

Business Plan

UpSens S.r.l.

UpSens
Quality life sensor





INDICE GENERALE

1	PREMESSE ED ASSUNZIONI	4
1.1	IL MERCATO DI UP SENS	4
1.2	DOVE INTERVENIAMO	5
2	ASSETTO SOCIETARIO	6
2.1	COMPAGINE SOCIALE	6
2.2	MISSIONE, VISIONE, VALORI	8
2.3	GOVERNANCE AZIENDALE	9
2.4	ORGANIGRAMMA AZIENDALE	9
3	IL NOSTRO PROGETTO	10
3.1	COSA OFFRE IL MERCATO	10
3.2	PRODOTTO E PROCESSO DI MONITORAGGIO	11
3.3	QUALE L'INNOVAZIONE	16
3.4	MARCHIO E DESIGN	17
4	PIANO INDUSTRIALE	18
4.1	SEGMENTI DI CLIENTELA E CANALI DI VENDITA	18
4.2	STRATEGIA B2B E B2C	18
4.3	ASSUNZIONI DEL PIANO	20
4.4	PIANO ECONOMICO FINANZIARIO 2016 - 2020	23
5	CONCLUSIONI	26
5.1	METODO UTILIZZATO PER LA VALUTAZIONE	26
5.2	VALUTAZIONE ED EQUITY DISPONIBILE	28
5.3	PERCHÉ INVESTIRE	29
6	ALLEGATI	31
6.1	STRATEGIA COMMERCIALE E COMUNICAZIONE	31
6.2	GLOSSARIO	33

1 Premesse ed Assunzioni

1.1 Il mercato di UpSens

L'esposizione agli inquinanti dell'aria rappresenta un rischio per il benessere e la salute dell'uomo e degli ecosistemi. A livello internazionale si è sviluppata una forte attenzione per l'inquinamento atmosferico dell'aria ambiente (outdoor). Questo ha portato: il controllo delle emissioni degli inquinanti atmosferici, la riduzione o l'eliminazione di alcuni componenti inquinanti nei combustibili, l'individuazione delle concentrazioni massime consentite, comportando quindi una significativa riduzione di determinati contaminanti nell'ambiente atmosferico. La considerazione che la popolazione, soprattutto nelle aree urbane, trascorre la maggior parte del tempo in ambienti chiusi (indoor) ha indotto la comunità scientifica internazionale ad occuparsi della contaminazione dell'aria negli ambienti di vita. L'inquinamento indoor può causare effetti indesiderati che vanno dal disagio sensoriale a gravi conseguenze sullo stato di salute.

Gli inquinanti indoor sono numerosi e possono essere originati da diverse sorgenti. La loro concentrazione può variare nel tempo e dipende dalla natura della sorgente, dalla ventilazione, dalle abitudini e dalle attività svolte dagli occupanti negli ambienti interessati. Tra le fonti di inquinanti più comuni troviamo: il fumo di tabacco, i processi di combustione, i prodotti per la pulizia e la manutenzione della casa, gli antiparassitari, l'uso di colle, adesivi, solventi, etc., l'utilizzo di strumenti di lavoro quali stampanti, plotter e fotocopiatrici e prodotti per l'hobbistica. Anche le emissioni dei materiali utilizzati per la costruzione (es. isolamenti contenenti amianto) e l'arredamento (es. mobili fabbricati con legno truciolato, con compensato o con pannelli di fibre di legno di media densità, oppure trattati con antiparassitari, ma anche moquette e rivestimenti) possono contribuire alla miscela di inquinanti presenti. Infine, il malfunzionamento del sistema di ventilazione o un'errata collocazione delle prese d'aria in prossimità di aree ad elevato inquinamento (es. vie ad alto traffico, parcheggio sotterraneo, autofficina, ecc.) possono determinare un'importante penetrazione di inquinanti dall'esterno. I sistemi di condizionamento dell'aria possono, inoltre, diventare terreno di coltura per muffe e altri contaminanti biologici per la mancata manutenzione/sostituzione dei filtri e diffondere tali agenti in tutto l'edificio.

Vi sono ulteriori agenti responsabili di una cattiva qualità dell'ambiente indoor, tra cui i campi elettromagnetici (c.e.m.).

Il fenomeno comunemente definito "inquinamento elettromagnetico" è legato alla generazione di campi elettrici, magnetici ed elettromagnetici artificiali, cioè non attribuibili al naturale fondo terrestre o ad eventi naturali. I campi elettromagnetici artificiali possono essere prodotti da impianti realizzati per trasmettere informazioni attraverso la propagazione di onde elettromagnetiche (impianti radio-TV e per telefonia mobile), da impianti utilizzati per il trasporto e la trasformazione dell'energia elettrica (elettrodotti), da impianti per lavorazioni

industriali, nonché da tutti quei dispositivi il cui funzionamento è subordinato ad un'alimentazione di rete elettrica (tipico esempio sono gli elettrodomestici).

Particolarmente sentita risulta poi la tematica legata alla qualità dell'aria negli edifici scolastici, importante sia per il lungo tempo di esposizione dei bambini legato alla permanenza (5-8 ore al giorno in media), sia per la maggiore suscettibilità dei bambini stessi e degli adolescenti all'esposizione a tali fattori ambientali. Diversi studi hanno dimostrato una netta correlazione tra malattie respiratorie acute, asma, allergie e numerosi fattori presenti nell'ambiente scolastico, fra cui umidità, inquinanti come particolato, ozono, composti organici volatili (es. formaldeide e benzene), CO e allergeni.

1.2 Dove interveniamo

I prodotti UpSens della prima generazione, intervengono proprio nella misurazione dei principali fattori inquinanti degli ambienti, mettendo a disposizione di tutti i clienti consumer dati semplici ed oggettivi, legati alle rilevazioni della qualità dell'aria ed alla presenza di inquinamento elettromagnetico.

Sono strumenti portatili, user friendly, che misurano la presenza di fattori inquinanti evidenziandoli sullo schermo touchscreen di cui sono dotati.

Con tali rilevazioni, i prodotti consentono a tutti gli utilizzatori di monitorare costantemente la presenza di elementi nocivi nei propri ambienti, permettendo agli stessi di porre in essere tutte le azioni correttive possibili. In tal modo UpSens intende migliorare il livello di consapevolezza di ogni utilizzatore, dotandolo di strumenti in grado di attivare soluzioni adeguate.

Se uno dei prodotti di UpSens rilevasse la presenza di fattori inquinanti, ad esempio la presenza di campi elettromagnetici, all'interno della stanza dei propri figli, il proprietario potrebbe spostare l'elemento inquinante in un luogo più adatto, limitando di fatto l'esposizione al fattore e quindi migliorando il livello di sicurezza e la qualità della vita dei propri cari.

2 Assetto societario

2.1 Compagine Sociale

UpSens S.r.l. è una start up innovativa costituita il 19 aprile 2016 con sede legale ed operativa a Trento. La società è nata nella fase conclusiva dell'ingegnerizzazione ed è ora pronta ad iniziare la fase di lancio del prodotto UpSens sul mercato internazionale.

UpSens è una famiglia di dispositivi a beneficio e con focus principale sulla **“qualità della vita”**, che nasce da un progetto innovativo sviluppato dal team, grazie all'esperienza maturata negli anni di lavoro all'interno della società controllante, in ambito della sensoristica a livello professionale/industriale. I primi dispositivi sviluppati sono **AIR** per il monitoraggio della qualità dell'aria e **WAVE** per la misura dei campi elettromagnetici.

UpSens S.r.l., grazie al team che la costituisce e l'ha fondata, detiene specifico know-how in ambito sensori ed elettronica (hardware e firmware). L'attività prevalente di UpSens S.r.l. è la progettazione, lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di dispositivi portatili per il monitoraggio di elementi fisici, comunemente presenti nell'ambiente.

L'attuale compagine sociale è composta come segue:

- ✓ 82,5% OPTOELETTRONICA ITALIA S.r.l.
- ✓ 10,0% KETTY PALLER
- ✓ 5,0% MARCO FACCHINI
- ✓ 2,5% DANIELE CORTELLAZZI

Optoelettronica Italia S.r.l.

Optoelettronica Italia S.r.l. (nota come Optoi) nasce nel 1995 come primo spin-off della Divisione Microsistemi di FBK (Fondazione Bruno Kessler, allora ITC-irst) e da sempre si occupa di sviluppare, produrre e commercializzare sensori microelettronici, microsistemi e sistemi elettronici smart di misura.

Durante i primi anni di attività, fino al 1999, la società realizza prodotti custom, sensori microelettronici sviluppati in base alle specifiche esigenze dei clienti, proponendo anche una linea di prodotti standard fra cui: sensori ottici, chimici e fisici ed emettitori ottici.

Nel 2000 l'azienda inizia ad impegnarsi nelle prime produzioni di quantità industriali più elevate, si apre allo sviluppo dei sistemi elettronici smart di misura e deposita il suo attuale marchio commerciale “Optoi Microelectronics”.

Prima del 2000 Optoi ha contatti principalmente a livello nazionale, mentre successivamente rivolge la propria attenzione anche al mercato europeo, potendo contare su alcune prime collaborazioni straniere, riguardanti i propri prodotti e servizi microelettronici.

Nel 2002 l'azienda acquista un terreno nell'area industriale di Trento Nord per la costruzione della nuova sede, di cui iniziano i lavori nel 2004 e può quindi trasferire la propria sede operativa nel nuovo edificio ad inizio del 2005.

A fine 2004 la società ottiene la certificazione di qualità secondo la norma EN ISO 9001:2000.

Dall'inizio dell'attività Optoi dispone di un reparto tecnico di progettazione e di un reparto produttivo con macchinari manuali e semi-automatici, mentre nel corso degli anni l'azienda si dota di una linea completa di macchinari automatici per la realizzazione di sensori e l'assemblaggio microelettronico.

Optoi nel 2016 è ormai un'azienda di 30 persone e ha dato vita al Gruppo Optoi, che ha fatto nascere altre 5 startup tecnologiche, con un totale attività che supera i 5 mln€.

A livello di team interno e in network con le altre aziende del gruppo, Optoi ha come obiettivo primario il ruolo di "partner tecnologico" in ambito sensoristica per aziende private ed enti di ricerca. Mette a disposizione la propria competenza ed esperienza maturata in 20 anni di attività, le capacità tecnologiche di integrazione di sistema, la linea di packaging miniaturizzato dei sensori e di realizzazione di sistemi elettronici smart di misura, che sempre più diventano fattore di sviluppo e di successo tecnologico ed economico per i clienti industriali.

Negli ultimi anni crescono i progetti e le vendite di sensori innovativi e sistemi elettronici smart di misura, sia nel mercato nazionale che in quello europeo. Negli ultimi anni, grazie ai progetti di ricerca e sviluppo interni quali WMIS, HCSC, FMIS e ZEFiRe, ODG e UpSens, l'azienda si è posta l'obiettivo di realizzare una nuova linea di prodotti per il settore del monitoraggio ambientale e delle applicazioni biomedicali.

Ketty Paller

37 anni - Resp. Commerciale

Ketty lavora in Optoi dal 2000, quando l'azienda muove i suoi primi passi oltre il confine nazionale, occupandosi inizialmente delle pratiche amministrative e relative al personale. In seguito fa parte del team che ha lavorato per il conseguimento della certificazione ISO 9001 e poi affianca il suo fondatore nello sviluppo della rete commerciale. E' il Project Manager di UpSens, coordina il team e si occupa della definizione e della gestione del piano di marketing e comunicazione.

<https://www.linkedin.com/in/kettypaller>

Marco Facchini

44 anni – Resp. Divisione Green

Marco è un ingegnere elettronico, inizia a lavorare in Optoi nel 2005, entra a far parte del team di progettazione, per poi spendere la propria competenza in ambito produttivo e di ingegnerizzazione prodotto. In UpSens ha partecipato allo sviluppo del dispositivo WAVE e si occupa dell'industrializzazione e della produzione.

<https://www.linkedin.com/in/marco-facchini-343a8158>

Daniele Cortellazzi

30 anni – Progettista

Daniele è ingegnere elettronico (sia parte hardware che firmware), inizia a lavorare in Optoi nel 2012 dopo aver conseguito la laurea la cui tesi era proprio relativa alla misurazione della qualità dell'aria. Fin da subito entra a far parte del team di sviluppo di UpSens AIR e della BASE del prodotto per l'elaborazione e la visualizzazione dei dati. Di fatto si occupa della progettazione hardware e firmware di tutta la famiglia di sensori UpSens.

<https://www.linkedin.com/in/danielecortellazzi>

2.2 Missione, Visione, Valori

VISION

Nel mondo vi è una crescente sensibilità ed esigenza concreta di migliorare la qualità della propria vita e dell'ambiente.

MISSION

UpSens rende possibile la misura dei parametri di qualità della vita e dell'ambiente, condivide e diffonde questa consapevolezza a livello di comunità, al fine di implementare opportune azioni volte al miglioramento del benessere personale, familiare e collettivo.

VALORI

UpSens è una società giovane che si basa su 3 valori principali:

- ✓ RISPETTO per le persone e per l'ambiente grazie a prodotti che possano contribuire all'eco sostenibilità.
- ✓ CORAGGIO di esplorare e soddisfare nuove necessità ponendo la tecnologia al servizio dell'uomo.
- ✓ PASSIONE perché oltre la testa ci mettiamo il cuore.

2.3 Governance Aziendale

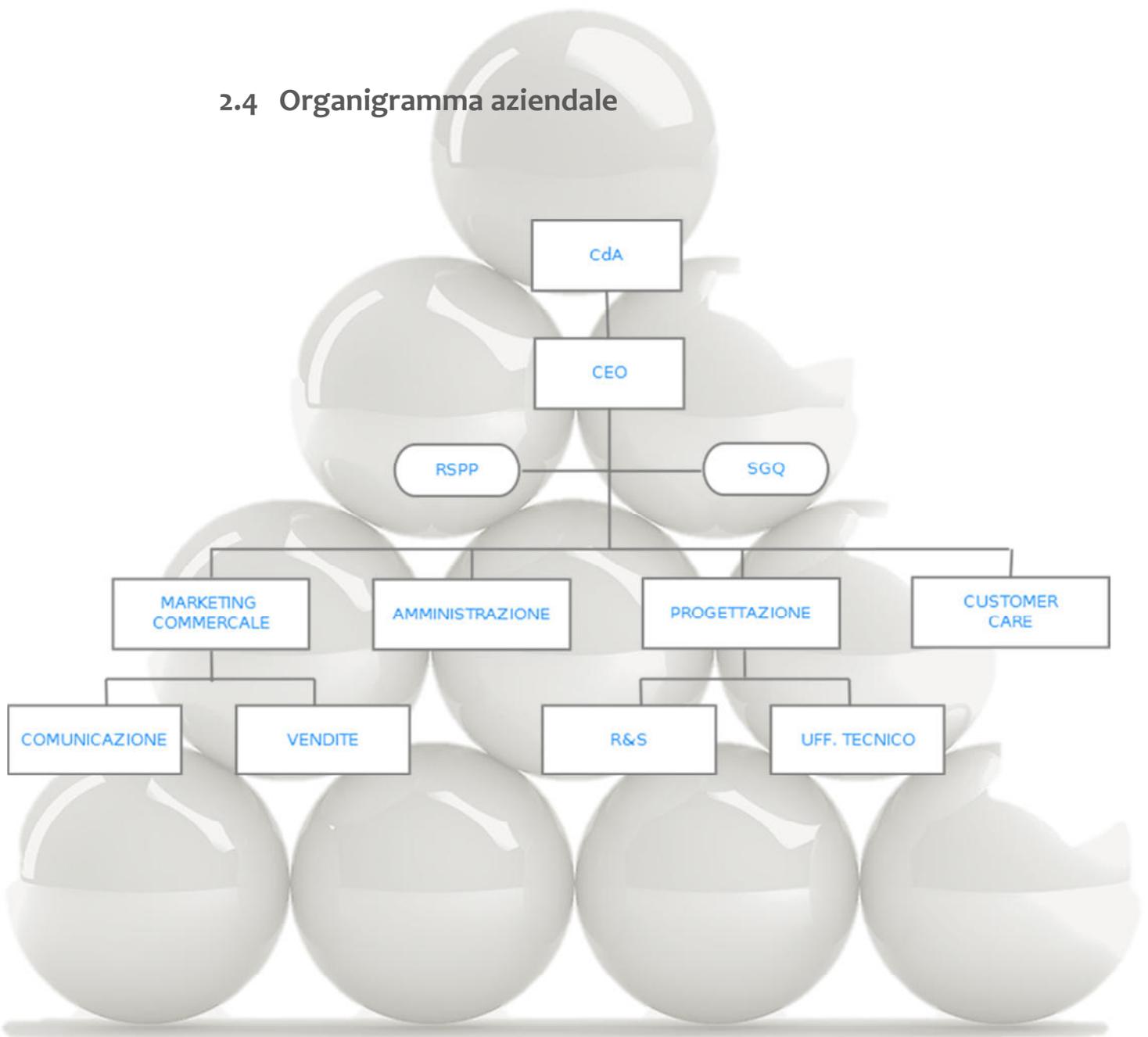
CdA attuale e posizioni

Alfredo MAGLIONE – PRESIDENTE

Ketty PALLER – CEO

Marco FACCHINI – CTO

2.4 Organigramma aziendale



3 Il nostro Progetto

3.1 Cosa offre il mercato

Per quanto riguarda l'analisi della concorrenza, per la linea di prodotti UpSens, è possibile farla considerando solo il sensore **Air**, poiché non esistono prodotti attualmente disponibili sul mercato paragonabili a **Wave** per tipologia di dispositivo.

In riferimento ad Air, andando ad analizzare una parte più significativa della concorrenza, vengono indicati nella tabella qui sotto alcuni marchi già in vendita e le relative principali caratteristiche.

	Paese	Stand alone	VOC	CO	CO ₂	App	Scalabilità	WiFi	BTle	Community	Prezzo
	IT	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	159 €
	FR	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✗	169€
	SLO	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✗	205€
	LU	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✗	199€
	USA	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✗	88€

I vantaggi che offre UpSens sono:

- la creazione di una **community** di persone sensibili al tema della qualità della vita con le quali condividere in modo semplice e immediato le misure effettuate e visualizzarle sul portale UpSens con la mappa di qualità ambientale a livello globale
- è di fatto l'unico articolo **stand-alone** e permetterà di misurare in modo diretto, con possibilità di interagire con altri player professionali (Booking/TripAdvisor) interessati ad informare e/o pubblicizzare la qualità dell'ambiente e della vita
- la possibilità, rispetto agli altri dispositivi, di **misurare la CO**
- la scalabilità e la **modularità** del prodotto in quanto è un dispositivo per cui applicando differenti sensori è possibile misurare parametri diversi.

Volutamente, nel rispetto del concetto di essere “green”, non è stato inserito il modulo WiFi, in quanto esso stesso rappresenta una delle fonte significative di onde elettromagnetiche, che avrebbe emesso il prodotto UpSens stesso. Pertanto è stata scelta e spingiamo gli utenti ad utilizzare una tecnologia di trasmissione dati wireless altrettanto performante, ma decisamente meno invasiva, quale il Bluetooth LE (Low Energy = Bassa Energia).

Per ultimo, ma non meno importante, interessa evidenziare l'elemento prezzo che si colloca di fatto al di sotto dei due maggiori player di settore (Netatmo, Cubesensors), con una possibilità infinita in termini di scalabilità.

3.2 Prodotto e processo di monitoraggio

La famiglia di prodotti UpSens è composta da strumenti portatili, dotati di batteria interna ricaricabile. Sono di semplice utilizzo, grazie ad un menù intuitivo. I dispositivi sono autonomi nelle rilevazioni, in quanto funzionano senza l'ausilio di alcun altro apparecchio. Si spiegherà meglio in seguito come possono comunque rendere disponibile il dato tramite smartphone, in modo semplice e immediato.

I prodotti della linea UpSens, per i quali lo sviluppo tecnico si può ritenere completato, sono:

- WAVE il rilevatore di inquinamento elettromagnetico
- AIR il rilevatore della qualità dell'aria in relazione a VOC totali, temperatura ed umidità
- AIR Plus il rilevatore della qualità dell'aria in relazione a VOC totali, temperatura, umidità e monossido di carbonio.

UpSens risponde ad un'esigenza specifica, che è quella di misurare in maniera oggettiva alcuni parametri che influenzano la qualità della vita, come ad esempio l'aria in ambiente interno e la rilevazione di campi elettromagnetici.

Sul mercato consumer esistono alcuni dispositivi per monitorare la qualità dell'aria, ma sono tutti dispositivi che necessitano di uno smartphone per elaborare e visualizzare il dato, con tutte le complicazioni annesse nell'avere troppe funzionalità su di uno stesso dispositivo, che tipicamente ne riducono anche le prestazioni. La proposta del mercato peggiora in ambito rilevazione del livello di campi elettromagnetici e delle relative fonti, infatti non esiste un prodotto dedicato al consumatore finale, che sia smart, portatile, affidabile e di semplice utilizzo.

I prodotti UpSens sono altamente innovativi per la modularità delle due parti che li compongono. Sulla stessa struttura BASE, che è la parte bianca dotata di display LCD, si

possono innestare facilmente tutti i sensori disponibili, che sono invece la parte alta e colorata del dispositivo portatile:

- WAVE
- AIR
- AIR Plus.

I nuovi sensori che verranno sviluppati nei prossimi anni si innesteranno sulla stessa struttura BASE. Infatti viene data la possibilità di acquistare il dispositivo completo base + sensore, così come il solo sensore.

L'elaborazione della misura viene effettuata direttamente dalla base ed i dati vengono visualizzati sull'LCD.

Lo strumento è dotato di uno schermo touchscreen per eseguire tutte le funzioni ed ha una memoria interna per il salvataggio dei dati misurati. UpSens dispone inoltre di un modulo Bluetooth LE per la trasmissione in bassa energia dei dati allo smartphone tramite la App dedicata.



Sempre grazie alla APP, oltre alla visualizzazione dello storico dei dati, sarà possibile registrarsi al portale www.upsens.com e condividere le proprie misure nella community di persone sensibili ai temi della qualità della vita e monitoraggio ambientale. Si pensi alla possibilità di interagire ed integrare con altre App, dove si possono postare situazioni ed immagini che descrivono ad esempio la temperatura e la pressione alta e/o bassa. Di fatto si potrebbe arrivare a mappare in modo molto più specifico un'area descrivendo e quantificando anche altri parametri tecnico/scientifici (i.g: piove, ci sono 6°C, foto del posto, livello di campi elettromagnetici, presenza di gas organici volatili, polveri sottili o altri inquinanti).



PRODOTTI DELLA LINEA UPSENS

DISPOSITIVI COMPLETI “UPSENS”

UpSens WAVE

Dimensioni: 108cm x 74cm x 27cm

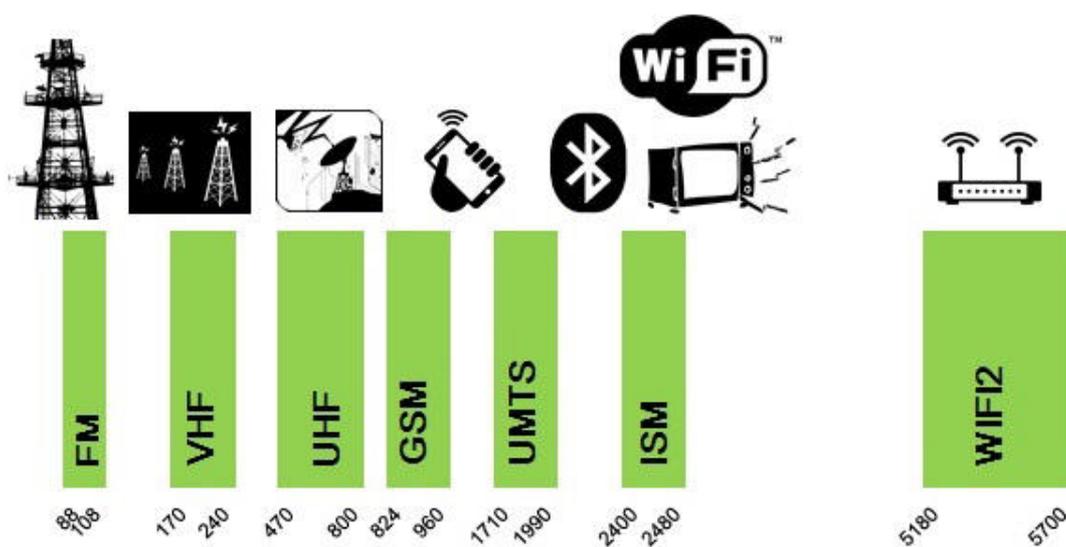
Peso: 150g

Prezzo: 149 €

Banda: 100Mhz – 6GHz



La misura del campo elettrico mediante UpSens Wave, permette di avere una misura accurata all'interno delle bande di interesse dello spettro elettromagnetico più probabilmente presenti nell'ambiente quali, a titolo di esempio:



Spettro elettromagnetico

UPSENS AIR

Dimensioni: 108cm x 74cm x 27cm

Peso: 150g

Prezzo: 159 €

Parametri rilevati: VOC totali, T, HU, CO₂



UPSENS AIR PLUS

Dimensioni: 108cm x 74cm x 27cm

Peso: 150g

Prezzo: 195 €

Parametri rilevati: CO, VOC totali, T, HU, CO₂



UpSens AIR e AIR Plus misurano i seguenti parametri:

(per i dettagli fare riferimento all'allegato 7.2 Glossario)

- ✓ **VOC**
- ✓ **CO**
- ✓ **CO₂**
- ✓ **Temperatura**
- ✓ **Umidità**

Lo strumento offre inoltre un indice di qualità dell'aria totale, grazie all'algoritmo che analizza e definisce un peso specifico ad ogni singolo parametro. I dati possono inoltre essere visualizzati singolarmente.

Successivamente all'acquisto di UpSens si possono collezionare i sensori d'interesse, acquistando solo il modulo "Up", come di seguito si elenca.

SENSORI “UP”

UP WAVE

Dimensioni: 48cm x 74cm x 27cm

Peso: 50g

Prezzo: 69 €

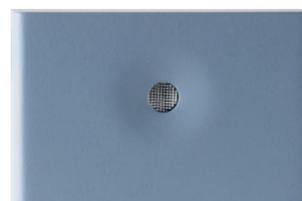


UP AIR

Dimensioni: 48cm x 74cm x 27cm

Peso: 50g

Prezzo: 69 €

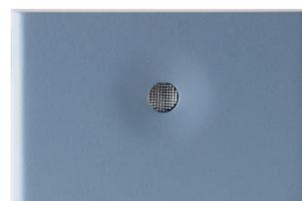


UP AIR PLUS

Dimensioni: 48cm x 74cm x 27cm

Peso: 50g

Prezzo: 89 €



PROSSIMI SENSORI UPSENS

Dimensioni: 48cm x 74cm x 27cm

Peso: 50g

Prezzo: TBD (range 50-100 €)



3.3 Quale l'innovazione

Gli aspetti su cui si vuole focalizzare l'attenzione sono 4, ed in particolare:

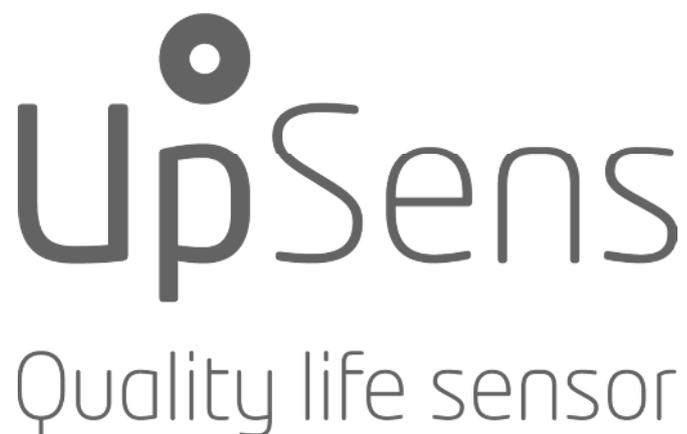
- **Scalabilità**, caratteristica che di fatto rende il prodotto stand-alone, è la prima scelta strategica, che l'azienda ha perorato. Infatti si ritiene che l'aver pensato ad un prodotto con una parte "core", in grado di connettersi a sensori differenti, ricevere dati diversi ed elaborarli in modo tra loro specifico, per enfatizzarne i risultati e presentarli all'utenza in modo facile ed intuitivo, caratterizzi il prodotto. Di fatto permetterà una serie di sviluppi e quindi di immissione di dispositivi diversi sul mercato, costante nei prossimi mesi ed anni. Questo permetterà di monitorare parametri ad oggi già ben noti, così come eventuali nuovi e più specifici che in futuro divenissero oggetto di interesse. Alla base di questa scelta c'è il fatto che la società ha il Know-How nello sviluppo della sensoristica, che ad oggi la concorrenza non ha adottato, proprio in virtù del fatto che non è così immediato avere la struttura atta a sostenere uno sviluppo di prodotti e sensori tra loro anche molto diversi.
- **Stand-alone**, permette al dispositivo di funzionare in modo autonomo, raccogliendo e visualizzando i dati in tempo reale piuttosto che memorizzandoli a seguito di misurazioni per lunghi periodi a fini statistici e/o di controllo. Tali dati verranno poi visualizzati ed analizzati anche su altri supporti a mezzo App.
- Antenna **WAVE**, nasce proprio dal Know-How interno del team che lavora in UpSens. Ideato, sviluppato e prodotto internamente. E' un componente non disponibile in commercio e che conferisce una connotazione di unicità alla linea di prodotti.
- **Community**, creare un circolo virtuoso di raccolta dati e condivisione degli stessi, nel tentativo di mappare le aree (indoor ed outdoor) allo scopo di "sorvegliare" la **qualità dell'aria** e l'**inquinamento elettromagnetico** ed a tendere quello che può definirsi **qualità di vita**, sarà quindi possibile la creazione di un data base geo localizzato che non abbia il solo scopo di capire in modo passivo ma anche di "spingere" la comunità stessa ad una maggiore consapevolezza e quindi ad azioni concrete tese al miglioramento dei parametri ambientali e quindi di nuovo della qualità di vita.

3.4 Marchio e Design

Il marchio di UpSens S.r.l. è stato depositato in data 28 aprile 2014 e registrato il 25 febbraio 2015 a livello nazionale e comunitario.

La linea di prodotti UpSens è stata progettata dal **designer Simone Simonelli** allo scopo di creare un dispositivo piacevole e curato, poiché possa diventare l'oggetto d'arredamento moderno, che non potrà mancare in casa, in ufficio o in hotel nei prossimi anni, durante i quali la crescente sensibilità a livello mondiale relativa alla qualità della vita, diverrà un'esigenza concreta, che UpSens sarà in grado di soddisfare.

Nel 2015 UpSens è stato inserito nel prestigioso **catalogo ADI Design Index**, avrà quindi la possibilità di partecipare al concorso per l'assegnazione del **Compasso d'Oro 2016**.



The logo for UpSens features the brand name in a clean, sans-serif font. The letter 'i' in 'Up' is stylized with a solid black circle above it, resembling a sensor or a drop. Below the brand name, the tagline 'Quality life sensor' is written in a smaller, lowercase sans-serif font.

UpSens
Quality life sensor

4 Piano Industriale

4.1 Segmenti di clientela e canali di vendita

La proposta dell'azienda è quella di approcciare in una prima fase, chi già è sensibile a tematiche ambientali e vuole poter monitorare i parametri dell'ambiente circostante, per poi permettere ai più di conoscere la qualità di vita in una certa zona, città, campeggio, struttura alberghiera ed altro. Evidente che per arrivare a questo è fondamentale permettere al singolo soggetto l'acquisto per il monitoraggio e l'eventuale comunicazione a mezzo community del dato.

Vien da sé che il canale più opportuno è proprio quello della vendita diretta a mezzo e-commerce, anche considerando il fatto che essendo in effetti un prodotto **SMART** della famiglia **Internet of Things (IoT)** si ipotizza che anche l'utente tipico lo sia e quindi utilizzi l'acquisto a mezzo web.

4.2 Strategia B2B e B2C

UpSens è una società che vuole assolutamente connotarsi nel mondo del **Business to Consumer** (B2C), a mezzo commercializzazione on line, ma anche per il tramite di catene di negozi e grande distribuzione di settore. Anche il **Business to Business** (B2B) è però un'opportunità che si vuole intraprendere, a mezzo collaborazioni e/o contratti di distribuzione tipici dei canali di vendita del mondo "2B".

Come si evince dal paragrafo precedente le vendite a mezzo e-commerce saranno quelle su cui l'azienda spingerà maggiormente ed investirà quanto necessario, per permettere una penetrazione del mercato efficiente e rapida. Si ritiene che l'utente SMART sia il target e si ritiene che l'utente SMART prediliga l'autonomia di acquisto, che il web comunque garantisce.

Certo non si può non considerare come in questa primissima fase sia fondamentale far conoscere l'oggetto ed il suo potenziale, pertanto si ritiene possa essere una leva di diffusione importante quella di portare il prodotto all'interno della grande distribuzione di settore, nella fattispecie e giusto a titolo esemplificativo si parla di Trony, Media World, Euronics, ma anche di catene di negozi elettronici di dimensioni più modeste ed a caratteristica più locale. All'interno di questi spazi si vuole provare ad entrare instaurando di fatto delle collaborazioni, mettendo a disposizione del personale ed occupando di fatto dei "corner" informativi e dimostrativi. Sulla falsa riga di quanto viene fatto ad esempio da Nespresso. Questo metodo si ritiene possa permettere di coinvolgere i clienti nell'acquisto, mostrando il prodotto, spiegando l'utilizzo e soprattutto come vedere ed analizzare i dati attraverso l'App. Evidente che il costo di questa attività è maggiore, ma si stima possa dar credito e visibilità al prodotto presso la clientela,

presso i grandi distributori di prodotti tecnologici ed al contempo raccogliere già dati in varie città e regioni d'Italia e non solo. Dati che possono sin da subito essere utilizzati anche a scopo pubblicitario.

Attività in ambito B2B puro saranno rivolte verso catene di Alberghi, APT e pro loco in genere, siano esse italiane che estere e comunque principalmente rivolte al mercato del turismo. Si provi ad immaginare quanto potrebbe essere dirompente aggiungere dei dati quantificati di qualità dell'aria, dell'ambiente e più in generale della vita, nei vari canali preposti al turismo come "booking.com", "trivago.it", "tripadvisor.it" ed altri. L'utente potrebbe vedere il servizio, le pietanze, le offerte e le immagini della location, ma avere anche dati ambientali che impattano sul benessere e la salute. Ragionare su accordi con questi player sarà uno dei passi che l'azienda affronterà.

Quanto detto è di base la roadmap che la società intende intraprendere, nel percorso di sviluppo del business, attraverso come si nota vari canali e vari player di settori ben noti, che possono diventare oltre che punto vendita anche "voce commerciale" a supporto del brand e delle vendite a mezzo e-commerce.

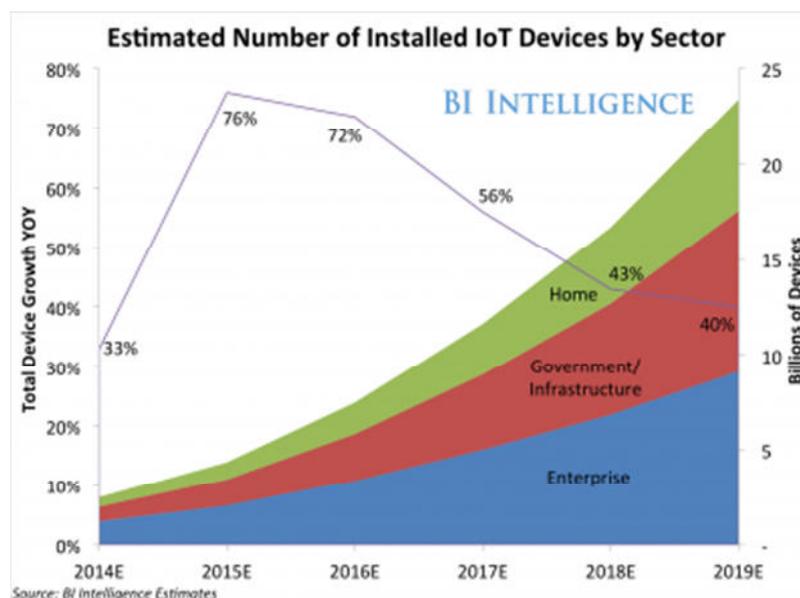
Non sempre è fattibile combinare bene le opportunità del mondo B2B con quelle del B2C, si crede che questo sia uno dei casi in cui tutto ciò possa essere possibile.

4.3 Assunzioni del piano

VENDITE

Il piano economico finanziario è stato costruito in base a quanto anticipato nei paragrafi precedenti e ripreso in modo più dettagliato nei successivi. Le vendite derivano dalla matrice costruita mettendo in correlazione la tipologia di prodotti venduti ed i canali di vendita su cui UpSens intende sviluppare il proprio business. I prodotti offerti sono divisibili in due macro famiglie, descritte in precedenza nel paragrafo 4.2 qui semplificabili in quella dei device completi (Air e Wave) e quella dei semplici sensori applicabili separatamente. Tali prodotti vengono offerti sia attraverso il canale del commercio online, e-commerce, sia attraverso le vendite B2B a realtà operanti nel settore della grande distribuzione (GDO). Tale distinzione viene riflessa nel piano mantenendo una proporzione costante pari all'80% venduto tramite e-commerce e 20% venduto tramite B2B. Per ogni prodotto sono stati definiti dei quantitativi di vendita annuali, applicando un tasso di crescita omogeneo per i prodotti completi (UpSens Air, UpSens Wave ed UpSens Air Plus), mentre è stato differenziato per i sensori. L'iniziale campagna di crowdfunding prevista nell'ultimo trimestre del 2016, offrirà alla clientela i tre dispositivi completi le cui vendite cresceranno negli esercizi successivi ad un ritmo rispettivamente del 150%, del 75% e del 50%. Dal secondo esercizio verranno aggiunte le vendite dei singoli sensori la cui crescita è prevista rispettivamente ad un ritmo pari al 150%, al 75% ed al 83% ogni anno. Nell'esercizio 2018 verrà infine lanciato un nuovo device completo. Il prodotto di punta su cui si prevede il maggior numero di vendite è UpSens Wave, che arriverà nel 2020 a vendere quasi 23.000 pezzi.

Facendo nello specifico un affondo e provando a chiarire meglio le stime di crescita assunte, occorre ribadire come il mercato in cui si inserisce UpSens è quello degli **smart home device** che, solamente per gli Stati Uniti è stimato valga circa 9 milioni di pezzi venduti nel solo 2016. Le analisi del settore evidenziano come il trend futuro sarà incentrato su prodotti in grado di fornire agli utenti un maggior numero di informazioni come video, temperature ed in generale qualità dell'aria, che permettono una più completa "user experience" grazie alla miglior analisi delle dinamiche e quindi comprensione di quanto avviene all'interno delle mura domestiche.



Riferimento:

<http://www.cnbc.com/2016/01/06/ces-smart-homes-of-the-future.html>

Per ogni prodotto è stato definito un prezzo specifico di vendita, differenziato in base sia al costo del singolo prodotto che agli effetti che le vendite online hanno su ogni pezzo ceduto. Quindi il prezzo è stato definito partendo dalla valorizzazione della distinta base (bom), di cui si ha già un preciso dettaglio, grazie allo sviluppo puntuale del prodotto. Sommando a tale valore i costi legati al commercio online ed applicando un mark up in grado di coprire i costi di struttura. Il range di vendita va da un prezzo minimo pari a 69 € per i soli sensori fino ad un massimo di € 195 per UpSens Air Plus completo.

COSTO DEL PRODOTTO:

- materiali

Come descritto in precedenza il dettaglio del costo del prodotto ha un notevole grado di affidabilità vista l'esperienza e la competenza del socio di maggioranza nello sviluppare prodotti simili. Nello specifico i materiali hanno un'incidenza decrescente nel tempo, passando dall'iniziale 35% sul fatturato nel 2016 al 25% sul fatturato nel 2019. Tale decrescita, oltre ad essere legata all'aumento dei volumi con relative economie di scala è da imputarsi ai miglioramenti tecnici e produttivi che verranno sviluppati nel corso degli anni.

- costi legati al commercio online

La vendita dei dispositivi UpSens sul canale online, che copre l'80% annuo del volume di vendita nel BP, comporta una serie di costi variabili legati a tale attività. Si tratta dei costi legati alla gestione dei click sul portale, ai costi legati alla supply chain ed alle royalties da riconoscere ai partner industriali con cui è stato sviluppato il prodotto. L'incidenza complessiva di queste tipologie di spese, cala nel secondo anno, rimanendo poi costante lungo tutto il BP ed attestandosi al 30% del fatturato. Nel calcolo delle spese legate alla gestione dei click del portale, ottenute incrociando il fattore di conversione delle visite al portale in ordini effettivi, con i costi da sostenere per ogni click, si è ritenuto prudentiale non considerare alcun effetto positivo derivante da attività di miglioramento del fattore di conversione stesso, mantenendo quindi l'incidenza costante lungo tutti i 5 anni del piano.

SALARI E STIPENDI:

La struttura dei dipendenti di UpSens si avvale da subito di professionalità importanti, potendo contare su manager di comprovata esperienza, maturata all'interno del socio di maggioranza Optoi. Di fatto UpSens è uno spin-off aziendale che nasce da persone e da una azienda con 20 anni di esperienza nel settore dei sensori. Quest'aspetto garantisce alla società un livello di partenza elevato, che permette alla stessa di affrontare fin da subito le sfide del mercato. Nel 2016, a partire dalla seconda metà dell'anno, UpSens si avvale della collaborazione di 2 dipendenti, impegnati nei settori tecnico e commerciale. Dal 2017 la società comincia a strutturarsi completamente arrivando a fine anno ad avere 6 dipendenti di cui 1 addetto al settore amministrativo, 3 addetti al settore tecnico e 2 al settore commerciale. Negli anni

successivi, anche in relazione al tasso di crescita ipotizzato, il personale aumenta costantemente fino ad arrivare ad un numero complessivo di 26 nel 2020, suddivisi tra 3 addetti amministrativi, 11 tecnici e 12 commerciali.

COSTI INDIRETTI E GENERALI:

I costi generali nel 2016 pesano particolarmente sul conto economico a causa delle spese legate alle campagne di crowdfunding previste per quell'esercizio.

Dal secondo esercizio, oltre ai tradizionali costi legati agli affitti, alle utenze, agli aspetti legali/amministrativi, sono stati previsti costi specifici per il miglioramento dei prodotti esistenti e lo sviluppo di nuovi che saranno di circa 50.000 € ogni anno, ovviamente esclusi i costi del personale interno, ed i costi commerciali legati alla promozione dei prodotti, mediamente pari a 55.000 € annui.

CAPEX:

Immobilizzazione Immateriali: nel primo esercizio UpSens vengono contabilizzati costi per costituzione della società, per l'avvio dell'attività e l'estensione internazionale del marchio. Negli anni successivi gli investimenti sono relativi soprattutto all'iscrizione di alcuni brevetti già previsti, dapprima in Italia e successivamente alla loro estensione nel mondo. Oltre a ciò vengono evidenziati gli sviluppi del software necessari a far funzionare le applicazioni sui diversi smartphone, tablet, ecc.

Immobilizzazioni Materiali: gli investimenti riguardano soprattutto l'attrezzatura necessaria sia alla fase di sviluppo e prototipazione dei prossimi dispositivi che alla fase di test degli stessi. Volendo citare alcuni investimenti specifici: strumentazione elettronica di laboratorio, in particolare oscilloscopio, generatori di funzioni alimentatori, banchi dedicati per il test e strumenti di calibrazione.

WORKING CAPITAL

I crediti verso clienti, visto anche il mix di vendita impostato per l'80% da vendita online, quindi immediatamente incassabili e dal 20% da vendite B2B, vengono mediamente incassati a 30 giorni; i debiti verso fornitori invece vengono pagati mediamente a 45 giorni ed infine si ipotizza di avere scorte di magazzino medie per un controvalore pari a 30 giorni. Nel BP è stato ipotizzato il ricorso al credito bancario a partire dal secondo anno. Si è preferito ipotizzare l'utilizzo di un finanziamento a medio termine perché si ritiene lo strumento più idoneo per garantire la stabilità finanziaria necessaria. Si ipotizza, utilizzando gli strumenti attualmente presenti sul mercato, un tasso di interesse pari al 4%.

Piano Economico Finanziario 2016 - 2020

CONTO ECONOMICO

	2016	2017	2018	2019	2020
Conto economico					
Vendite					
Ricavi di vendita	€ 88.050	€ 895.750	€ 2.398.375	€ 4.475.501	€ 7.229.813
Ricavi commercializzati	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Totale ricavi	€ 88.050	€ 895.750	€ 2.398.375	€ 4.475.501	€ 7.229.813
Costi diretti					
Acquisto materiali	€ 28.636	€ 248.300	€ 693.010	€ 1.178.321	€ 1.822.866
Variazioni magazzino	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Energia	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Costi diretti	€ 28.636	€ 248.300	€ 693.010	€ 1.178.321	€ 1.822.866
Primo Margine	€ 59.415	€ 647.450	€ 1.705.365	€ 3.297.180	€ 5.406.947
Costi di struttura					
Costi di struttura	€ 109.564	€ 412.593	€ 794.246	€ 1.386.805	€ 2.158.950
Costi del personale	€ 33.750	€ 236.250	€ 445.586	€ 806.509	€ 1.225.047
Roaylties	€ 4.403	€ 44.788	€ 119.919	€ 179.020	€ 289.193
Managements Fees	€ 5.000	€ 15.000	€ 25.000	€ 50.000	€ 100.000
Tot. Costi di struttura	€ 152.716	€ 708.630	€ 1.384.751	€ 2.422.334	€ 3.773.189
EBITDA	€ -93.302	€ -61.180	€ 320.614	€ 874.845	€ 1.633.758
Ammortamenti imm. Materiali ed					
Amm. Imm. Materiali	€ 9.543	€ 17.043	€ 29.543	€ 48.293	€ 73.293
Amm. Imm. Imateriali	€ 3.570	€ 4.570	€ 6.320	€ 8.570	€ 11.070
Tot. Ammortamenti imm..	€ 13.113	€ 21.613	€ 35.863	€ 56.863	€ 84.363
EBIT	€ -106.415	€ -82.793	€ 284.751	€ 817.982	€ 1.549.395
Proventi ed oneri finanziari					
Oneri finanziari	€ -	€ 5.081	€ 4.466	€ 3.297	€ 2.081
Tot. Proventi ed oneri finanziari	€ -	€ -5.081	€ -4.466	€ -3.297	€ -2.081
Utile prime delle imposte	€ -106.415	€ -87.874	€ 280.285	€ 814.685	€ 1.547.314
Imposte dell'esercizio	€ -	€ -	€ 84.086	€ 244.406	€ 464.194
UTILE NETTO	€ -106.414	€ -87.874	€ 196.200	€ 570.280	€ 1.083.120

STATO PATRIMONIALE

	2016	2017	2018	2019	2020
Attivo					
Attivo circolante					
Crediti vs banche attivi	€ -	€ -	€ 97.027	€ 534.301	€ 1.467.932
Crediti verso clienti	€ 7.044	€ 71.660	€ 191.870	€ 358.040	€ 578.385
Ratei e risconti attivi	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Totale attivo circolante	€ 7.044	€ 71.660	€ 288.897	€ 892.341	€ 2.046.317
Attivo Immobilizzato					
Immobilizzazioni Materiali nette	€ 66.803	€ 109.760	€ 180.216	€ 281.923	€ 408.630
Immobilizzazioni Immateriali nette	€ 67.830	€ 83.260	€ 111.940	€ 148.370	€ 187.300
Avviamento	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Totale Attivo Immobilizzato	€ 134.633	€ 193.020	€ 292.156	€ 430.293	€ 595.930
Totale Attivo	€ 141.677	€ 264.680	€ 581.053	€ 1.322.634	€ 2.642.247
Passivo e Patrimonio Netto					
Passivo					
Passivo Circolante					
Debiti verso Banche a Breve	€ 15.655	€ 2.559	€ -	€ -	€ -
Debiti Verso Fornitori	€ 22.437	€ 121.716	€ 273.132	€ 474.286	€ 741.848
Altri Debiti a Breve	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Totale Passivo Circolante	€ 38.092	€ 124.275	€ 273.132	€ 474.286	€ 741.848
Passivo a Lungo termine					
Debiti verso banche a lungo termine	€ -	€ 124.694	€ 96.010	€ 66.157	€ 35.088
Finanziamenti Soci aumento capitale)	€ 200.000	€ 200.000	€ 200.000	€ 200.000	€ 200.000
Altri Debiti a Lungo Termine	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Totale passivo a Lungo Termine	€ 200.000	€ 324.694	€ 296.010	€ 266.157	€ 235.088
Totale Passivo	€ 238.092	€ 448.969	€ 569.142	€ 740.443	€ 976.936
Patrimonio Netto					
Patrimonio Netto					
Capitale Sociale	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000
Riserve	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Utile (Perdita) portati a nuovo	€ -	-€ 106.415	-€ 194.289	€ 1.911	€ 572.191
Utile (Perdita) dell'esercizio	-€ 106.415	-€ 87.874	€ 196.200	€ 570.280	€ 1.083.120
Totale Patrimonio Netto	-€ 96.415	-€ 184.289	€ 11.911	€ 582.191	€ 1.665.310
Totale Passivo e Patrimonio Netto	€ 141.677	€ 264.680	€ 581.053	€ 1.322.634	€ 2.642.247

CASH FLOW

	2016	2017	2018	2019	2020
Entrate (Uscite) cassa					
SALDO INIZIALE CREDITI VERSO BANCHE	€ -	€ -	€ -	€ 97.027	€ 534.301
SALDO FINALE CREDITI VS BANCHE	€ -	€ -	€ 97.027	€ 534.301	€ 1.467.932
TOTALE ENTRATE (USCITE) CASSA	€ -	€ -	€ 97.027	€ 437.274	€ 933.631
Free Cash flow					
Cash Flow Generato (consumato)					
Cash flow operativo					
(A) Tot. Flusso di cassa reddituale					
EBIT	-€ 106.415	-€ 82.793	€ 284.751	€ 817.982	€ 1.549.395
Ammortamenti imm. Materiali ed immateriali	€ 13.113	€ 21.613	€ 35.863	€ 56.863	€ 84.363
Tot (A) Tot. Flusso di cassa Redituale	-€ 93.302	-€ 61.180	€ 320.614	€ 874.845	€ 1.633.758
(B) Tot. Variazioni Capitale circolante					
Rimanenze (inc)/dec	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Var. crediti verso Clienti (inc)/dec	-€ 7.044	-€ 64.616	-€ 120.210	-€ 166.170	-€ 220.345
Variazioni debiti verso Fornitori inc/(dec)	€ 22.437	€ 99.279	€ 151.417	€ 201.154	€ 267.562
Altre variazioni capitale circolante (inc)/dec	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Tot (B) Tot. Variazione Capitale Circolante	€ 15.393	€ 34.663	€ 31.207	€ 34.984	€ 47.217
(C) Imposte sul reddito (Pagate) / Rimborsate	€ -	€ -	-€ 84.086	-€ 244.406	-€ 464.194
(A+B+C) Totale flusso di cassa operativo	-€ 77.909	-€ 26.517	€ 267.735	€ 665.423	€ 1.216.781
(D) Investimenti in immobilizzazioni					
Variazioni Immobilizzazioni Immateriali	€ 77.373	€ 32.473	€ 58.223	€ 84.723	€ 112.223
Variazioni Immobilizzazioni Materiali	€ 70.373	€ 47.527	€ 76.777	€ 110.277	€ 137.777
Tot (D) Investimenti in Immobilizzazioni	€ 147.746	€ 80.000	€ 135.000	€ 195.000	€ 250.000
(E) Variazione Altre Passività a Medio Lungo Termine	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Free Cash Flow generato - Al netto degli investimenti	-€ 225.655	-€ 106.517	€ 132.725	€ 470.423	€ 964.700
Interessi (Passivi) attivi	€ -	-€ 5.081	-€ 4.466	-€ 3.297	-€ 2.081
Versamenti Capitale/(Dividendi Pagati)	€ 10.000	€ -	€ -	€ -	€ -
Cash Flow Generato (consumato)	-€ 215.655	-€ 111.598	€ 128.269	€ 467.126	€ 964.700
(G) Movimenti Banche e finanziamenti passivi					
Movimenti debiti a breve verso banche	€ 15.655	-€ 13.096	-€ 2.559	€ -	€ -
Finanziamenti ricevuti (rimborsati)	€ 200.000	€ 124.694	-€ 28.684	-€ 29.853	-€ 31.069
Tot (G) Movimenti Banche e finanziamenti passivi	€ 215.655	€ 111.598	-€ 31.243	-€ 29.853	-€ 31.069
TOT. FLUSSO DI CASSA NETTO ENTRATE (USCITE)	€ -	€ -	€ 97.027	€ 437.274	€ 933.631

5 Conclusioni

5.1 Metodo utilizzato per la valutazione

UpSens è un progetto che nasce dopo anni di ricerca da parte di una azienda, Optoi, esistente ed operante sul mercato da oltre 20 anni. Per questo motivo si è ritenuto opportuno utilizzare più metodi di valorizzazione del progetto, cercando di adattare quelli tradizionalmente utilizzati in realtà già esistenti, come il metodo dei multipli o quello del DCF, a quelli utilizzati per dare un valore alle nuove iniziative, dando in questo caso un valore alle attività di sviluppo svolte, alle professionalità coinvolte nel progetto ed ai flussi attesi, sia economici che finanziari. UpSens non può essere considerata come una tradizionale start up ma, allo stesso tempo, non può nemmeno venir paragonata ad aziende già esistenti ed operanti sul mercato.

Nello specifico il metodo dei multipli prevede l'applicazione di un multiplo al parametro economico, che esprime la capacità dell'azienda di creare reddito dalla sua gestione operativa. Tale parametro, tecnicamente chiamato Ebitda (utile prima delle imposte, degli interessi e degli ammortamenti), viene moltiplicato per un multiplo di mercato, solitamente ricavato sulla base del confronto dei valori borsistici e di alcune grandezze economiche/finanziarie di società comparabili ed operanti nello stesso settore di mercato. Dalla cifra così ottenuta si toglie la posizione finanziaria netta (solitamente calcolata come differenza tra saldi attivi bancari e indebitamenti finanziari vari) in caso di indebitamento bancario o sommata in caso di cassa positiva. Nel caso specifico di UpSens si prende il valore dell'Ebitda al 3° anno e lo si moltiplica per 5, multiplo applicato mediamente nelle operazioni del settore High-Tech, in particolare elettronica e microelettronica, considerato affine alle attività di UpSens. Si ottiene un valore pari a 1.603.070 € a cui non si deve sommare o sottrarre nulla essendo la Posizione finanziaria netta pari circa a 0 €.

Il metodo del DCF o discounted cash flow correla il valore dell'azienda alla sua capacità di generare flussi finanziari adeguati a soddisfare le aspettative degli azionisti. Con questo metodo il valore dell'azienda si ricava tramite il calcolo del valore attuale dei flussi di cassa operativi netti che la società sarà in grado di generare scontati ad un tasso, cosiddetto Wacc, che rappresenta il rischio specifico dell'azienda, sia operativo che finanziario, quindi il rischio potenzialmente a carico degli azionisti. Nelle nuove iniziative solitamente questo tasso di sconto è alto perché rappresenta proprio i rischi della nuova iniziativa. Nel caso di UpSens, utilizzando il piano a 5 anni ed un Wacc del 14% si ottiene un valore pari a 4.799.000 €.

Il terzo metodo applicato alla valorizzazione di UpSens è basato sulla capacità degli investimenti fatti di generare fatturato e reddito, grazie alle competenze professionali del team e degli azionisti della società. Si tratta della valorizzazione del Know-How di cui la nuova società gode, potendo contare sull'esperienza pluriennale del socio di maggioranza, delle attività di sviluppo del prodotto svolte negli anni scorsi e delle competenze professionali dei suoi manager e

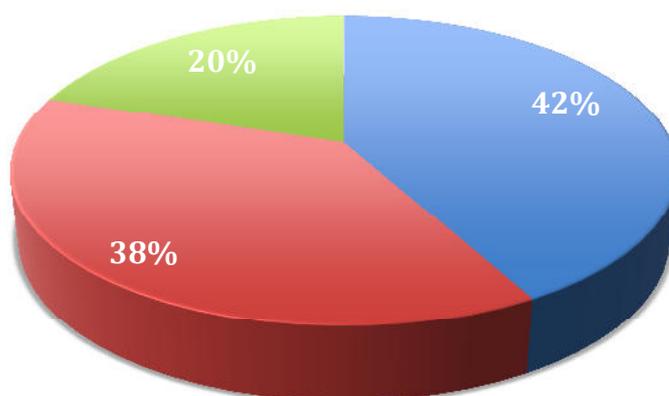
shareholders. Il Know-How tecnicamente si classifica tra i beni immateriali derivanti dalla tecnologia, così come i segreti industriali o i brevetti. Affinché siano valorizzabili tali beni immateriali devono essere trasferibili, misurabili ed avere un'utilità duratura. Soddisfatte queste caratteristiche, si possono applicare varie metodologie, che si rifanno sia ad elementi analitici, come il costo storico aggiornato o il costo di riproduzione, sia ad elementi di mercato, come la capacità di generare redditi ad esempio tramite applicazione di royalties, oppure la presenza di transazioni comparabili. Siccome il progetto UpSens soddisfa tutte le caratteristiche appena descritte, si è ritenuto opportuno applicare un criterio misto alla valorizzazione dello stesso. Nello specifico sono stati considerati i costi sostenuti per lo sviluppo del progetto, il valore di sostituzione del management, che ha sviluppato il prodotto e lo andrà a seguire e il costo che si dovrebbe sostenere come royalties per poter utilizzare un prodotto simile. La somma di tali grandezze porta ad un valore di 1.200.000 € che è inferiore e comunque si avvicina molto anche alla cifra ottenuta applicando il metodo dei multipli e prendendo il terzo anno come riferimento. Prudenzialmente, avendo elementi oggettivi a sostegno, si ritiene corretto prendere la cifra di 1.200.000 € come riferimento.

5.2 Valutazione ed equity disponibile

Dalle considerazioni espresse nel paragrafo precedente emerge che UpSens viene valorizzato, prima della campagna di crowdfunding, 1.200.000 €.

Il target della campagna è fissato in un range che va da un minimo di 195.000 € ad un massimo di 300.000 €. Tali fondi verranno impiegati principalmente nell'ingegnerizzazione di prodotto (inclusa la certificazione), nel lancio commerciale e nell'acquisizione delle prime risorse utili a strutturare la società.

Impiego equity crowdfunding



■ ingegnerizzazione/certificazione ■ commerciale/marketing ■ personale

Ottenendo il target minimo di 195.000 €, ritenuto indispensabile per completare le attività minime, si coprirà l'ulteriore fabbisogno di 100.000 € tramite il ricorso ad un finanziamento bancario a medio termine. UpSens essendo iscritta nel registro delle imprese come start up innovativa, può accedere ad un canale preferenziale di finanziamento, legato proprio al filone delle start up innovative.

Contabilmente quindi dopo la campagna di crowdfunding UpSens acquisirà un valore complessivo minimo di 1.500.000 €.

5.3 Perché investire

In generale, va assunto che qualunque investimento nel capitale sociale di una Società presenta un certo grado di rischio di totale perdita dello stesso, rischio maggiore se l'investimento è fatto verso e per una Start Up e se è operato da parte di investitori non professionali.

Pertanto questo tipo di investimenti è indicato per coloro che hanno una propensione al rischio consapevole d'impresa e per quanti possono permettersi di immobilizzare una parte del proprio patrimonio in media per circa 5-7 anni in un portafoglio diversificato, generalmente composto da più imprese di questo tipo.

Per contro, questo tipo di investimenti potrebbe in media consentire guadagni in conto capitale nettamente superiori ad altre forme tradizionali e correnti:

i migliori portafogli Angel internazionali in 6 anni oscillano tra 2x e 4x, cioè una rivendita delle quote (=EXIT) tra il doppio e il quadruplo del capitale iniziale investito, al netto degli investimenti falliti.

Infine, il co-investimento tramite una piattaforma di crowdfunding consente di condividere il rischio tra diverse persone, alcune delle quali più esperte e operative; e di partecipare a molte più opportunità di investimento rispetto a quelle che ciascuno potrebbe cogliere con i soli propri mezzi individuali.

Ribadito quanto sopra, questa opportunità di investire in UpSens srl offerta ai potenziali investitori tramite la piattaforma StarsUP di crowdfunding equity risulta particolarmente interessante per i seguenti **9 BUONI MOTIVI**.

1. **PRODOTTI:** il mercato di riferimento di UpSens è di assoluta rilevanza ed in primo piano in questo momento. Il mercato dell'Internet of Things ad oggi è sinonimo di innovazione, di sviluppo e di progresso, con particolare crescita e richiesta per i dispositivi di personal care, di benessere, sport, tempo libero e qualità della vita.
2. **INNOVAZIONE WAVE,** di fatto si immette a mercato un particolare che ad oggi non è presente, un'antenna di proprietà, prodotta e sviluppata internamente, in grado di captare le onde elettromagnetiche, che è il core dell'applicativo WAVE. Ad oggi si trovano prodotti che controllano i livelli di qualità dell'aria ma non le fonti di inquinamento elettromagnetico e la sua intensità. Con Wave sarà possibile.
3. **COMMUNITY,** poter far parte di un progetto in cui i prodotti che UpSens porta sul mercato, sono attenti a temi attuali ed importanti come la sostenibilità ecologica ed ambientale, il benessere ed il livello di qualità di vita garantito. Creare quindi una comunità di persone attente e virtuose che raccoglie, analizza e diffonde dati misurati e finalizzati al controllo ed alla sensibilizzazione ambientale, al benessere comune, al migliorare lo standard qualitativo e le aspettative di vita.
4. **TEAM:** giovane, multi-disciplinare, coeso dal fatto che lavorano insieme da anni, entusiasta della possibilità di divenire da managers di azienda a loro volta imprenditori in un ambito che ben conoscono; supportati dalla seniority e dalla visione dell'imprenditore storico da cui deriva UpSens (anche lui socio investitore) e da un gruppo di Business Angels esperti.



5. **SOCI INVESTITORI**, Business Angels operanti dal 2010 a livello internazionale, avendo di fatto investito in startup italiane, ma anche europee e statunitensi, soci fondatori di un acceleratore operante a livello internazionale, con un track record di due campagne di crowdfunding fatte in ambito “realtà aumentata” ed “internet of things”, entrambe vinte.

6. **REDDITIVITA'** attesa piuttosto interessante, fondati su curve di crescita tipiche dell'IoT come spiegato precedentemente nelle assunzioni al piano e verificabile per i link informativi, con dati pubblicati e non estrapolati e/o stimati.

7. **DETRAZIONE FISCALE** capitale investito dai singoli investitori, in quanto società registrata come “StartUp innovativa”.

8. **VALORE PRE-MONEY** conveniente, calcolato con procedure e criteri prudenziali relativamente al mercato IoT, e stimato in maniera conservativa in 1.200.000€.

9. **PROGRESSO**, la motivazione più importante per i soci fondatori di UpSens. Con il vostro supporto finanziario e con le vostre azioni contribuirete come soci alla storia e all'evoluzione di UpSens e insieme renderemo il mondo un posto migliore in cui vivere.

6 Allegati

6.1 Strategia commerciale e comunicazione

Il piano di lavoro che viene proposto è in via di definizione, ma molti passi in tal senso sono già stati fatti. Si è provato a sintetizzare per attività identificando anche il periodo in cui le stesse verranno messe in atto.

Fin da subito si è lavorato per incrementare la **visibilità del brand** e per dar forza al sito e-commerce.

Sono già state identificate le parole chiave, su cui fare attività di **SEO** ed indicizzare il sito portandolo per ben precise ricerche in prima pagina, nei motori di ricerca più comuni.

Proprio al fine di favorire questa crescita sono stati realizzati un video ed uno story telling, postati su **Facebook** già entro il mese di Maggio 2016 ed in continuo aggiornamento.

Sempre in questo ambito è stato realizzato un piano editoriale, che alimenterà il blog ed i social (**Linked In** e **Facebook**) con i quali la società darà “voce” alla propria idea imprenditoriale a partire dal mese di Giugno 2016.

In collaborazione e con il supporto di **Trentino Sviluppo**, che ringraziamo per il supporto, verrà fatto un invio che permetterà di far conoscere la New.co, la missione e visione della stessa, nonché i prodotti a circa 8.000 soggetti tra aziende, enti e professionisti. Riteniamo questa collaborazione con la pubblica amministrazione sia una grande opportunità anche per accedere a potenziali importanti contatti come le Pro Loco e le **APT**. Di fatto con questi enti sarà possibile instaurare collaborazioni che ci dovrebbero portare ad inserire strumenti per il controllo in belle ed importanti stazioni turistiche. Questo è nella visione aziendale di assoluto prestigio e permetterà alla **community** che si andrà formando, di avere in tempo reale indicazioni precise ed affidabili su luoghi di benessere e villeggiatura.

Riteniamo che anche l'ambito sportivo possa connotare il prodotto nella fascia del **benessere**. In particolare in questo settore si stanno valutando una serie di eventi sportivi da sponsorizzare, saranno principalmente legati al tema del benessere, del tempo libero e della qualità dell'ambiente.

Si sta lavorando per pubblicizzare e comunicare, durante la campagna di equity crowdfunding, l'innovazione portata da UpSens e la creazione di una community dedicata alla raccolta, analisi e diffusioni di dati riguardanti la qualità dell'ambiente e della vita, attraverso alcuni canali quali la radio e le testate giornalistiche, questo soprattutto a livello nazionale. In particolare tramite

Smart App di Radio 105 ed “Il Sole 24 Ore”, ma per quest’ultimo, al fine di meglio caratterizzare il prodotto, lo si farà tramite le visualizzazioni web e portatile, non sul cartaceo. Al momento si sta trattando anche per avere una pubblicazione sull’estratto digitale di ANSA.

Nel mentre, vengono avviati incontri conoscitivi con importanti investitori formali, affini al mercato dell’Internet of Things.

La società, pur conscia che la campagna di equity crowdfunding e l’investimento in società è il primo importante passo, ha già programmato un piano lavori che deve comunque portare a conoscere al meglio il prodotto, fondamentale il programma collegato alle vendite dello stesso.

Campagna di **Crowdfunding di prodotto**, si sta lavorando per avviarla a partire da metà Novembre, le ricerche di mercato indicano il periodo subito a ridosso di Natale come uno dei più importanti da un punto di vista di successo delle campagne stesse e la company si farà trovare pronta per allora. La piattaforma scelta è quella di Indiegogo, su cui si farà la campagna stessa. Il piano di comunicazione (blog e social) già stilato, che per il prodotto avvierà le comunicazioni sempre a mezzo LinkedIn e Facebook oltre appunto al blog del sito web di UpSens, già a partire da Giugno 2016. All’interno dell’organizzazione del crowdfunding vi è un passaggio che si ritiene essere essenziale, il coinvolgimento di blogger, in particolare USA ma non solo, si sta parlando con **Tech Crunch** proprio perché il loro feedback su temi come IoT è assolutamente pertinente, oltre che utile appare probabile quindi un loro supporto.

Importante aggredire mercati nuovi, in particolare è stato già discusso l’accordo per il lancio di prodotto tramite Ingdan la più importante piattaforma e-commerce cinese in ambito IoT. Si stima di avviare una collaborazione con vendita di BASE + AIR e/o WAVE già entro la fine della Primavera 2017. Ad oggi la piattaforma **Ingdan**, che supporterà il lancio di UpSens in Cina, ha un traffico garantito da oltre 4mln di acquirenti associati. Questo ci darebbe ampie garanzie anche per rendere UpSens lo strumento standard riconosciuto, per ridurre quindi i tentativi di copia, essendo il più importante player IoT del mercato cinese stesso, coinvolto nel business, che promuove e accredita per primo UpSens.

Ultimo punto, ma non meno importante, eventi fiere. Sono stati identificate 3 fiere, per le quali si è pianificata una presenza ovviamente recepita nel piano economico finanziario. In particolare si parla di **CES 2017, IFA 2017, MOBILE WORLD CONGRESS**.

6.2 Glossario

ANDROID è un sistema operativo per dispositivi mobili sviluppato da Google .

APP (o applicazione) è un'applicazione software dedicata ai dispositivi di tipo mobile, quali smartphone o tablet.

BLOG è un particolare tipo di sito web in cui i contenuti vengono visualizzati in forma anti-cronologica (dal più recente al più lontano nel tempo). In genere il blog è gestito da uno o più blogger che pubblicano, più o meno periodicamente, contenuti multimediali, in forma testuale o in forma di post, concetto assimilabile o avvicinabile ad un articolo di giornale.

BLUETOOTH LE è una funzionalità della tecnologia wireless Bluetooth, progettata per applicazioni a basso consumo per dispositivi wireless con raggio d'azione ridotto (fino a 50 metri).

CAMPO ELETTRICO grandezza fisica vettoriale che esprime le proprietà dello spazio dovute alla presenza in esso di una o più cariche elettriche.

CO Monossido di Carbonio, gas velenoso perché in grado di legarsi al sangue molto saldamente diminuendo l'apporto di ossigeno al nostro organismo. Il CO in casa è generalmente conseguenza di cattiva combustione di canne fumarie, scaldabagno ed altri elettrodomestici malfunzionanti.

CO₂ Anidride Carbonica, con concentrazioni superiori ai 800 ppm si ha una diminuzione della concentrazione delle persone. Viene utilizzato come parametro per la misura della qualità dell'aria indoor. La fonte di CO₂ in casa è principalmente il prodotto della respirazione.

COMFORT TERMICO particolare condizione di benessere determinata, in funzione delle percezioni sensoriali di un individuo inserito in un ambiente, da temperatura, umidità dell'aria e livello di rumorosità e luminosità rilevati all'interno dell'ambiente.

COMMUNITY una comunità virtuale o comunità online è, nell'accezione comune del termine, un insieme di persone interessate ad un determinato argomento.

CONSUMER destinato al consumatore.

COV composti organici volatili, traduzione in italiano di VOC.

CROWDFUNDING di PRODOTTO è un processo collaborativo di un gruppo di persone che utilizza il proprio denaro in comune, per sostenere gli sforzi di realizzazione e produzione di un dispositivo.

FORMALDEIDE la formaldeide è una sostanza che può essere trovata allo stato liquido o gassoso ed è un potente battericida, ma anche una sostanza cancerogena. Tale sostanza è spesso utilizzata dall'industria cosmetica come agente antibatterico e conservante, come collante nell'industria edile e come additivo alimentare per la conservazione dei prodotti affumicati.

INDOOR ambiente chiuso quale a titolo di esempio: casa, ufficio, scuole, ospedali,

INTERNET OF THINGS (IoT) letteralmente tradotto “Internet delle cose” rappresenta una famiglia di tecnologie, il cui scopo è rendere qualunque tipo di oggetto, un dispositivo collegato o collegabile ad internet.

INQUINAMENTO ELETTROMAGNETICO si intende l'inquinamento derivante in genere da radiazioni elettromagnetiche non ionizzanti. Si parla quindi dell'intervallo di frequenze che va da 0 Hz (campi statici) alle frequenze tipiche della luce visibile.

iOS è un sistema operativo per dispositivi mobili sviluppato da Apple.

LCD schermo a cristalli liquidi.

OUTDOOR ambiente aperto.

POLVERI SOTTILI identificano comunemente l'insieme delle polveri sospese in aria con granulometria da 0 a 10 micron.

RADIAZIONI termine generalmente utilizzato per indicare l'insieme di fenomeni caratterizzato dal trasporto di energia nello spazio.

SCALABILITA' si intende la modularità di UpSens che presentano una base comune e la possibilità di connettere diversi sensori.

SMART intelligente, in grado di effettuare rilevazioni di parametri e fornire dati elaborati.

STAND-ALONE non necessita cioè di altri dispositivi (es: smartphone) per il suo funzionamento.

TOTAL VOC somma dei VOC totali presenti in aria

VOC Volatile Organic Compounds, ampia famiglia di gas organici volatili. Vengono rilasciati da differenti materiali o prodotti, alcuni di queste molecole sono cancerogene come ad esempio la formaldeide, ma non solo. Possono contribuire alla sindrome di edificio malato.

V/m (Volt/metro) Unità di misura della grandezza fisica di campo elettrico.

Supported by

