

ALLEGATO 4 – PITCH

(Fac simile da utilizzare in Fase 2)

> IL PITCH

Il *pitch* è il veicolo di promozione del progetto che deve contenere le informazioni necessarie a divulgare e rendere attrattiva la propria business idea.

Le asserzioni del *pitch*, siano esse qualitative e quantitative (i.e: ricerca di mercato, trend dell'industria, *competitors*) devono essere supportate da riferimenti alle fonti.

Nel corso della *pitch competition* ciascuna gruppo vincitore della Fase 1 del Contest dovrà fornire una sintesi, sotto forma di presentazione, del proprio progetto imprenditoriale utilizzando le indicazioni fornite di seguito per la sua redazione.

La durata massima assegnata a ciascuna presentazione sarà di 30 minuti.

> COVER PAGE

Slide di presentazione progetto che contiene i seguenti elementi chiave:

- Titolo progetto, ambito di intervento e logo dell'università (se disponibile)
- Gruppo informale proponente (indicando i membri ed il/i riferimento/i universitario/i), titolo, data e luogo.

Utilizzare grafica ed organizzazione testuale in maniera da rendere la presentazione più attrattiva e chiara possibile.

> IL PROBLEMA/BISOGNO

Ogni progetto imprenditoriale o idea di business mira alla risoluzione di un problema o a soddisfare un bisogno, anche se latente. In questa sezione è importante definire quale sia l'esigenza che si vuole risolvere facendo riferimento a quattro aspetti fondamentali:

- In che cosa consiste il problema?
- Chi avverte il problema?
- Quali sono le conseguenze del problema?
- Quanto è rilevante il problema?

> IDEA/SOLUZIONE

Indicare come l'idea di business mira a soddisfare il bisogno espresso o latente risultato dall'analisi di mercato. Evidenziare in modo chiaro quale sia il valore offerto ai clienti e i vantaggi attesi per la collettività.

> MERCATO

In questa slide è necessario definire e individuare chiaramente chi sono i clienti/utenti e il mercato target in termini quantitativi e qualitativi (in termini: numerici, segmentazione geografica, demografica). Si consiglia di fare riferimento al mercato potenziale e i trend correlati.

> COMPETITORS

Occorre evidenziare chi sono i competitors principali dopo aver effettuato un'accurata osservazione e analisi delle loro strategie, punti di forza e debolezza. Evidenziare secondo quali parametri la soluzione proposta sia migliore (esempio: costo, qualità etc.).

> TEAM

Definire quali sono i ruoli dei componenti del gruppo all'interno dell'impresa. Indicare la capacità di rispondere, con la propria organizzazione, alle esigenze del mercato di riferimento. Evidenziare il ruolo delle partnership attivate.

> BUSINESS MODEL

Indicare quale sia il modello di business del progetto imprenditoriale evidenziando la value proposition. Definire gli obiettivi d'impresa e gli indicatori per la verifica del loro raggiungimento.

> ROAD MAP

Definire le ipotesi di gantt chart e le milestones del progetto (12 mesi). Individuare le attività fondamentali per lo sviluppo del progetto e relative tempistiche (i.e. sviluppo piattaforma, testing), indicare quale siano i risultati salienti che si intende raggiungere (milestones, esempio: lancio piattaforma).

> FINANCING

Fornire in maniera chiara e sintetica i risultati economici chiave estratti dal piano economico finanziario (ricavi, costi, cashflow, investimenti). Indicare le prospettive di sostenibilità economica dell'impresa.

> MATERIALE DI SUPPORTO

Inserire eventuali link, video, materiali di supporto ritenuti utili alla migliore comunicazione del progetto.