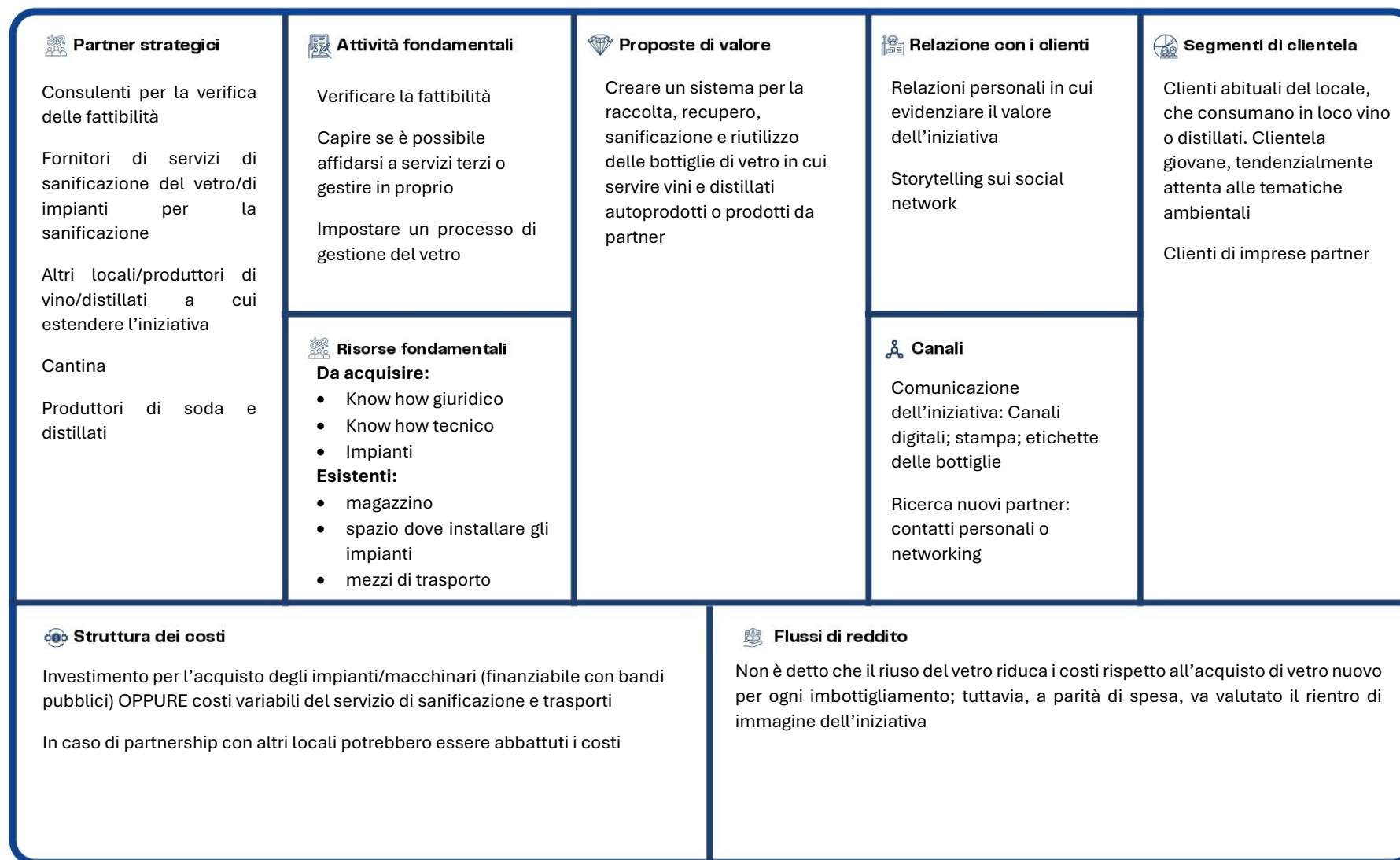


DATI DELL'IMPRESA

<i>Ragione sociale</i>	I Fichi Secchi di Franchini Federico & Filippo Bianco s.n.c.
<i>Sede legale</i>	Piazza Garibaldi 22 Rosignano Marittimo (LI)
<i>Referente</i>	Federico Franchini
<i>Partner territoriale di riferimento</i>	Comune di Rosignano Marittimo



Definisci, all'interno delle seguenti sezioni, gli elementi essenziali del progetto di circolarità della tua impresa, così come emerso dalla coprogettazione all'interno dei Living Lab.

Il Business Model Canvas dettaglia esclusivamente l'idea di sviluppare, all'interno dell'abituale funzionamento dell'attività di ristorazione, un sistema di recupero, sanificazione e riutilizzo del vetro, con la prospettiva di estendere il progetto ad attività simili alla nostra, per ottimizzare gli investimenti e massimizzare il risultato. I Fichi Secchi è un locale di somministrazione alimenti e bevande che serve anche vino e distillati autoprodotti e ha la possibilità di recuperare il vetro senza bisogno di organizzare un servizio di raccolta, ma soltanto adottando nuove pratiche di gestione del rifiuto. Il volume attuale di rifiuti smaltiti si aggira sulle 2000/3000 bottiglie all'anno. Le principali criticità rilevate riguardano l'identificazione, l'interpretazione e le modalità di applicazione della normativa vigente in materia.

Proposte di valore

Spiega quale valore offri ai clienti e in che modo la tua offerta intende contribuire ad un'economia più circolare. Può riguardare la riduzione degli sprechi, l'uso efficiente delle risorse, la possibilità di riuso o riparazione, ecc.

Imbottigliamento di vini e distillati in bottiglie in vetro recuperate, sanificate e riutilizzate. L'idea va nell'ottica di dare nuova vita a un contenitore integro, riutilizzabile, ma che per logiche di mercato viene generalmente smaltito e riciclato, con grande dispendio di energia e risorse. Un'alternativa per ridurre questo spreco è l'utilizzo di packaging di tipo diverso, ad esempio big bag o fusti, ma ciò comporta due criticità principali: una percezione di valore inferiore del prodotto ed effettive differenze di qualità.

Segmenti di clientela

Definisci i gruppi di clienti o organizzazioni a cui ti rivolgi. Puoi segmentarli in base alle loro esigenze di sostenibilità, alla propensione al riuso o al servizio, o alla disponibilità a pagare per soluzioni più circolari.

Clienti abituali del locale, che consumano in loco vino o distillati. Clientela giovane, tendenzialmente attenta alle tematiche ambientali

Clienti di imprese partner

Canali

Spiega come raggiungi e comunichi con i clienti, distribuendo la tua proposta di valore in modo efficiente e sostenibile. Può includere canali digitali, reti locali o sistemi di distribuzione a basso impatto ambientale.

L'iniziativa potrà essere promossa a mezzo dei canali digitali a disposizione (sito web e social network) e a mezzo stampa

L'etichetta delle bottiglie riutilizzate dovrà riportare informazioni sull'iniziativa di recupero (scritte o QR code)

La ricerca di partner potrà essere fatta sfruttando la rete di conoscenze personali o attraverso il networking

Relazione col cliente

Descrivi come costruisci e mantieni il rapporto con i tuoi clienti, mettendo in evidenza gli aspetti legati alla fiducia, alla qualità e alla sostenibilità. Puoi indicare come comunichi il valore ambientale e sociale dei tuoi prodotti, come gestisci l'assistenza post-vendita o il riutilizzo (ad esempio, ricariche, riparazioni, resi, packaging riutilizzabile) e come coinvolgi i clienti in pratiche più responsabili.

La proposta di valore dovrà essere illustrata descrivendo ai clienti l'impegno profuso per la risoluzione del problema, tramite rapporti uno a uno o con lo storytelling sui social network

Flussi di ricavi

Indica come la tua impresa genera oggi ricavi e come potrebbe crearne di nuovi grazie a strategie circolari. Può trattarsi di prodotti realizzati con materiali riciclati o locali, servizi di manutenzione o riparazione, sistemi di riacquisto o ritiro dei prodotti a fine vita, o valorizzazione economica di scarti e sottoprodotti.

Non è detto che il riuso del vetro riduca i costi rispetto all'acquisto di vetro nuovo per ogni imbottigliamento; tuttavia, a parità di spesa, va valutato il rientro di immagine dell'iniziativa.

Risorse fondamentali

Indica le risorse necessarie per realizzare la tua proposta di valore:
a. Fisiche (impianti, tecnologie, materiali riciclati o rigenerati);

- b. Umane (competenze su design sostenibile, gestione ambientale, innovazione);
- c. Intellettuali (marchi, brevetti, know-how tecnico);
- d. Finanziarie (fondi, investimenti dedicati alla transizione circolare).

Da acquisire:

Know how giuridico

Know how tecnico

Impianti

Esistenti:

magazzino

spazio dove installare gli impianti

mezzi di trasporto

Attività fondamentali

Descrivi le attività principali necessarie per offrire la tua proposta di valore e renderla più circolare. Può trattarsi di produzione, progettazione, manutenzione, recupero o servizi post-vendita che prolungano la vita dei prodotti.

Verificare la fattibilità normativa e tecnica dell'iniziativa

Capire se è possibile affidarsi a servizi terzi o installare degli impianti/macchinari

Impostare un processo di gestione del vetro utilizzato

Partner strategici

Indica i partner e i fornitori chiave con cui collabori o vorresti collaborare per creare valore e ridurre impatti ambientali. Specifica quali risorse o competenze ottieni da loro e quali attività condivise supportano la circolarità (es. recupero materiali, logistica condivisa, simbiosi industriale).

Consulenti per la verifica delle fattibilità

Fornitori di servizi di sanificazione del vetro/di impianti per la sanificazione

Altri locali/produttori di vino/distillati a cui estendere l'iniziativa

Cantina

Produttori di soda e distillati

Struttura dei costi

Elenca i principali costi legati al modello di business, includendo quelli della transizione circolare (investimenti in eco-design, formazione, rigenerazione). Se riesci, distingui tra costi fissi, variabili e quelli ridotti grazie all'efficienza delle risorse o al riuso.

Investimento per l'acquisto degli impianti/macchinari (finanziabile con bandi pubblici) OPPURE costi variabili del servizio di sanificazione e trasporti

In caso di partnership con altri locali potrebbero essere abbattuti i costi