

SUPSI

Modulo “Tesi di Bachelor” (Responsabile: G. Camponovo), Semestre primaverile 2015/2016

SCHEDA – PROGETTO TESI DI BACHELOR

Generalità e contatti studente e relatore				
	Nome	Cognome	E-mail	indirizzo
Studente	Matteo	Ambrosini	matteo.ambrosini@ student.supsi.ch	Via Cantonale 224 6527 Lodrino
Relatore	Luca	Berla	luca.berla@supsi.ch	- - -

La scelta del tema di tesi

Breve descrizione della genesi dell'idea e delle motivazioni che l'hanno sostenuta (es. interessi professionali, problemi da risolvere, motivo per cui si svolge il lavoro, ...).

Tema: La vendita dei prodotti ortofrutticoli locali tramite il canale e-commerce.

Da alcuni anni nutro interesse per conoscere la filiera dei beni alimentari, in relazione alla scelta dei prodotti da operare al momento dell'acquisto, basata sui principi di sostenibilità: produzione a km 0, biologico, commercio equo, rispetto per la natura e l'ambiente. Di conseguenza mi interessano particolarmente le questioni relative alla trasparenza sulla provenienza degli alimenti, a una produzione rispettosa dell'ambiente e del gusto degli alimenti, al sostegno della produzione locale e al rispetto per i produttori e per il loro importante lavoro.

Grazie ad un caso di studio svolto durante il primo semestre di scuola, sono venuto a conoscenza di un'azienda ticinese che opera nel settore dell'approvvigionamento agroalimentare, i cui principi guida sono in linea con i miei interessi esposti sopra.

Uno dei canali più importanti di promozione e distribuzione di molti prodotti attualmente sul mercato è quello del commercio elettronico tramite internet; tuttavia la vendita di prodotti come la frutta e la verdura fresche tramite questo giovane canale non è ancora molto sviluppata, specialmente nella nostra regione (Ticino).

Da qui nasce pertanto una sfida nel valutare se esiste la possibilità di promuovere il commercio di prodotti ortofrutticoli tramite Internet e capire se la distribuzione tramite questo canale potrà avere un successo come avvenuto per altri prodotti.

Dopo aver preso contatto con alcuni responsabili della FOFT, ho scoperto che l'azienda (è una federazione) ha appena avviato un progetto di vendita online dei loro prodotti.

Dato che il progetto è stato implementato da poco e in maniera sperimentale, ho intravisto la possibilità di allestire un business plan dettagliato riferito a questa nuova idea imprenditoriale.

Il mio desiderio, a completamento del percorso formativo, è quello definire concretamente un modello di business ed allestire il relativo business plan.

La Consulenza

Indicare il/i docenti con il/i quale/i avete discusso la vostra scheda e i suggerimenti/problemi principali emersi dal colloquio. Se lo studente ha discusso solamente con il proprio relatore, lasciare in bianco.

Particolarità

Spazio per esprimere eventuali aspetti da conoscere e da considerare per meglio comprendere il progetto di tesi e la sua fattibilità. Se non ci sono particolari degni di nota, lasciare in bianco.

Aspetti da conoscere/approfondire/considerare:

- Nozioni teoriche sulla struttura e sulla procedura di allestimento di un business plan
- Informazioni sull'azienda e sul progetto relativamente a: missione, valori e strategia aziendale, struttura organizzativa, obiettivi, politiche di comunicazione e di vendita, informazioni finanziarie
- modelli di business relativi all'E-commerce via Internet (eventualmente via App)

Titolo provvisorio (ma anche no...)

La formulazione del titolo, anche se suscettibile di continue modifiche, richiede uno sforzo di chiarezza, di sintesi e di capacità di generare interesse.

Il commercio elettronico di frutta e verdura: una via interessante da perseguire anche per il Ticino?
Il progetto pOrtoACasa della TIOR per l'introduzione della vendita online dei prodotti ortofrutticoli ticinesi.

La focalizzazione del tema

Prima di giungere alla formulazione della domanda di ricerca (obiettivi) è necessario inquadrare bene la situazione iniziale dalla quale nasce il lavoro. In questa sezione deve trasparire una chiara visione del contesto generale e delle problematiche che si vogliono affrontare. A prescindere dal tema di tesi è molto importante fare riferimento alla letteratura esistente in materia o ai concetti teorici rilevanti per la tesi.

Il tema generale di questa ricerca indaga la possibilità di vendita dei prodotti ortofrutticoli locali tramite il canale dell'e-commerce. In questi ultimi quindici anni la commercializzazione di svariati prodotti tramite Internet è divenuta, in tutti i paesi industrializzati, sempre più frequente. Pure in Ticino, come in Svizzera, si fa largo uso di questo canale per smerciare determinate tipologie di prodotti, come p.es. vestiti, scarpe, libri, CD, computer e apparecchi elettronici. Anche la spesa online è già possibile da alcuni anni, soprattutto per i prodotti non facilmente deperibili. Per quanto concerne la vendita di frutta e la verdura fresche, questo canale è finora poco utilizzato alle nostre latitudini, per evidenti motivi legati alle caratteristiche di questi prodotti, le quali apparentemente appaiono come un ostacolo per questo tipo di distribuzione.

Tuttavia in certi Paesi europei l'acquisto di frutta e verdura fresca tramite Internet è già una realtà e i consumatori ne sono interessati: un'indagine svolta nei Paesi Bassi, Germania e Regno Unito ha previsto un aumento per le vendite di frutta e verdura online!

Prendendo contatto con la FOFT (Federazione Ortofrutticola Ticinese), attiva nella produzione e commercializzazione di prodotti ortofrutticoli locali con il marchio TIOR, è emersa la volontà di diversificare la distribuzione dei prodotti tramite il canale del commercio elettronico via Internet.

Il presente lavoro di ricerca, tramite l'allestimento di un business plan riferito al nuovo progetto di commercio elettronico dei prodotti locali della FOFT, vuole capire se la vendita online di frutta e verdura può essere una

via interessante da perseguire anche per il Ticino orticolo.

Il business plan sarà costituito da informazioni generali riguardo all'azienda, da una descrizione del progetto e della strategia necessaria, da un'analisi del settore, del mercato e della struttura aziendale, da un piano di comunicazione e da una pianificazione dei dati economico-finanziari.

Le problematiche da affrontare sono le seguenti:

- conoscere il sistema di approvvigionamento dei prodotti agroalimentari in Ticino
- capire lo stato attuale del commercio online dei prodotti alimentari locali in Ticino
- conoscere le peculiarità di funzionamento di questo servizio nei paesi dove è già attivo e fare un paragone con la realtà ticinese
- definire quale strategia deve formulare l'azienda per implementare con successo la vendita dei suoi prodotti tramite l'e-commerce (mercato Ticino o Svizzera): analisi in base alla formula imprenditoriale
- identificazione e creazione di un vantaggio competitivo duraturo (differenziazione)
- rilevare tramite un semplice sondaggio il grado di interesse e alcune aspettative dei consumatori ticinesi sulla possibilità di acquisto online dei prodotti ortofrutticoli locali
- elaborare un semplice piano di comunicazione con valutazione degli aspetti del marketing mix riferiti al canale di vendita via Internet (prezzo-prodotto-promozione-distribuzione)
- valutazione degli aspetti organizzativi e logistici per l'attuazione del progetto (struttura, piano delle operazioni, trasporto e consegna a domicilio)
- effettuare un'analisi finanziaria del progetto con delle previsioni di costi-ricavi (budget)
- ev. proporre alcuni concetti di web marketing per rendere efficace la comunicazione e il nuovo canale di vendita
- ev. approfondire aspetti della gestione del marchio e della fidelizzazione dei clienti

Obiettivi (la domanda di ricerca)

Formulare in modo chiaro la domanda di ricerca che si vuole indagare.

Indicare quindi l'obiettivo generale del lavoro seguito da una serie di obiettivi specifici (e verificabili) che il lavoro intende raggiungere

Valutare, attraverso l'elaborazione di un business plan, la sostenibilità economico-finanziaria di un progetto per la vendita online dei prodotti ortofrutticoli della TIOR.

Obiettivo generale è capire se il commercio in forma elettronica dei prodotti ortofrutticoli di produzione locale può essere redditizio a medio termine per l'azienda TIOR.

Obiettivi specifici che il progetto di tesi intende raggiungere:

- l'allestimento di un modello di business per la distribuzione online dei prodotti agroalimentari freschi e più precisamente:
 - la valutazione degli aspetti del progetto e dell'offerta di prodotti
 - l'analisi del settore, del mercato e della concorrenza
 - la definizione di una strategia di e-commerce
 - la valutazione della struttura (priorità delle operations per vendita online, trasporto/consegna merce, creazione di valore)
- l'allestimento di un semplice piano di comunicazione
- un'analisi economica e finanziaria orientata al futuro (previsione a medio termine)

Metodologia

In questa sezione lo studente deve sforzarsi di spiegare COME intende raggiungere il proprio scopo. Occorre quindi descrivere quali strumenti si utilizzeranno e perché si ritiene siano adeguati per raggiungere gli obiettivi prefissati.

Le semplici dichiarazioni di seguire un approccio quantitativo o qualitativo non sono sufficienti, perché non aiutano a comprendere attraverso quali fasi e passaggi si riuscirà ad indagare la domanda di ricerca.

La metodologia utilizzata per conseguire l'obiettivo della tesi sarà l'allestimento di un business plan, partendo da un progetto imprenditoriale appena avviato di un'azienda ticinese.

Ritengo molto adeguato l'impiego di questo strumento a causa della sua struttura completa e ben articolata, basata sulla teoria della formula imprenditoriale: lo schema guida di un business plan contiene tutti gli elementi necessari alla valutazione di un'idea imprenditoriale, passando dall'analisi dell'impresa, della sua offerta e del settore in cui opera, fino alla definizione di scelte strategiche e operative da adottare per rendere sostenibile e redditizio il nuovo business.

La prima parte del business plan è qualitativa e bisognerà concentrarsi nell'elaborazione di un modello di business efficace, coerente e innovativo da adottare per implementare con successo il progetto imprenditoriale.

Nella seconda parte, di carattere quantitativo, occorrerà dimostrare con dati finanziari previsionali la sostenibilità economica del progetto nel medio/lungo periodo. Sarà effettuato un calcolo sulla redditività dell'investimento (tramite i DCF), l'identificazione del punto morto ed una previsione costi-ricavi.

Per raccogliere informazioni in merito all'azienda FOFT/TIOR e al progetto eseguirò delle interviste con il direttore, il responsabile del progetto e il contabile.

Per conoscere il mercato, procederò con una ricerca secondaria tramite internet di dati statistici e di risultati di indagini relativi alle abitudini di acquisto e consumo dei consumatori svizzeri/europei. Utilizzerò internet unitamente a qualche rivista del settore, per capire qual è e come opera la concorrenza sul territorio ticinese.

Prevedo anche di effettuare sul terreno locale un semplice sondaggio tramite un breve questionario (max. 5 domande), al fine di capire a grandi linee le opinioni ed esigenze del consumatore ticinese su questo tema.

Analisi delle risorse bibliografiche iniziali

In questa sezione occorre riportare un elenco ragionato di fonti, debitamente commentate in funzione del contributo atteso rispetto alla propria tesi.

Conoscenze teoriche sull'allestimento del business plan

Fonti: letteratura specifica sul business plan e siti internet

p.es. C. Parolini (2011). Business Plan: dall'idea al progetto imprenditoriale. Pearson Italia

Informazioni su modelli di business esistenti relativi al commercio online di prodotti alimentari

Fonti: letteratura specifica e siti internet vari

Conoscenze teoriche sull'allestimento di un piano di comunicazione e sul marketing mix

Fonti: letteratura specifica e siti internet

G. Pellicelli (2005). Il MARKETING. UTET Professionale Torino.

M. Bertoli (2012). Web marketing per le PMI. Hoepli Milano.

Conoscenze base sull'azienda, sui prodotti e sul progetto

Fonti: siti internet FOFT, TIOR, PortoACasa

Informazioni specifiche inerenti la struttura aziendale, il prodotto, la logistica e il progetto PortoACasa
Fonte: esito da interviste con direttore e responsabile progetto

Dati finanziari (costi, ricavi, investimenti) inerenti il progetto e l'azienda TIOR
Fonte: esito da interviste con direttore e contabile

Informazioni sul settore agroalimentare ticinese e svizzero e sul commercio online dei prodotti locali
Fonti: siti internet vari (p.es. Agromarketingsuisse.ch, Agriticino.ch, LeShop.ch di Migros, Looney.com), riviste specifiche (p.es. Agricoltore Ticinese), Unione Contadini Ticinesi e Unione Svizzera dei Contadini

Informazioni sulla vendita online di prodotti agroalimentari in generale (livello europeo)
Fonti: siti internet vari (p.es. catena Tesco e Cole)
p.es. <http://www.freshplaza.it/>

Informazioni su statistiche d'indagini ai consumatori relative l'acquisto online di prodotti agroalimentari
Fonti: siti internet vari
p.es. <https://www.iriworldwide.com/it-IT>
<http://www.nielsen.com>
<http://www.gfk.com>
<http://www.banchedati.ilssole24ore.com/>

Fattibilità

In questa sezione si deve discutere la disponibilità delle risorse necessarie alla buona riuscita (ex-ante) della tesi. In particolare bisogna riflettere: sulla disponibilità di dati e/o informazioni sufficiente e sulla concreta possibilità di accesso alla documentazione, sul livello di complessità e/o di ampiezza del tema in rapporto al tempo a disposizione. Individuare gli ostacoli è il primo passo, necessario, ma non sufficiente.

Discutere la fattibilità significa infatti individuare anche le strategie per affrontare gli ostacoli in modo da potersi ragionevolmente attendere il raggiungimento di tutti gli obiettivi prefissati.

Dati riferiti all'azienda e al sistema di prodotto.

Ho avuto un breve colloquio con il direttore della TIOR, il quale ha dimostrato interesse per l'elaborazione di un business plan inerente la loro nuova attività di vendita online. La responsabile HR mi ha indicato due persone di riferimento (contabile sig. Colombo e responsabile progetto sig. G. Manidi) a cui potrò rivolgermi con domande precise e specifiche inerenti la tematica da indagare.

Dati riferiti al mercato (offerta e concorrenti).

La conoscenza della struttura dell'offerta e della concorrenza si farà tramite ricerche in internet, consultando i siti delle aziende operative sul territorio ticinese e banche dati dell'Amministrazione cantonale/federale.

Dati riferiti al mercato (domanda e abitudini dei consumatori).

Invece di effettuare una ricerca di mercato (dispendiosa e inopportuna a questo livello), accederò al sito web di alcune aziende operanti nelle ricerche di mercato, dove sono disponibili gratuitamente alcuni report e articoli descrittivi. Eventualmente proverò a contattare la Nielsen o la GfK chiedendo se è possibile ricevere qualche dato campione utile per la mia ricerca.

Pianificazione delle attività

Si richiede una breve descrizione del piano di lavoro. Si tratta di spiegare a grandi linee le fasi che caratterizzeranno lo svolgimento della tesi: quali attività, in quale ordine e con quale metodo.

In aggiunta alla pianificazione "concettuale" delle attività è necessario definire una linea del tempo e riflettere accuratamente sulla tempistica e le interconnessioni delle singole attività (es. diagramma di Gantt).

Priorità – Attività – Tempistica:

1. Analisi della situazione presente – Fine giugno/inizio luglio
 - a. presentazione dell'azienda e dei suoi prodotti
 - b. analisi del settore in cui essa opera
 - c. analisi del mercato (abitudini dei consumatori, concorrenti)
2. Esplicitazione dell'idea imprenditoriale – Luglio
 - a. descrizione del progetto pOrtoACasa
 - b. definizione degli obiettivi
 - c. valutazione e definizione dell'offerta di prodotti
 - d. valutazione problematiche (logistica, brand, ...)
3. Elaborazione del modello di business e della strategia – Fine luglio/agosto
 - a. analisi della formula imprenditoriale e dei fattori critici di successo
 - b. analisi della concorrenza presente e potenziale
 - c. scelta delle iniziative strategiche relative a: sistema d'offerta, mercato target, struttura aziendale
 - d. valutazione del piano delle operazioni (operations per la vendita online, produzione, trasporto, consegna a domicilio)
 - e. allestimento di un piano di comunicazione (eventualmente valutazione del marketing mix)
4. Previsione dei risultati attesi – Settembre
 - a. analisi finanziaria (investimenti, costi, ricavi, PM, indici di bilancio)
 - b. bilancio preventivo pluriennale (budget)

Struttura della tesi

Prima ancora che nasca la tesi, deve esserci un'idea preliminare di come organizzare gli argomenti e i contenuti per raggiungere gli obiettivi, secondo un piano di comunicazione efficace. Concretamente si tratta di pensare ad un indice, NECESSARIAMENTE provvisorio, che permetta di capire la sequenza logica degli argomenti (capitoli) e dei contenuti (paragrafi).

L'indice è uno strumento dinamico (lavorare continuamente sull'indice mentre la tesi avanza) che ci permette di riflettere, PRIMA di scrivere, su quali contenuti inserire nella tesi e su come organizzarli.

Struttura del lavoro di Tesi

INDICE

EXECUTIVE SUMMARY – Presentazione dell'idea imprenditoriale (e obiettivi)

PARTE PRIMA – Aspetti introduttivi (azienda e mercato)

PARTE SECONDA – Modello di business (livello qualitativo)

PARTE TERZA – Previsioni economico-finanziarie (livello quantitativo)

CONCLUSIONI (allegati e bibliografia)

Struttura del Business Plan

1. Indice
2. Executive Summary
3. Aspetti introduttivi sulla FOFT e sulla TIOR SA
 - 3.1. Background storico
 - 3.2. Valori e missione
 - 3.3. Campo di attività (settore)
 - 3.4. Principali dati economici consuntivi
 - 3.5.
4. Aspetti introduttivi sul commercio online dei prodotti ortofrutticoli freschi
 - 4.1. Situazione attuale in Europa e in Svizzera
 - 4.2. Tendenze di acquisto e di consumo
 - 4.3. Strategie e processi di distribuzione online
 - 4.4. Principali competitors di e-commerce a livello europeo
 - 4.5.
5. Il mercato target
 - 5.1. Tipologie e caratteristiche dei clienti
 - 5.2. Bisogni e desideri da soddisfare
 - 5.3. Dimensione e ripartizione geografica
 - 5.4. Fattori critici di successo
 - 5.5.
6. La concorrenza
 - 6.1. Concorrenza diretta
 - 6.2. Concorrenza indiretta
 - 6.3. Concorrenza potenziale
 - 6.4. Come sopravvivere alla concorrenza?
 - 6.5.
7. Il sistema di offerta (prodotti alimentari + consegna a domicilio)
 - 7.1. Elementi materiali (prodotti/servizi principali e accessori, gamma dell'offerta)
 - 7.2. Elementi immateriali (immagine e status)
 - 7.3. Elementi economici (sistema di prezzi, tempi e modalità di pagamento e di consegna)
 - 7.4. Definizione di una Unique Selling Proposition
 - 7.5. Ricerca di un vantaggio competitivo
 - 7.6.

8. Il piano di comunicazione
 - 8.1. Promozione e comunicazione del sistema di offerta
 - 8.2. La politica di brand e il marchio TIOR
 - 8.3. Il sito internet e azioni di web marketing
 - 8.4.
9. La struttura aziendale
 - 9.1. Risorse materiali e immateriali
 - 9.2. Struttura produttiva e di approvvigionamento
 - 9.3. Struttura commerciale e amministrativa
 - 9.4. Struttura logistica
 - 9.5. Tecniche e strumenti per il controllo della qualità
 - 9.6. Creazione del valore (VC e FCS)
 - 9.7. Scelte di make, buy o connect
 - 9.8.
10. Il network (eventualmente collaborazioni con altre imprese)
 - 10.1. Creazione del valore tramite alleanze con altre aziende
 - 10.2.
11. Il modello operativo (gestione operativa)
 - 11.1. Revenue model
 - 11.2. Modello dei costi operativi
 - 11.3. Working capital
 - 11.4. Immobilizzazioni operative
 - 11.5.
12. Il modello finanziario (gestione finanziaria e fiscale)
 - 12.1. Mezzi propri
 - 12.2. Finanziamenti da terzi
 - 12.3. La gestione fiscale
 - 12.4.
13. Il bilancio previsionale (sintesi dei tre)
 - 13.1.
14. Valutazione del progetto (eventualmente)
 - 14.1. Valutazione qualitativa
 - 14.2. Valutazione quantitativa
 - 14.3. Metodo del DCF
 - 14.4.
15. Conclusioni
16. Allegati
17. Bibliografia

Luogo, data: _____

firma dello studente: _____

firma del relatore: _____