**SiWeGO – Smart Eco Transport**

**ABSTRACT DEL PROGETTO**

SiWeGO è una App della Smart Mobility che ottimizza la logistica, con un innovativo ecosistema. Essa mette in contatto chi vuole spedire con chi vuole trasportare, sia esso un privato o un professionista, attraverso la vendita degli spazi inutilizzati del proprio veicolo, contribuendo all'abbattimento dei costi per un nuovo trasporto, e aumentando le possibilità di delivery in zone non trafficate dai corrieri tradizionali. Tale ecosistema si basa sul principio dell'economia di rete, per il quale il beneficio degli utenti aumenta all'aumentare degli utenti stessi.

**PROBLEMA DI MERCATO**

Secondo una relazione della commissione Europea stilata dal Copenaghen Economics intitolata "Ecommerce and delivery: a study of the state of play of the EU markets with particular emphasis on ecommerce" l'e-commerce è in costante crescita e ha ancora un grosso potenziale di sviluppo. Tuttavia, questa potenziale crescita può essere attuata solo se i servizi di delivery non diventano un "bottleneck" per l'e-commerce. Sappiamo infatti che il 38% degli acquirenti non è soddisfatto del servizio di delivery e abbandona il "carrello online", chiedendo che vengano migliorati i seguenti aspetti:

* costi della consegna; - consegna vicino casa;
* accesso elettronico alle notifiche di consegna;
* tracking reale del pacco.

Come già noto, il commercio locale necessita, per riprendersi e per ampliarsi, di un sistema di delivery efficiente che gli consenta di sviluppare un sistema di e-commerce funzionale al completamento della vendita stessa. SiWeGO intercetta pienamente i 4 obiettivi di miglioramento sopra elencati poiché:

* fornisce costi inferiori dato che ottimizza gli spazi esistenti;
* moltiplica le tratte di consegna;
* ha un sistema di reale tracking costante, che permette di visualizzare la posizione del vettore.

Inoltre, in Italia si contano circa 12 milioni di tonnellate di CO2 emesse ogni anno da veicoli. Statistiche europee stimano che un automezzo su 4 viaggia sulle nostre strade completamente vuoto. L’obiettivo di SiWeGO è il mercato dello spazio vuoto all’interno di auto private, cargo-bikes, camion e mezzi di trasporto professionali: diminuendolo e ottimizzandolo, le emissioni di CO2 si ridurranno di conseguenza. Lo scopo dell’impresa è di trasformare qualsiasi mezzo di trasporto in investimento produttivo, di ottimizzare le risorse, riducendo allo stesso tempo il traffico, gli incidenti stradali e l’inquinamento.

**DESCRIZIONE DEL PROGETTO**

SiWeGO è una App già operativa, sviluppata secondo tecnologie di ultima generazione (Amazon Web Services, Google, Auth0, Lenonway, QuickBooks, Twilio) che consentono la gestione di una grandissima mole di dati, sostenendo scalabilità e replicabilità. Essa si presenta come una piattaforma intuitiva e di facile utilizzo, in cui gli utenti della community possono registrarsi come trasportatori, come mittenti o con entrambe le funzioni. Una volta registrato, l'utente che vuole trasportare, indica il tragitto che dovrà percorrere e la data a lui congeniale; dall'altro lato l'utente che vuole spedire indica da dove deve partire la merce, dove deve arrivare, e il giorno prescelto. Il software di SiWeGO fà il resto: crea un abbinamento tra tutte le possibilità di trasporto presenti nel tragitto. La community degli utenti avrà inoltre a disposizione:

* una chat evoluta tra mittente e trasportatore;
* un sistema di geolocalizzazione per la tracciatura costante del pacco;
* un sistema di pagamento con carta di credito;
* un sistema di feedback per conoscere il rating del vettore;
* l'invio automatico della fatturazione.

**TARGET DI MERCATO E COMPETITORS**

Il mercato di riferimento di SiWeGO è composto:

* dalle PMI di trasporto, sul territorio italiano sono circa 80.000 imprese, con meno di 100 veicoli
* dai privati cittadini, fra i quali i più propensi all'utilizzo di SiWeGO, secondo studi di mercato, sono studenti fuori sede (500 K), lavoratori fuori sede (2 milioni) e pendolari (2 milioni).

Possibili competitors di SiWeGO sono:

* Corrieri e Uffici postali: non sono competitor diretti, ma possono avere i medesimi utenti;
* Piattaforme di freight exchange: queste aziende raccolgono vari operatori logistici al fine di ottimizzare i viaggi, come ad esempio Transpobank, che richiede un abbonamento di circa € 1800/anno e utilizza la formula "pay per click".

Inserita in un mercato in forte crescita, SiWeGO ha molteplici competitors rappresentati da corrieri, uffici postali (sono competitors poiché possono avere i medesimi utenti di SiWeGO) e dalle piattaforme di freight exchange (Transpobank, ad esempio). Tuttavia SiWeGO vince la sua competizione perché è in grado di combinare entrambe le soluzioni dei competitors, B2B e B2C, rivolgendosi sia alle aziende di trasporto e sia ai privati cittadini, unendo i vantaggi di entrambi i modelli e offrendo un servizio più veloce, più facile, più economico e più ecologico.

**ASPETTI DI INNOVATIVITA’ E ORIGINALITA’ DEL PROGETTO**

SiWeGO ha creato una piattaforma rivoluzionaria per diversi motivi. L'applicazione infatti, già disponibile per Android, iOS, Tablet e PC, prima nel suo genere, è in grado di mettere in rete e vendere gli spazi vuoti inutilizzati dei mezzi di trasporto, sia di persone fisiche che giuridiche. In questo modo creiamo un ecosistema peer-to-peer, permettendo un guadagno extra a tutti gli utenti della community:

* chi vende lo spazio inutilizzato del proprio mezzo di trasporto ottimizza i costi e riceve del denaro,
* chi spedisce può accedere a tariffe di trasporto molto più convenienti.

Grazie ai trasportatori "occasionali", SiWeGO amplia anche le possibilità di delivery moltiplicando le tratte disponibili.

L’applicazione inoltre è programmata per integrarsi facilmente ad altri sistemi come ad esempio:

* i gestionali di aziende di trasporto già esistenti, potenziando il loro bacino di utenza;
* i portali di e-commerce, aumentando le possibilità di trovare corrieri per la delivery e risolvere così il problema dell'abbandono dei carrelli a pochi passi dall'acquisto.

Infine, in SiWeGO ogni veicolo può essere utilizzato per un trasporto: non solo camion o automobili ma anche, semplicemente, delle biciclette, contribuendo a ridurre ulteriormente le emissioni inquinanti.

Tutto questo è possibile perché SiWeGO riesce a "far lavorare" insieme features che in altre piattaforme sono presenti solo parzialmente:

1. il sistema di matching automatico, che combina in real time svariate soluzioni di trasporto;
2. la chat evoluta, che permette la comunicazione tra mittente e trasportatore, per una massima usabilità;
3. . il sistema di geolocalizzazione, che permette di sapere dove si trova la nostra merce, in ogni momento, con un semplice click;
4. il sistema di pagamento con carta di credito, che garantisce la certezza dell’incasso;
5. il sistema di feedback, che consente agli utenti di conoscere la qualità del vettore;
6. l'invio automatico della fattura.

**PIANIFICAZIONE INGRESSO SUL MERCATO, VALIDITA’ ECONOMICA E SOSTENIBILITA’**

SiWeGO nasce per innovare il settore trasporti attraverso principi di sharing economy e delle economie di rete, inserendosi in un contesto dove la domanda di efficienza del servizio di delivery è molto alta. SiWeGO raggiunge l’ottimizzazione del sistema rivolgendosi a tutti gli attori in esso coinvolti, mittenti e trasportatori, persone fisiche e persone giuridiche, motivo per cui il suo modello di business è duplice (B2B e B2C), a differenza dei competitor che operano solo in uno di questi modelli. SiWeGO si rivolge quindi alle PMI del settore trasporti, 80.000 unità, e ai privati cittadini: studenti fuori sede, lavoratori fuori sede e pendolari, che in totale rappresentano un bacino di utenza di oltre 4,5 milioni. A questi si aggiungano i siti di e-commerce già operativi, e si considerino inoltre quelli che nasceranno: si stima un +30%.

Secondo il nostro business plan, le revenue derivano da:

1. Abbonamenti SiWeGO PROfessional, per trasportatori professionisti.
2. Fee generate dalle transazioni di denaro, ogni volta che viene commissionato un trasporto.
3. Possibilità di fee generate dal pagamenti di premi assicurativi, ogni volta che un mittente assicura la propria merce. Più di una compagnia assicurativa si è detta interessata, e le trattative sono in corso d'opera.
4. Possibilità di vendita di "Big Data". E' importante sottolineare che, a seguito del nuovo business plan elaborato a febbraio 2020, nella fase di lockdown ogni fee è stata azzerata. A partire dal 24 Marzo infatti, come testimonia la nostra comunicazione tramite social network, SiWeGO ha fatto la una precisa scelta aziendale volta ad aiutare la community.

Obiettivo fondamentale delle prime fasi di posizionamento nel mercato è quello di creare una community popolosa. Sappiamo infatti che secondo l’effetto di rete, per cui il beneficio nell'utilizzo di un prodotto aumenta al crescere del numero degli utenti, in SiWeGO la possibilità di ottenere svariate combinazioni di trasporti e conseguente ottimizzazione dei costi dipende dal numero di utenti iscritti. Affinché tale numero raggiunga la massa critica richiesta, sarà dunque necessario implementare una forte strategia di marketing che richiede una prima tipologia di investimento preventivata attorno ad Euro 24.000, focalizzati nel Nord-Est Italia.

Per quanto riguarda il target B2C gli interventi previsti riguardano attività di marketing e sponsorizzazione sui social network. Per quanto riguarda il target B2B delle PMI del settore trasporti è fondamentale far conoscere il prodotto, e questo avverrà secondo le più moderne tecniche di growth hacking. SiWeGO infatti dà un vantaggio competitivo alle aziende di trasporto integrandosi con i loro gestionali, al fine di trovare maggiori clienti, prendere in carico l'ordine, organizzare la spedizione. SiWeGO favorisce inoltre le imprese che hanno un e-commerce, fornendo svariate soluzioni di delivery che, migliorando la customer experience a valle del processo di acquisto, ne aumenta il tasso di conversione. Ricordiamo infatti che l'abbandono dei carrelli si verifica principalmente al momento della scelta della delivery, per il 38% dei casi. L’obiettivo di popolamento della App andrà di pari passo con lo sviluppo tecnologico poiché, nonostante le caratteristiche tecniche del prodotto siano state progettate a valle di un'indagine di mercato, l’esperienza diretta degli utenti suggerisce nuove opportunità di sviluppo. L'investimento ipotizzato è di circa Euro 21.000. I ricavi attesi dipendono dalla mole di utenti e dal numero di matching. Sono stati calcolati ipotizzando il lancio del servizio nel mercato del Nord-Est Italia il primo anno, una successiva espansione nel mercato italiano il secondo, ed europeo dal terzo anno in poi.