne e ritiri di bottiglie in vetro riutilizzabili direttamente a domicilio. Le consegne saranno effettuate con veicoli elettrici, garantendo un ciclo sostenibile.

2. Obiettivo di Business/Business Objective

Il progetto **GreenBottle** nasce con l'obiettivo strategico di AquaPure di espandere la propria attività nel campo della sostenibilità ambientale, trasformando una sfida in un'opportunità di crescita economica. AquaPure punta a capitalizzare sulla crescente domanda di soluzioni ecologiche, combinando un servizio di consegna a domicilio di bottiglie in vetro con un innovativo sistema di raccolta e riutilizzo, che contribuisce a ridurre significativamente l'impatto ambientale dell'azienda. Questo modello di business non si limita a offrire un valore sociale, ma mira anche a generare un ritorno economico per AquaPure attraverso una serie di iniziative integrate. Innanzitutto, la piattaforma digitale di GreenBottle consentirà di raggiungere nuovi segmenti di mercato, in particolare persone con ridotta mobilità, che avranno la possibilità di accedere comodamente al servizio senza doversi recare nei punti vendita fisici. AquaPure prevede di monetizzare ulteriormente il progetto attraverso programmi di abbonamento per la consegna regolare delle bottiglie, che garantiranno entrate ricorrenti e stabile fidelizzazione del cliente. Inoltre, il servizio di raccolta delle bottiglie usate e la loro sanificazione e riutilizzo non solo rafforza l'immagine sostenibile dell'azienda, ma riduce anche i costi di produzione e logistica nel lungo termine, incrementando i margini di profitto. Un altro pilastro del business è l'uso di veicoli elettrici per le consegne, che oltre a contribuire alla riduzione delle emissioni, abbassa le spese operative legate al carburante. AquaPure intende anche sfruttare le statistiche personalizzate che verranno offerte ai clienti sulla piattaforma digitale, evidenziando i benefici economici e ambientali ottenuti attraverso l'uso del servizio. Questa strategia non solo incentiva i clienti a utilizzare il sistema di riuso delle bottiglie, ma crea anche un'opportunità per promuovere programmi di fidelizzazione legati alla sostenibilità.



3. Situazione corrente e problema/Current Situation and Problem

Attualmente, **AquaPure** gestisce la distribuzione delle proprie bottiglie in vetro presso punti di distribuzione fisici come supermercati, ristoranti e bar, obbligando i clienti a recarsi presso di essi. Ciò risulta particolarmente problematico per i clienti con difficoltà motorie, limitando l'accessibilità del servizio. Inoltre, pochi servizi nel mercato attuale favoriscono adeguatamente il riuso delle bottiglie, a causa dell'assenza di incentivi efficaci per i clienti. La mancanza di digitalizzazione nel processo operativo e logistico complica ulteriormente la gestione delle consegne, limitando l'efficienza e aumentando i costi operativi.

Il progetto **GreenBottle** nasce quindi dalla necessità di risolvere questi problemi, offrendo una piattaforma digitale che permetta la consegna e il ritiro a domicilio delle bottiglie, migliorando sia l'accessibilità che la sostenibilità del servizio.

4. Assunzioni critiche e Vincoli/Critical Assumptions and Constraints

Si presume che i clienti, in particolare quelli con difficoltà motorie, adotteranno rapidamente il nuovo sistema di consegna e ritiro a domicilio, apprezzandone i benefici in termini di comodità e sostenibilità ambientale. La piattaforma digitale dovrà essere efficiente, facile da usare e supportata da infrastrutture tecnologiche stabili e scalabili. Il successo del progetto dipenderà dall'abilità dell'azienda di gestire le consegne a domicilio per più clienti allo stesso tempo. Il feedback degli utenti dovrà essere raccolto e analizzato in modo continuo. Sarà necessaria una connessione internet per usufruire del sistema.



5. Analisi di Opzioni e Raccomandazione/Analysis of Options and Recommendations

Esistono due opzioni:

1. Mantenere l'attuale sistema di distribuzione, in cui i clienti si recano fisicamente nei punti di distribuzione per acquistare e restituire le bottiglie. Ciò non risolve i problemi legati all'accessibilità per i clienti con difficoltà motori, e non permette di ridurre l'impatto ambientale delle operazioni dell'azienda.
2. Avviare il progetto GreenBottle, che risulterà nell'implementazione di una piattaforma digitale in grado di rendere il servizio accessibile ad un numero maggiore di clienti, più ecologicamente sostenibile, ed inoltre ridurrà i costi operativi e l'impatto ambientale dell'azienda.

La seconda opzione risulta ottima a seguito delle analisi finanziarie effettuate sui costi e fatturati nel triennio iniziale di operazione della piattaforma.

6. Requisiti Preliminari di Progetto/Preliminary Project Requirements

I requisiti preliminari di progetto sono i seguenti:

- Consentire ai clienti di ordinare bevande a domicilio, e di far ritirare le bottiglie di vetro consegnate;
- Permettere ai clienti di controllare lo stato dei loro ordini;
- Permettere ai clienti di richiedere consegne con supporto aggiuntivo;
- Fornire informazioni ai clienti riguardo le loro consegne, i risparmi accumulati finora utilizzando la piattaforma, ed il loro impatto ambientale;
- Fornire ai clienti la possibilità di sottoscrivere un abbonamento per consegne ricorrenti;
- Creare un modulo che permetta ai dipendenti di AcquaPure di ottimizzare il percorso dei veicoli elettrici utilizzati per le consegne.



7. Stima di Budget e Requisiti Finanziari/Budget Estimate and Financial Requirements

Per lo sviluppo del progetto GreenBottle, si stima un budget complessivo di **203.187 euro** per l'implementazione della piattaforma e l'avvio del servizio. Il budget è suddiviso come segue:

- **Costi di sviluppo:** 14.059 euro per la progettazione e l'implementazione della piattaforma digitale. Si prevede l'impiego di 2 membri Senior e 6 membri Junior. Il costo orario medio per ciascun membro è di 17 euro, e si stima per il progetto una durata complessiva pari a 827 ore.
- **Costi operativi e logistici:** 158.328 euro destinati sia all'acquisto di bottiglie in vetro, che all'acquisto dei veicoli elettrici utilizzati per le consegne, garantendo così una logistica a basso impatto ambientale.
- **Costi di marketing e promozione:** 5.000 euro per la promozione iniziale della piattaforma e del servizio GreenBottle, con l'obiettivo di raggiungere e fidelizzare i clienti target, in particolare quelli con ridotta mobilità.

Per un supporto costante alla piattaforma si prevedono, a partire dal secondo anno, ulteriori 5.000 euro all'anno destinati alla manutenzione e all'aggiornamento dell'intero applicativo.

I benefici economici attesi includono una crescita annuale dei ricavi grazie agli abbonamenti per le consegne ricorrenti; con una stima prevista di 500 abbonamenti per il primo anno, con un costo medio di 8 euro settimanali ciascuno, permetteranno di ottenere un guadagno previsto di **208.000 euro** nel primo anno, che dovrebbe aumentare del 15% ogni anno successivo grazie alla fidelizzazione della clientela e all'espansione del mercato. Inoltre, si stima che il ricavato dalle consegne singole, ovvero quelle non facenti parte di un abbonamento, sia pari al 10% del ricavato degli abbonamenti, risultando in ulteriori **41.600 euro** nel primo anno.

È previsto anche un risparmio sul bilancio totale dell'azienda di **20.000 euro** già dal primo anno di attività, con un aumento stimato del 10% ogni anno, grazie ad una riduzione significativa dei costi di produzione e distribuzione proveniente dal riutilizzo delle bottiglie in vetro e dall'efficienza della logistica tramite veicoli elettrici. Queste andranno progressivamente a soppiantare le vecchie metodologie di produzione e distribuzione e permetteranno di aumentare i margini di profitto per AquaPure e rafforzare la sua posizione come leader sostenibile nel mercato delle bevande.



Concludiamo riportando i risultati dell'analisi finanziaria preliminare, presentati nel paragrafo 10:

- **NPV (Valore Attuale Netto):** 593.209 euro su un arco temporale di tre anni.
- **ROI (Ritorno sugli Investimenti):** stimato al 292% sullo stesso periodo, grazie alla combinazione di riduzione dei costi operativi e incremento dei ricavi.
- **Payback Period:** previsto entro il primo anno di operatività, considerando l'effetto cumulativo degli abbonamenti e degli ordini singoli.

8. Stima Schedule/Schedule Estimate

Si prevede che il progetto GreenBottle sarà avviato il 10/10/2024, terminerà con la consegna del prototipo in data 28/01/2025, ed il prodotto finale sarà usufruibile all'interno dell'azienda a partire dal 12/02/2025.

9. Rischi Potenziali/Potential Risks

Sono stati individuati i seguenti rischi potenziali collegati al progetto:

1. Poco interesse nell'uso della piattaforma da parte dei clienti, che risulterebbe nella mancata realizzazione dei benefici finanziari previsti.
2. Lo sviluppo del modulo di intelligenza artificiale potrebbe presentare complessità e ritardi causati dalla poca conoscenza delle tecnologie utilizzate, soprattutto durante la fase iniziale.
3. Scarsa fruizione del servizio di ritiro bottiglie da parte dei clienti, che avrebbe come effetto principale l'aumento dei costi di produzione sostenuti dall'azienda, oltre che ad un aumento dell'impatto ambientale della stessa rispetto a quello previsto a termine del progetto.
4. L'utilizzo improprio di tecniche di comunicazione efficace all'interno del team di sviluppo del progetto potrebbe portare a ritardi nel conseguimento delle milestone.
5. Le tecnologie software scelte, essendo alcune non familiari al team, potrebbero rallentare lo sviluppo e portare a ritardi. Sarà necessario fare un training breve, ma efficace.



10. Exhibit

Financial Analysis for GreenBottle

Created by: Lorenzo Sorrentino, Francesco Maria Puca		Date: 23/10/2024			
Discount rate	8,00%				
Assume the project is completed in Year 0		Year			
	0	1	2	3	Total
Costs	177.387	10.000	10.000	10.000	
Discount factor	1,00	0,93	0,86	0,79	
Discounted costs	177.387	9.300	8.600	7.900	203.187
Benefits	0	269.600	309.040	354.296	
Discount factor	1,00	0,93	0,86	0,79	
Discounted benefits	0	250.728	265.774	279.894	796.396
Discounted benefits - costs	(177.387)	241.428	257.174	271.994	593.209 ← NPV
Cumulative benefits - costs	(177.387)	64.041	321.215	593.209	
ROI	292%				
	Payback in Year 1				
Assumptions					
Costs					
	Cost/Hour	Hours	Total		
Prima Milestone - Documentazione Preliminare	17	390	6.630		
Seconda Milestone - Prototipo	17	337	5.729		
Terza Milestone - Prodotto Finale	17	100	1.700		
	Cost				
Costi operativi e logistici	158.328				
	Cost/Year				
Costi di marketing e promozione	5.000				
Manutenzione e aggiornamento dal primo anno	5.000				
Benefits					
	Year 1	Year 2	Year 3	Crescita/Anno	
Abbonamenti 500 x 8 €/settimana	208.000	239.200	275.080	1,15	
Ordini singoli	41.600	47.840	55.016	1,15	
Riduzione costi produzione e distribuzione	20.000	22.000	24.200	1,10	