

Jump ON JA



4BA

Istituto Tecnico
Carlo Cattaneo
San Miniato (PI)
Regione Toscana

BUSINESS PLAN

ANNO SCOLASTICO
2017/2018

Docente coordinatore:
Prof.ssa Sandra Cappelli

Dream Coach:
Pietro Cardinali

BUSINESS PLAN

SOMMARIO

1. STORIA DELL'IMPRESA, ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E CONTESTO DI RIFERIMENTO

- 1.1 L'impresa
- 1.2 Organizzazione aziendale
- 1.3 Cultura imprenditoriale: Mission, Vision, Valori
- 1.4 Logo
- 1.5 Analisi del territorio

2. IL PRODOTTO E IL PIANO DI MARKETING

- 2.1 Il prodotto
- 2.2 Analisi della concorrenza
- 2.3 Analisi Swot
- 2.4 Analisi del target utenti
- 2.5 Promozione
- 2.6 Canali di distribuzione

3. ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA

- 3.1 I risultati previsti per il 2018
- 3.2 Le previsioni future

1. STORIA DELL'IMPRESA, ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E CONTESTO DI RIFERIMENTO

1.1 L'impresa

“Jump ON JA” nasce in seguito alla partecipazione al progetto scolastico “Impresa in azione” promosso dall’associazione “Junior Achievement”, al quale abbiamo aderito come classe dell’istituto Carlo Cattaneo di San Miniato (PI), nel corso del corrente anno scolastico.

Il progetto, riservato agli studenti del triennio delle scuole superiori, segue un programma di educazione imprenditoriale e viene riconosciuto ai fini delle attività relative all’Alternanza-Scuola-Lavoro.

Formatasi grazie al lavoro della classe 4°BA dell’indirizzo “Amministrazione finanza e marketing”, *l’impresa “Jump ON JA” fornirà alla clientela un’applicazione digitale relativa al servizio di trasporto autobus della nostra zona (Comprensorio del cuoio).*

“Jump ON JA” sceglie il proprio nome basandosi sul gioco di parole “Salta su”, facendo riferimento innanzitutto alla funzionalità dell’app, ma anche al fine di promuovere l’immagine di un team aperto, alla collaborazione con nuovi sostenitori della nostra Business Idea.

La sede dell’impresa si trova presso Via Catena 3, presso i locali dell’IT Cattaneo di San Miniato (PI).

1.2 Organizzazione aziendale

Il team imprenditoriale è formato da 24 ragazzi dell’indirizzo “Amministrazione Finanza e Marketing” attenti alle dinamiche imprenditoriali e sensibili nei confronti e nei bisogni e delle richieste provenienti dal territorio. L’attività economica dell’impresa riguarda l’ideazione e la progettazione di specifiche app utili alla risoluzione di problematiche legate alla vita quotidiana, in riferimento non solo al contesto aziendale, ma all’intera collettività.

I ruoli e le mansioni che contraddistinguono il team sono stati definiti in base alle qualità personali, in linea con le singole funzioni aziendali (affari generali, contabilità, finanza, produzione, marketing, comunicazione); a capo di ogni singola funzione vi è la figura di un manager che coordina le attività della stessa, nel perseguimento degli obiettivi aziendali. Il ruolo di **Amministratore Delegato** è stato attribuito a Tempestini Lorenzo in considerazione della passione nei confronti del mondo imprenditoriale e dell’economia in generale, nonché delle spiccate capacità di guida, leadership, e coinvolgimento dell’intero team.

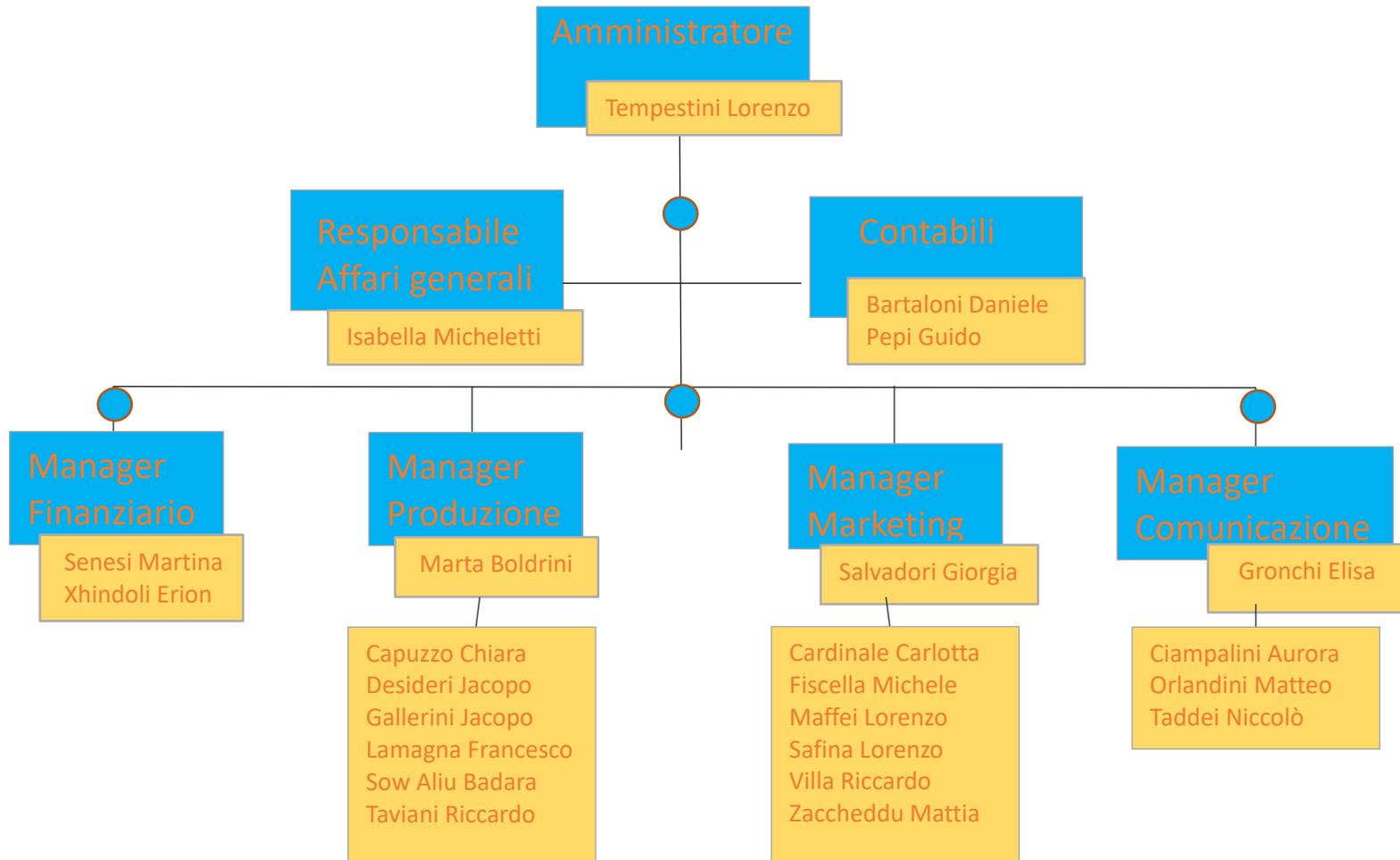
I responsabili degli **affari generali** (Micheletti Isabella) e della **contabilità** (Bartaloni Daniele e Pepi Guido), sono stati scelti in base alle loro qualità direzionali e alle competenze gestionali e tecnico-contabili.

Le restanti funzioni sono state organizzate come segue:

- **Finanza**: Manager: Senesi Martina, scelta in base alle sue doti organizzative e alla sua affidabilità nel rispetto delle scadenze. Collaboratori: Xhindoli Erion.
- **Produzione**: Manager: Boldrini Marta, studentessa con ottime abilità coordinative. Collaboratori: Capuzzo Chiara, Desideri Jacopo, Gallerini Jacopo, Lamagna Francesco, Sow Aliu Badara, Taviani Riccardo.
- **Marketing**: Manager: Salvadori Giorgia, dotata di una mentalità attenta al mercato e con conoscenze tecnico-colloquiali di alto livello. Collaboratori: Cardinale Carlotta, Fiscella Michele, Maffei Lorenzo, Safina Lorenzo, Villa Riccardo, Zaccheddu Mattia.

- **Comunicazione:** Manager: Gronchi Elisa, poiché in possesso di capacità comunicative che si estendono al mondo dei social network. Collaboratori: Ciampalini Aurora, Orlandini Matteo, Taddei Niccolò.

ORGANIGRAMMA



1.3 Cultura Imprenditoriale: Mission, Vision, Valori

“Spostarsi è il punto cardine di ogni società. Spostarsi con organizzazione ed efficienza è il punto cardine di Jump ON JA. “Salta su!”: con Bus-Line prendere il Bus non sarà più un’impresa.”

La cultura imprenditoriale è pienamente rappresentata dalla nostra Mission: creare un servizio efficiente relativo ad una problematica comune della vita quotidiana; garantendo facilità nello spostamento e rendendo più accessibile il servizio bus all’interno del Comprensorio, mediante un processo di innovazione.

La nostra Vision si fonda sugli obiettivi, quali la riduzione del sovraffollamento all’interno dei bus, l’ottimizzare dei tempi conoscendo in tempo reale la posizione dei bus nelle varie corse e la diffusione dell’utilizzo dell’app, raggiungendo un ampio target di riferimento; tutto ciò rispettando determinati valori riguardanti il miglioramento della logistica del territorio con conseguente valorizzazione di esso, prestando attenzione alle problematiche socio-ambientali riducendo il traffico e l’inquinamento (risparmio di carta e maggior utilizzo dei mezzi pubblici con successiva riduzione dell’utilizzo di mezzi propri).

1.4 Logo

Il logo di “Jump ON JA” si ispira allo stemma del nostro istituto “Carlo Cattaneo” con i colori predominanti di arancione, giallo e azzurro, aggiungendo al suo interno il nome imprenditoriale e una freccia che trasmette un senso di crescita.



1.5 Analisi del territorio

“Jump ON JA” è nata per migliorare l’efficienza del trasporto pubblico sul nostro territorio: il Comprensorio del Cuoio e le zone limitrofe (San Miniato, Santa Croce, Ponte a Egola, Ponte a Elsa, San Romano, Montopoli, Staffoli, Castelfranco, Santa Maria a Monte).



La zona del Comprensorio del Cuoio è rinomata in tutta Italia per il settore conciario. Nell’area vivono circa 98 mila persone di cui 10 mila sono impiegate in 900 piccole-medie imprese la cui produzione principale riguarda il cuoio, calzature e articoli in pelle. Grande importanza hanno anche il settore finanziario, che è legato alle imprese industriali, il settore alimentare e il settore edilizio legato al comparto.

“Jump ON JA” ha la sua sede a San Miniato, una piccola città nella zona centrale del Comprensorio, in cui negli ultimi anni si sono sviluppati dei flussi turistici legati all’enogastronomia, all’arte e alla storia del territorio, al paesaggio tipico toscano.

L’esigenza di migliorare l’efficienza del servizio pubblico di trasporti, nasce per stimolare la popolazione locale a preferire l’uso di mezzi

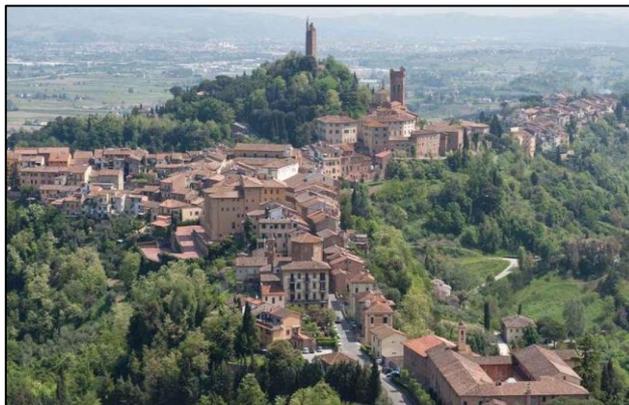
pubblici rispetto a mezzi privati, con conseguente riduzione del traffico e dell'inquinamento, oltre che a favorire la crescita del settore turistico.

Per realizzare il nostro servizio, abbiamo focalizzato l'attenzione sull'utenza che maggiormente utilizza il trasporto locale: gli studenti delle scuole superiori.

In base alla nostra esperienza diretta, abbiamo constatato che molti studenti, a causa del sovraffollamento dei mezzi di trasporto, non riescono a prendere il bus ed arrivare in tempo per l'inizio della lezione.

Una grande problematica che possiamo riscontrare è quella della mancanza degli autobus soprattutto nella fascia pomeridiana; questo problema danneggia il territorio in particolare nel periodo turistico dove un qualsiasi turista sprovvisto di auto ha problemi nello spostamento.

Jump On è disponibile per chiunque; anche se il nostro target principale è rappresentato dalla fascia di utenti con un'età che si aggira dai quattordici ai diciannove anni (principalmente coloro che frequentano le scuole secondarie).



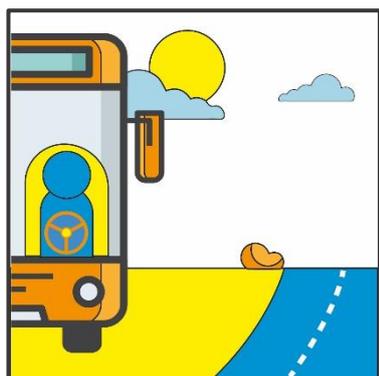
2. IL PRODOTTO E IL PIANO DI MARKETING

2.1 Il prodotto

BusLine consiste in un'applicazione riguardante il mezzo di trasporto più utilizzato dagli studenti, il bus.

La nostra idea è quella di migliorare il servizio di trasporto all'interno del Comprensorio del Cuio per poi espanderci nelle zone limitrofe, con ripercussioni sull'impatto ambientale e sull'economia del territorio.

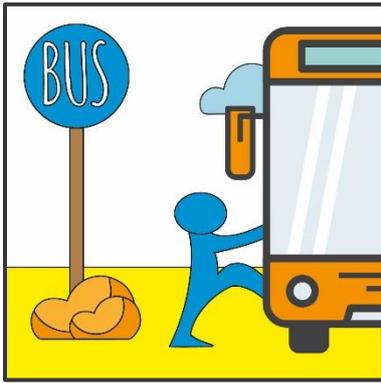
Tale servizio è stato sviluppato dal team di "Jump ON JA" con la collaborazione dei professori "Francesco Palmonari" e "Sandro Jurinovich" e comprende due interfacce: una per l'autista e una per il cliente.



L'azienda che gestisce il servizio di trasporto, dovrà mettere a disposizione di ciascun mezzo un tablet o un dispositivo che riesca a supportare l'applicazione. Dall'altro lato l'autista che entra in servizio dovrà inserire il codice della corsa e visualizzerà il percorso comprensivo di tutte le fermate che dovrà effettuare. In futuro questa funzione sarà implementata con gli orari relativi a ciascuna fermata. Durante il tragitto, il conducente ad ogni fermata aggiornerà in tempo reale la capienza attraverso 3 pulsanti (verde per indicare bus vuoto, giallo per indicare bus parzialmente occupato e rosso per indicare bus completo). La posizione dell'autobus sarà aggiornata automaticamente tramite il segnale GPS.

L'utente dovrà scaricare l'applicazione tramite "Play Store" per dispositivi "Android" mentre si prevede che la versione per i dispositivi "iOS" sarà disponibile entro pochi mesi.

Con BusLine l'utente potrà accedere ad una molteplicità di funzioni:



- Inserimento di un punto di partenza e di un punto di arrivo con conseguente visualizzazione di linee disponibili, orari e posizione in tempo reale.
- Possibilità di trovare le fermate più vicine all'utente tramite segnale GPS.
- Visualizzazione in tempo reale della capienza residua dell'autobus.
- Visualizzazione della posizione dell'autobus in tempo reale con conseguente stima di eventuali ritardi o anticipi.

In futuro BusLine sarà implementata con ulteriori funzioni quali l'acquisto di biglietti con un semplice "click" e l'installazione su

ogni bus di uno speciale sensore in grado di contare le persone in entrata e in uscita e calcolare automaticamente la capienza.

Grazie ai dati forniti da "BusLine", l'azienda dei trasporti potrà ottimizzare il proprio servizio con l'eliminazione di eventuali corse inutilizzate e il potenziamento delle linee più affollate.

Una migliore pianificazione dei trasporti locali avrà un duplice effetto sull'ambiente: da un lato i bus in circolazione saranno solo quelli necessari con conseguente riduzione dell'emissione di CO₂; dall'altro un trasporto efficiente invoglierà la popolazione residente ad utilizzare maggiormente questo servizio preferendolo ai mezzi propri, riducendo il traffico e l'inquinamento.

Dal punto di vista economico, l'azienda potrà aumentare il numero di utenti incrementando le proprie entrate, oltre a garantire un servizio più adeguato ai turisti con ripercussioni positive sull'economia del territorio.

Inoltre con BusLine non sarà più necessario installare le fermate intelligenti con un notevole risparmio di denaro.

2.2 Analisi della concorrenza

Dall'analisi della concorrenza emerge la presenza di servizi simili utilizzate in altre zone d'Italia.

In Toscana ad oggi, tali servizi sono presenti solo in alcune grandi città come Firenze e Pisa.

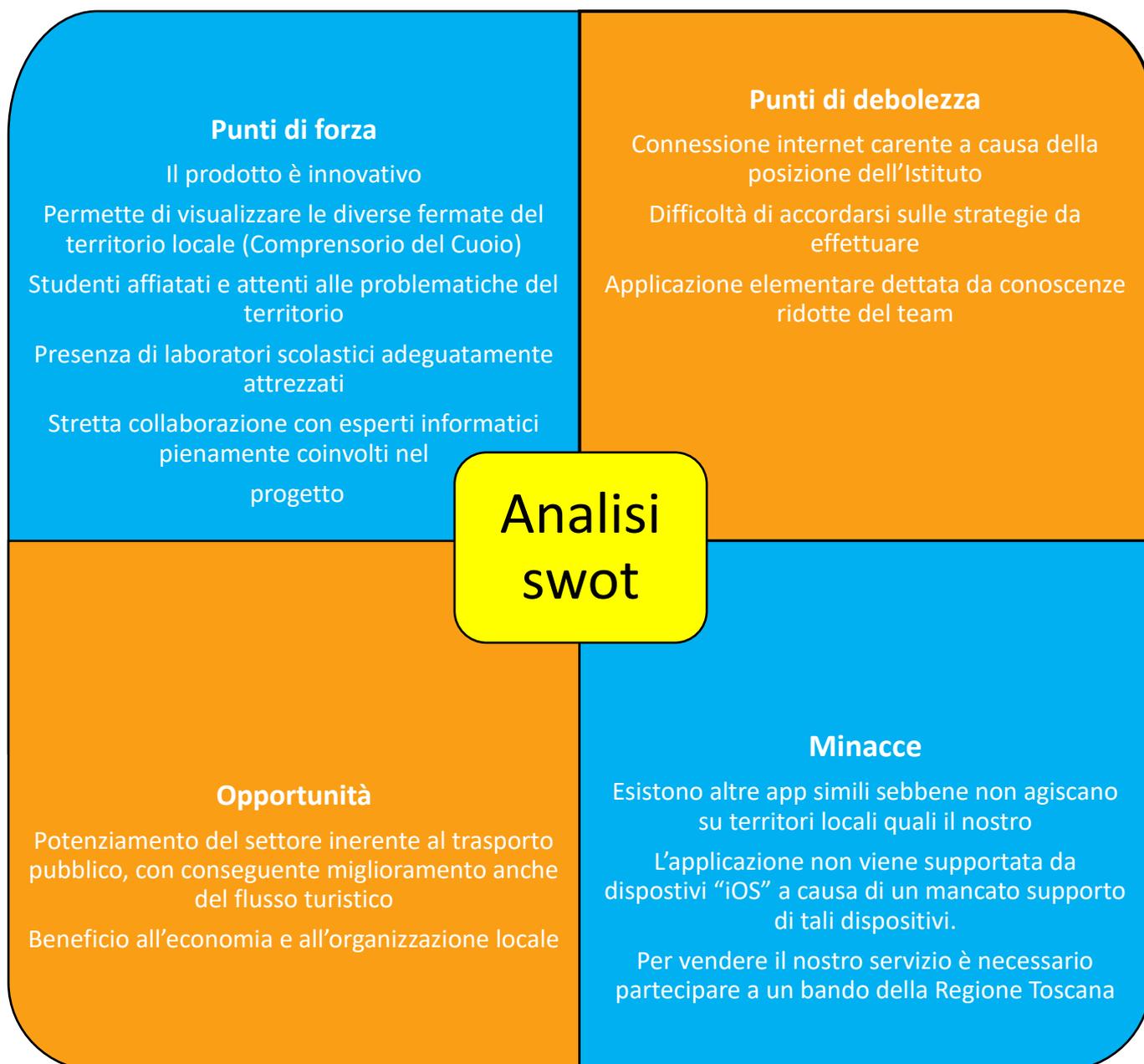
Le App concorrenti a "BusLine" sono:

NOME DELL'APP	DESCRIZIONE	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
	<p>"Moovit" è un'applicazione che fornisce in tempo reale tutte le informazioni di cui si ha bisogno per l'utilizzo del trasporto pubblico</p>	<p>"Moovit" guida oltre 140 milioni di utenti, in oltre 2000 città del mondo. I viaggiatori possono trovare orari aggiornati e, quando disponibili, tempi di attesa reali basati sulla posizione GPS dei mezzi attivi sulla linea</p>	<p>Avendo ampi contenuti, occupa un maggiore spazio all'interno della memoria del dispositivo. I dati si riferiscono solamente alle grandi città</p>
	<p>Tbus è l'applicazione giusta per vivere la città con i mezzi pubblici</p>	<p>Questa applicazione permette di spostarsi con comodità tra città</p>	<p>Non è disponibile per il Comprensorio del Cuoio</p>

Il nostro prodotto rispetto a quelli presenti sul mercato presenta dei vantaggi:

- Conoscere la capienza all'interno del bus in tempo reale;
- La possibilità di controllare la posizione del bus sulla mappa, direttamente dall'app;
- L'amministrazione pubblica non dovrà sostenere costi relativi all'installazione delle fermate intelligenti.

2.3 Analisi swot



Osservando l'analisi SWOT si evince che le condizioni del territorio e l'organizzazione aziendale favoriscono lo sviluppo dell'applicazione. La continua collaborazione con informatici permetterà all'applicazione di evolversi nel tempo, fornendo così agli utenti aggiornamenti e risoluzione di

problemi. Per lo stesso motivo si prevede che l'applicazione sarà disponibile entro pochi mesi per dispositivi "iOS". Il team intende inoltre accogliere eventuali richieste da parte della clientela, valorizzando così sia l'app che il servizio di trasporto: in tal modo sarà possibile fare dell'utenza un vero e proprio punto di forza.

Il servizio di trasporti è gestito dalla Regione Toscana, pertanto per vendere la nostra app è necessario partecipare ad un bando. Per ovviare a questo problema abbiamo pensato di adattare il nostro prodotto al servizio Scuolabus che è gestito direttamente dal Comune.

2.4 Analisi del target utenti

I clienti a cui venderemo il nostro prodotto, saranno le varie aziende di trasporto; mentre il servizio offerto dall'applicazione sarà distribuito in modo gratuito all'utenza.

2.5 Promozione

La promozione del prodotto sarà indirizzata principalmente agli utenti, che scaricando l'applicazione, creeranno beneficio anche all'azienda di trasporti a noi affiliata.

Per promuovere il prodotto abbiamo utilizzato le tradizionali strategie di marketing e di Web-marketing.

Parteciperemo alla fiera regionale organizzata da "Impresa in azione" che si terrà a Pisa il 23 maggio; per questa occasione allestiremo uno stand e realizzeremo un roll-up e materiale cartaceo pubblicitario da distribuire (volantini, brochure, e biglietti da visita).

Per quanto riguarda il web marketing è stato ideato un sito web dove ogni persona può informarsi sulle funzionalità dell'app.

Inoltre abbiamo aperto una pagina su **Instagram** e su **Facebook** dove pubblicizzare lo sviluppo e la realizzazione di BUS-LINE:

- Il profilo **INSTAGRAM** è stato ideato soprattutto per far vedere il modo in cui lavoriamo, dato che questo social è usato soprattutto per le foto e i video.
- La pagina **FACEBOOK**, invece, è stata creata principalmente per spiegare il modo in cui svolgiamo ogni singola attività nel dettaglio.

2.6 Canali di distribuzione

Questo progetto è rivolto al settore terziario essendo un servizio.

L'app è stata creata per due diversi utenti:

1. **UTENTE AZIENDA/TRASPORTI** la quale gestisce le linee di trasporti utilizzati dal nostro servizio, che verrà contattata direttamente;
2. **UTENTE CLIENTE** il quale potrà scaricare gratuitamente l'app attraverso:
 - Sito internet, in cui ci sarà un'area specifica per l'acquisto online;
 - le applicazioni App store e Play store.

3.ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA

3.1 Risultati previsti per il 2018

Conto Economico

Descrizione	2018
Ricavi delle vendite	-
Altri ricavi	-
Totale ricavi	0,00
Costi della produzione	-
<i>Totale costi variabili</i>	
Manodopera e altri costi del personale	-
Pubblicità	155
Ammortamento beni	680,00
Altri costi	55,00
<i>Totale costi fissi</i>	<i>890</i>
<i>Oneri finanziari</i>	-
Totale costi	890
Risultato economico di esercizio	(890)

Stato Patrimoniale

Attivo	2018	Passivo	2018
<i>Immobilizzazioni</i>		<i>Patrimonio Netto</i>	
<i>Ricerca e sviluppo</i>	2.520	Capitale sociale	500
Stand	100	Utile/Perdita a nuovo	0
		Risultato di esercizio	(890)
Totale attivo fisso	2.620	Totale Patrimonio Netto	(390)
<i>Attivo Circolante</i>		<i>Passività</i>	
Crediti v/clienti		Contributo a fondo perduto	3.400
Cassa	115	Banca c/c	
Banca c/c	275		
Totale attivo circolante	390		
Totale attività	3.010	Totale passività	3.010

Commento alle principali voci di bilancio 2018

I **costi di produzione** inerenti alla realizzazione dell'app sono stati imputati come costi pluriennali (**ricerca e sviluppo**) perché si riferiscono ad una attività di progettazione dell'applicazione di base inerente alla visualizzazione delle interfacce, le caratteristiche funzionali, il layout. L'idea è stata sviluppata e creata grazie a personale qualificato interno all'Istituto scolastico a cui è stato riconosciuto un contributo di euro 3.150.

I **costi di pubblicità** comprendono i costi sostenuti per la realizzazione di materiale promozionale quali volantini, brochure, biglietti da visita, abbonamento sito internet.

Gli **ammortamenti** sono stati imputati a quote costanti, ripartendo il costo in 5 e in 3 anni rispettivamente per le immobilizzazioni immateriali e materiali.

Gli **altri costi** comprendono spese sostenute per materiale di cancelleria e materiale di consumo per lo stand.

E' stato imputato un contributo di circa 3.400 euro, da parte dell'istituto scolastico, utile alla remunerazione dei docenti che hanno lavorato alla progettazione e alla realizzazione dell'idea.

3.3 Le previsioni future

Conto Economico

Descrizione	2018	2019	2020
Ricavi delle vendite	-	4.125	12.375
Altri ricavi	-	1200	3600
Totale ricavi	0,00	5.325	15.975
Costi della produzione	-	2500	7.500
<i>Totale costi variabili</i>		<i>2.500</i>	<i>7.500</i>
Manodopera e altri costi del personale	-	340,00	720
Pubblicità	155	205,00	240,00
Ammortamento beni	680,00	680,00	680,00
Altri costi	55,00	80,00	96,00
<i>Totale costi fissi</i>	<i>890</i>	<i>1305,00</i>	<i>1.736</i>
<i>Oneri finanziari</i>	-	<i>67,00</i>	<i>71</i>
Totale costi	890	3.872	9.307
Risultato economico di esercizio	(890)	1.453	6.668

Stato Patrimoniale

Attivo	2018	2019	2020	Passivo	2018	2019	2020
<i>Immobilizzazioni</i>				<i>Patrimonio Netto</i>			
Ricerca e sviluppo	2.520	1.890	1.260	Capitale sociale	500	500	500
Stand	100	50	-	Utile/Perdita a nuovo		(980)	300
				Risultato di esercizio	(890)	1.453	6.668
Totale attivo fisso	2.620	1.940	1.260	Totale Patrimonio Netto	(390)	973	7.468
<i>Attivo Circolante</i>				<i>Passività</i>			
Crediti v/clienti		773	5.938	Contributo a fondo perduto	3.400	-	-
Cassa	115	180	670	Banca c/c	-	2.250	1.900
Banca c/c	275	330	1.500				
Totale attivo circolante	390	1283	8.108				
Totale attività	3.010	3.223	9.368	Totale passività	3.010	3.223	9.368

I **ricavi di vendita** relativi all'anno 2019 comprendono la vendita di BusLine ad una azienda di trasporto del territorio di riferimento. Il prezzo è stato determinato applicando un mark-up del 65% sul costo di produzione, comprendente la creazione del data base per le linee servite dall'azienda di trasporto e l'abbonamento al cloud. La **voce altri ricavi** è relativa ad un abbonamento di

assistenza, manutenzione e aggiornamento dell'app. I **costi di produzione** comprendono costi del personale relativi al servizio di consulenza su eventuali sviluppi futuri del programma; nel corso del 2019 si prevede la richiesta di un fido bancario di modesto importo (3.000 euro) da utilizzare in un conto corrente per elasticità di cassa; si prevedono pertanto **oneri finanziari**, relativi agli interessi passivi maturati sullo scoperto medio (calcolati al tasso 2%) nonché alle spese di gestione del conto corrente.

I valori dei costi e dei ricavi riferiti all'anno 2020 sono stati determinati ipotizzando la vendita del servizio a n. 3 aziende di trasporto della Regione Toscana.

In considerazione del buon successo ottenuto e dell'ottimismo caratterizzante l'intero team imprenditoriale riguardo alle prospettive future, l'impresa crede di riuscire ad espandere il proprio fatturato in maniera soddisfacente e di soddisfare le aspettative di tutti gli stakeholder, perseguendo obiettivi di efficacia, efficienza ed economicità, nell'ottica del miglioramento continuo.