



I-KIWI EXECUTIVE SUMMARY

Nome del progetto: I-KIWI (acronimo di "I - Kill Ignorance With Informations") Settore/tema creativo: Istruzione – Sanità Luogo: Italia Nome del proponente: Laura Duranti	Contatti: Cell. 349.0066725 Skype: durantilaura Email: lduranti@gmail.com Sito web: www.i-kiwi.org/blog
Vincitore del contest "Dall'idea all'impresa 2011". Finalista al Kublai Award, a StartCupMi Lombardia 2011 e a Startup Boosting 2011 by Osservatori.	

Business Concept

I-KIWI è un **programma di prevenzione** (es. educazione sessuale e affettiva, **educazione alimentare, prevenzione del bullismo, prevenzione della tossicodipendenza**, ecc), rivolto principalmente agli **alunni della scuola dell'obbligo** primaria e secondaria, erogato all'interno di un portale ad accesso protetto. I-KIWI risponde al crescente bisogno delle scuole, rispetto alla necessità di informare e formare efficacemente i discenti sui temi della prevenzione, utilizzando **risorse economiche contenute** ed i media già in dotazione alle scuole stesse, di ogni ordine e grado (computer, connessione internet, LIM), attraverso gli strumenti della **didattica digitale**, quali corsi in elearning, alternative reality games, forum tematici, edugames, ecc., fruibili all'interno di una piattaforma e-learning, dove è possibile *imparare sperimentando*, in una modalità cooperativa e collaborativa, con la supervisione di tutor esperti ed attenti. I-KIWI integra l'apprendimento formale, operato attraverso la didattica classica, che si esplicita negli strumenti sopracitati, con l'apprendimento informale, attraverso gruppi di discussione e peer-education, operata sia tramite gli strumenti sociali offerti dalla piattaforma e-learning (wiki, forum, ecc), sia attraverso i principali social network, popolari tra i ragazzi, nei quali i tutor agiscono come facilitatori dell'apprendimento. I-KIWI offer altresì un **servizio di consulenza medico-psicologica online** alle scuole, fruibile da studenti, genitori e insegnanti, sia a pacchetto che on demand, volto a sopperire alla mancanza dello sportello psicologico scolastico e finalizzato all'individuazione precoce di situazioni di disagio e alla loro tempestiva risoluzione attraverso l'invio sul territorio o, se possibile, la presa in carico online.

Tecnologia / Prodotto / Servizio

Settembre 2011: Dove siamo arrivati

- E' stato individuato il software gratuito utilizzabile per la messa in opera della piattaforma e-learning
- E' stato acquistato il dominio internet (.org, .it) ed avviato un blog informativo sul progetto, molto seguito
- Abbiamo preso contatti con un ricercatore del Politecnico di Milano – Ingegneria Informatica, che ci sta supportando per la digitalizzazione dei corsi in qualità di instructional designer.
- Abbiamo stretto un accordo con un ricercatore dell'Università IULM di Milano, che si è dimostrato disponibile sia ad occuparsi dell'area ricerca-intervento del programma I-KIWI.
- Stiamo valutando la collaborazione con professionisti, per la realizzazione di edugames, cartoni animati e animazioni compatibili con iPad e iPhone, da inserire nei corsi online o da proporre in sostituzione ad stessi, soprattutto per la scuola elementare.
- E' stato condotto un market test sulle scuole elementari, medie e superiori per valutare il bisogno percepito di prevenzione, l'appetibilità del prodotto offerto e le tematiche maggiormente richieste dal mercato



Process Flow:



L'anno scolastico 2011-2012 sarà volto a implementare e testare i servizi. Il lancio ufficiale del servizio sul mercato è previsto per settembre 2012.

Ricadute sociali e territoriali

Ciascun utente potrà fruire dei corsi disponibili, creare una rete di relazioni, potenziare le proprie risorse e fruire di un supporto specialistico. Il tutto all'interno di un programma integrato di prevenzione, che si pone come un "abbraccio sociale", che ha come finalità la costruzione di una "scuola sana".

I macroobiettivi sono:

1. Offrire un **efficace intervento di prevenzione a bassi costi**, alle scuole primarie e secondarie, centrato sulla **valorizzazione delle potenzialità** dei discenti, indipendentemente dalla loro ubicazione geografica e dalla qualità delle risorse formative presenti sul territorio circostante.
2. Aumentare il benessere e la **qualità di vita** dei discenti, migliorandone gli stili di vita e **riducendo di conseguenza i costi sociali** (es. SSN), attraverso un intervento flessibile, facilmente fruibile e **facilitante della cooperazione tra pari**, che valorizzi le risorse informatiche già presenti nel nostro sistema scolastico.

Analisi del Mercato

Il MIUR sta investendo nel progetto "**Scuola digitale**" per informatizzare tutte le scuole.

I-KIWI è fruibile anche da casa, attraverso la connessione internet e un pc, tablet o smartphone: il 60,5% delle famiglie italiane, ha un collegamento ad internet da casa con incremento del 7% annuo. Il collegamento da cellulare ha raggiunto i 7,3 milioni di persone nel 2011.

Il modello di business ha come mercato obiettivo il mondo della scuola dell'obbligo (studenti, insegnanti e genitori), ma di per sé è espandibile anche ad altri mercati che necessitano e richiedono formazione in ambito preventivo (es. operatori sanitari, pazienti, asl, ecc).

Inoltre non essendoci la presenza di competitor diretti né nazionali né internazionali e considerato che il bisogno di prevenzione non è esclusiva italiana, il modello di business è potenzialmente espandibile anche all'estero, attraverso la semplice traduzione dei contenuti erogati.



Team

Laura Duranti, psicologa psicoterapeuta, specializzata in sessuologia e educazione sessuale. Esperta in educazione sanitaria e promozione della salute presso l'ISS.

Socia-terapeuta SITCC, FISS, LIDAP e European federation of sexology. Socia fondatrice dell'associazione onlus Donneinmente, per la terapia della depressione post-partum e la relazione mamma-bambino.

Si occupa di informazione su stampa, tv nazionali e internet ed interventi di prevenzione primaria nelle scuole.

Per I-KIWI: ideatrice

Partner

Luca Mazzucchelli, psicologo psicoterapeuta e giornalista pubblicista, ha fondato il gruppo AlgeriMazzucchelli.it, realizzando una webTV dedicata alla psicologia, istituendo l'Osservatorio di Psicologia e Tecnologia, sviluppando applicazioni psicoeducative per iPhone, volte a migliorare la fruizione di contenuti psicologici da parte del grande pubblico. Coordina all'Ordine degli Psicologi Lombardia il gruppo "psicologia e nuove tecnologie".

Per I-KIWI: project manager e responsabile stampa

Davide Algeri, psicologo psicoterapeuta. Collabora col gruppo "psicologia e nuove tecnologie" dell'OPL. Ha collaborato con l'Istituto Auxologico Italiano come ricercatore di Cyberpsychology e Cybertherapy, presso l'Applied Technology for Neuro-Psychology Lab. Ha condotto interventi di prevenzione nelle scuole, per la prevenzione del bullismo e per la valutazione delle difficoltà di apprendimento.

Per I-KIWI: project manager e responsabile coordinamento rapporti istituzionali con le scuole

Alessandro Di Cresce, ingegnere, ha lavorato dal 1994 a Londra e Milano per Morgan Stanley e Merrill Lynch nel settore fusioni, acquisizioni e finanza straordinaria e investimenti immobiliari; recentemente per Pirelli RE e in proprio.

Per I-KIWI: Responsabile finanziario

Giorgio Gramegna, professionista del digital marketing con oltre 8 anni di esperienza.

Per I-KIWI: CTO

Aldo Torrebruno, ricercatore universitario, responsabile del Laboratorio HOC del Politecnico di Milano e servizi alle scuole.

Per I-KIWI: Instructional designer

Francesco Pozzi, psicologo ricercatore Università IULM. Ha progettato corsi e-learning sull'obesità infantile e un laboratorio (NeLL – "National e-Learning Laboratory") con diversi istituti superiori italiani.

Per I-KIWI: R&S

Laura Orlando, avvocato, responsabile dipartimento proprietà intellettuale Simmons&Simmons Italia, specializzata in contenzioso in materia di diritto di proprietà intellettuale e in controversie brevettuali.

Per I-KIWI: Consulente legale

Risultati finanziari

Nel programma I-KIWI, che è attualmente autofinanziato dal management team, vi è una bassa intensità di capitale. Durante il primo anno (2011) l'attività si fonderà primariamente sul lavoro del Management Team, prevedendo la produzione di flussi di cassa a partire dal 2012. L'investimento iniziale per l'avvio della fase di sperimentazione nell'anno scolastico 2011/2012, è pari a **50.000 euro**.

Ipotesi numero corsi prodotti					
	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>
Corsi indipendenti	2	10	10	10	10
Corsi sponsorizzati	0	0	1	3	5
	2	10	11	13	15



CONTO ECONOMICO	2011	2012	2013	2014	2015
RICAVI					
SOTTOSCRIZIONE ABBONAMENTI E CONSULENZA MEDICO- PSICOLOGICA	0	1.966.830	3.027.745	4.153.660	5.254.575
RICAVI TOTALI	0	1.966.830	3.027.745	4.153.660	5.254.575
COSTI					
CONSULENZA - HR	0	479.996	925.630	1.226.840	1.521.550
AFFITTI	0	5.400	10.800	10.800	10.800
UTENZE	80	11.800	12.760	14.680	15.640
COSTI AMMINISTRATIVI	200	20.500	70.500	70.500	70.500
COSTI VENDITA - DISTRIBUZIONE	0	133.151	183.507	278.691	355.403
PUBBLICITA'	0	30.000	28.000	28.000	28.000
AMMORTAMENTI	13.207	56.707	104.482	162.057	216.725
COSTI TOTALI	13.487	737.554	1.335.679	1.791.567	2.218.618
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	-13.487	1.229.276	1.692.066	2.362.093	3.035.957
<i>Margine</i>		<i>63%</i>	<i>56%</i>	<i>57%</i>	<i>58%</i>

INVESTIMENTI	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Tot
ACQUISTO HW	2.000	6.000	2.000	2.000	1.000				13.000
PRODUZIONE CORSI INDIP.	33.000	165.000	165.000	165.000	165.000				693.000
PRODUZIONE CORSI SPONS.			21.000	63.000	105.000				189.900
SVILUPPO SW	15.000	3.000	3.000						21.000
REGISTRO MARCHIO	2.827								2.827
Totale investimenti lordi dell'anno	52.827	174.000	191.000	230.300	271.500				919.727
Ammortamento	13.207	13.207 43.500	13.207 43.500 47.7750	13.207 43.500 47.7750 57.575	43.500 43.500 47.7750 57.575 67.875	47.7750 47.7750 57.575 67.875	57.575 57.575 67.875	67.875	
Totale Ammortamento	13.207	56.707	104.482	162.057	216.725	173.225	125.450	67.875	919.727
Totale immobilizzazioni nette	39.620	156.914	243.532	311.775	366.550	193.325	67.875		-

Periodo ammortamento 4

Dall'analisi del piano finanziario (tabella seguente) il capital seed emerso, è pari a **circa 500.000 euro**. E' stato prudenzialmente ipotizzato il pagamento da parte delle scuole dei servizi a loro erogati con un ritardo di 6 mesi rispetto alla data di vendita degli stessi. Per sostenere il fabbisogno di liquidità, è stato ipotizzato di attingere da diverse fonti, tra cui capitali di ventura.

PIANO FINANZIARIO	2011			TOTALE	2012				TOTALE	2013				TOTALE	2014				TOTALE	2015				TOTALE
	apr-jun	jul-sep	oct-dec	2011	jan-mar	apr-jun	jul-sep	oct-dec	2012	jan-mar	apr-jun	jul-sep	oct-dec	2013	jan-mar	apr-jun	jul-sep	oct-dec	2014	jan-mar	apr-jun	jul-sep	oct-dec	2015
RICAVI																								
SOTTOSCRIZIONE ABBONAMENTI, MARKETING EDUCATIVO PER AZIENDE E CONSULENZA	0	0	0	0	0	0	2.500	149.028	151.528	873.279	813.279	12.500	232.292	1.931.350	1.279.919	1.279.919	85.000	204.144	2.848.981	2.244.507	2.244.507	125.000	263.859	4.877.873
TOTALE RICAVI TRIMESTRALE	0	0	0	0	0	0	2.500	149.028	151.528	873.279	813.279	12.500	232.292	1.931.350	1.279.919	1.279.919	85.000	204.144	2.848.981	2.244.507	2.244.507	125.000	263.859	4.877.873
TOTALE RICAVI CUMULATIVO	0	0	0		0	0	2.500	151.528		1.024.807	1.838.086	1.850.586	2.082.878		3.362.797	4.642.716	4.727.716	4.931.859		7.176.367	9.420.874	9.545.874	9.809.733	
COSTI																								
CONSULENZA E HR	0	0	0	0	2.500	2.500	7.500	168.022	180.522	202.878	200.378	12.000	252.783	668.040	234.831	234.831	12.000	208.253	689.916	234.625	234.625	117.489	273.670	860.409
AFFITTI	0	0	0	0	0	0	2.700	2.700	5.400	2.700	2.700	2.700	2.700	10.800	2.700	2.700	2.700	2.700	10.800	2.700	2.700	2.700	2.700	10.800
UTENZE	80	0	0	80	1.680	2.950	2.950	2.950	10.530	3.190	3.190	3.190	3.190	12.760	3.670	3.670	3.670	3.670	14.680	3.910	3.910	3.910	3.910	15.640
COSTI AMMINISTRATIVI	0	0	200	200	7.625	125	2.625	15.125	25.500	20.125	15.125	20.125	15.125	70.500	20.125	15.125	20.125	15.125	70.500	20.125	15.125	20.125	15.125	70.500
COSTI VENDITA - DISTRIBUZIONE	0	0	0	0	0	47.984	47.984	47.984	143.951	49.477	49.477	49.477	49.477	197.907	89.451	89.451	89.451	89.451	357.803	121.571	121.571	121.571	121.571	486.285
PUBBLICITA'	0	0	0	0	11.250	6.250	6.250	6.250	30.000	9.250	6.250	6.250	6.250	28.000	9.250	6.250	6.250	6.250	28.000	9.250	6.250	6.250	6.250	28.000
INVESTIMENTI	0	24.000	28.827	52.827	47.250	42.750	42.750	41.250	174.000	67.350	41.250	41.250	41.250	191.100	57.683	55.683	55.683	41.250	210.300	77.417	76.417	76.417	41.250	271.500
TOTALE COSTI TRIMESTRALE	80	24.000	29.027	53.107	70.305	102.559	112.759	284.281	569.903	354.970	318.370	134.992	370.775	1.179.107	417.710	407.710	189.879	366.699	1.381.999	469.598	460.598	348.462	464.477	1.743.134
TOTALE COSTI CUMULATIVO	80	24.080	53.107		123.412	225.971	338.730	623.010		977.981	1.296.351	1.431.342	1.802.117		2.219.828	2.627.538	2.817.418	3.184.116		3.653.714	4.114.312	4.462.773	4.927.250	
Fabbisogno/(Rimborso) Capitale	-80	-24.000	-29.027		-70.305	-102.559	-110.259	-135.253		518.309	494.909	-122.492	-138.483		862.208	872.208	-104.879	-162.555		1.774.909	1.783.909	-223.462	-200.618	
Fabbisogno/(Rimborso) Capitale Cumulativo	-80	-24.080	-53.107		-123.412	-225.971	-336.230	-471.482		46.827	541.736	419.244	280.761		1.142.969	2.015.177	1.910.298	1.747.743		3.522.653	5.306.562	5.083.101	4.882.483	