



Nome del progetto: I-KIWI (acronimo di “I - Kill Ignorance With Informations”)

Settore/tema creativo: Istruzione – Sanità

Nome del proponenti: Laura Duranti

Luogo: Italia – Territorio Nazionale

Contatti:

Cell. 349.0066725

Skype: durantilaura

Email: lduranti@gmail.com

Vincitore del contest “Dall’idea all’impresa 2011”. Finalista al Kublai Award, a StartCupMi Lombardia 2011 e a Startup Boosting 2011 by Osservatori.



CONSIGLIO NOTARILE DI MILANO



ORDINE DEI
DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI
ESPERTI CONTABILI
M I L A N O

SOMMARIO

1. IDEA DI BUSINESS	3
1.1 Bisogni del mercato	
1.2 Prodotti e servizi	
1.2.1 Gli obiettivi	
1.2.2 A chi si rivolge	
1.2.3 Gli strumenti di apprendimento	
2. PIANO STRATEGICO	9
2.1 Analisi concorrenza	
2.2 Vantaggi competitivi	
2.3 Strategia deliberata	
3. PIANO DI MARKETING	13
3.1 Mercato potenziale	
3.1.1 Progetti di prevenzione per gli alunni: Temi e obiettivi	
3.2 Mercato obiettivo	
3.3 Previsioni di vendita	
3.4 Scelte di marketing mix	
3.4.1 Timeline: Tempistica e Obiettivi	
4. PIANO OPERATIVO	21
4.1 Catena del valore	
4.2 Processi chiave dell'azienda	
4.3 Management team	
4.3.1 I sostenitori del programma I-KIWI	
4.4 Risorse chiave	
5. PIANO ECONOMICO – FINANZIARIO	23
5.1 Struttura finanziaria e fabbisogno di finanziamenti	
5.1.1 Assetto societario	
5.2 Sintesi dei risultati economico - finanziari attesi	
5.2.1 Business Plan: 2011-2015	

1. IDEA DI BUSINESS

1.1 Bisogni del Mercato

I-KIWI è un **programma di prevenzione** (es. educazione sessuale e affettiva, **educazione alimentare, prevenzione del bullismo, prevenzione della tossicodipendenza**, ecc¹), 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 scuole², 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 e-learning, 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 sopraccitati, 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.

1.2 Prodotti e servizi

Attualmente una scuola di medie dimensioni, provvede all'ampliamento dell'offerta formativa facendo ricorso ad uno stanziamento di circa 4 euro ad alunno. La scarsità di fondi disponibili impone alle scuole tagli all'offerta formativa extracurricolare e di conseguenza agli interventi di prevenzione rivolti ai discenti.

Per rispondere a questo problema, I-KIWI propone un **programma di interventi efficaci di PREVENZIONE**, differenziati per argomento ed età, fruibili attraverso l'accesso al portale, che garantiscano al contempo, un costo economico contenuto:

- La didattica digitale, come veicolo per l'apprendimento attraverso le nuove tecnologie (es. corsi in e-learning, edugames, ecc);
- I principali social network, quale mezzo per favorire la socializzazione, la cooperazione e la peer-education.
- la consulenza online (es. interventi di tutoraggio, sportello medico-psicologico online, consulenza on demand).

Per quanto riguarda la *didattica digitale* infatti, tramite una piattaforma e-learning ad esempio, uno stesso corso di prevenzione, può essere erogato contemporaneamente a più istituti scolastici e a più classi, all'interno di una medesima scuola, **riducendone così drasticamente i costi**³, rispetto allo stesso corso erogato dal vivo ed **augmentando l'efficacia**⁴ **dell'intervento stesso**, grazie all'utilizzo dell'apprendimento attivo, di un ambiente collaborativo e di contenuti maggiormente appetibili per gli studenti.

¹ Un elenco indicativo e non esaustivo delle tematiche che vogliamo trattare, è consultabile in allegato.

² Cfr. Capitolo "Prevenzione e promozione del benessere", Piano socio-sanitario regionale (Pssr) 2010-2014

³cfr. Formaper, Camera di Commercio di Milano

⁴L'efficacia della formazione erogata in modalità e-learning è stata ampiamente valutata dallo studio del Dipartimento dell'Educazione del governo degli Stati Uniti, intitolato "Evaluation of Evidence-Based Practices in Online Learning: A Meta-Analysis and Review of Online Learning Studies", attraverso un'analisi condotta per dodici anni su migliaia di corsi, a distanza e dal vivo.

Recenti studi hanno infatti dimostrato che gli studenti che seguono corsi online, in media, ottengono risultati migliori di quelli che ricevono istruzione dal vivo⁵.

Rispetto ai *social network*, partendo dal principio, enunciato da Jay Cross, secondo il quale *“molto di quello che apprendiamo, lo apprendiamo grazie agli altri”*, attraverso un processo naturale definibile come *social learning*, all'interno del portale è fortemente facilitata la **cooperazione** e la **collaborazione tra pari** sia mediante l'ausilio delle componenti di social learning già insite nella piattaforma e-learning, sia attraverso la stretta interazione con i principali social network all'interno dei quali vi si ritrova già la stragrande maggioranza degli under 18. Questo processo di peer-education è strettamente supervisionato dal lavoro di tutor esperti, atto a favorire la creazione di una community e di sottogruppi tematici di discussione.

Attraverso la *consulenza online* I-KIWI è in grado di offrire un servizio di supporto a più livelli e ad un costo inferiore, rispetto agli interventi in presenza, ad opera di un comitato scientifico, che ha l'obiettivo di facilitare sia l'apprendimento che la cooperazione tra pari, e al contempo di porsi come interlocutore attivo, interpellabile in relazione alle esigenze dei diversi attori facenti parte del contesto scolastico.

Su I-KIWI dunque, ciascun utente potrà usufruire dei corsi disponibili, creare una rete di relazioni e potenziare le proprie risorse e conoscenze e potrà inoltre usufruire di un supporto specialistico, sulla base delle proprie esigenze. Il tutto all'interno di un programma integrato di prevenzione, che si pone come un “abbraccio sociale”, declinato al suo interno attraverso una serie di strumenti e servizi, che ha come finalità la costruzione di una “scuola sana”⁶.

A fronte di queste premesse, i principi guida di I-KIWI risultano essere:

1. la **valorizzazione delle risorse e degli strumenti informatico-multimediali già in dotazione alle scuole** [laboratori informatici, accesso ad internet a banda larga, lavagne interattive multimediali (LIM)], che risultano ad oggi sottoutilizzati rispetto al loro potenziale. Questa valorizzazione acquista maggiore importanza a fronte dell'investimento cospicuo del Governo nel progetto Classi 2.0, che mira all'informatizzazione di tutto il territorio e l'adeguamento agli standard richiesti dall'Unione Europea.
2. la **flessibilità dell'intervento e la facilitazione della cooperazione tra pari**, secondo cui ogni singola classe può utilizzare il social network o i corsi prescelti con modi e i tempi a lei più congeniali, sia in classe che a casa. Viene inoltre favorita l'interazione e la cooperazione degli studenti, attraverso gli strumenti offerti dalla piattaforma e-learning (es. wiki, forum, chat) e dai social network (es. blog, forum, chat), che gode del costante supporto di un *tutor*.
3. la **fruizione equa dei corsi disponibili e la creazione di una rete tra le diverse scuole** che permette ad ogni scuola collegata in rete, anche se ubicata in piccoli centri di provincia, di offrire ai propri studenti una vasta scelta di interventi preventivi, garantendo una più democratica ed equa fruizione della formazione e sopperendo così alla disomogeneità dell'offerta formativa “dal vivo”, presente sul territorio nazionale. Per i piccoli centri infatti, a differenza delle grandi città, normalmente vi è un ventaglio ridotto di interventi offerti tra cui scegliere, con un'alta percentuale di aree tematiche scoperte. Allo stesso tempo ciascuna scuola può mettersi in rete con le altre, facilitando la propria crescita e lo scambio di informazioni.

⁵Per una lettura integrale dello studio e dei risultati ottenuti, si rimanda al link www.ed.gov

⁶Scuola sana. Si tratta di una scuola che rinforza costantemente la sua attitudine ad essere un luogo sano di vita, di apprendimento e di lavoro. Per raggiungere l'obiettivo enunciato con questa definizione, una scuola sana esorta i funzionari responsabili della salute e dell'insegnamento, il personale docente e non docente, gli studenti, i genitori a promuovere la salute. Una scuola sana favorisce la salute e l'apprendimento attraverso tutti i messi che sono a sua disposizione e si sforza di offrire un luogo favorevole alla salute ed un insieme di programmi e di servizi scolastici essenziali di educazione alla salute e di promozione della salute. Essa si impegna a migliorare non solamente la salute degli studenti, ma anche quella del personale scolastico, delle famiglie e dei membri della comunità, e coopera con i politici locali per aiutarli a comprendere come la comunità contribuisca alla salute e all'istruzione. L'iniziativa mondiale promossa dall'OMS ha lo scopo di aiutare tutte le scuole a diventare delle scuole sane (Glossario OMS, 1999).

4. la **promozione di corretti stili di vita e valorizzazione delle potenzialità dei discenti** grazie agli interventi di prevenzione, sia ascrivibili all'educazione sanitaria (es. prevenzione del tabagismo) che orientati all'apprendimento di skills sociali (es. prevenzione del bullismo), necessari a partire dalla scuola primaria⁷, per creare una cultura condivisa di salute, promuovere corretti stili di vita e facilitare la crescita dei discenti, attraverso il potenziamento e l'arricchimento delle risorse a loro disposizione⁸.
5. l'**incidenza sui costi del SSN e sul miglioramento della qualità di vita**, attraverso la prevenzione primaria delle patologie e la conseguente minore incidenza attesa delle stesse⁹ da un lato e gli interventi di prevenzione volti ad aumentare il benessere e la qualità di vita di chi ne beneficia, direttamente ed indirettamente, andando a ridurre le situazioni spiacevoli o di disagio collettivo (es. bullismo).
6. L'attenzione prestata alle **implicazioni del digital divide**, affinché il meccanismo formativo sia efficace ed usufruibile con le medesime competenze da tutti gli insegnanti. Anche chi non ha le capacità necessarie a partecipare alle attività di formazione a distanza, infatti, verrà seguito al fine di ottimizzare capacità tecniche e formative.

In Italia, ad oggi, esistono esperienze limitate di interventi di didattica digitale sui temi specifici della prevenzione¹⁰. La maggior parte degli interventi, erogati a distanza, sono infatti operati da insegnanti di scuola superiore, sulle materie curricolari.

Anche in altri paesi, come ad esempio l'Inghilterra¹¹, troviamo esperienze di questo tipo, nelle quali i contenuti vengono spesso erogati tramite brevi e limitate animazioni in flash su argomenti di scienze, matematica ecc.

C'è dunque bisogno di creare un servizio che faciliti il collegamento tra scuola, sanità e società, attraverso la fruizione di un'efficace intervento di prevenzione all'interno della scuola stessa, garantendo al contempo costi contenuti ed alta qualità ed efficacia degli interventi, in modo da favorire una crescente **cultura di salute, benessere e stili di vita sani** nelle generazioni future. I-KIWI vuole essere questo **ponte, tra scuola e società**.

1.2.1 Gli Obiettivi

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.

1.2.2 A chi si rivolge

La scuola

La scuola è il primo tra gli attori cui si rivolge I-KIWI, da sempre oggetto di interventi di prevenzione proposti da differenti professionisti, e selezionati come facenti parte del POF (il Piano di Offerta Formativa) in base al budget di ogni singolo istituto.

Il vantaggio che le scuole ricavano dall'adesione a I-KIWI è che, nonostante la scarsità di fondi a loro disposizione, usufruiranno del programma di prevenzione garantendo a un vasto

⁷"Il sistema scolastico è in genere contesto ideale per la promozione della salute, dato che sul piano delle possibilità permette di raggiungere la totalità delle persone in un periodo della vita sufficientemente precoce, per prevenire lo sviluppo di abitudini dannose" (Stroebe e Stroebe, 1997).

⁸cfr. <http://www.schoolsforhealth.eu/>

⁹cfr. Istituto Superiore di Sanità

¹⁰Alcuni esempi sono rappresentati dal progetto Innovascuola e dal progetto ilbambinoautore.

¹¹Citiamo ad es. www.educationcity.com

numero di studenti di potervi partecipare, beneficiando di un **costo notevolmente ridotto** rispetto a quello dei normali interventi in presenza.

Inoltre, tutti gli attori hanno la possibilità di interfacciarsi con un tutor, il quale potrà chiarire possibili problematiche insorte durante lo svolgimento del corso e nell'utilizzo del portale.

Altro vantaggio importante che la scuola in questo contesto acquisisce, è quello di avere un ruolo attivo nella formazione alla prevenzione, incoraggiando, affiancando e monitorando gli studenti nell'interazione cooperativa attraverso il portale, la piattaforma di e-learning e i contenuti da essa veicolati, e approfondendo quindi sempre di più il rapporto con loro.

La modalità di lavoro in rete tra insegnanti, genitori e ragazzi, inoltre, permette alla scuola di coinvolgere la famiglia in un'alleanza più salda e utile a ottimizzare sforzi e risultati educativi.

Ulteriore obiettivo di I-KIWI è di offrire alle scuole interessate anche una consulenza operata da medici e psicologi, attraverso differenti modalità (chat, videochat), attraverso uno "Sportello medico-psicologico virtuale", garantendo così una valida alternativa allo sportello di ascolto psicologico in presenza, aggiungendovi inoltre un servizio di prima consulenza medica.

Gli alunni

Obiettivo di I-KIWI è fornire agli studenti di usufruire un programma di prevenzione a 360 gradi. Gli studenti hanno quindi la possibilità di utilizzare il portale e la piattaforma e-learning sia in classe, con la mediazione attenta dell'insegnante, ma anche a casa, attraverso il collegamento ad internet ed il proprio personal computer o tablet PC (es. iPad).

L'apprendimento, in questo modo differenziato, diviene maggiormente aderente ai bisogni e agli interessi dell'alunno, alla sua disponibilità e tempistica nell'imparare, stimolando la cooperazione tra pari, facilitata dai luoghi di condivisione forniti dall'utilizzo del portale stesso (es. blog, wiki, forum, social network ecc).

Il grande vantaggio per gli studenti, inoltre, è quello di non dovere rinunciare a una prevenzione efficace e coinvolgente sui diversi temi della loro attualità, potendo instaurare un dialogo su di essi, talvolta carente, assieme a genitori, insegnanti e gli esperti di I-KIWI.

Pur mantenendo, attraverso il tutor, tracciabilità e monitoraggio delle attività condotte dall'alunno all'interno del portale e della piattaforma e-learning, lo studente mantiene un range di indipendenza ed autonomia all'interno del percorso formativo, che gli permette di imparare con efficacia e divertimento in modo flessibile e dinamico. L'utilizzo delle dinamiche dell'apprendimento attivo e la sperimentazione operati attraverso il paradigma pedagogico del costruzionismo sociale, completano i punti di forza di questo tipo di apprendimento, che risulta essere di gran lunga più efficace rispetto ad una normale lezione frontale¹².

I professori

In quest'ottica di apprendimento, obiettivo di I-KIWI è favorire l'incremento dell'interazione e il supporto tra professori ed alunni, investendo gli insegnanti del ruolo fondamentale di facilitatori dell'apprendimento. Il ruolo strategico da loro assunto nell'educazione dei ragazzi, è qui impreziosito dal condividere assieme un linguaggio, quello digitale, più vicino agli studenti che ai docenti. Ulteriore obiettivo riguarda gli insegnanti stessi, che possono essere a loro volta target di interventi di prevenzione, svolti sui medesimi temi offerti agli alunni, così da ottenere due tipi di know-how:

- "Cosa dire": essere supportati nella loro attività di **guida formativa degli alunni**, offrendo competenze specifiche e puntuali sugli argomenti trattati, utili a rispondere ad eventuali domande di approfondimento dei discenti (es. rispondere a domande sulla sessualità)
- "Cosa e come fare": essere supportati nella loro quotidiana attività di genitori e formatori, attraverso corsi specifici che li aiutino meglio a comprendere **come gestire situazioni di difficoltà** all'interno della scuola (es. far fronte ad una situazione di bullismo)

¹²L'efficacia della formazione erogata in modalità e-learning è stata ampiamente valutata dallo studio del Dipartimento dell'Educazione del governo degli Stati Uniti, intitolato "Evaluation of Evidence-Based Practices in Online Learning: A Meta-Analysis and Review of Online Learning Studies", attraverso un'analisi condotta per dodici anni su migliaia di corsi, a distanza e dal vivo. Per lo studio integrale: www.ed.gov

I genitori

Per il progetto I-KIWI, in ottica di prevenzione, il coinvolgimento della famiglia è importante tanto quanto quello dei ragazzi e degli insegnanti. Troppo spesso i genitori vivono marginalmente gli interventi che la scuola effettua per garantire ai ragazzi una crescita sicura, ignorando così il ruolo chiave che potrebbero rivestire nel mantenimento dei cambiamenti che la scuola avvia.

In quest'ottica di apprendimento, connettere figli e genitori in una trama narrativa comune è garanzia di aumento dell'efficacia dell'intervento, oltre che strumento per incrementare il benessere della famiglia intera.

Creare una genitorialità responsabile e attiva è un obiettivo perseguito dal progetto I-KIWI, finalizzata ad un miglioramento nella modalità comunicativa tra genitori e figli, che sia più utile alla risoluzione delle situazioni di crisi e maggiormente funzionale ad una crescita serena.

1.2.3 Gli strumenti di apprendimento

I-KIWI propone differenti strumenti di apprendimento per attuare il suo **programma di interventi di prevenzione**, differenziati per argomento, età e tipologia di utenti, fruibili attraverso l'**accesso al portale**, identificabili nella *didattica digitale* (es. corsi in e-learning, edugames, ecc), nell'interazione con i principali *social network* e nella *consulenza online* (es. sportello medico-psicologico online, consulenza on demand).

Il portale e i social network (SN)

Per garantire, soprattutto ai minori, la possibilità di interazione tra pari all'interno di un ambiente **protetto e sicuro**, l'accesso al portale è garantito ad ogni utente attraverso la convalidazione dell'iscrizione da parte dello staff di I-KIWI, che attraverso i dati immessi, ne verifica l'identità e consegna a ciascun iscritto una password di accesso univoca. L'accesso al portale è dunque nominale e non cedibile.

Oltre alla socializzazione e alla peer-education stimolata e facilitata attraverso il portale e la piattaforma e-learning, che al suo interno contiene già molti elementi e strumenti sociali utili a questo scopo, I-KIWI si pone anche come ponte con i principali social network (es. facebook, google +, twitter, ecc), attraverso la creazione di gruppi tematici di discussione, pagine informative ecc, al fine di facilitare il processo di prevenzione, andando ad agire all'interno di quegli ambienti che contengono già al loro interno la stragrande maggioranza delle relazioni tra under 18.

I social network in supporto agli altri servizi erogati dal portale, permettono infatti di proporre un tipo di formazione meno istituzionalizzato e direttivo, creando un ambiente sociopedagogico "di mezzo", a metà tra istituzione e sistemi web aperti, all'interno del quale è possibile sperimentare sia l'apprendimento formale (es. corsi FAD) che l'apprendimento informale (confronto tra pari e serendipità dell'apprendimento),¹³ attraverso un vero e proprio social learning.

La didattica digitale: la piattaforma e-learning

L'era della formazione a distanza (Fad), individuale, svolta in un ambiente chiuso, dai contenuti fortemente strutturati e rigidi è definitivamente tramontata. La diffusione del web 2.0, l'uso di webcam, wiki, blog, software multimediali e tecnologie partecipative ha permesso un salto di qualità nei programmi di formazione a distanza.

L'e-learning è dunque oggi un ambiente di apprendimento aperto, flessibile e informale che viaggia in rete, abbatte le frontiere di spazio e tempo e contribuisce alla diffusione delle conoscenze e delle competenze.

Le metodologie e gli strumenti dell'e-learning di ultima generazione puntano infatti sempre più a forme di apprendimento collaborativo, le quali pongono il fruitore al centro di una molteplicità di relazioni e lo rendono partecipante attivo, nonché costruttore di conoscenza. Il singolo diventa il centro della rete, contribuisce alla creazione dei contenuti e li condivide in modo interattivo con gli altri. Apprendimento formale, non formale e informale si intrecciano,

¹³Fini A. e Cigognini M.E. (a cura di) (2009), *Web 2.0 e social networking. Nuovi paradigmi per la formazione*, Trento, Erickson.

generando una fluidificazione dei saperi. Grazie alla rete si apprende informalmente, quasi per caso e l'esperienza quotidiana diventa complementare a quella istituzionale.

A questo scopo, in stretta interazione con i social network, utili per favorire un apprendimento informale, I-KIWI ha deciso di utilizzare una piattaforma di formazione e-learning, poiché questo strumento ha in sé caratteristiche importanti, più legate ad un apprendimento formale, che concorrono ad una migliore formazione complessiva del discente: la piattaforma favorisce infatti la gestione dell'iscrizione degli studenti, il tracciamento delle attività, la memorizzazione dei punteggi ottenuti dagli studenti, la loro organizzazione in "classi virtuali", la predisposizione di ambienti virtuali per favorire l'apprendimento e lo scambio collaborativo di informazioni (forum, chat, "aule virtuali").

I corsi, operati in e-learning, sono costituiti da moduli, chiamati learning objects.

I **Learning Objects** sono **unità minime di apprendimento**, costituite da immagini, video, audio (es. animazioni con storytelling, edugames, animazioni in flash, ecc).

Il *pool* di persone che ha il compito di suddividere i contenuti didattici in LO, è normalmente coordinato dal project manager ed è costituito da esperti di contenuto (content manager - docenti), da tecnologi (programmatori/grafici/animatori flash, ecc) e da esperti didattici (instructional designer).

Per quanto possibile un LO dovrebbe essere fruito, all'interno di una sessione di formazione, in modo ininterrotto. La *durata ottimale dunque, in termini di apprendimento* del LO è **di 20-30 minuti**. Un tipico LO inoltre, secondo la CISCO, dovrebbe proporre complessivamente **da 5 a 9 nuovi concetti**.

Gli elementi tipici che costituiscono la struttura di un LO sono:

- **un'introduzione**, che riporta principalmente gli obiettivi didattici espressi in modalità misurabile, gli eventuali pre-requisiti di fruizione, l'indice delle attività, la durata;
- **una serie di attività o argomenti** (tanti quanti sono necessari per conseguire l'obiettivo alla base del LO) che si compongono di elementi di contenuto e di pratica, secondo un mix coerente con l'obiettivo atteso;
- **un abstract** (una scheda sintetica degli argomenti presentati);
- l'indicazione dei LO correlati e di eventuali **approfondimenti**;
- un momento di **verifica** (assessment), mappato in maniera equilibrata su ciascuna delle attività che compongono l'intero LO. I momenti di verifica possono essere posti preliminarmente ad esso, all'interno e al termine dello stesso.

Il LO viene elaborato con modalità differenti, dipendentemente dal tipo di concetto che si vuole insegnare, in modo che risulti semplice, efficace e contribuisca a mantenere alta l'attenzione del discente.

La tutorship

Una delle maggiori criticità della didattica digitale rispetto alla formazione tradizionale è l'apparente mancanza del docente. Nella piattaforma e-learning di I-KIWI l'assenza di questa figura viene sopperita con **azioni di tutoraggio**, che supportano la formazione degli utenti per quanto riguarda l'approfondimento degli argomenti di studio e per la motivazione:

- Il tutor agisce in modalità asincrona sulle attività del singolo e del gruppo, attraverso gli strumenti disponibili (chat, forum, posta elettronica, ecc.), fornendo supporto ai discenti e valutando la loro attività formativa;
- E' subordinato agli "esperti di contenuto", ovvero i docenti referenti dei corsi (queste due figure, in una fase iniziale, possono coincidere), dai quali viene formato e coi quali si relaziona, per aiutare i discenti nella formazione;
- predispone, insieme al docente, un sistema di valutazione dell'apprendimento che sarà successivamente utilizzato sia per fini statistici, che per migliorare la successiva edizione dei corsi;
- Ha il compito di distribuire i materiali didattici e di supporto;
- Funge da moderatore durante le attività e in molti casi gestisce le aree di collaborazione della piattaforma.

Il tutor, all'interno di I-KIWI ha però compiti che non si limitano soltanto alla didattica digitale e alla piattaforma di e-learning: supporta infatti anche il community manager all'interno dei social network, svolgendo un servizio di prima accoglienza dei neoiscritti, alimentando le relazioni e favorendo lo scambio tra gli utenti di ciascuna area, moderando i forum tematici e introducendo nuovi argomenti di discussione per stimolare gli utenti.

Il tutor è formato dal team di I-KIWI per assolvere questi compiti al meglio. Su di lui il coordinatore dei tutor ed il comitato scientifico mantengono un ruolo costante di supervisione, a garanzia della qualità e serietà dei servizi erogati.

Nella prima fase di realizzazione del progetto (Anno 2011), il ruolo di tutor verrà assunto direttamente dai membri del comitato scientifico di I-KIWI che, all'ampliarsi del progetto stesso, provvederanno a formare di volta in volta altri tutor, per rispondere al crescente aumento di utenti e di corsi erogati dal portale.

La consulenza online

Nelle scuole vi è sempre più il bisogno di interventi specifici e personalizzati di consulenza, ascrivibili in parte alle attività dello sportello psicologico in presenza.

A questo scopo il programma I-KIWI offre, in aggiunta agli altri servizi di prevenzione, anche uno sportello di consulenza online, che però non si esaurisce nella sola consulenza psicologica, arricchendosi anche di altri tipi di consulenza (es. medici, pedagogisti, educatori, ecc).

La consulenza viene erogata sia all'interno dell'abbonamento annuale, in forma di microconsulenza, attraverso la possibilità data ad ogni studente, genitore e insegnante di inviare un quesito personale ad un consulente in forma diretta e privata, sia attraverso una consulenza "a pacchetto" in chat o videochiamata, offerta alla scuola come servizio aggiuntivo ai pacchetti stessi. E' disponibile anche una consulenza "on demand", usufruibile su appuntamento da genitori, studenti e insegnanti, indipendentemente dai pacchetti acquistati dalla scuola.

I consulenti, col supporto anche dei tutor, potranno inoltre essere interpellati dalla scuola o dagli insegnanti per agire in supporto a singoli soggetti (es. disturbo dell'apprendimento) o per offrire il loro supporto rispetto a situazioni di disagio che interessino gruppi di soggetti (es. bullismo in una specifica classe).

La consulenza verrà operata nella prima fase di realizzazione del progetto (Anno 2011) direttamente dal comitato scientifico di I-KIWI, che all'ampliarsi del progetto si espanderà progressivamente, includendo i docenti dei singoli interventi di prevenzione, che verranno ritenuti idonei ad essere formati per assolvere anche a questa funzione.

La consulenza online si pone altresì come utile strumento di screening e valutazione dell'ecosistema scuola, all'interno del quale è inclusa anche la famiglia, in qualità di facilitatore dell'emergere di situazioni di disagio altrimenti ignorate o sottostimate. Come tale, si pone come ponte tra la scuola e i servizi territoriali, indicando in caso di necessità all'utente vittima di un disagio non gestibile attraverso la sola consulenza online, dove rivolgersi per usufruire di un supporto medico o psicoterapeutico in presenza attraverso il SSN nella sua zona.

2. PIANO STRATEGICO

2.1 Analisi Concorrenza

La didattica digitale nel **mondo**, vede - sia in termini di utenti che di fatturato del settore - al primo posto gli Stati Uniti, seguiti dal Regno Unito e dai paesi del Nord Europa (Svezia, Finlandia, Norvegia). Per il mercato USA sono state fatte previsioni di crescita da \$10,3 miliardi di mercato nel 2001, a \$80,5 miliardi nel 2006, a \$212 miliardi nel 2011¹⁴. Anche gli utenti del continente asiatico utilizzano in proporzione rapidamente crescente tecnologie di e-learning.

¹⁴Forrester Research.

Nell'**Unione Europea** si evince un'attenzione alla dimensione pedagogica dell'e-learning dai programmi comunitari in questo campo. L'e-learning, viste le sue caratteristiche di flessibilità, è diventato lo strumento privilegiato su cui investire.

Con il trascorrere degli anni, attraverso l'esplorazione delle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie, abbiamo assistito al passaggio da interventi tesi a rafforzare le infrastrutture e le piattaforme, a interventi maggiormente concentrati su aspetti didattici, con una forte attenzione agli standard di qualità. Sottolineando poi la dimensione globale del fenomeno, anche l'OECD stesso e l'ONU (in particolare l'UNESCO e WIPO), hanno supportato la "Open Learning initiative" su scala mondiale verso una **pedagogia che sia realmente globale ed accessibile da tutti**.

Durante il Summit del 2001, sono state fissate tre linee guida fondamentali: estendere le opportunità di istruzione, accelerare l'innovazione educativa, esplorare le possibilità di cooperazione tra settori pubblico e privato.

Il secondo passo significativo è individuabile nella Decisione del 2003, in cui tra gli "obiettivi del programma e-learning", compare "*l'alfabetizzazione digitale come fattore non solo di coesione sociale ma anche di sviluppo personale*"; tra i campi di intervento del programma viene poi citato il gemellaggio virtuale – **e-twinning** - come "Azione per promuovere metodi di cooperazione innovativi ed il trasferimento di approcci pedagogici di qualità".

L'**Italia**, in ritardo rispetto ad altri paesi, **sta accelerando il proprio cammino**¹⁵ per riallinearsi agli obiettivi di Lisbona. L'Osservatorio E-learning 2006 realizzato dall'Associazione Italiana per l'Information Technology mette in luce un trend positivo del mercato dell'e-learning nel nostro Paese. L'incremento della spesa complessiva nell'ultimo anno preso in esame, il 2005, rispetto al precedente, è stato di circa il 13 %. La sua diffusione non risulta però omogenea. Lo sviluppo di internet in Italia negli ultimi anni e la diffusione dei pc prima e delle LIM poi all'interno degli istituti scolastici (attraverso ad es. il progetto Classi 2.0), hanno dunque prodotto una graduale, ma ancora limitata, informatizzazione massiva del Paese.

La diffusione dei social network e dei sistemi di instant messaging, la forte diffusione di tablet (iPad, android ecc), SmartPhone, eReader ed il crescente interesse assunto da internet e dall'informazione da esso veicolata, in modo semplice ed immediato, da parte della popolazione under 18, fa pensare che ci possa essere un **alto riscontro positivo**, così come già avvenuto in altri stati (es. UK, USA, ecc.) nell'utilizzo dei medesimi media all'interno della scuola, al fine di produrre contenuti appetibili quanto efficaci.

In base ai dati di Audiweb database¹⁶ il 60,5% delle famiglie italiane, 12,8 milioni, dichiara di avere un collegamento a internet da casa. Sono 34,4 milioni gli Italiani che dispongono di un collegamento a internet, il 71,5% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni, con un incremento del 7% su base annua. La disponibilità di un collegamento a internet da cellulare cresce del 50,5% in un anno, raggiungendo 7,3 milioni di persone, il 15,2% della popolazione di riferimento. Nel mese di marzo 2011 l'audience online cresce del 12,4% su base annua raggiungendo 25,9 milioni di Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta attraverso un PC.

Essendo l'unica necessità richiesta quella di una connessione ad internet e di un personal computer, questo tipo di formazione-informazione, può essere **fruito da chiunque sul territorio nazionale**, sia nelle grandi città che nelle periferie, fino ai più piccoli paesi di

¹⁵A conferma della crescente necessità di investire su questa nuova modalità di apprendimento, rilevata a più livelli dal mondo della scuola, nel 2010 si è svolto a Brescia **Digital Education for the Digital Native**, al quale hanno preso parte esperti internazionali, illustrando la loro vision su scuola e tecnologia: "*L'inserimento di strumenti all'avanguardia e sistemi digitalizzati per la formazione sono i più indicati per stimolare ogni area dell'apprendimento degli studenti di questa generazione. Se computer, dispositivi portatili, contenuti digitali e internet fanno ormai parte della vita quotidiana degli studenti, anche l'apprendimento cambia, è mobile e sta ridefinendo l'esperienza didattica*".

¹⁶ Cfr. <http://www.audiweb.it/>

provincia, garantendo uguali disponibilità di risorse formative a tutti i discenti, indipendentemente dal luogo di residenza. Possono fruirne dunque così anche utenti che non avrebbero altrimenti modo di beneficiare di una formazione adeguata (es. studenti ospedalizzati o temporaneamente impossibilitati a recarsi a scuola).

I pochi contributi che si ritrovano nel mercato italiano, per ciò che riguarda veri e propri corsi operati a distanza, sono spesso ad opera di singoli insegnanti, per l'insegnamento delle materie curricolari nelle proprie classi, soprattutto di scuola media superiore ed utilizzano una metodologia mista, tra lezione in presenza e lezione online.

Sui temi specifici della prevenzione che interessano il programma I-KIWI, non esistono realtà che trattino queste tematiche attraverso veri e propri corsi in e-learning.

Tra le iniziative attualmente presenti in Italia nel campo della **didattica digitale**, rivolta agli under18, troviamo alcune valide esperienze effettuate però attraverso mondi virtuali second life-like environment.

Scuola3D, è il progetto dell'Istituto pedagogico di Bolzano dedicato al mondo dell'istruzione e formazione. Il progetto si sviluppa principalmente in un mondo 3D, ma si avvale anche di strumenti Web 2.0 che consentono una costruzione collettiva connettiva di conoscenza.

aVataR@School, è un progetto co-finanziato dalla commissione europea, che esplora nuovi modi di risolvere i conflitti, basati sull'utilizzo del role playing virtuale. Il target sono studenti, insegnanti e mediatori, coinvolti in una serie di situazioni di conflitto nella scuola secondaria. Il progetto è operato da Germania, Romania, Spagna e Inghilterra, con la collaborazione dell'Italia.

I-KIWI, che attualmente non contempla al suo interno l'ausilio di mondi virtuali per esplicitare il suo programma di prevenzione, si differenzia da queste valide realtà, garantendo agli studenti un apprendimento maggiormente variegato, operato con differenti modalità, all'interno del portale: corsi in elearning, per un apprendimento formale, seppur collaborativo; i social network, per un apprendimento informale e cooperativo; nonché un apprendimento maggiormente centrato sul "learning by doing", attraverso l'ausilio di edugames e animazioni interattive. Lo studente, a differenza dei mondi virtuali, ha quindi la possibilità utilizzare diversi strumenti di apprendimento, prediligendo quelli che preferisce, per migliorare il suo apprendimento.

Per ciò che riguarda l'apprendimento, effettuato attraverso learning objects, animazioni in flash, portali almeno in minima parte interattivi ed edugames, il panorama appare maggiormente variegato, soprattutto per quel che riguarda l'estero.

Al suo interno ritroviamo alcune realtà che trattano, più o meno marginalmente, le tematiche della prevenzione:

Adventures in sex city è un edugames in flash, che propone attraverso un quiz animato, l'educazione sessuale dei teenager. Nonostante l'idea sia buona e l'obiettivo lodevole, la staticità della scena, fa sì che l'animazione appaia poco stimolante e stanchi velocemente.

GotATeenager si propone, attraverso un portale nel quale vi si ritrovano molte animazioni in flash interattive ed educative, di far fronte alle problematiche dell'adolescenza, attraverso l'informazione dei giovani anche su tematiche della prevenzione, quali droga, comportamenti a rischio, bullismo ecc. Il portale appare molto ben fatto e, anche se I-KIWI si propone di toccare aree più vaste nell'ambito della prevenzione, resta comunque un buon punto di riferimento a cui guardare.

E-learningforkids infine, propone animazioni in flash, differenziate per età e tematica, alcune delle quali su temi della prevenzione (es. bullismo).

Pur essendo animazioni molto semplici, appaiono funzionali allo scopo e piacevoli da fruire.

I-KIWI pur avendo nei suoi intenti quello di proporre edugames e animazioni interattive, si differenzierà rispetto a queste realtà per il target d'intervento, essendo orientato non solo ai teenager o ai bambini, ma a tutti gli studenti di scuola elementare e media inferiore e superiore, nonché a genitori e insegnanti. Avrà inoltre una componente maggiormente interattiva, collaborativa e socializzante, composta dai social network e favorita dal lavoro dei tutor e ai consulenti, ai quali potrà essere richiesta anche una consulenza personalizzata, tramite il supporto medico-psicologico virtuale.

Grazie alla diffusione di pc, connessioni ad internet veloci e LIM nelle scuole italiane negli ultimi anni, è presumibile pensare che, così come in altri paesi tecnologicamente più precoci di noi, la diffusione della tecnologia e-learning inizierà anche qui una graduale espansione, fino ad assumere una notevole rilevanza nel mercato della formazione. L'abbassamento delle tariffe di collegamento ad internet, la massiva informatizzazione dei cittadini ed il sempre maggiore acquisto di pc da parte dei singoli individui, amplia ulteriormente questa prospettiva, aprendo nuovi possibili sbocchi alla formazione a distanza.

Per completezza, è da segnalare il fatto che alcune associazioni onlus, così come alcune ASL locali, sia all'interno che al di fuori del progetto "Guadagnare Salute" promosso dallo Stato Italiano, offrono alle scuole dei corsi in presenza gratuiti, su alcuni limitati temi della prevenzione.

Una problematica legata a questa offerta è però dovuta al fatto che soltanto alcuni istituti scolastici, avvantaggiati dalla vicinanza geografica alle sedi delle suddette associazioni o ad ASL proponenti corsi, riescono effettivamente a beneficiare di questa formazione. I suddetti corsi inoltre, propongono un tipo di formazione in presenza, fondato molto spesso sulla didattica direttiva e frontale, che risulta meno efficace nel produrre effettivi cambiamenti negli stili di vita dei discenti. In ultimo, questi corsi hanno solitamente una durata molto breve (spesso un solo incontro) e non garantiscono ai discenti, nè a professori e genitori, un contatto continuo e successivo, a supporto dell'intervento preventivo effettuato e non facilitano dunque la creazione di una comunità collaborativa di scambio e supporto tra pari.

Il progetto I-KIWI, invece, ha la possibilità di raggiungere tutte le strutture scolastiche informatizzate, offrendo la medesima qualità di formazione a tutti gli allievi, facendo leva su una modalità di apprendimento più appetibile e più efficace e protraendo il suo intervento, anche dopo il termine del singolo intervento preventivo, attraverso il social network.

Come già discusso, riteniamo ci sia una grave carenza rispetto alla formazione sui temi di prevenzione all'intero delle scuole, causata soprattutto da una grave riduzione di budget, che ha costretto la scuola ad infliggere numerosi tagli in tal senso.

La prevenzione però è un tema caldo che interessa i cittadini a più livelli:

1. **A livello del singolo**, perchè migliora il suo stile di vita e dunque la sua qualità di vita, potenziando le sue risorse;
2. **A livello dello Stato**, perchè migliora il livello generale di benessere e salute del paese, generando un consistente risparmio a livello sociale (es. incidenza sul SSN).

In questo la formazione a distanza (FAD), sia essa operata attraverso l'apprendimento formale tramite corsi in e-learning o informale tramite la peer-education attraverso i social network, si inserisce come **valore aggiunto**, garantendo vantaggi a più livelli:

1. Per le scuole, perchè garantisce la possibilità di offrire agli alunni interventi efficaci, appetibili e di alta qualità, a costi contenuti
2. Per gli alunni, i genitori e gli insegnanti, perchè permette di usufruire di un intervento di prevenzione efficace e valido, indipendentemente dalle risorse del luogo di residenza che, in molte situazioni di provincia, potrebbero risultare, in tal senso, fortemente penalizzanti.

Pensiamo che esistano diversi tipi di interlocutori che possano essere interessati a finanziare la nascita di I-KIWI:

- Istituzioni (enti di governo locali, nazionali, comunitari)
- Fondazioni bancarie e culturali o filantropiche
- Cittadini privati ed associazioni di cittadini (es. associazioni di genitori o insegnanti)

2.2 Vantaggi competitivi

Il programma I-KIWI possiede importanti vantaggi competitivi:

- **first-mover advantage**, non essendoci attualmente competitor sul mercato che propongano un servizio assimilabile a quello da noi proposto.
- **programma integrato di apprendimento**. Il programma proposto infatti, pur afferendo ai modelli di didattica online, utilizza un innovativo programma integrato di apprendimento, che coinvolge al suo interno sia la didattica formale, tramite la piattaforma e-learning, che quella informale, tramite i social network ed unisce a queste due componenti, la consulenza online a completamento della strategia integrata di erogazione di una prevenzione realmente efficace e protratta nel tempo.
- **comitato scientifico**, che offre consulenza online all'interno della scuola, sostituendo lo sportello psicologico scolastico, operato in presenza, ad un costo minore, rendendo la consulenza flessibile e richiedibile dagli utenti, on demand e possiede grande esperienza sulle tematiche della prevenzione, guadagnata negli anni attraverso la prevenzione in presenza.
- **Facile copertura del territorio**, essendo I-KIWI diretto a tutto il territorio nazionale informatizzato, a differenza dei singoli rari programmi di prevenzione operati in presenza, che coprono il territorio in una modalità disomogenea.

2.3 Strategia deliberata

La strategia deliberata seguita dal programma I-KIWI, si fonda su alcuni principi:

- utilizzo degli strumenti della didattica online, che favorisce la diffusione massiva e aumenta l'appetibilità e l'efficacia del prodotto
- costituzione di un vantaggio competitivo basato su prezzi competitivi che costituiscono lo strumento per cominciare a conquistare il mercato

3. PIANO DI MARKETING

Gli obiettivi della campagna di marketing sono molteplici, poiché i soggetti a cui I-KIWI si rivolge sono diversi e richiedono modalità di contatto e coinvolgimento personalizzate.

Distinguiamo, infatti, due target, differenziati sia per identità, sia per engagement richiesto:

- Gli istituti scolastici, i genitori e gli insegnanti
- Gli uffici scolastici regionali, l'Assessorato alla Sanità e Unità Organizzativa regionale "Governo della prevenzione e tutela sanitaria" e l'Assessorato all'Istruzione, MIUR, ANSAS (Agenzia nazionale per lo sviluppo dell'autonomia scolastica)

Per il primo target le azioni identificate sono:

- attività di comunicazione nei luoghi di pertinenza (istituti scolastici) tra cui: volantini, brochure, pieghevoli e altri deliverables cartacei.
- attività di comunicazione su riviste specialistiche nel mondo dell'istruzione: ottenimento di visibilità giornalistica, pubblicità cartacea, ecc.
- attività di contatto diretto e indiretto con le strutture scolastiche, gli insegnanti e i genitori da parte della forza vendita di I-KIWI
- presenza ad eventi di settore

Per il secondo target le azioni identificate sono:

- contatto diretto al fine di stabilire partnership utili alla diffusione del progetto, a più livelli attraverso un'adeguata attività di comunicazione: volantini, brochure, pieghevoli e altri deliverables cartacei.
- Promozione attraverso accessi demo al servizio al fine di farne valutare adeguatamente tutte le potenzialità.

3.1 Mercato potenziale

Il programma I-KIWI ha un mercato potenziale vario ed ampiamente espandibile, ascrivibile al mondo della scuola e a tutti gli attori da esso interessati.

A scopo esemplificativo, citiamo qui alcuni possibili campi di azione:

- Supporto continuo: uno sviluppo possibile è quello di fornire, su richiesta, un supporto continuativo “su misura” attraverso un consulente che mantenga un contatto costante con le classi in fasce specifiche e selezionate di tempo, non limitato al normale pacchetto di consulenza online, divenendo così un vero e proprio “psicologo o medico a supporto di una specifica classe/scuola”, con un ruolo ascrivibile al medico o psicologo scolastico (ad es. attivazione del forum “Diario segreto”, dove porre domande e chiedere aiuto in forma anonima, ecc). Questo faciliterebbe ancora di più il **riconoscimento di situazioni di disagio** (prevenzione secondaria) e permetterebbe quindi all’utente di poter operare una richiesta di supporto che gli permetta di esser indirizzato agli organi competenti più idonei (es. ad un consultorio di zona, ecc)
- Progetti di riabilitazione e terapia: già da diversi anni il trattamento dei disturbi dell’apprendimento (es. dislessia, disgrafia, ecc) vede come prezioso l’ausilio delle nuove tecnologie, attraverso programmi di riabilitazione computerizzati. Attraverso I-KIWI sarebbe possibile utilizzare programmi di questo tipo su scala nazionale, a supporto di studenti e insegnanti, rendendoli fruibili con maggiore facilità attraverso la piattaforma online, sotto la supervisione esperta dei consulenti.
- Progetti di ricerca: la popolazione under 18 è da sempre oggetto di attenzione da parte della ricerca scientifica, al fine di ottimizzare i programmi di formazione, supporto e prevenzione operati su questa fascia d’età. In quest’ottica I-KIWI potrebbe porsi come ponte tra la ricerca e la formazione, anche in collaborazione con altri enti (es. ministero della salute, case farmaceutiche, ecc), agendo come facilitatore di ricerche-intervento.
- Campagne preventive: al di là degli interventi preventivi offerti attraverso i corsi erogati, I-KIWI si propone, una volta raggiunta una sufficiente popolazione di studenti, professori e genitori fidelizzati, di attuare attraverso il portale, campagne informative e preventive specifiche (es. prevenzione della guida in stato di ebrezza), anche in supporto a quelle operate dal ministero della salute.
- Applicazioni Iphone/Ipad: vista la crescente espansione di questi dispositivi soprattutto nella popolazione under 18 e le competenze già presenti nel management team in quest’ambito, è largamente ipotizzabile la creazione di applicazioni su temi della prevenzione, dirette al mondo della scuola dell’obbligo ed extrascolastico.

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

Soprattutto alla luce del fatto che non vi è la presenza di competitor né nazionali né internazionali per questo specifico settore legato alla didattica online e che il bisogno di una prevenzione efficace non è esclusivo unicamente del panorama italiano, il modello di business, così come è stato proposto, è potenzialmente espandibile anche al di fuori dell’Italia, attraverso la semplice traduzione dei contenuti erogati.

Il management team del progetto I-KIWI ha considerato pertanto una potenziale espansione in tal senso, successivamente all’ottenimento previsto nel 2016 di una penetrazione minima del mercato target nel territorio nazionale.

3.1.1 Progetti di prevenzione per gli alunni: temi ed obiettivi

I temi qui di seguito presentati rappresentano alcuni dei progetti normalmente proposti in presenza, secondo differenti prospettive, su alcuni temi della prevenzione.

Essi sono qui esposti sono a titolo esemplificativo degli interventi effettuabili, non esaustivo degli stessi.

ALIMENTAZIONE	LIFE SKILLS
AUTOSTIMA E CONSAPEVOLEZZA	MALTRATTAMENTI
USO DEL CASCO	PRONTO SOCCORSO
COMUNICAZIONE	DISPERSIONE SCOLASTICA
DISABILITA'	RISCHIO E STILI DI VITA
DONAZIONE SANGUE E TRAPIANTI	AFFETTIVITA', RELAZIONALITA' E SESSUALITA'
EDUCAZIONE ALLA SALUTE	USO DI SOSTANZE E NUOVE DIPENDENZE
BULLISMO E GESTIONE CONFLITTI	IDENTITA'
INTERCULTURA	INFORMAZIONI SCIENTIFICHE

3.2 Mercato obiettivo

Il programma I-KIWI ha come target la scuola dell'obbligo, intesa come l'insieme delle scuole elementari, medie inferiori e medie superiori.

Il progetto I-KIWI **nasce con il desiderio di coprire tutto il territorio nazionale** e di divenire il **principale referente nazionale per gli interventi di prevenzione**, coinvolgendo e rivolgendosi a tutti gli istituti scolastici, sia pubblici che privati, a tutti gli insegnanti, ai genitori e agli studenti.

Nonostante vi sia in parte ancora una leggera disomogeneità nell'accesso al Web tra le regioni del Centro-Nord e quelle del Sud, si prevede che in un futuro ragionevolmente prossimo, l'implementazione dell'accesso alla rete per i singoli cittadini e per le scuole, permetta loro di usufruire sempre di più del nostro servizio in ogni regione italiana.

Il ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca (MIUR), sta investendo in tal senso numerosissime risorse in progetti finalizzati all'informatizzazione e alla digitalizzazione della formazione scolastica, "**Scuola digitale**": Diffusione delle LIM nelle scuole, progetto CI@ssi 2.0 e progetto scuole in WI-FI.

Inoltre, essendo il programma I-KIWI usufruibile anche da casa, attraverso la connessione internet e un pc, un tablet (es. iPad) o uno smartphone (es. iPhone), è utile ricordare che il 60,5% delle famiglie italiane, 12,8 milioni, ha un collegamento ad internet da casa: ben 34,4 milioni di Italiani dispongono di un collegamento a internet (il 71,5% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni) con un incremento del 7% su base annua. La disponibilità di un collegamento a internet da cellulare è cresciuta rapidamente nell'ultimo anno, raggiungendo 7,3 milioni di persone, il 15,2% della popolazione di riferimento.

In base ai dati di Audiweb Database, nel mese di marzo 2011 l'audience online cresce del 12,4% su base annua raggiungendo 25,9 milioni di Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta attraverso un PC. Appare quindi chiaro come la digitalizzazione del nostro mercato obiettivo sia in rapida espansione.

3.3 Previsioni di vendita

IPOTESI DEL CONTO ECONOMICO	
Numero medio classi per istituto	15
Numero medio alunni per classe	20
Ricavo per classe per anno per il Pacchetto Base (1 corso)	240

Le previsioni di vendita sono state stimate nel quinquennio 2011-2015, su ipotesi fondate sui dati resi disponibili dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR).

ABBONAMENTI AL PORTALE					
SCUOLE ELEMENTARI					
	Fase Test				
ABBONAMENTO	2011	2012	2013	2014	2015
Scuole oggetto dell'azione di marketing nell'anno	-	18.314	18.314	18.314	18.314
di cui informatizzate		4%	4%	4%	4%
% penetrazione sulle scuole informatizzate		20%	10%	10%	10%
Classi acquisite nell'anno	-	2.198	1.099	1.099	1.099
Ricavo abbonamento portale	-	527.443	263.722	263.722	263.722
Classi fidelizzate gli anni precedenti			2.198	3.297	4.395
Ricavo vendita abbonamento in classi già fidelizzate			527.443	791.165	1.054.886
		-----	-----	-----	-----
		527.443	791.165	1.054.886	1.318.608
SCUOLE MEDIE INFERIORI					
	Fase Test				
ABBONAMENTO	2011	2012	2013	2014	2015
Scuole oggetto dell'azione di marketing nell'anno	-	7.966	7.966	7.966	7.966
di cui informatizzate		6%	6%	6%	6%
% penetrazione sulle scuole informatizzate		20%	10%	10%	10%
Classi acquisite nell'anno	-	1.434	717	717	717
Ricavo abbonamento portale	-	344.131	172.066	172.066	172.066
Classi fidelizzate gli anni precedenti			1.434	2.151	2.868
Ricavo vendita abbonamento in classi già fidelizzate			344.131	516.197	688.262
		-----	-----	-----	-----
		344.131	516.197	688.262	860.328
SCUOLE MEDIE SUPERIORI					
	Fase Test				
ABBONAMENTO	2011	2012	2013	2014	2015
Scuole oggetto dell'azione di marketing nell'anno	-	7.338	7.338	7.338	7.338
di cui informatizzate		8%	8%	8%	8%
% penetrazione sulle scuole informatizzate		20%	10%	10%	10%
Classi acquisite nell'anno	-	1.761	881	881	881
Ricavo abbonamento portale	-	422.669	211.334	211.334	211.334
Classi fidelizzate gli anni precedenti			1.761	2.642	3.522
Ricavo vendita abbonamento in classi già fidelizzate			422.669	634.003	845.338
		-----	-----	-----	-----
		422.669	634.003	845.338	1.056.672
		-----	-----	-----	-----
Totale ricavi sottoscrizioni scuole	-	1.294.243	1.941.365	2.588.486	3.235.608
CONSULENZA MEDICO-PSICOLOGICA					
Totale Studenti	-	107.854	161.780	215.707	269.634
Totale maestri/insegnanti (stima in difetto)		35.484	53.226	70.968	88.710
Totale genitori		215.707	323.561	431.414	539.268
		-----	-----	-----	-----
Totale soggetti potenzialmente oggetto di consulenza		359.045	538.567	718.089	897.612

CONSULENZA ON DEMAND	2011	2012	2013	2014	2015
% studenti/genitori che richiedono consulenza (da un'ora l'una)	5%				
Fatturato orario	35				
Consulenze studenti/genitori/insegnanti annue vendute	-	17.952	26.928	35.904	44.881
Ricavo annuo consulenza studenti/genitori/insegnanti	-	628.328	942.492	1.256.656	1.570.820
		-----	-----	-----	-----
		628.328	942.492	1.256.656	1.570.820
CONSULENZA A PACCHETTO	2011	2012	2013	2014	2015
PACCHETTO BASE					
Scuole clienti		360	539	719	899
% scuole che richiedono consulenza a pacchetto (da 42 ore annue)	2%				
Fatturato orario	25				
Ricavo unitario pacchetto consulenza scuole	1.050				
Ricavo annuo consulenza scuole	-	7.550	11.325	15.100	18.874
		-----	-----	-----	-----
		7.550	11.325	15.100	18.874
PACCHETTO PLUS					
Scuole clienti		360	539	719	899
% scuole che richiedono consulenza a pacchetto (da 84 ore annue)	5%				
Fatturato orario	21				
Ricavo unitario pacchetto consulenza scuole	1.764				
Ricavo annuo consulenza scuole	-	31.709	47.563	63.418	79.272
		-----	-----	-----	-----
		31.709	47.563	63.418	79.272
Totale ricavi consulenza sportello medico-psicologico	-	667.587	1.001.380	1.335.174	1.668.967
TUTOR PER ANNO IMPIEGATI NEL PROGETTO					
Numero tutor totali necessari:	-	18	27	36	45

20 N° scuole gestite da un tutor/ per anno

3.4 Scelte di marketing mix

Il programma I-KIWI offre ad ogni scuola la possibilità di sottoscrivere un abbonamento full access 24/24h al portale, che dà l'opportunità ai propri alunni, insegnanti e genitori di accedere e di usufruire dei diversi servizi offerti sia a scuola che a casa.

L'abbonamento può essere acquistato dalla singola classe, anche chiedendo un contributo economico diretto dei genitori o di altri soggetti interessati a finanziarlo (es.: comune, ufficio regionale scolastico, ecc.) e comprende l'accesso illimitato per gli studenti, genitori e insegnanti al portale, unito alla possibilità di usufruire di tutti i corsi in esso disponibili, che comprendono moduli didattici per genitori, insegnanti e studenti, ed una micro-consulenza che dà la possibilità ad ogni singolo studente, insegnante e genitore, di richiedere al docente del corso, tramite l'invio di una mail, una consulenza privata.

Viene fornito inoltre un piccolo modulo per gli insegnanti e i genitori, posto all'inizio di ogni corso a loro dedicato, che ha come obiettivo quello di introdurre all'utilizzo dei social network e della piattaforma e-learning, volto a colmare il digital divide.

Questo pacchetto, ha un costo per classe di 240 euro, pari in media ad un euro al mese per ogni studente.

Nel caso in cui la scuola decidesse di non sottoscrivere il servizio, i genitori e gli studenti, avranno la possibilità di sottoscrivere un abbonamento individuale per accedere ai servizi del portale, che appartengono alla loro singola area, nominale e non cedibile, ad un prezzo comunque competitivo e vantaggioso, che equivale a 50 euro annui.

Per gli insegnanti che ne facessero richiesta, l'accesso al portale ed ai corsi a loro specificatamente dedicati, sarà comunque accessibile in forma gratuita.

Vi è inoltre la possibilità di afferire, da parte di studenti, genitori e insegnanti, al servizio di **consulenza medico-psicologica "on demand"**, ovvero su richiesta, che offre la possibilità ad ogni attore della scuola, di mettersi in contatto online con un'equipe di consulenti, composta da medici, psicologi specializzati, pedagogisti ecc, attraverso chat o videochiamata, ad un costo competitivo di 35 euro/ora.

Vi è inoltre la possibilità per la scuola che ne facesse richiesta, di usufruire del servizio acquistando un pacchetto forfettario a scelta tra due disponibili formulazioni:

- **PACCHETTO BASE:** 42 ore all'anno ad un costo competitivo di 1050 euro complessivi, pari a 25 euro/ora.
- **PACCHETTO PLUS:** 84 ore all'anno ad un costo competitivo di 1764 euro complessivi, pari a 21 euro/ora.

TABELLE RIASSUNTIVE DEI COSTI E DEI SERVIZI OFFERTI

SOTTOSCRIZIONI SCUOLE	
PACCHETTI OFFERTI	BASE
SOCIAL NETWORK (supporto e gruppi di discussione)	Sì
CORSI ONLINE (moduli per studenti, genitori, insegnanti)	Tutti i corsi disponibili sulla piattaforma
MICROCONSULENZA	Sì
COSTO/Classe	300

SOTTOSCRIZIONI INDIVIDUALI	
SOCIAL NETWORK (supporto e gruppi di discussione)	Sì
CORSI ONLINE (per la categoria di appartenenza del sottoscrittore)	Tutti i corsi disponibili sulla piattaforma
MICROCONSULENZA	Sì
COSTO	50

CONSULENZA	ON DEMAND (all'ora)	PACCHETTO BASE	PACCHETTO PLUS
COSTO	35	1050	1764

3.4.1 Timeline: Tempistica e obiettivi

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 del portale (.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 presso l'Istituto Consumi, Comportamento e Comunicazione 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.
- Abbiamo stretto una collaborazione con il dr. Giorgio Gramegna, che è entrato nel team progettuale come CTO, per la realizzazione del portale e di un template ad hoc per la piattaforma e-learning.
- Abbiamo preso contatti per impostare una campagna di marketing adeguata
- 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

PRIMO ANNO: Settembre 2011-Dicembre 2011

ATTIVITA'/MESE	SEP	OCT	NOV	DEC
Creazione e pubblicazione del portale I-KIWI in versione beta	■			
Creazione e caricamento online del primo corso	■			
Test interno della piattaforma e-learning (primo corso)			■	
Formazione - training dei tutor			■	
Beta-test del corso				■
Attivazione del servizio di tutoraggio				■
Costituzione società			■	
Creazione e caricamento online del secondo corso			■	

L'obiettivo del primo anno consiste nella costruzione dell'impresa sociale e nella messa in opera dei servizi di base, necessari per testare il servizio, rendendolo funzionale.

Mentre viene messo a punto il portale e viene impostata e preparata la piattaforma e-learning, si procederà alla creazione del primo corso e al test del portale, della piattaforma e-learning e alla formazione del servizio di tutoraggio:

- Creazione e pubblicazione del portale I-KIWI in versione beta, ad accesso protetto, ma gratuito per questa prima fase
- Creazione e caricamento online di un primo corso di prevenzione per la scuola elementare
- Test interno dei servizi del portale in fase beta
- Formazione dei tutor per il primo corso

I mesi successivi saranno impiegati per un fase di test dei servizi all'interno del portale, delle attività di tutoraggio e il beta-test del primo corso, alla creazione del secondo corso:

- Beta-test del primo corso creato, da sottoporre a due scuole della provincia milanese, al fine di valutarne criticità e punti migliorabili e realizzare così un prodotto finito, in seguito al quale partire con la creazione di corsi successivi e dei conseguenti beta-test.
- Attivazione del servizio di tutoraggio che in questa fase sarà operato dal team di I-KIWI
- Realizzazione di una adeguata strategia di marketing per proporre al mondo scolastico il programma di prevenzione di I-KIWI
- Coinvolgere le associazioni legate al mondo della scuola, di insegnanti e di genitori, e i forum a tema scolastico; valutazione di alleanze con realtà che abbiano obiettivi analoghi ai nostri
- Creazione del secondo corso di prevenzione, rivolto alle scuole elementari.
- Costituzione della società

SECONDO ANNO: Gennaio 2012-Dicembre 2012

ATTIVITA'/MESE	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
Miglioramento e valutazione del primo corso	Orange											
Valutazione dei servizi	Red											
Creazione di due corsi	Green											
Creazione di due corsi			Yellow									
Creazione di due corsi					Yellow							
Creazione di due corsi									Green			
Creazione di due corsi											Red	
Formazione Tutor							Dark Green					
Studio e realizzazione campagna di marketing per i potenziali sottoscrittori	Orange											
Promozione dei corsi in Lombardia			Yellow									
Promozione abbonamenti al servizio			Green									
Implementazione del portale e attivazione completa dei servizi	Orange											
Contatti con associazioni e partner	Red											

L'obiettivo del secondo anno e' quello di mettere a punto il servizio al fine di proporre I-KIWI alle scuole e a tutti i possibili soggetti interessati, per raccogliere gli abbonamenti e raggiungere l'autofinanziamento.

Nei primi quattro mesi dell'anno si procederà quindi alla valutazione e al miglioramento dei servizi e a testare e implementare il servizio attraverso l'erogazione di quattro nuovi corsi; studiare un'adeguata campagna di marketing, per prepararsi al lancio sul mercato del servizio a settembre 2012:

- Valutazione dei servizi, attraverso la predisposizione di questionari per gli utenti.
- Miglioramento del primo corso e del servizio, secondo le valutazioni raccolte
- Creazione ed erogazione di altri quattro corsi di prevenzione, attraverso la piattaforma e-learning in forma di beta-test gratuito, alle scuole target precedentemente identificate
- Studio e realizzazione campagna di marketing

- Implementazione del portale e attivazione completa dei servizi:
 - Ampliamento dell'area dedicata alla didattica digitale
 - Attivazione di uno sportello medico-psicologico online
 - Attivazione di un'area dedicata alla ricerca/intervento
 - Attivazione dell'area dedicata alla socializzazione
- Promozione del programma di I-KIWI su scala nazionale, attraverso gli USR (Ufficio Scolastico Regionale) e la campagna di marketing, in modo da proporre una diffusione nelle scuole dei primi sei corsi, messi a punto come testati ed operativi.

Il secondo obiettivo, negli otto mesi successivi, è quello di procedere alla creazione dei restanti sei corsi previsti, alla formazione dei tutor e dunque, alla campagna di sottoscrizioni, attraverso la promozione degli abbonamenti ed iniziare così ad erogare il servizio a pieno regime da settembre 2012.

Negli anni successivi, il nostro obiettivo consisterà nel rivolgerci a Regioni e Comuni, provando a trovare un punto di dialogo con gli assessorati, gli uffici scolastici regionali e i ministeri, cercando di coinvolgere tutto il mondo della scuola e gli utenti che vi ruotano attorno, raggiungendo così entro la fine del 2013, l'autofinanziamento.

4. PIANO OPERATIVO

4.1 Catena del Valore



4.2 Processi chiave dell'azienda

Il processo chiave dell'azienda è costituito dalla modalità di erogazione del programma I-KIWI, che risulta essere per questo doppiamente innovativo e competitivo:

- La modalità di erogazione dei contenuti, attraverso la digitalizzazione degli stessi e l'erogazione attraverso internet
- Il processo integrato di apprendimento, che supera il concetto di e-learning, attraverso un social learning che utilizza diverse modalità di apprendimento (formale, informale e non formale) e di strumenti di apprendimento (e-learning, forum, edugames ecc), coniugando gli stessi con la consulenza online, operata dal comitato scientifico.

4.3 Management Team

Laura Duranti, 34 anni, psicologa psicoterapeuta cognitivo-comportamentale, specializzata in sessuologia clinica ed educazione sessuale attraverso il master triennale AISPA e il master universitario dell'università di Pisa. Esperta in educazione sanitaria e promozione della salute e perfezionata in Disegno e analisi di studi - intervento presso l'Istituto Superiore di Sanità.

Socia-terapeuta SITCC, FISS, LIDAP, AISPA e European federation of sexology.

Socia fondatrice dell'associazione onlus Donneinmente, per la ricerca e la terapia della depressione post-partum e la relazione mamma-bambino. Consulente per il portale mamma.it. Appassionata di nuove tecnologie e alla loro applicazione nel sociale, si occupa di informazione su diversi mezzi di comunicazione (stampa, tv nazionali, internet), interventi di prevenzione primaria e di applicazioni informatiche legate al mondo della formazione e della scuola.

Per I-KIWI: ideatrice, project supervisor.

4.3.1 Collaboratori e sostenitori di I-KIWI

Luca Mazzucchelli, 31 anni, psicologo psicoterapeuta ad orientamento sistemico-familiare e giornalista pubblicitario, ha fondato il gruppo AlgeriMazzucchelli.it, volto a coniugare la psicologia con le nuove tecnologie, realizzando la prima webTV italiana dedicata alla psicologia, istituendo l'Osservatorio di Psicologia e Tecnologia (OPT), sviluppando diverse 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 rapporti con la stampa

Davide Algeri, 34 anni, psicologo psicoterapeuta formato presso il Centro di Psicoterapia Breve Strategica di Arezzo. Collabora con l'Ordine degli Psicologi Lombardia all'interno del gruppo "psicologia e nuove tecnologie", dove si occupa di studiare la diffusione nell'uso degli strumenti di consulenza psicologica a distanza sul territorio nazionale. Ha fondato il gruppo AlgeriMazzucchelli.it. Ha collaborato con l'Istituto Auxologico_Italiano di Milano come ricercatore di Cyberpsychology e Cybertherapy, presso l'Applied Technology for Neuro-Psychology Lab., dove si è occupato di studiare e testare protocolli per il supporto al trattamento di diverse tipologie di disturbi psicologici, mediante l'uso delle nuove tecnologie e del biofeedback. Ha realizzato e condotto diversi interventi di prevenzione nelle scuole.

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

Alessandro Di Cresce, 43 anni, laureato in ingegneria al Politecnico di Milano, ufficiale dell'Esercito Italiano, ha lavorato dal 1994 a Londra e Milano per le banche d'affari Morgan Stanley e Merrill Lynch inizialmente nel settore delle fusioni, acquisizioni e finanza straordinaria, ed in seguito degli investimenti immobiliari; più recentemente per la Pirelli RE ed in proprio.

Per I-KIWI: Responsabile finanziario

Giorgio Gramegna, 31 anni, professionista del digital marketing con oltre 8 anni di esperienza. Molteplici e forti competenze tecniche ed analitiche.

Per I-KIWI: CTO

Chiara Bragherio, 34 anni, medico chirurgo, specializzanda in anestesia e rianimazione. Si interessa da diversi anni di interventi di prevenzione primaria, con una particolare attenzione alla persona vista nella sua totale interezza, attraverso un approccio biopsicosociale.

Per I-KIWI: Content manager area medica e tutor supervisor

Davide Sacchelli, psicologo psicoterapeuta. Ha lavorato per molti anni come consulente nell'ambito dei servizi di Tutela Minori, grazie alla quale ha maturato una notevole conoscenza e competenza nell'ambito dell'infanzia e del rapporto genitori-figli.

Per I-KIWI: Content manager area socio-psico-pedagogica

Aldo Torrebruno, ricercatore universitario, responsabile operativo del Laboratorio HOC, un laboratorio di ricerca del Politecnico di Milano e dei servizi alle scuole.

Per I-KIWI: Instructional designer

Francesco Pozzi, psicologo, ricercatore presso l'università IULM di Milano. Ha partecipato alla progettazione ed organizzazione di corsi di e-learning a supporto di attività clinica nell'ambito dell'obesità infantile e all'organizzazione e alla gestione di un laboratorio di e-learning (NeLL – "National e-Learning Laboratory") che ha coinvolto istituti superiori da varie regioni d'Italia.

Per I-KIWI: Ricerca e sviluppo

Laura Orlando, avvocato, responsabile del dipartimento proprietà intellettuale dello studio Simmons&Simmons Italia, specializzata in contenzioso in materia di diritto di proprietà intellettuale con particolare attenzione alle controversie brevettuali.

Per I-KIWI: Consulente legale

Col supporto di:



4.4 Risorse chiave

La risorsa chiave del programma I-KIWI è rappresentata dall'apporto operato dal Comitato scientifico, che è costituito da professionisti dell'ambito psicologico-sanitario, che hanno maturato negli anni una grande esperienza nel campo della prevenzione in ambito scolastico ed extrascolastico e si pongono dunque a garanzia della qualità dei servizi erogati.

5. PIANO ECONOMICO FINANZIARIO

5.1 Struttura finanziaria e fabbisogno di finanziamenti

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.

Attraverso il sostegno di capitali esterni ad opera di potenziali investitori, la timeline proposta subirebbe un'accelerazione ad essi proporzionale e gli obiettivi annuali, dal 2012 in avanti, si amplierebbero notevolmente, attraverso una più massiva azione di marketing ed un maggiore investimento nella produzione di corsi e interventi preventivi, con conseguente aumento sostanziale delle sottoscrizioni e dunque dei ricavi.

Il progetto si propone di raggiungere una propria sostenibilità economica, mediante alcune forme di finanziamento quali:

- Abbonamento annuale sottoscrivibile dalle scuole o dai genitori e studenti che volessero accedere ai contenuti del portale.
- Convenzioni con Regioni e Comuni per permettere alle scuole di riferimento un accesso free al portale e a uno o più corsi di prevenzione
- Sportello medico-psicologico virtuale (mediante chat e videochat) a pagamento, rivolto a studenti, genitori e insegnanti, sottoscrivibile in forma di pacchetti orari (60h/anno) in abbonamento, per le scuole o saltuariamente, "on demand", su specifica richiesta della scuola o dei singoli individui, attraverso il quale I-KIWI trattiene una percentuale su ogni singola consulenza erogata.

- Creazione di corsi sponsorizzati ad hoc, come modalità alternativa di marketing educativo per aziende interessate al target degli studenti under 18, genitori e insegnanti.
- Offrire ospitalità sulla piattaforma e-learning e la competenza maturata nella traduzione dei contenuti, da analogici a digitali, ai professionisti che vogliono proporre i loro corsi di prevenzione attraverso il programma di prevenzione I-KIWI, dietro accordo per la ritenzione di una percentuale dei profitti, originati dall'erogazione del corso stesso, da parte di I-KIWI.
- Ricerca di sponsor che supportino il portale a fronte di un label pubblicato nella pagina dedicata agli sponsor.

5.1.1 Assetto societario

La forma giuridica identificata per I-KIWI corrisponde ad una impresa sociale e nello specifico ad una S.r.l. unipersonale, che verrà costituita entro la fine del 2011.

5.2 Sintesi dei risultati economico-finanziari attesi

5.2.1 Business Plan 2011 – 2015

CONTO ECONOMICO	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>
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>		63%	56%	57%	58%

Nella tabella, vengono esposti in maniera riassuntiva, la stima dei costi totali e dei ricavi ipotizzati nell'arco di cinque anni di attività di I-KIWI, dal 2011 al 2015.

L'investimento iniziale, rilevabile dalla modellizzazione del conto economico, sufficiente a coprire le spese per raggiungere gli obiettivi del primo anno ed avviare la fase di sperimentazione, è pari a circa **15.000 euro**.

I ricavi sono stati definiti ipotizzando la sottoscrizione da parte delle scuole degli abbonamenti, la sottoscrizione degli abbonamenti individuali (genitori, studenti), i corsi customizzati e sponsorizzati per le aziende (dal 2013) e la consulenza operata dallo sportello medico-psicologico.

Da un'analisi di questa del mercato (ndr. dati MIUR) si evince, come sopraesposto nelle tabelle riguardanti i risultati attesi di vendita, che delle scuole elementari quelle informatizzate costituiscono il 4%.

Per quel che riguarda le scuole medie inferiori e superiori, il livello di informatizzazione è rispettivamente del 6% e 8%.

Seguendo gli obiettivi che ci siamo proposti, abbiamo ipotizzato di conquistare di anno in anno una fetta maggiore di questo mercato, anche a fronte di una specifica azione progressiva di marketing.

Nel 2012 abbiamo ipotizzato una penetrazione sul mercato del 20% delle scuole informatizzate, attraverso la vendita ad ognuno di questi istituti di un abbonamento per ognuna delle classi. Abbiamo stimato inoltre l'andamento della crescita delle sottoscrizioni, ipotizzando che di anno in anno, la vendita incrementi progressivamente del 10%.

Per quanto riguarda le consulenze erogate dal servizio medico-psicologico, nonostante il costo orario della consulenza sia il minimo del tariffario di medici e psicologi per questa attività, abbiamo ipotizzato che solo il 5% dei soggetti partecipanti ai nostri corsi (studenti, insegnanti, genitori) avrebbe voluto richiedere una consulenza on demand, stimando invece la vendita di pacchetti di consulenza base di 42 ore/anno, molto convenienti rispetto ad un usuale sportello psicologico in presenza, al 2% delle scuole clienti e quella dei pacchetti plus di 84 ore/anno, ancora più convenienti dei primi, al 5% delle scuole clienti.

I costi sono stati stimati, differenziandoli per singole macrovoci: nelle spese legate alla consulenza-risorse umane sono state considerate le spese legate alla consulenza legale, alla gestione del portale (il coordinatore tutor che entra a far parte dell'organico da settembre 2013, i tutor e il CTO-manteiner).

In ultimo, nelle spese legate alla consulenza, vi è la remunerazione dei consulenti, per le consulenze medico-psicologiche erogate online via chat o videochat.

I costi di consulenza sono costituiti per la gran parte dai costi di remunerazione dei tutor e dei consulenti dello sportello medico-psicologico, che gestiscono i corsi e le consulenze a pacchetto e on demand. Il numero dei tutor e dei consulenti coinvolti è direttamente proporzionale al numero di sottoscrizioni vendute alle scuole, dunque aumenta o diminuisce, all'aumentare o diminuire delle sottoscrizioni stesse.

Negli affitti è stata considerata la locazione di un piccolo ufficio – stanza, a Milano, servito di utenze. Nelle spese legate alle utenze sono state considerate le spese di hosting, di mantenimento del dominio internet e linee telefoniche cellulari per i consulenti.

Nelle spese amministrative sono state considerate le spese di costituzione della società, l'acquisto di materiale da cancelleria e le consulenze amministrative (commercialista, responsabile finanziario, amministrativo).

Nelle spese legate ai costi di vendita e distribuzione ritroviamo le spese del personale commerciale, del business developer manager, del marketing manager, le spese di trasferta su territorio nazionale, volte a fidelizzare nuove scuole.

Nelle spese legate alla pubblicità ritroviamo lo studio/realizzazione della campagna di marketing e il materiale informativo (deliverables, ecc), rivolta alle scuole ed agli individui potenzialmente sottoscrittori di abbonamento

Negli ammortamenti sono state considerate le spese legate agli investimenti immateriali, quali quelle legate alla produzione dei corsi, sia indipendenti che sponsorizzati (project manager,

instructional designer, content manager/docente, il grafico e il programmatore) e quelle legate allo sviluppo del portale. Il numero di corsi che si è ipotizzato di produrre è schematizzato nella tabella seguente.

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

Negli ammortamenti sono state inoltre considerate le spese legate agli investimenti materiali, quali quelle legate all'acquisto di hardware (pc, stampanti, ecc).

Per entrambi gli investimenti è stato considerato un periodo di ammortamento in 4 anni.

INVESTIMENTI	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>	<u>2018</u>	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				189.000
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 47.7750 57.575	47.7750 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
----------------------	---

Da una più approfondita analisi di scenario è emerso inoltre come il progetto riesca a raggiungere la sua autosostenibilità nel 2013, anche riducendo la produzione di corsi a soli tre e la popolazione target alle sole classi terze, quarte e quinte della sola scuola elementare.

Dall'analisi della tabella seguente, che riporta il prospetto riassuntivo del piano finanziario, 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.

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	0	47.984	47.984	47.984	143.951	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	