

EIT RawMaterials E-M@S: E-Mining@school

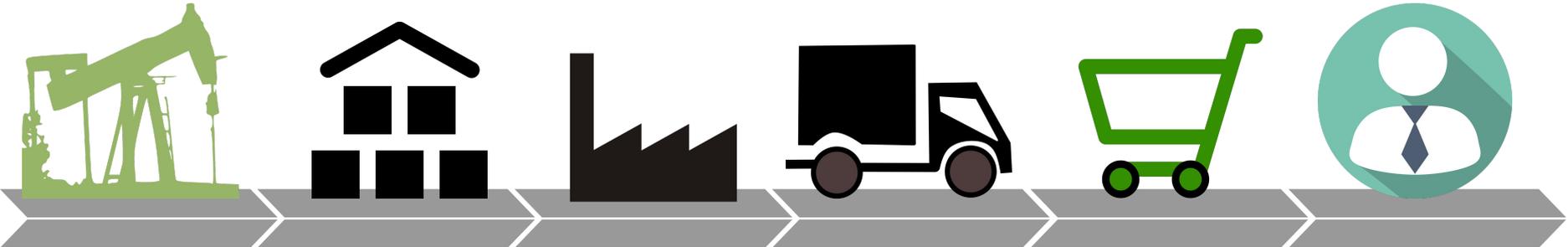
Gli Stakeholders della Supply Chain

“Che ruolo hanno e quale valore creano e ricevono”

Elena Petrucciano - Alessandro Rossi



Chi sono gli stakeholders e cos'è la supply chain?



Materie prime

Fornitore

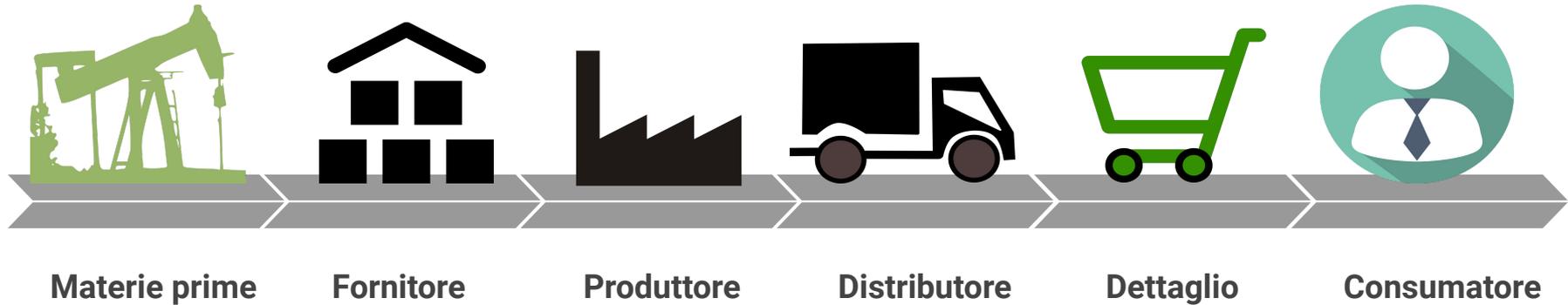
Produttore

Distributore

Dettaglio

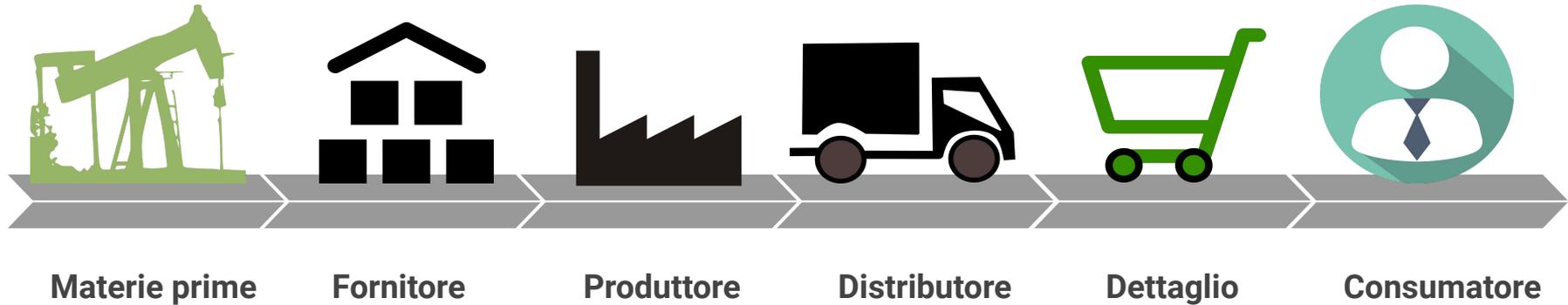
Consumatore

Cos'è la supply chain (Catena di distribuzione)?



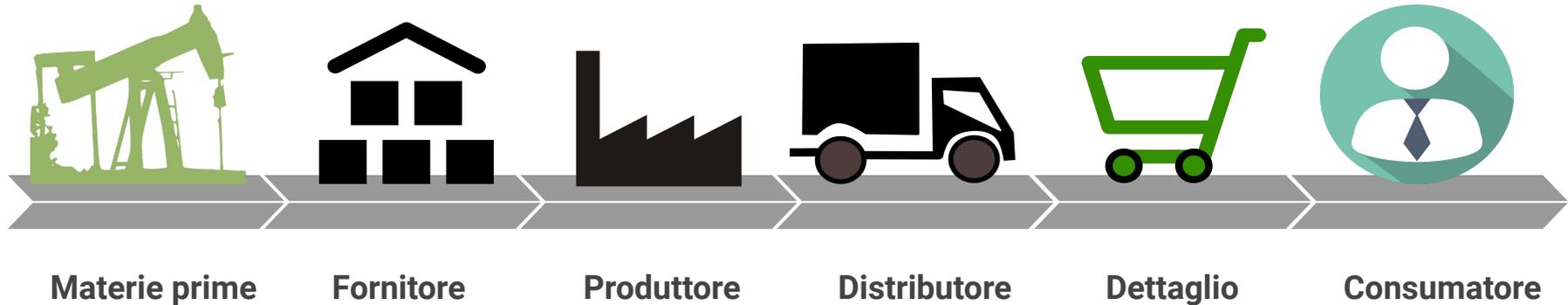
SUPPLY CHAIN: è un sistema di organizzazioni, persone, attività, informazioni e risorse coinvolte nel processo di trasferimento o fornitura di un prodotto o un servizio dal fornitore (supplier) al cliente (consumer).

Cos'è la supply chain?



Tre elementi chiave si trasmettono tra i partecipanti della supply chain:
PRODOTTI, INFORMAZIONI, RISORSE FINANZIARIE.

Chi sono gli stakeholders?



STAKEHOLDERS: sono tutti quei soggetti, interni ed esterni all'impresa, che hanno un interesse nei confronti dell'organizzazione e dell'attività che svolge e che possono in qualche modo influenzarne l'attività positivamente o negativamente.

Chi sono gli stakeholders?

- ★ Tra gli **stakeholders** abbiamo:
 - Fornitori
 - Clienti
 - Distributori
 - Dipendenti e soci dell'impresa
 - Autorità che regolamentano il mercato
 - ...

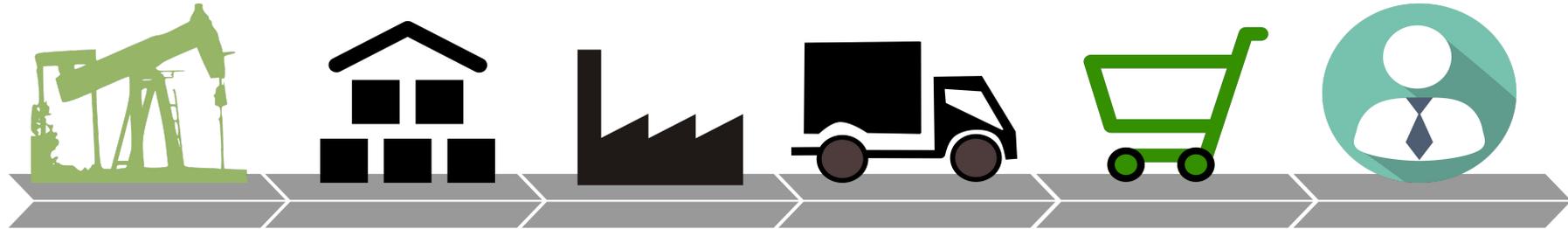
Chi sono gli stakeholders?

- L'azione intrapresa da uno stakeholder può **influenzare la redditività degli altri**.
- Dopo aver ottimizzato il proprio flusso operativo interno, le aziende per migliorarsi **devono cercare un migliore coordinamento con gli altri stakeholders** della supply chain.

Chi sono gli stakeholders?

- La **difficoltà di coordinamento** tra gli stakeholder della supply chain è una delle **principali barriere** nell'implementazione di un **passaggio da economia lineare ad economia circolare.**

Come cambia la supply chain quando il rifiuto viene utilizzato?



Materie prime

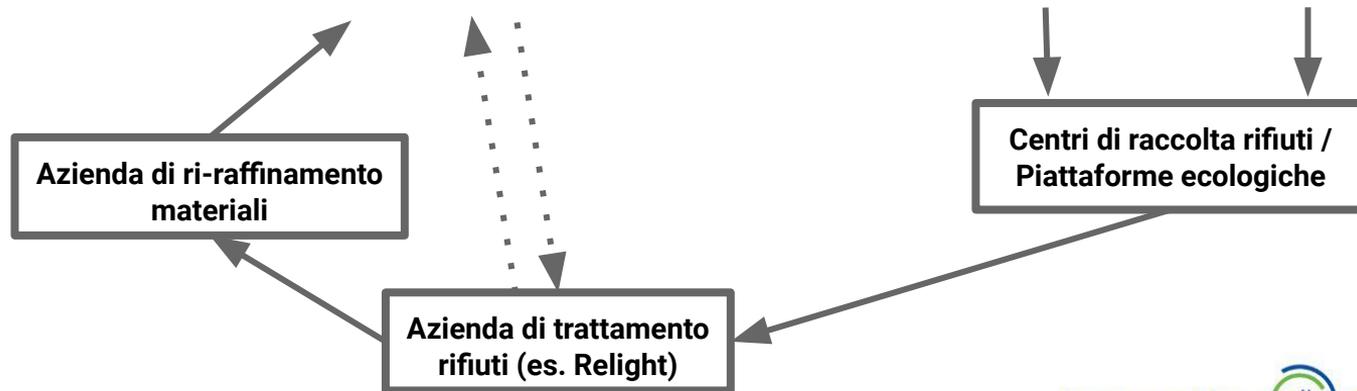
Fornitore

Produttore

Distributore

Dettaglio

Consumatore



Azienda di ri-raffinamento materiali

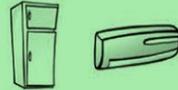
Centri di raccolta rifiuti /
Piattaforme ecologiche

Azienda di trattamento rifiuti (es. Relight)

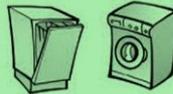
Caso Studio Relight - Azienda di Raccolta e Trattamento Rifiuti WEEE (Electrical and Electronic Equipment)

RELIGHT s.r.l.

R1 APPARECCHIATURE REFRIGERANTI



R2 GRANDI BIANCHI



R3 TV e MONITOR



R4 PICCOLI ELETTRODOMESTICI



R5 SORGENTI LUMINOSE



Relight **tratta** i rifiuti acquisiti:

- Se rifiuto pericoloso: l'**azienda manifatturiera paga** per liberarsi dei rifiuti (è sua responsabilità smaltire rifiuti RAEE)
- Se rifiuto non pericoloso: **Relight paga** il centro di raccolta per comprare i rifiuti (partecipazione ad un bando).

Caso Studio - Relight



Relight **tratta** i rifiuti e li **rivende a:**

- Aziende di ri-raffinamento: se materiali **non ancora riutilizzabili**
- Aziende Manifatturiere: se materiali **pronti per essere riutilizzati** per la produzione

Qual è la differenza tra consumatore e cliente?



Cliente: chi (persona o azienda) effettua un acquisto ("scambio monetario")

Consumatore: chi consuma il prodotto o servizio

Chi è il cliente target?

→ L'utente è il **target ultimo** al quale ci rivolgiamo. Può essere, o meno, la stessa persona che rappresenta il cliente.

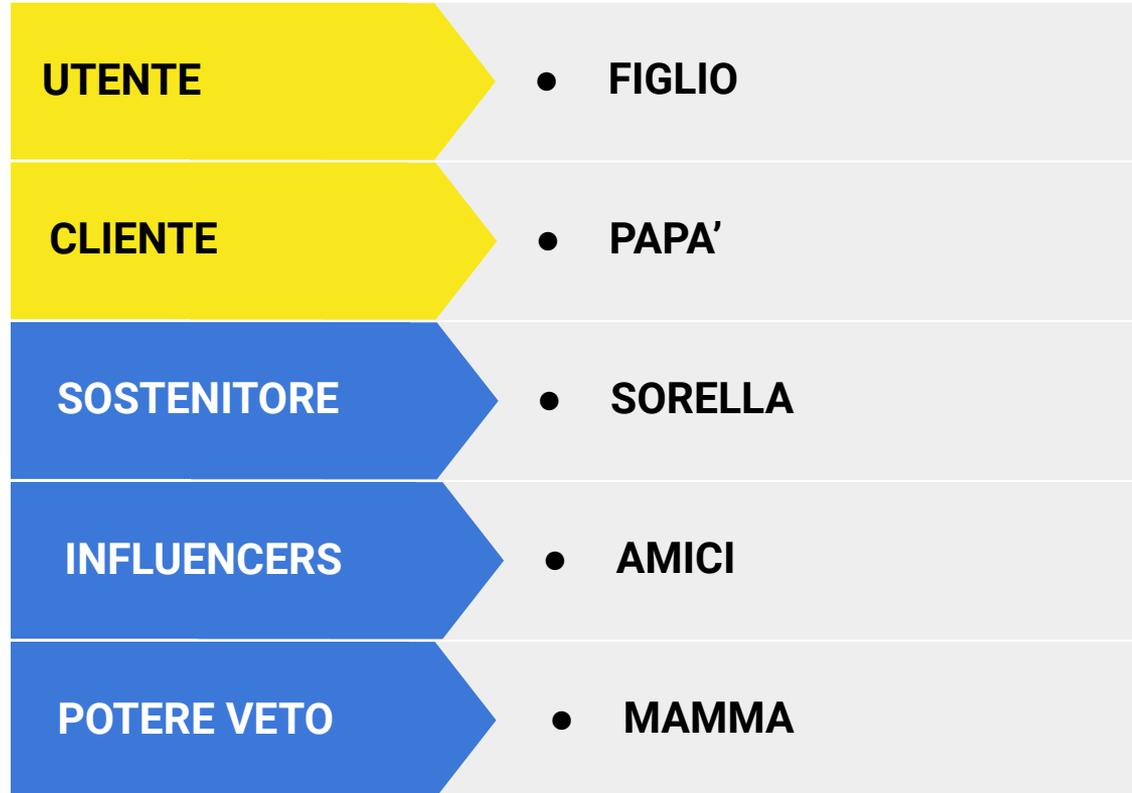
→ Dobbiamo **tenere conto** però anche di **tutti gli altri attori che influenzano la decisione** finale dell'utente.



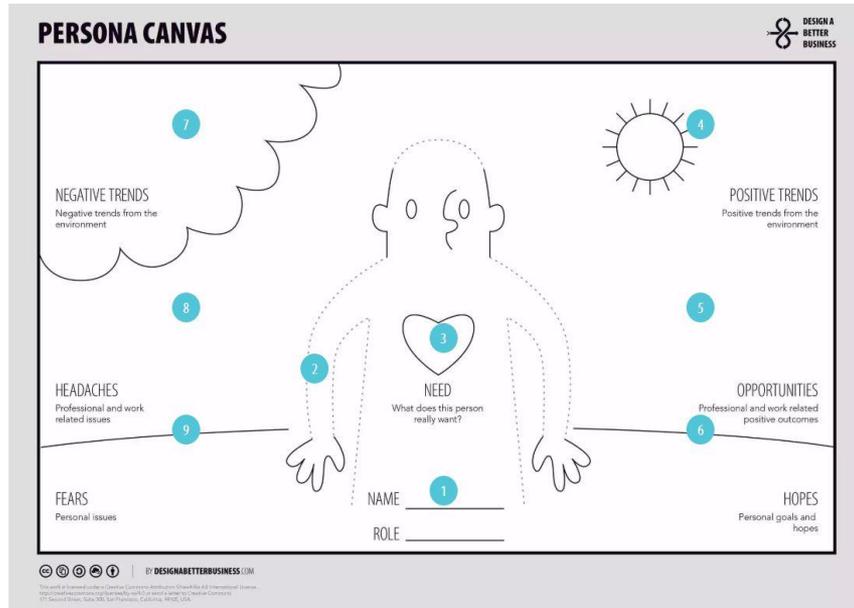
Chi è il cliente target di uno SCOOTER?

| | |
|--------------------|--|
| UTENTE | <ul style="list-style-type: none">● FIGLIO |
| CLIENTE | <ul style="list-style-type: none">● ? |
| SOSTENITORE | <ul style="list-style-type: none">● ? |
| INFLUENCERS | <ul style="list-style-type: none">● ? |
| POTERE VETO | <ul style="list-style-type: none">● ? |

Chi è il cliente target di uno SCOOTER?



Come si traccia il profilo del cliente target?



1. NOME E RUOLO

Dare alla Persona un nome e un ruolo aiuta ad immaginarli nella realtà. Usare una persona realistica, non reale necessariamente.

2. CARATTERISTICHE

Descrizione di come appare il cliente. È un uomo? Una donna? E' felice o triste? Indossa vestiti specifici? Definire bene i dettagli.

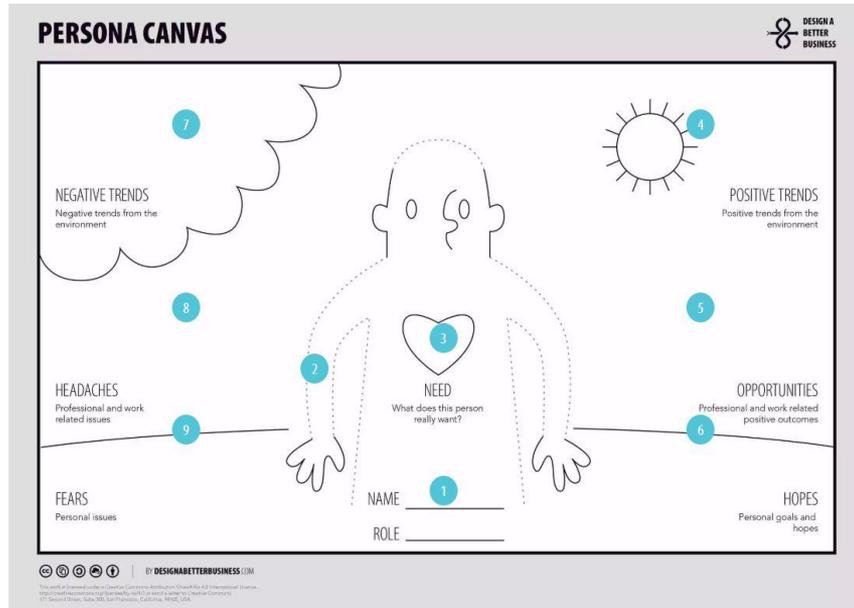
3. BISOGNO

Identificare bene il bisogno della persona. Cosa vuole veramente? Quali decisioni prenderà?

4. TENDENZE POSITIVE

Quali sono le esperienze positive che la Persona sta vivendo nella sua vita?

Come si traccia il profilo del cliente target?



5. **OPPORTUNITÀ**
Quali sono le opportunità positive che la Persona sta sperimentando nella sua vita? Potrebbero essere di lavoro o vita privata.
6. **SPERANZE**
Quali speranze ha per il futuro?
7. **TENDENZE NEGATIVE**
Quali sono le esperienze negative che vive nella vita?
8. **DIFFICOLTÀ'**
Quali sono le difficoltà personali che la Persona sta vivendo? Potrebbero essere di lavoro o nella vita privata.
9. **PAURE**
Quali paure ha la Persona per il futuro?

This file is licensed under the CREATIVE COMMONS CC BY-SA 4.0
Source: <https://designabetterbusiness.tools/tools/persona-canvas>

Customer Persona - Caso Studio iPhone e Fairphone

PERSONA CANVAS **iPhone**

DESIGN A BETTER BUSINESS

The canvas features a central figure with a heart on its chest. The heart contains the word "NEED" and the question "What does this person really want?". Below the figure are fields for "NAME" and "ROLE".

NEGATIVE TRENDS
Negative trends from the environment

POSITIVE TRENDS
Positive trends from the environment

HEADACHES
Professional and work related issues

OPPORTUNITIES
Professional and work related positive outcomes

FEARS
Personal issues

HOPES
Personal goals and hopes

BY DESIGNABETTERBUSINESS.COM

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> <https://www.designabetterbusiness.com/> 171 Second Street, Suite 305, San Francisco, California, 94103, USA.

PERSONA CANVAS **Fairphone**

DESIGN A BETTER BUSINESS

The canvas features a central figure with a heart on its chest. The heart contains the word "NEED" and the question "What does this person really want?". Below the figure are fields for "NAME" and "ROLE".

NEGATIVE TRENDS
Negative trends from the environment

POSITIVE TRENDS
Positive trends from the environment

HEADACHES
Professional and work related issues

OPPORTUNITIES
Professional and work related positive outcomes

FEARS
Personal issues

HOPES
Personal goals and hopes

BY DESIGNABETTERBUSINESS.COM

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> <https://www.designabetterbusiness.com/> 171 Second Street, Suite 305, San Francisco, California, 94103, USA.

This file is licensed under the CREATIVE COMMONS CC BY-SA 4.0
Source: <https://designabetterbusiness.tools/tools/persona-canvas>

Supported by:



RawMaterials

Connecting matters



This activity has received funding from the European Institute of Innovation and Technology (EIT), a body of the European Union, under the Horizon 2020, the EU Framework Programme for Research and Innovation