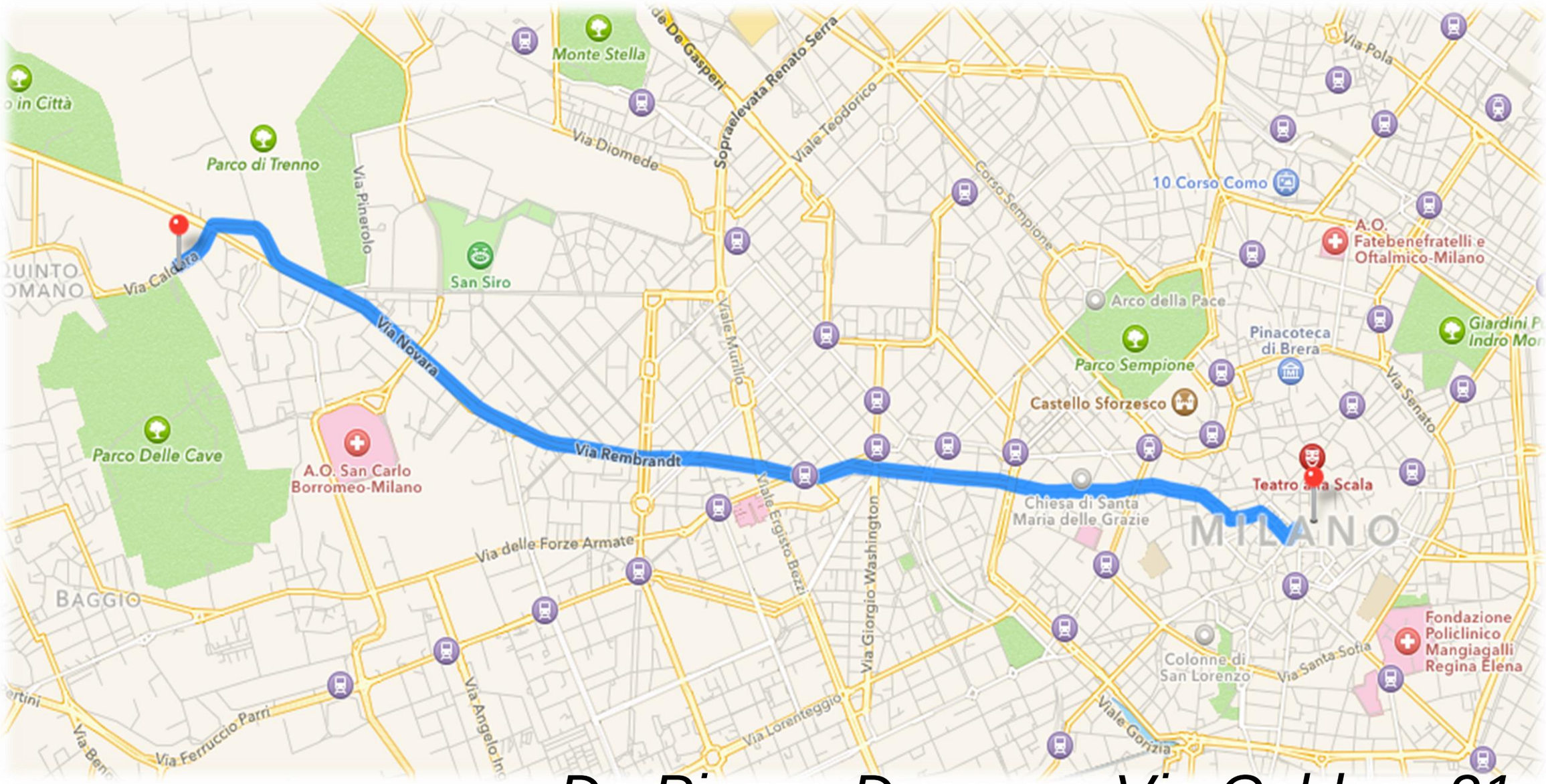
OPTI*MOVE*

La miglior soluzione di trasporto a portat
di app

Tutor: Diego Lanzi, Antonio Pische
, Giovanni Farkas, Martina Lorenzoni, Desideria Manzini, Mariangela Pantaleoni, P

Ci troviamo a Milano…



Da Piazza Duomo a Via Caldera 21, Milano

Opti*move*: cosa offre ?

Una **duplice** risposta ad un’**unica** necessità:

1- Integrazione di molteplici servizi di trasporto

2- Pagamento tramite smartphone

Piazza Duomo, Milano
Via Caldera 21, Milano
Seleziona filtro
Autobus
Tram
Metropolitana
Treno
Taxi
Uber
Autoblu

Piazza Duomo, Milano
Via Caldera 21, Milano
Prezzo conveniente
Autobus
Tram
Metropolitana
Treno
Taxi
Uber
Autoblu

Piazza Duomo, Milano
Via Caldera 21, Milano
Prezzo conveniente
Metropolitana (Ogni 4 min.)
Salire a Duomo M1
Linea M1 (Direzione Bisceglie)
Scendere a Gambara
Autobus (Ogni 8 min.)
Salire a Gambara M1
Linea 72 (Direzione Molino Dorino)
Scendere a “Via Caldera”
1,5€
Pagamento >

Piazza Duomo, Milano
Via Caldera 21, Milano
Valido fino alle 18:31
Arrivo previsto tra:
49m

Microsoft AXA TIM CheBanca! Ford

StartupItalia!

Tutti i mezzi di trasporto europei in un motore di ricerca (e una startup di 90 ragazzi)

Nata nel 2012, oggi dà lavoro a 90 persone e ha collegato le capitali del Vecchio Continente in un'unica applicazione mettendo insieme tutti i mezzi di trasporto di 500 società. Storia di GoEuro

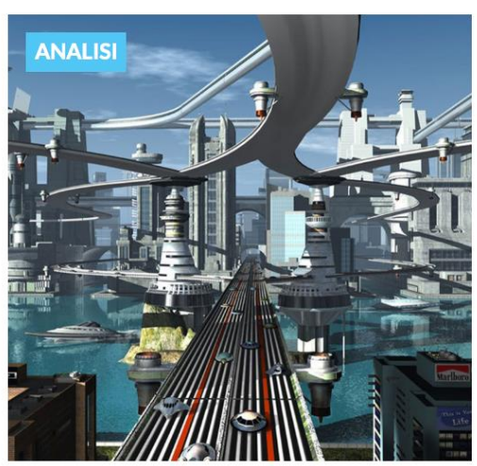
Arcangelo Rociola 21 aprile 2015

47 137

Nel 2015 l'e-commerce italiano vale 15 miliardi (1 acquisto su 4 via mobile)

I dati presentati durante l'E-commerce Forum di Netcomm evidenziano una crescita del 15% del settore, trascinata dal rialzo del 68% del mobile.

Martina Pennisi 21 aprile 2015



Salvatore Iaconesi

La Tecnologia migliora il futuro? [3/3]

Secondo i futurologi esiste una pluralità di futuri differenti, a verosimiglianza variabile. Futuri. Futuro è un concetto plurale. Da costruire, insieme.

Agenda

05 Giugno — **Bergamo** StartupLive a Talent Garden

29 Aprile — **Torino** Roadshow Smau 2015

23 Aprile — **Milano** User Experience Forum: un tavolo di lavoro per il nuovo ProcureNet

vedi tutti

Iscriviti alla newsletter

email Iscriviti

What’s h*APP*ening?

1. 1,2 miliardi applicazioni scaricate nell’ulti
anno

2. Il mercato medio su applicazioni cresce de
20%
   dal 2012

Premium functions
All exclusive features in our Premium Account.
Access now

Download as ...
Graphic (PNG)
Excel (XLS)
PowerPoint (PPT)
PDF

Options
Settings
Print
Save Favorite
Update Alerts

Add to collection

Source | Release | Further info

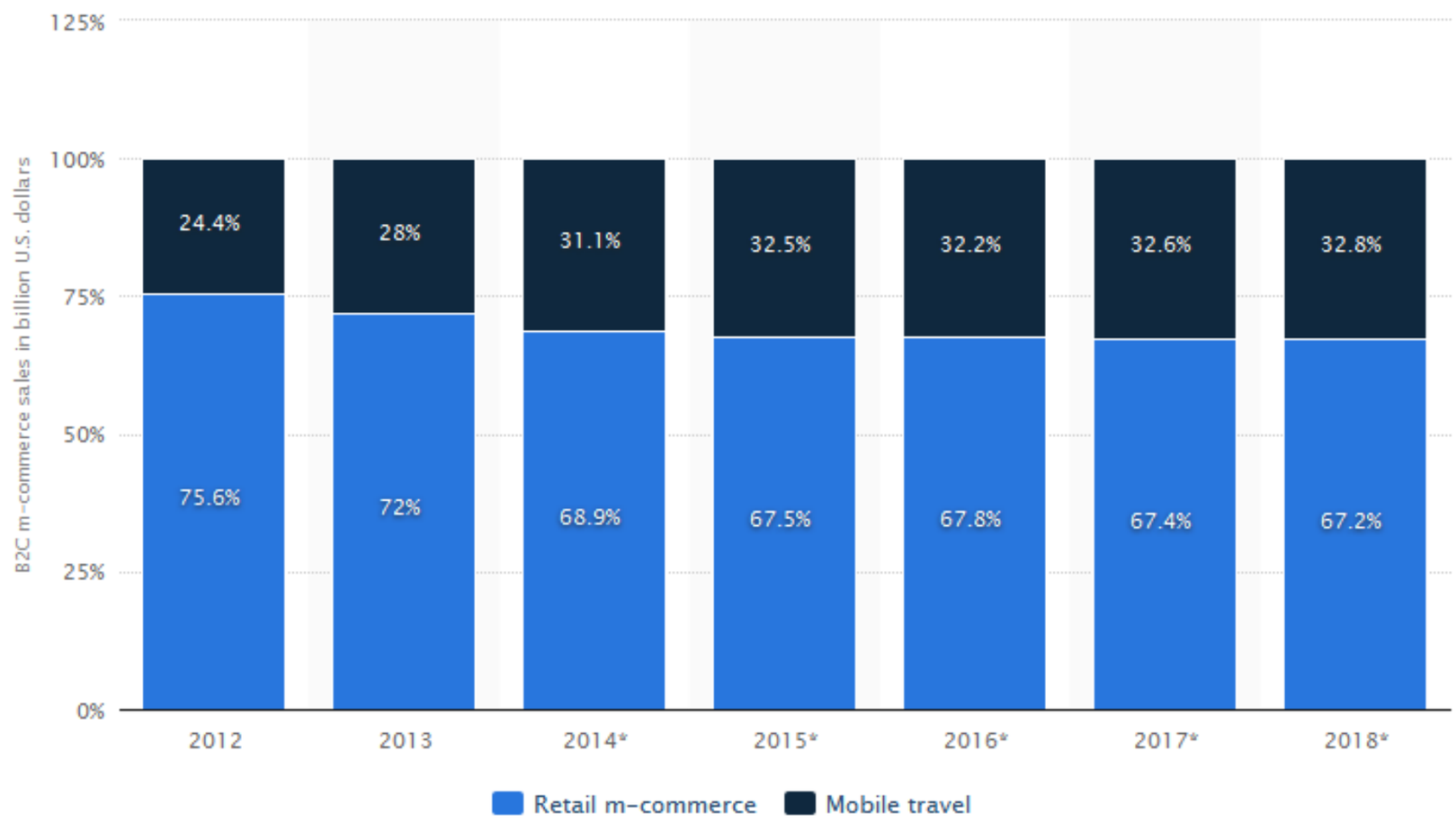
Source
Sign Up for Account

Survey by
Sign Up for Account

HTML code to embed chart as PNG (FAQ)
Generate embed code

B2C m-commerce sales in the United States from 2012 to 2018, by segment

This statistic gives information on distribution of the projected B2C m-commerce sales in the United States until 2018. In 2013, retail m-commerce accounted for 72 percent of U.S. B2C e-commerce sales. The share of mobile travel sales is projected to grow to 32.8 percent in 2018.



Additional Information:
Sign Up for Account

Source:
Sign Up for Account
© Statista 2015

Like 0 Tweet 0 g+1 0

Perché i trasporti?

- Nel 2012 a Berlino nasce ‘*GoEuro*’ che ricerca la soluz ione migliore per viaggiare in Europa
- Helsinki – integrati mezzi di trasporto pubblico in un’uni ca piattaforma.

Soddisfatta la necessità di razionalizzare le procedure di:

Planning

Payment

Booking

Fattori critici di successo

Possibili rischi	Le nostre soluzioni
• Download applicazione	• Investimento in comunicazione
• Clienti attivi	• Sviluppo IT e assistenza al cliente
• Partnership con fornitori chiave	• Fee fissa e ricavi per singola transazione

Il questionario online

- Questionario diffuso sui principali social network tra il 17 e il 24 aprile
- 584 risposte raccolte
- Obiettivi del questionario:
  1. Individuare il **giusto target di mercato** utenti
  2. Comprendere la **propensione del target** all'acquisto e all'utilizzo di Optimove

uestionario online: domande chia ve

		Fasce d'età					
Domanda	Risposta	<14	14-18	19-30	31-55	>55	Aggregate
4: Possiedi smartphone con internet?	Sì	96%	98%	98%	98%	85%	98%
	No	4%	2%	2%	2%	15%	2%
5: Utilizzi App per info su spostamenti con mezzi da piazza?	Sì	48%	43%	69%	54%	45%	55%
	No	52%	57%	31%	46%	55%	45%
7: Necessiti info per spostamenti? (Sì=almeno 1 volta/mese)	Sì	52%	79%	91%	84%	70%	83%
	No	48%	21%	9%	16%	30%	17%
8: Vorresti App per pianificazione e acquisto servizio di trasporto?	Sì	74%	69%	76%	75%	50%	73%
	No	26%	31%	24%	25%	50%	27%
9: Propensione all'acquisto dell'App (0,99 €)	Sì	41%	46%	49%	66%	55%	53%
	No	59%	54%	51%	34%	45%	47%

Questionario online: il target

- Le domande 4, 5 e 7 impongono criteri prudenziali di definizione del target:

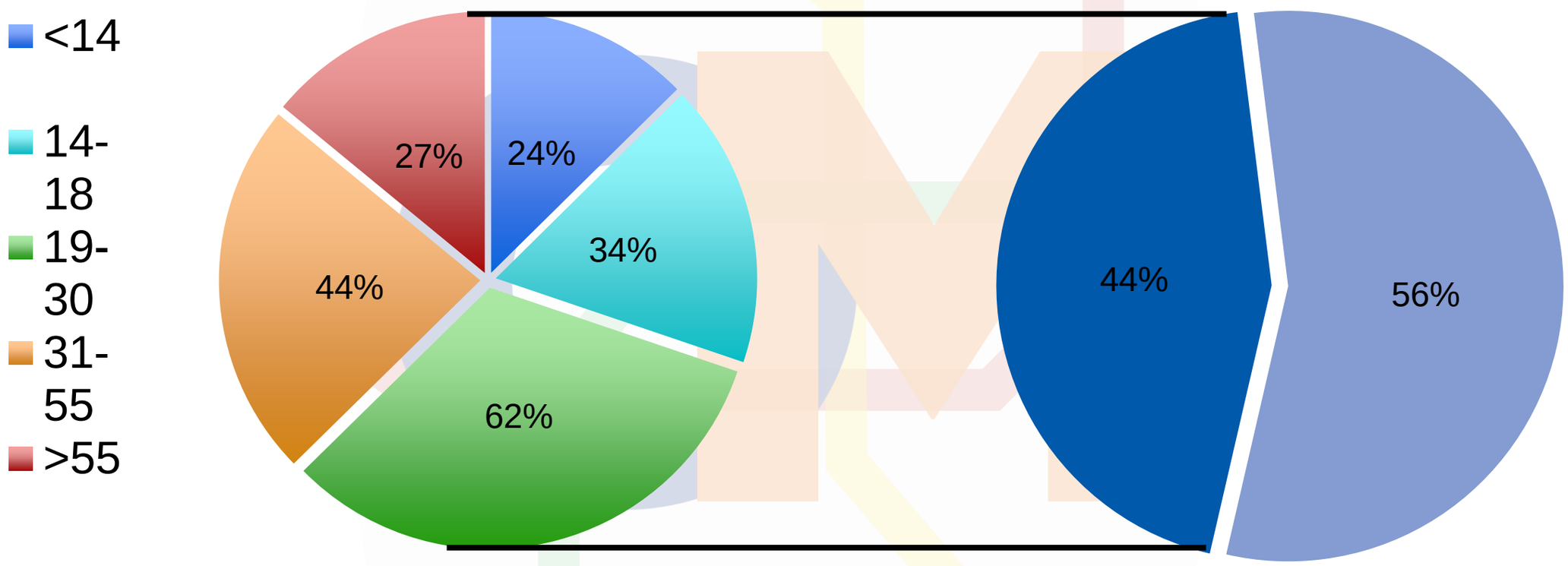
1. Chi possiede uno smartphone con connessione mobile

2. Chi già utilizza App per reperire info su spostamenti con trasporti da piazza

3. Con quale frequenza tali informazioni sono necessarie

Questionario online: il t arget

% cumulata per fascia d’età di chi risponde ai requisiti di individuazione del target di mercato



Questionario online: propension e verso l'acquisto e l'utilizzo di Opti*mov*

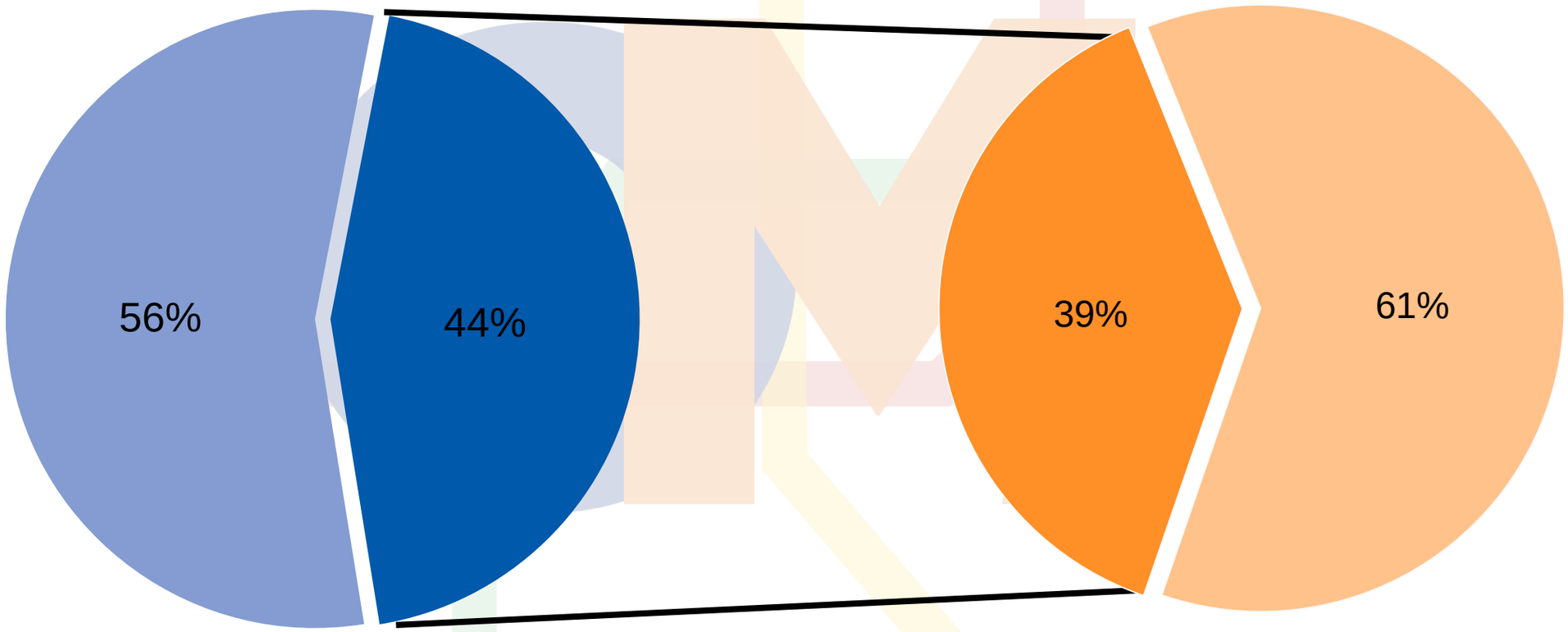
- Una volta definito il target, le domande 8 e 9 ne individuano la propensione verso:

1. L'utilizzo di un App che consenta di **pianificare** e **pagare** il trasporto

2. L'**acquisto** dell'App

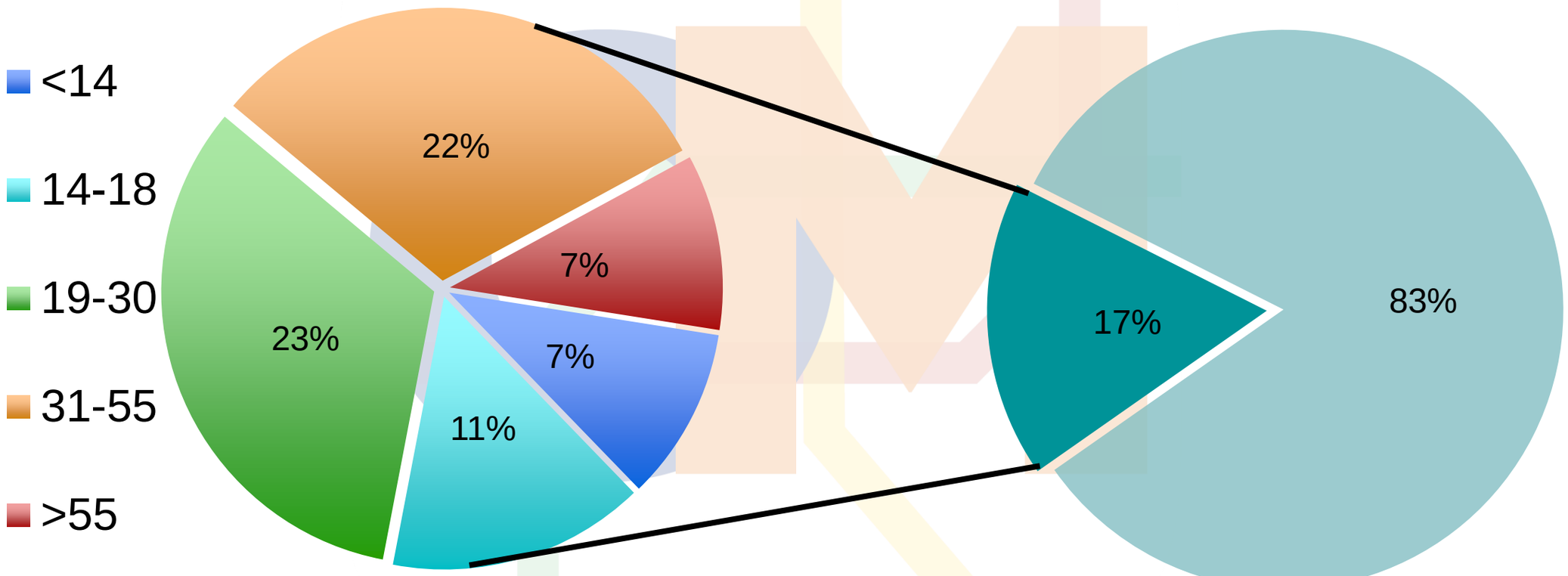
Questionario online: propensione del target all'acquisto

% cumulata per fascia d'età di chi – rientrando nel target – dichiara di volere Optimove



Questionario online: propensione del campione all’acquisto

% cumulata per fascia d’età di chi dichiara di volere Optimove rispetto al totale degli intervistati



Questionario online: pros and cons

Pros:

propensione globalmente positiva del target nei confronti dell'**utilizzo** e in particolare dell'**acquisto** di Optimove.

Cons:

Il **target** sul totale degli intervistati è probabilmente **sovrastimato** a causa della modalità di diffusione del questionario.

Business plan

Fasi di implementazione optimove per le rispettive città: Milano, Roma, Firenze e Torino.

CITTA'	2015	2016	2017	2018	2019
MILANO	apr-15				
ROMA			gen-17		
FIRENZE			lug-17		
TORINO				gen-18	

Per ciascuna città verrà sviluppata una prima versione gratuita (versione beta) dell’applicazione che verrà utilizzata da un numero limitato di utenti, con la finalità di testare il buon funzionamento della stessa e di individuare eventuali criticità.

Business plan

Bacino utenti a cui intendiamo proporre Optimove:

- Popolazione residente
- Pendolari
- Turisti

Abbiamo ipotizzato che i clienti che scaricheranno l’App siano l’8,5% di quelli disposti a pagare 0,99€ per Optimove.

Business plan

Si riporta di seguito il numero degli utenti che scaricheranno la nostra applicazione in ciascuna città in un arco temporale di 5 anni.

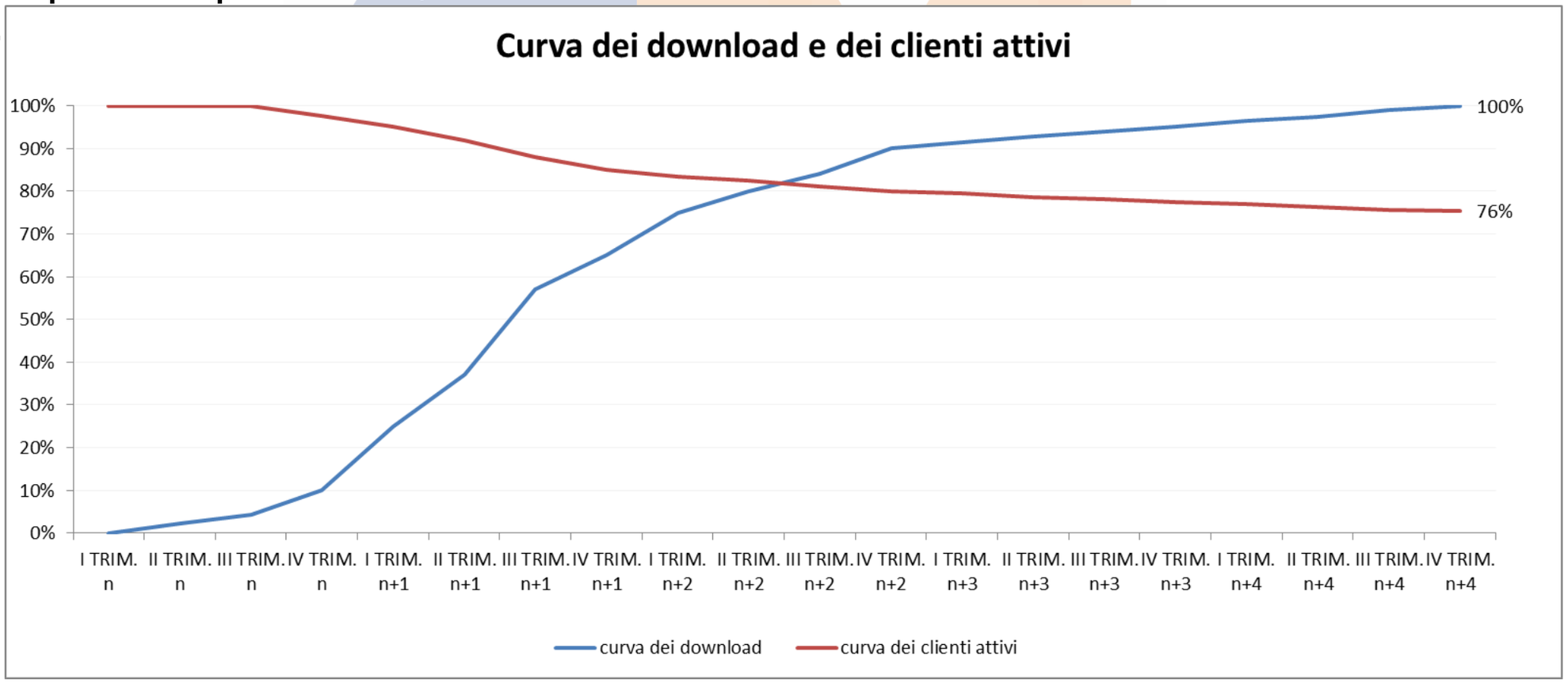
DESCRIZIONE	MILANO	ROMA	FIRENZE	TORINO
Residenti, pendolari, turisti	3.856.553	4.888.465	1.779.145	2.786.642
% utenti con smartphone	41%	41%	41%	41%
N. utenti con smartphone e con possibilità di andare su internet	1.581.187	2.004.271	729.449	1.142.523
% persone che utilizza smartphone per reperire informazioni su spostamenti	55%	55%	55%	55%
Potenziali che usano App per reperire informazioni su spostamenti	866.490	1.098.340	399.738	626.103
% di utentu che vorrebbero un App per pianificare e pagare il proprio spostamento	73%	73%	73%	73%
Persone che vorrebbero un App per pianificare e pagare il proprio spostamento	630.805	799.592	291.009	455.803
% disposte a pagare 0,99 € per un' App per pianificare e pagare il proprio spostamento	53%	53%	53%	53%
N. persone disposte a pagare 0,99 € per l'App	334.957	424.583	154.526	242.031
% di utenti che effettueranno l'acquisto dell'applicazione	9%	9%	9%	9%
N. di utenti che scaricheranno l'applicazione in 5 anni	**28.471**	**36.090**	**13.135**	**20.573**

Cronoprogramma

ATTIVITA'	mar-15				apr-15					mag-15				giu-15				lug-15					ago-15				set-15					ott-15				nov-15				dic-15				
Macroattività	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w5	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w5	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w5	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w5
Costituzione società																																												
Accordi con i fornitori chiave																																												
Affitto del locale																																												
Selezione del personale																																												
Sviluppo applicazione																																												
lancio versione beta MI																																												
Sviluppo sito web																																												
Iniziative pubblicitarie e marketing																																												
lancio applicazione MI a pagamento																																												

Business plan

- Spese di pubblicità: 150 k€ nel 2015 (almeno 130 k€ negli anni successivi).
- Distribuzione dei download nei 5 anni:
  - 80% nei primi 2 anni e mezzo;
  - 20% negli anni successivi.
- Curva dei clienti attivi: decrescente rispetto all'aumento dei download ma non inferiore al 76%, a fronte di:
  - Spese di pubblicità;
  -

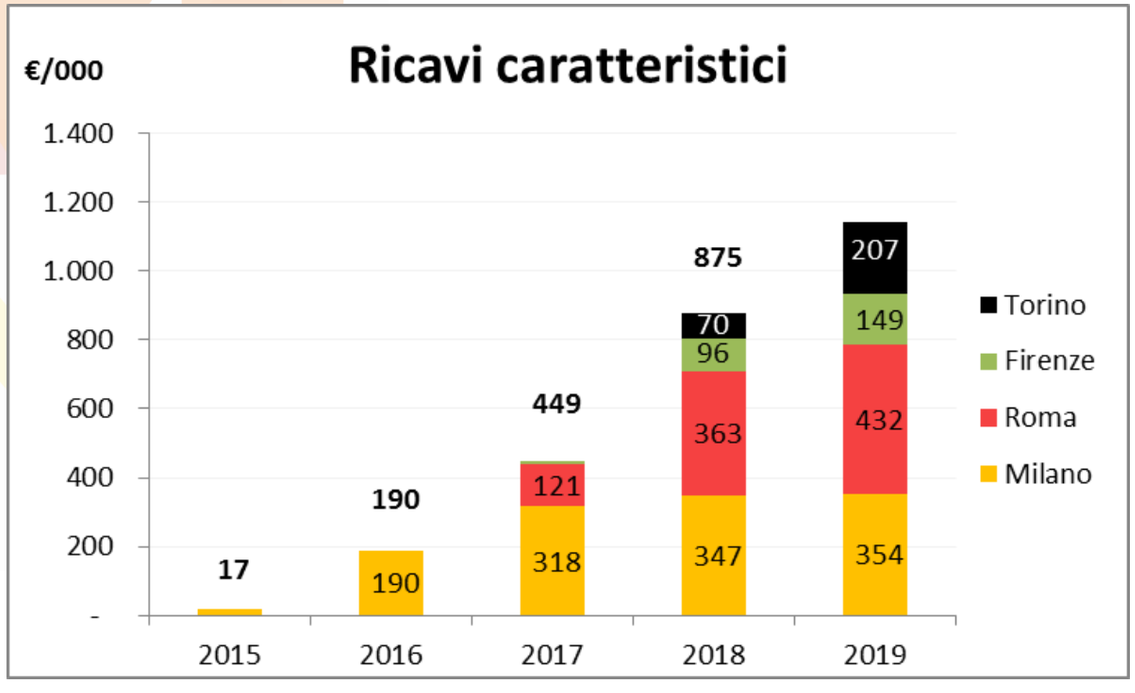


Business plan

Dati quantitativi di sintesi	2015	2016	2017	2018	2019
Milano	*2.847*	*15.659*	*7.118*	*1.452*	*1.395*
Roma	*-*	*-*	*15.158*	*14.075*	*4.367*
Firenze	*-*	*-*	*1.970*	*7.224*	*2.758*
Torino	*-*	*-*	*-*	*8.641*	*8.023*
download complessivi	**2.847**	**15.659**	**24.246**	**31.392**	**16.544**
download cumulativi	**2.847**	**18.506**	**42.752**	**74.144**	**90.687**

Numero dei download registrati nei primi cinque anni

Il fatturato passa da 17 k€ del 2015 (attività partita nel mese di ottobre) a 1.142 k€ del 2019 (nel 2019 si hanno tutte le città a pieno regime).

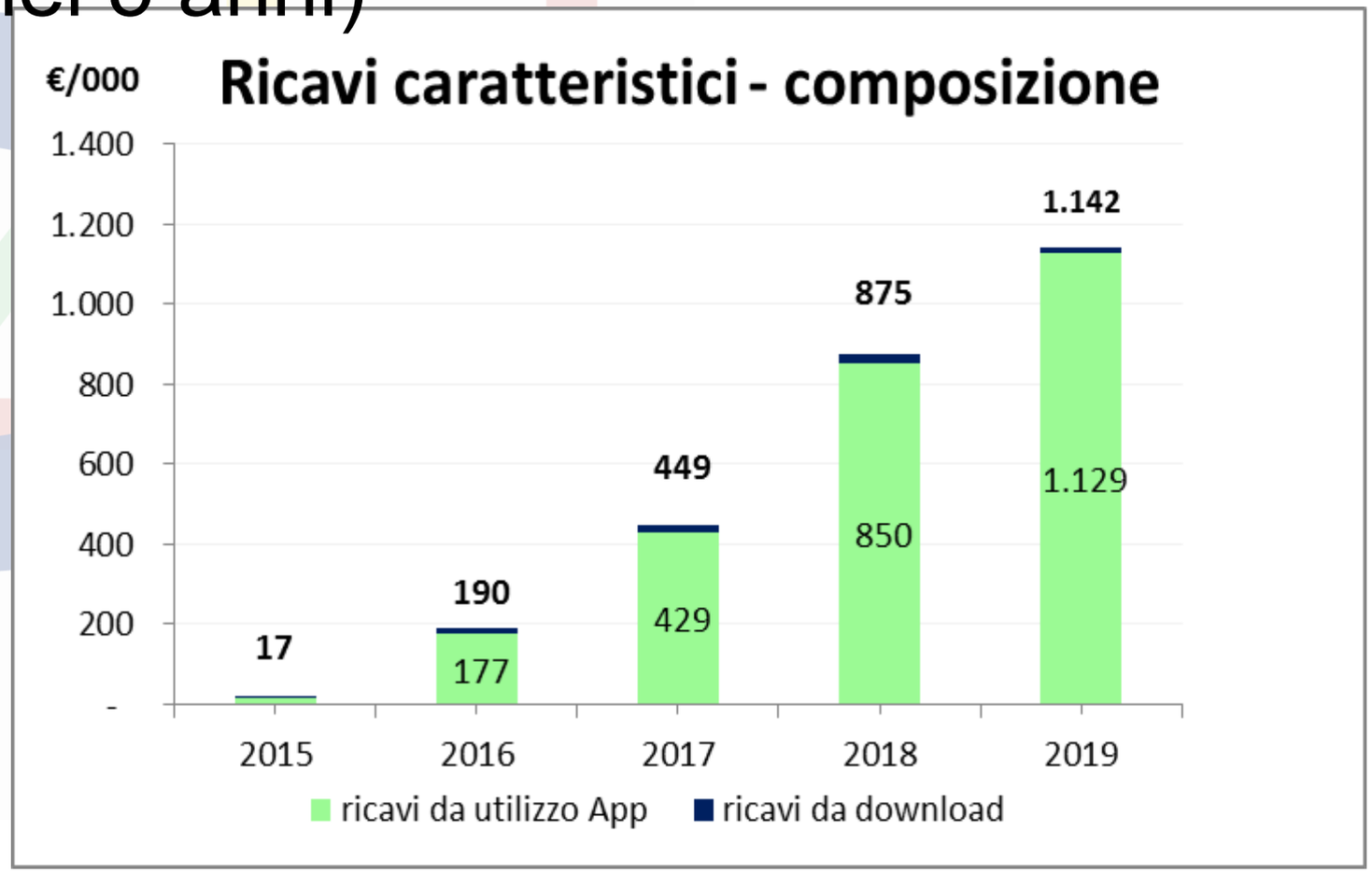


Business plan

Ricavi caratteristici di Optimove:

- Da fee riconosciute per le transazioni (5% del prezzo d ella corsa)
- Da download (73k € nei 5 anni)

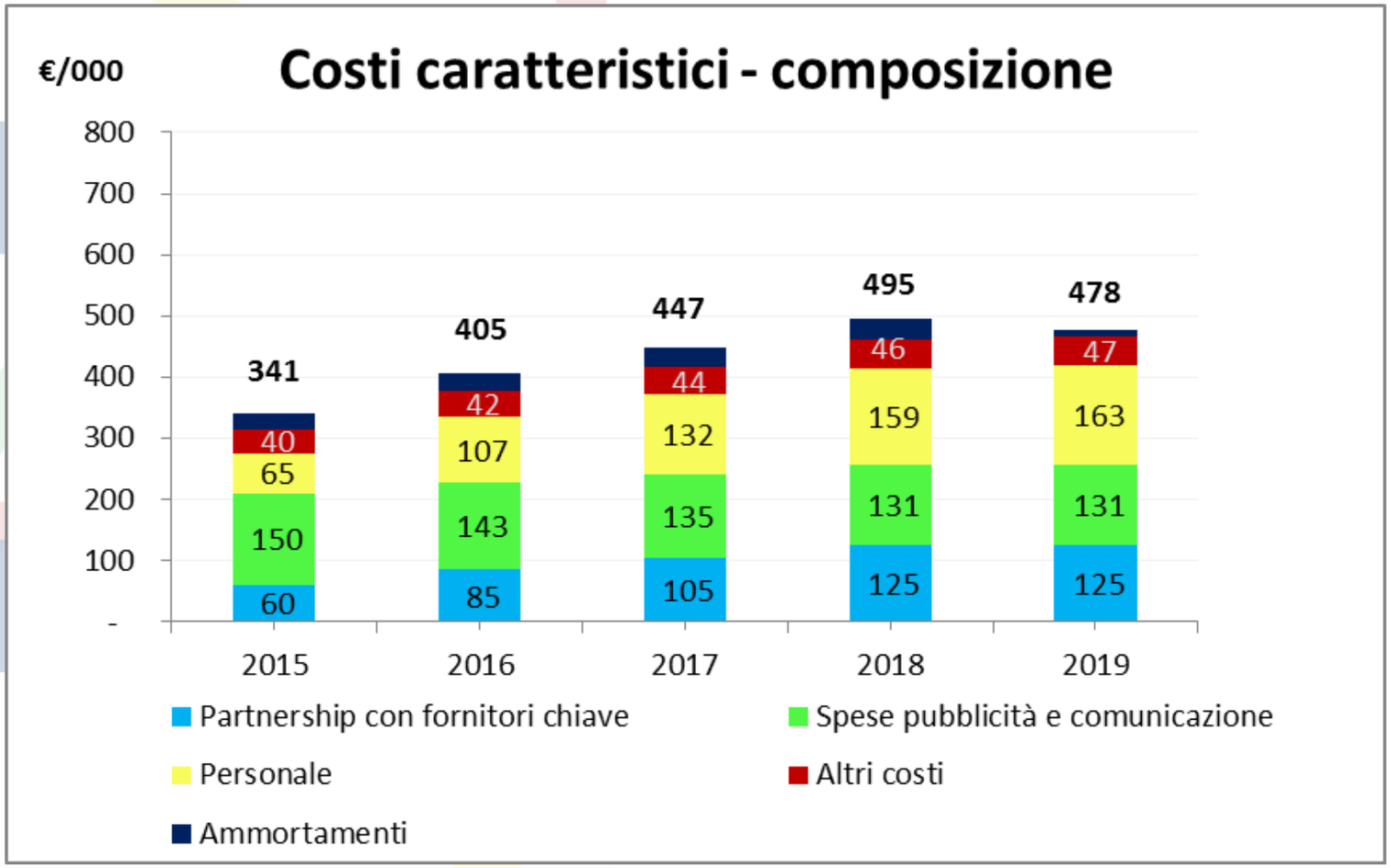
Ricavi da pubblicità considerati accessori (77k € nei 5 anni)



Business plan

Composizione dei costi operativi medi nei 5 anni:

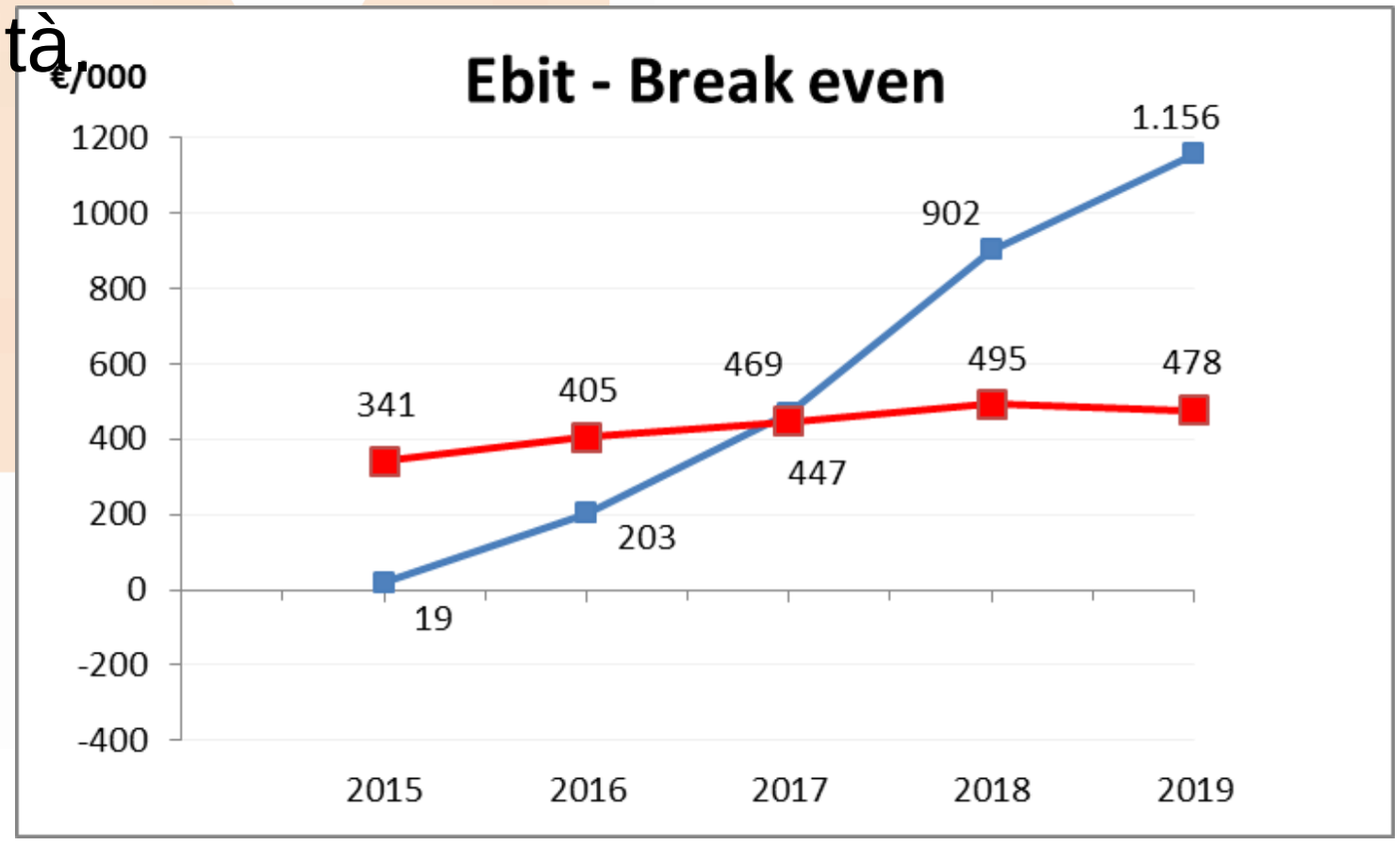
- Spese di pubblicità: 33%;
- Fee riconosciute alle controparti: 23%;
- Personale: 28%;
- Ammortamenti IT: 6%;
- Altri costi operativi: 10%.



Business plan

Raggiunto il break even **dell'EBIT nel 2017**.
La struttura di costo è rigida, a fronte della prevalenza di costi fissi (fee ai partners, personale,..), pertanto a seguito dell'implementazione di Optimove in più città si riescono ad ottenere ottimi livelli di redditività.

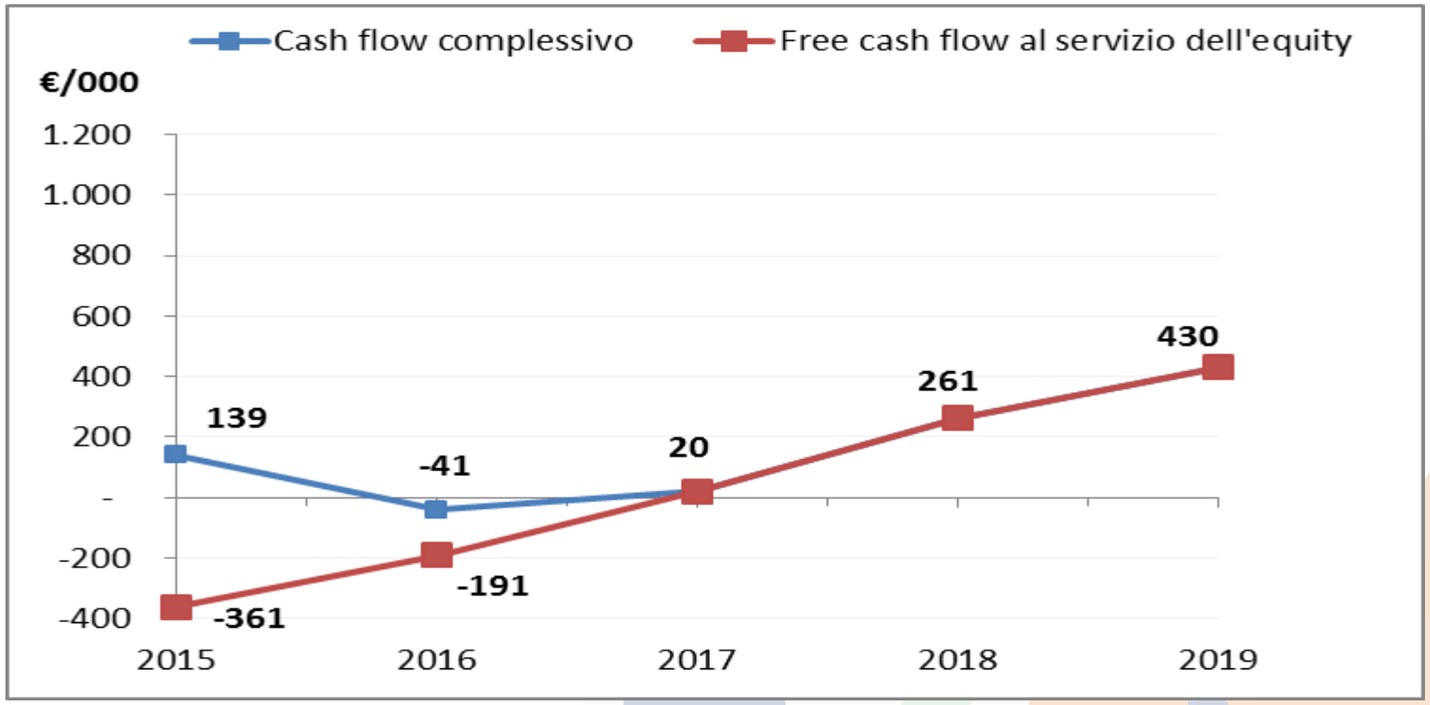
Il **conto economico** chiude in perdita i primi due anni, per poi conseguire **utili** (442 k€ nel 2019 pari al 38% dei ricavi).



Business plan

- L’attivo fisso si riferisce alla realizzazione dell’app (100k € nel 2015 e succesive implementazioni)
- Il CCN è correlato alla struttura di costo della società già commentata
- L’Equity versata nei primi due anni anni ammonta a 650k €
- La variazione del 2018 è legata al conseguimento di utili
- Per il commento della PFN si rimanda alla slide successiva

Business plan



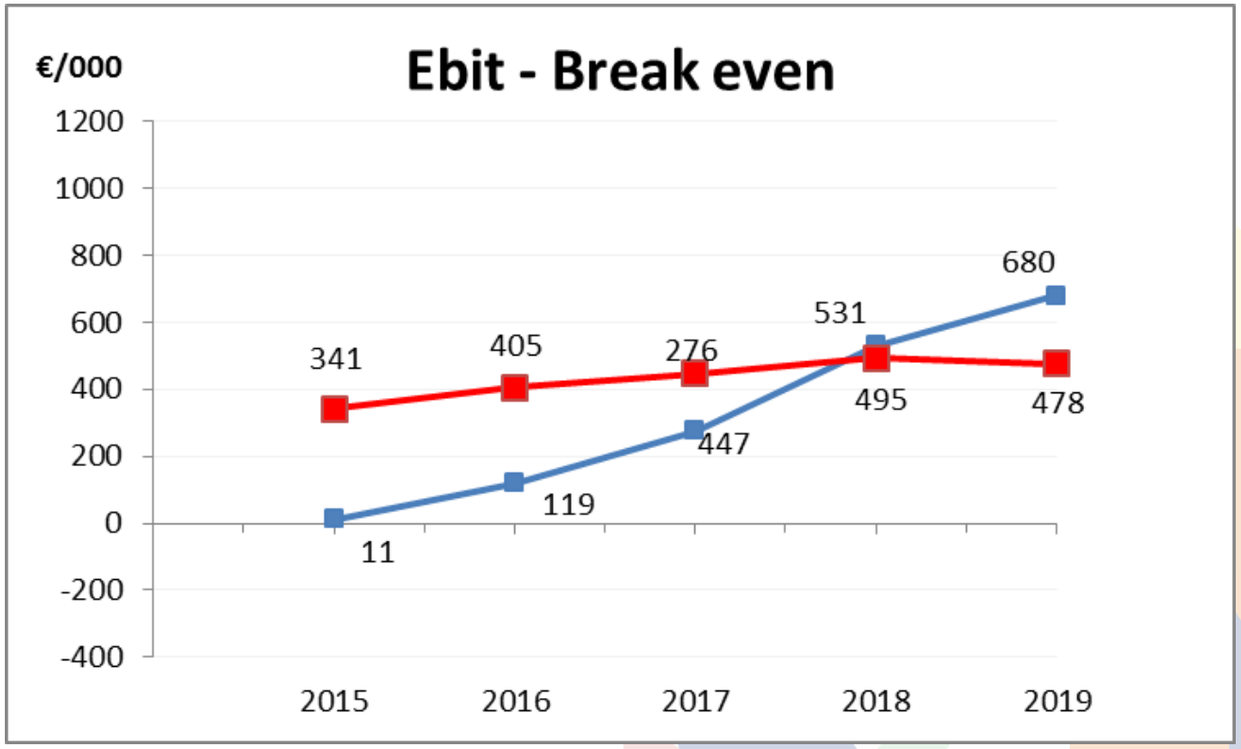
Le voci che impattano principalmente sul cash flow sono:

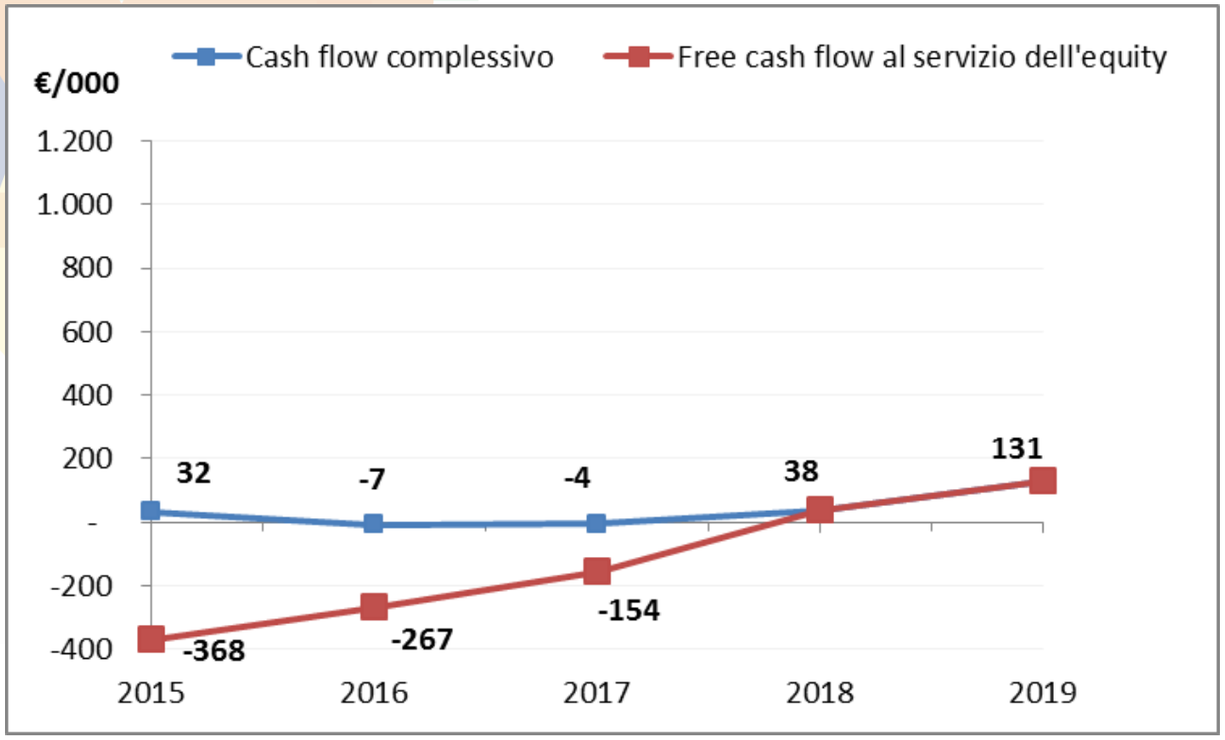
- Investimenti in immobilizzazioni
- Apporto Equity
- Variazioni del CCN spiegate dalla struttura di costo della società

Calcolo indici free cash flow al servizio dell'equity	
IRR	8%
NPV (€/000)	35
NPV Rate	6%

INDICE	2015	2016	2017	2018	2019
ROS	*n.s.*	*n.s.*	5%	45%	59%
ROE	*n.s.*	*n.s.*	10%	65%	52%
ROI	*n.s.*	*n.s.*	14%	93%	76%

Business plan





Swot

Strengths

- Gestione integrata piattaforme dei partner locali.
- Software di comparazione tra i vari criteri.
- Pagamento da smartphone.
- No banner pubblicitari.

Weaknesses

- Download a pagamento.
- Re indirizzamento per singolo gestore.
- Dipendenza dai gestori locali.

Opportunities

- Pagamento unico (Paypal, Google wallet)
- Crescita mobile commerce
- Estensione partner:
  - BlaBla car
  - Car sharing
  - Aereo

Threats

- App gratuite concorrenti.
- Incertezza partnership.

Conclusione

i ringraziamo per l’attenzione e vi auguriamo
un buon viaggio con optimove!

Optiteam

Allegati

Allegati (1)

CONTO ECONOMICO (€/000)	2015	2016	2017	2018	2019
Ricavi di vendita	**19**	**203**	**469**	**902**	**1.156**
Partnership con fornitori chiave	60	85	105	125	125
Spese pubblicità e comunicazione	150	143	135	131	131
Costi di manutenzione ordinaria	10	10	10	11	11
spese ufficio	14	14	15	15	15
Altri costi operativi	16	17	19	20	21
Valore Aggiunto	**- 231**	**- 67**	**186**	**600**	**853**
	n.s.	*-33%*	*40%*	*67%*	*74%*
Personale	65	107	132	159	163
M.operativo lordo (EBITDA)	**- 296**	**- 174**	**54**	**441**	**690**
	n.s.	*-85%*	*11%*	*49%*	*60%*
Ammortamenti e acc.ti	26	29	32	34	12
M. operativo (EBIT)	**- 322**	**- 202**	**22**	**407**	**678**
	n.s.	*n.s.*	*5%*	*45%*	*59%*
Proventi e oneri finanziari	- 0	- 0	- 0	- 1	- 1
Redditi ante imposte (EBT)	**- 322**	**- 202**	**22**	**408**	**680**
	n.s.	*n.s.*	*5%*	*45%*	*59%*
Imposte	-	-	8	143	238
Reddito netto (E)	**- 322**	**- 202**	**15**	**265**	**442**
	n.s.	*n.s.*	*3%*	*29%*	*38%*

Allegati (2)

STATO PATRIMONIALE (€/000)	2015	2016	2017	2018	2019
Crediti a breve termine	2	21	48	92	118
Debiti a breve termine	- 38	- 44	- 47	- 51	- 52
Capitale Circolante Netto	**- 36**	**- 23**	**1**	**40**	**66**
Immobilizzazioni immateriali	75	58	38	15	15
Immobilizzazioni materiali	5	6	7	5	3
Attivo fisso	**80**	**63**	**44**	**20**	**18**
TFR e Fondi	**- 5**	**- 13**	**- 23**	**- 34**	**- 46**
EQUITY	**- 178**	**- 126**	**- 141**	**- 406**	**- 848**
di cui CS	*- 150*	*- 150*	*- 150*	*- 150*	*- 150*
PFN	**139**	**98**	**119**	**380**	**810**

Allegati (3)

CASH FLOW (€/000)	2015	2016	2017	2018	2019
Utile netto	**- 322**	**- 202**	**15**	**265**	**442**
Ammortamento	26	29	32	34	12
Altre rettifiche sull'utile netto	5	8	10	12	12
Variazioni nei crediti a breve termine	- 2	- 19	- 27	- 44	- 26
Variazioni neI debiti vs fornitori	34	3	2	2	0
Altre variazioni dell'attivo circolante	4	3	2	2	0
Flusso della gestione operatova corrente	**- 255**	**- 179**	**32**	**271**	**440**
Investimenti	- 106	- 12	- 12	- 10	- 10
Altri flussi di cassa da investimenti/dismissioni					
Free cash flow from operation	**- 361**	**- 191**	**20**	**261**	**430**
Vendita/acquisto di partecipazioni	-	-	-	-	-
Incasso dividendi	-	-	-	-	-
Altre variazioni dalle attività finanziarie attive	-	-	-	-	-
Free cash flow al servizio del debito	**- 361**	**- 191**	**20**	**261**	**430**
Rimborso quote capitale e interessi su debiti	-	-	-	-	-
Free cash flow al servizio dell'equity	**- 361**	**- 191**	**20**	**261**	**430**
diminuzione capitale sociale	-	-	-	-	-
distribuzione utili e riserve	-	-	-	-	-
altre variazioni intervenute nel Patrimonio Netto	-	-	-	-	-
Fabbisogno finanziario complessivo	**- 361**	**- 191**	**20**	**261**	**430**
accensione nuovi debiti	-	-	-	-	-
aumenti di capitale sociale	150	-	-	-	-
aumenti riserve	350	150	-	-	-
Variazione del saldo di cassa	**139**	**- 41**	**20**	**261**	**430**
saldo di cassa iniziale	-	139	98	119	380
Saldo di cassa finale	**139**	**98**	**119**	**380**	**810**