



SAVE THE CITY

ITI
MAR
CONI



ANNUAL REPORT 2025

Redatto da:

REEUSO S.p.A

Prof.ssa: **MONICA LUCASSINO**

Con la collaborazione di: **GANIGA INNOVATION S.r.l.**



IG: r.e.e.u.so

REEUSO



reeuso.spa@gmail.com

Anno scolastico:
2024/2025

Regione Toscana

ITI G. Marconi



1. Abstract

Reeuso S.p.a. con l'app Save the City mira a rendere le città italiane più sostenibili e culturalmente vivaci. Il progetto offre soluzioni innovative per migliorare l'ambiente urbano, promuovendo l'ecosostenibilità attraverso iniziative come la riqualificazione delle aree verdi, l'uso di energie rinnovabili e la gestione intelligente dei rifiuti. Inoltre, il progetto incoraggia l'interazione culturale, creando percorsi che uniscono il verde urbano e i luoghi di interesse culturale. Gli investitori possono beneficiare di vantaggi economici e sociali, come trasporti gratuiti e sconti su attività culturali. Save the City quindi si propone di migliorare la qualità della vita nelle città, promuovendo uno sviluppo più ecologico e inclusivo.

2. Lettera dell'amministratore delegato

Cari Azionisti, desideriamo esprimere la nostra più sincera gratitudine per il vostro costante supporto e la fiducia che riponete nella nostra azienda Reeuso S.p.a.

Il 2024 ha segnato un traguardo fondamentale per la nostra azienda: abbiamo trasformato la nostra visione in realtà con la creazione della nuova app *SAVE THE CITY*. Un'innovazione che unisce sostenibilità e cultura in un'unica soluzione smart, pensata per rivoluzionare il modo in cui le grandi realtà abitative affrontano la transizione ecologica.

Questa app rappresenta un passo concreto verso un futuro più sostenibile, offrendo strumenti intelligenti per migliorare l'impatto ambientale e promuovere uno sviluppo consapevole delle nostre città.

Fra le varie attività svolte per promuovere e migliorare Save the City, ci siamo interfacciati con la **Scuola Normale Superiore di Pisa**, istituto universitario a ordinamento speciale, il cui prestigio nel campo della ricerca e della formazione è riconosciuto a livello internazionale. La Scuola Normale Superiore, che promuove la cultura della sostenibilità, intesa in senso sociale, economico e ambientale, attraverso le sue attività didattiche e di ricerca, si è resa disponibile a collaborare con REEUSO, affiancandoci con il proprio ufficio di trasferimento tecnologico nella fase di lancio sul mercato di Save the City. Abbiamo contattato anche importanti enti istituzionali come la **Provincia di Pisa** e grandi aziende multinazionali come la **Barilla S.p.a** a cui abbiamo proposto la nostra APP per ottenere un'opinione esperta e raccogliere suggerimenti utili.

Siamo riusciti anche a coinvolgere Ganiga Innovation S.r.l azienda rivoluzionaria nella gestione dei rifiuti attraverso l'uso di un algoritmo avanzato di intelligenza artificiale, installato su un robot brevettato chiamato Hooly che sarà parte integrante di Save the City.

Sommario:

- 1- Introduzione
- 2-Lettera dell'amministratore delegato
- 3- Descrizione del servizio
- 4- Analisi del contesto
- 5- Analisi clientela
- 6-La realizzazione dell'idea di Business
- 7-Organigramma





SAVE THE CITY

3. Descrizione del servizio

Reeuso S.p.a. con la sua applicazione Save the City offre un servizio Green con l'obiettivo di migliorare in termini di ecosostenibilità e sviluppo culturale, le più grandi realtà abitative del nostro Paese. Quattro sono i servizi che con la nostra app potranno essere sviluppati:

Green city: riqualificare aree in cui il verde è carente tramite piantumazione di alberi con targhette nominative personalizzate per chi investe.

Sun City Energy: realizzazione di parchi fotovoltaici condivisi in grado di produrre quantitativi di corrente elettrica tali da muovere i mezzi di trasporti elettrici di un'intera città come tram, metro, bici elettriche, monopattini; tale servizio inoltre sarà volto a produrre energia elettrica per chi non dispone della possibilità di montare pannelli solari nella propria abitazione.

Hooly city: installazione di cestini intelligenti tramite la collaborazione con la start up Ganiga che ha sviluppato un modello in grado di smistare autonomamente qualunque tipo di rifiuto.

Cultural Green Tour: mira a unire i punti precedenti e realizzando vie di comunicazione come ciclabili che passeranno all'interno di aree verdi presenti in vicinanza di monumenti o centri culturali come gallerie d'arte, musei, durante tutto il percorso saranno installati i cestini intelligenti Hooly.

Chi investirà nel nostro progetto avrà benefici di tipo economico e sociale come mezzi di trasporto gratis, sconti in negozi e ristoranti selezionati e sconti per ingressi in musei e teatri.

Il nostro valore aggiunto

Mettere il cittadino al primo posto, rendendolo un partecipante attivo del nostro progetto, in modo da coinvolgerlo maggiormente nella risoluzione dei problemi ambientali di oggi.



Il problema da risolvere

Combattere la scarsa presenza di verde nelle città più urbanizzate, la poca ecosostenibilità dei mezzi di trasporto per la mobilità urbana, lo smaltimento dei rifiuti e contribuire alla creazione e diffusione di una attenzione maggiore all'ambiente e alla sostenibilità.

La nostra soluzione

La nostra missione aziendale è creare un sistema che favorisca una cultura della sostenibilità, secondo un approccio integrato e attraverso una tecnologia accessibile.

“Save the City” è un'app Android dimostrativa con interfaccia grafica intuitiva e login simulato. Dopo l'accesso, l'utente può scegliere tra quattro servizi, tre permettono di effettuare una donazione virtuale, l'ultimo è sempre in fase di sviluppo.

Il sistema di pagamento è fittizio: non viene eseguita alcuna transazione reale, ma viene simulato il processo per mostrare la logica dietro un'interfaccia di donazione.

L'app dimostra la gestione di schermate multiple, input utente e un flusso coerente, ed è pensata per testare l'usabilità e le funzionalità base di un'app mobile lato front-end.

4. Analisi del contesto

Il progetto “Save the City” si concentra sulla sostenibilità urbana attraverso iniziative per la gestione intelligente dei rifiuti e il miglioramento della qualità della vita in città. Il mercato di riferimento è quello delle smart cities e delle soluzioni ecologiche per l’ambiente urbano, un settore in forte crescita. La gestione intelligente dei rifiuti è un segmento particolarmente in espansione, grazie alla crescente urbanizzazione e alle normative ambientali sempre più severe.

Il progetto si rivolge principalmente a tre categorie di utenti:

- Le amministrazioni locali e i comuni potrebbero essere interessati a queste soluzioni per migliorare la qualità urbana, ridurre i costi operativi nella gestione dei rifiuti e adeguarsi alle normative ambientali sempre più stringenti.
- I cittadini e le comunità urbane, sempre più sensibili alle tematiche ambientali, potrebbero apprezzare l’idea di vivere in un ambiente più pulito e moderno, partecipando attivamente a iniziative di riciclo e gestione dei rifiuti.
- Le aziende e i partner privati potrebbero essere coinvolti, in particolare quelle operanti nel settore tecnologico e ambientale, che potrebbero vedere in questo progetto un’opportunità di investimento o di collaborazione. Inoltre, realtà come supermercati, centri commerciali e grandi aziende potrebbero adottare soluzioni simili per migliorare la loro impronta ecologica e allinearsi agli obiettivi di sostenibilità.

Il settore della gestione intelligente dei rifiuti vede già la presenza di diversi competitor. Alcune grandi aziende tecnologiche e startup innovative, come Bigbelly negli Stati Uniti, offrono già soluzioni avanzate, tra cui bidoni intelligenti per la raccolta dei rifiuti.

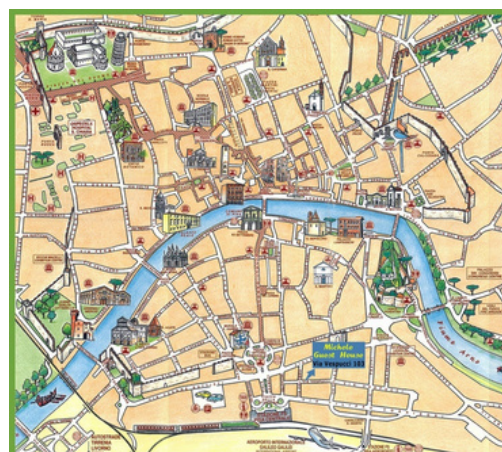
Molti comuni stanno implementando strategie di smart waste management, spesso grazie a fondi europei destinati a progetti sostenibili.



Esistono anche progetti scolastici e di sensibilizzazione che propongono idee simili, puntando sulla formazione ambientale delle nuove generazioni. Tuttavia, “Save the City” ha alcuni punti di forza distintivi rispetto alla concorrenza. Il progetto non si concentra solo sulla tecnologia, ma pone grande attenzione alla sensibilizzazione della comunità e all’educazione ambientale.

Il mercato delle smart cities è in forte crescita: a livello globale, passerà da 104,80 miliardi di dollari nel 2024 a 165,80 miliardi nel 2028: si presume che ci sarà un aumento del +12,15% annuo. In Italia, nel 2023 ha raggiunto 1 miliardo di euro (+11% rispetto al 2022).

La città di Pisa e la sua vasta provincia contano circa 500.000 abitanti e ha investito nella raccolta differenziata e nella sensibilizzazione ambientale, l’azienda che si occupa di gestire il servizio di raccolta differenziata è la Geofor S.p.A.





SAVE THE CITY

Le tendenze di mercato attuali giocano a favore del progetto. La crescente digitalizzazione delle città porta i comuni a investire sempre di più in soluzioni smart per ottimizzare i servizi pubblici.

L'attenzione alla sostenibilità sta diventando una priorità per cittadini e governi, favorendo l'adozione di iniziative innovative per la riduzione dei rifiuti e dell'inquinamento. Inoltre, gli incentivi pubblici e i fondi europei offrono un'opportunità concreta per finanziare progetti di economia circolare. L'evoluzione della normativa ambientale, sempre più rigorosa, impone soluzioni efficaci per la gestione dei rifiuti, creando una domanda crescente per iniziative come questa.

Esistono anche alcune minacce da considerare. La necessità di investimenti iniziali per lo sviluppo e l'implementazione del progetto rappresenta un ostacolo, così come le possibili barriere burocratiche che potrebbero rallentare la collaborazione con le amministrazioni pubbliche. Inoltre, la concorrenza con aziende già affermate e dotate di tecnologie avanzate potrebbe rendere più difficile l'ingresso nel mercato.

Per questo in questa fase preliminare abbiamo deciso di sottoporre la nostra idea a figure istituzionali importanti come il Presidente della Provincia di Pisa e i Sindaci della Valdera, a istituzioni esperte di sviluppo di nuove idee imprenditoriali come l'ufficio di Trasferimento Tecnologico della Scuola Normale di Pisa, attiva nel promuovere la cultura della sostenibilità in ambito sociale, economico e ambientale, ad aziende di settore come Geofor, azienda di gestione dei rifiuti di Pisa e Provincia e alla Barilla, nota azienda alimentare Italiana.



Abbiamo fatto visita anche alla discarica di Peccioli che dalla gestione dell'impianto di smaltimento e trattamento dei rifiuti produce energia, e contribuisce allo sviluppo del territorio.



Le campagne di sensibilizzazione potrebbero coinvolgere attivamente cittadini e istituzioni, aumentando l'adesione all'iniziativa. La sperimentazione di test pilota in alcune città selezionate permetterebbe di raccogliere dati sull'efficacia del progetto e di ottimizzarlo prima di un'eventuale espansione.





5. Analisi della clientela

Le personas sono soggetti ideali e immaginari, che rappresentano un gruppo di clienti che potrebbe utilizzare un servizio o un prodotto.

Delineare le caratteristiche delle personas può essere vantaggioso per mirare a strategie di marketing specifiche, quindi è importante perché permette di avere un approccio venditore-cliente, e l'utente finale è più consapevole dell'acquisto che andrà a fare. Di conseguenza conoscendo i potenziali clienti potremmo immedesimarci in loro stessi, in modo da comprendere meglio le loro difficoltà e necessità. Per ottenere queste informazioni, abbiamo sottoposto un sondaggio ai cittadini residenti nelle città più popolate del nostro Paese, con l'obiettivo di capire quale potrebbe essere l'interesse e la risposta a Save the City.

Il sondaggio è articolato con le seguenti domande:

1. Quanti anni ha, di che sesso è, dove vive?
2. Che reddito ha, che professione svolge, che seniority ha?
3. Come è composta la sua giornata tipo? Quali sono i suoi bisogni e i suoi problemi?
4. Che obiettivi ha in relazione alla categoria di prodotti/servizi offerti da Save the City?
5. Dove e quando cerca le informazioni utili per il processo di acquisto?
6. Quali sono i suoi dubbi rispetto all'investimento richiesto dall'APP?
7. Come e quando pensa di utilizzare Save the City?

Una volta raccolte le risposte abbiamo raccolto tutti i dati e ne abbiamo stilato un documento che delinea le volontà, le problematiche e le esigenze dei circa 100 cittadini intervistati.

Le personas riportano le seguenti considerazioni: Siamo dei liberi professionisti e viviamo in città italiane non molto grandi come Pisa e Pontedera e che, purtroppo, non sempre riescono a prendersi cura delle proprie aree verdi a dovere. Lavoriamo per enti pubblici e il nostro reddito è medio, circa 70.000 euro annui.

Le nostre giornate iniziano con un po' di attività sportiva al parco seguita da una abbondante colazione. Usciamo di casa per dirigerci al lavoro con i mezzi pubblici, pranziamo fuori e rientriamo nel tardo pomeriggio. Una delle difficoltà che incontriamo nelle nostre zone è la scarsa manutenzione delle aree verdi. Le poche zone verdi a disposizione sono in uno stato di abbandono, con la manutenzione quasi assente. Questo ci frustra particolarmente, soprattutto considerando la mancanza di cura e attenzione da parte dei nostri vicini nella gestione della raccolta differenziata, un comportamento che riscontriamo anche tra gli altri colleghi al lavoro.

Vorremmo davvero poter contribuire a migliorare la qualità del nostro territorio. Crediamo che, aumentando l'efficienza della raccolta differenziata e intervenendo sulle zone verdi abbandonate, si possa fare davvero la differenza. Speriamo che le istituzioni locali possano prestare maggiore attenzione alla cura del verde pubblico e alla gestione dei rifiuti, per rendere queste città più pulite e verdi possibile.

Per pagare il servizio, ci informeremo tramite il sito web e la pagina Instagram dell'azienda, in modo da conoscere meglio le opzioni e capire come poter partecipare attivamente a questo cambiamento.



SAVE THE CITY

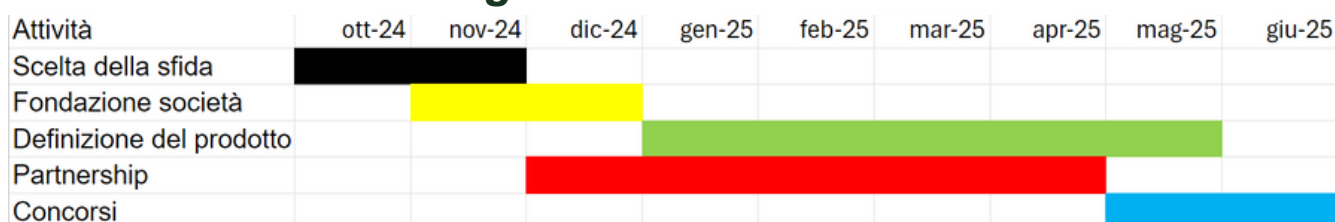
Tuttavia, abbiamo anche alcune preoccupazioni: temiamo che molte persone, a causa della mancanza di senso civico, potrebbero non investire in iniziative come quella proposta, ostacolando la creazione di una città più pulita e sostenibile, che è ciò che desideriamo veramente. Nonostante queste difficoltà, cerchiamo di fare la nostra parte. Utilizziamo il servizio quotidianamente e, quando siamo in giro, utilizziamo i cestini per rifiuti.

Inoltre, cerchiamo di fare scelte eco-sostenibili, come spostarsi con mezzi pubblici a basso impatto ambientale, che permettono di muoversi in modo più verde. Speriamo che, un passo alla volta, tutti possano contribuire a rendere la città un posto migliore. Crediamo nel progetto Save the City perché siamo sicuri che insieme possiamo far capire a molte persone l'importanza nel salvaguardare il nostro futuro, grazie anche al fatto che l'applicazione è uno strumento molto innovativo, semplice, ma anche efficace e intuitivo.



6. La realizzazione dell'idea di business

Diagramma di Gantt



6.1. Rigenerazione urbana e culturale: parla la Gen Z:

Abbiamo scelto questa sfida perché è un argomento molto delicato e importante per noi, per il nostro presente, ma soprattutto per il nostro futuro: viviamo in un periodo storico in cui il livello di urbanizzazione è così elevato, che le zone verdi del nostro paese sono sempre più in diminuzione, quindi rischiamo in un futuro non lontano,

di ritrovarci a vivere circondati da una fitta cementificazione. Inoltre non dobbiamo dimenticare le nostre radici storico-culturali: il patrimonio culturale del nostro paese sta diminuendo, ecco quindi che ci impegniamo anche nella riqualificazione delle aree culturali.



SAVE THE CITY

6.2. Fondazione della società di Reeuso

Noi soci fondatori siamo stati fin dall'inizio un gruppo che ha saputo lavorare in sinergia, comunicando in modo aperto e costruttivo, dove ciascun membro contribuisce attivamente con competenze, creatività e spirito d'iniziativa per raggiungere obiettivi comuni e generare innovazione. La scelta del logo e del nome sono state solo le fondamenta del nostro progetto:

R. ebuild E. nergy E. co U. rban SO. lution



Fin dai primi incontri abbiamo organizzato il nostro lavoro in modo strutturato, convocando regolarmente riunioni durante le quali sono stati redatti e archiviati verbali dettagliati. Inoltre, è stato creato un registro dei soci, dove sono riportati i nomi e il numero di azioni sottoscritte da ciascuno, a testimonianza della trasparenza e dell'organizzazione che caratterizzano REEUSO fin dalle sue origini.



6.3. Nascita Save the City

Abbiamo dato vita al motto “Save the City, Save Your Life”, che è molto più di uno slogan: è l'espressione autentica della nostra visione e del nostro impegno quotidiano. Questa frase racchiude un messaggio potente, che vogliamo condividere con tutta la comunità: prendersi cura della propria città significa prendersi cura di sé stessi e del proprio futuro.

Con questo spirito è nato Save the City, un progetto che rappresenta il nostro contributo concreto per una città più vivibile, verde, pulita e rispettosa dell'ambiente. Non ci limitiamo a migliorare ciò che vediamo oggi: lavoriamo con determinazione per costruire un domani più sostenibile, in cui ogni cittadino sia parte attiva del cambiamento.

La nostra azienda crede profondamente nel valore dell'azione collettiva e nella forza delle idee. Per questo mettiamo in campo energie, risorse e passione, con l'obiettivo di promuovere una cultura ecologica e di rafforzare la consapevolezza ambientale, giorno dopo giorno.

6.4. Partnership e collaborazioni

Collaborazioni strategiche: una rete che ci ha fatto crescere

Fin dalla sua nascita, REEURO ha costruito il proprio percorso puntando su collaborazioni di valore, fondamentali per crescere e sviluppare soluzioni sempre più efficaci e sostenibili.

Tra i partner più significativi c'è GANIGA Innovation S.r.l., azienda all'avanguardia che ha sviluppato Hooly, cestini intelligenti in grado di riconoscere e smistare automaticamente i rifiuti. Una tecnologia innovativa che rispecchia pienamente la nostra visione di un'economia circolare supportata dall'innovazione.

Abbiamo inoltre potuto contare sul contributo prezioso di alcuni studenti dell'indirizzo informatico della classe 4BI del nostro Istituto, che hanno collaborato attivamente allo sviluppo di soluzioni digitali, dimostrando competenza e spirito di iniziativa.

Infine, abbiamo ricevuto il supporto della Provincia di Pisa e della Scuola Normale Superiore di Pisa: due realtà autorevoli che hanno creduto nel nostro progetto e ci hanno incoraggiato a proseguire con ancora più motivazione e consapevolezza. Il loro sostegno ha rappresentato per noi un segnale forte di fiducia, che ci ha spinto a dare il massimo.



Specifiche tecniche di Hooly:

- Dimensioni: 922x922x1237mm
- Materiale: Acciaio inossidabile e polimeri ad alta resistenza
- Sistema di riconoscimento: Tecnologia di computer vision con algoritmo proprietario Ganiga
- Buffer interno: Sistema a 3 vani per gestione in coda dei rifiuti
- Display: Touchscreen da 7 pollici
- Connettività: Wi-Fi e 4G
- Alimentazione: 220V
- Capacità: 4 contenitori separati da 50 litri ciascuno, per differenti tipologie di rifiuti.
- Analytics: Sistema di monitoraggio in tempo reale con statistiche dettagliate



ACCORDO DI COLLABORAZIONE TRA REEURO S.p.A. e GANIGA INNOVATIONS S.r.l.

Data: 27/02/2025

1. Oggetto dell'Accordo

L'oggetto del presente accordo è la collaborazione tra l'azienda REEURO S.p.A. e la Start Up GANIGA Innovation S.r.l. per l'integrazione del prodotto Hooly, il cestino intelligente progettato e prodotto da GANIGA Innovation nell'applicazione "Save the City", che prevede l'offerta di un servizio green basato su vari punti con lo scopo di contribuire alla creazione di una società ecosostenibile. Attraverso contributi volontari dei clienti verrà riquilibrata la città per renderla più verde, ecosostenibile, accessibile ai centri culturali.

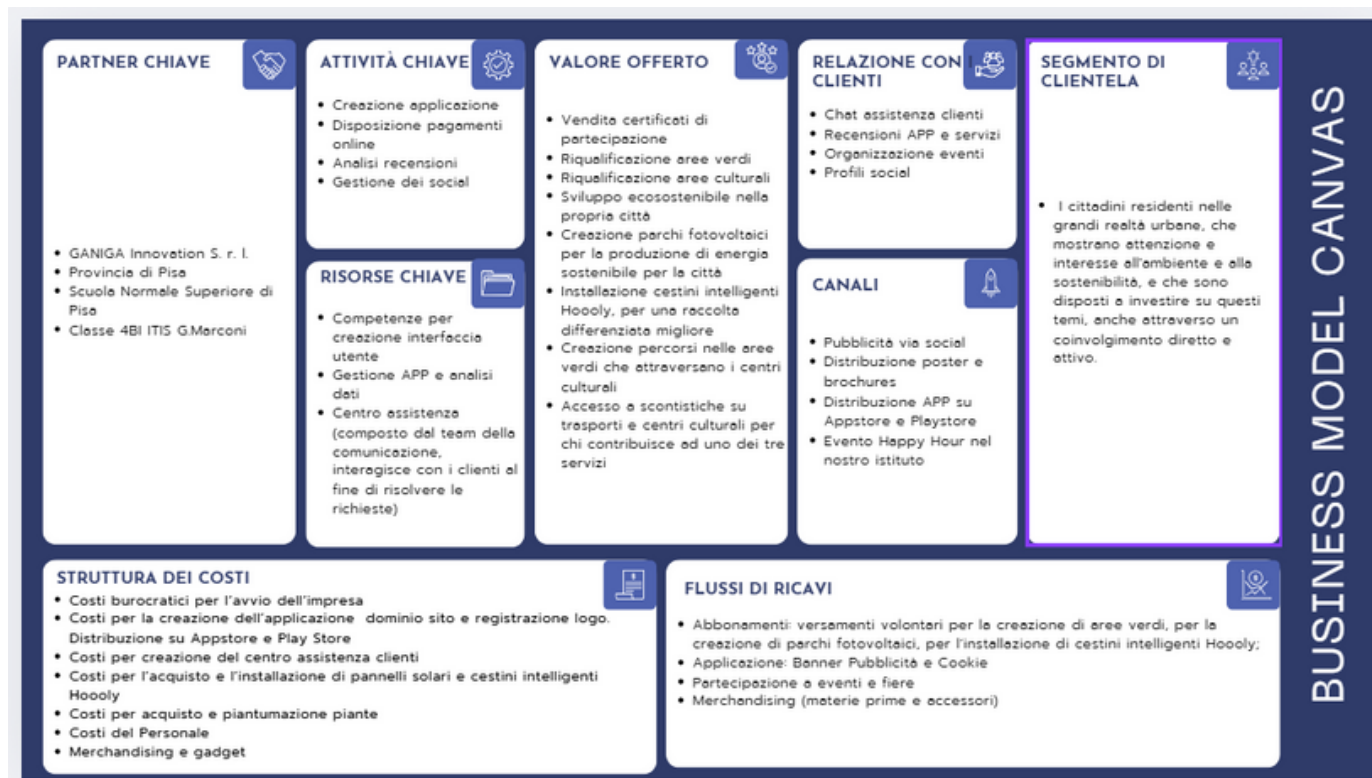




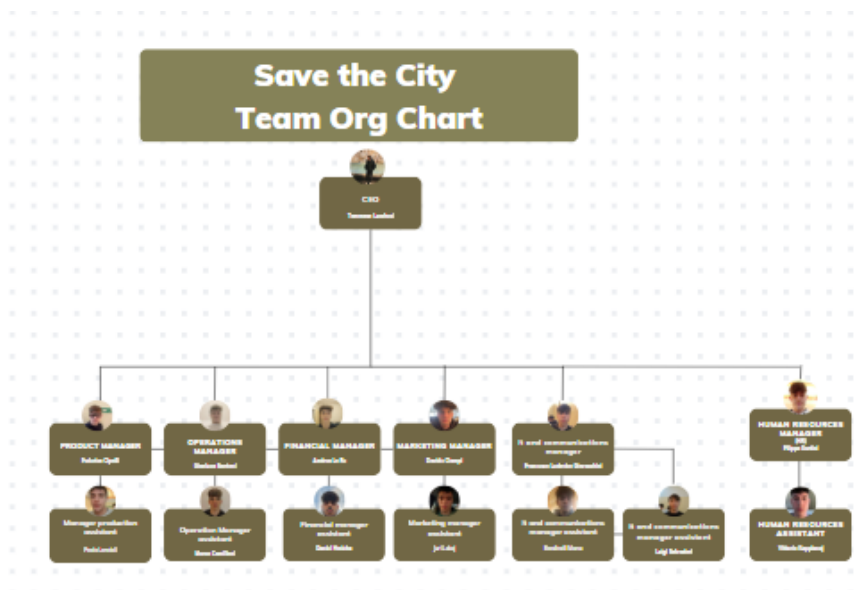
Piano Economico Previsionale

Capitale sociale	1.000,00 €	
RICAVI	PREVISIONE € (AL 31/12/2025)	PREVISIONE € (AL 31/12/2026)
Abbonamenti	6000	7800
Banner pubblicità	4000	4400
Cookies su app	3000	3450
Partecipazioni a eventi e fiere (Abbonamenti)	2500	3000
Merchandising e gadget	1000	1300
Totale	16.500,00 €	19.950,00 €
COSTI		
Costi burocratici per l'avvio dell'impresa	450	0
Merchandising materie prime e accessori	500	700
Costi per la creazione, mantenimento e aggiornamneto dell'applicazione.	100	120
Gestione centro assistenza clienti	100	120
Dominio sito e registrazione logo	700	200
Costo del personale	4550	6370
Costi per acquisto e piantumazione piante	2000	2200
Pubblicità	1500	1800
Costi per distribuzione APP su App. store e Play store	140	168
Costi per l'acquisto e l'installazione cestini intelligenti Hoooly	1000	1100
Costi per l'acquisto e l'installazione di pannelli solari (energia rinnovabile per mezzi pubblici)	5000	6100
Totale	16.040,00 €	18.878,00 €
Utile	460,00 €	1.072,00 €
Dettagli costi	Costo del personale: 25€ x 13 mesi x 14 persone	Costo del personale: 35€ x 13 mesi x 14 persone

Business Model Canvas



7.Organigramma



REEUSO è un'azienda in cui ogni membro si è messo in gioco sfruttando al massimo le proprie abilità in relazione al compito assegnato, mostrando capacità decisionali, collaborative e di problem solving che hanno portato ad ottimi risultati. Il team si riunisce una volta a settimana per pianificare, condividere e valutare i progressi.

Al vertice dell'organizzazione troviamo il **CEO**, Tommaso Lucchesi, che ha la responsabilità generale della gestione e delle decisioni strategiche dell'azienda.

Le attività di **Operation Manager** sono state affidate a Gianluca Santoni e Marco Camilloni, che si occupano del coordinamento delle operazioni aziendali, garantendo l'efficienza dei processi e il raggiungimento degli obiettivi, abili a gestire il gruppo e prendere decisioni, hanno buone capacità di ascolto nei confronti degli altri componenti dell'azienda, buone abilità relazionali e interlocutorie.

L'**Human Resources Manager** rappresentato da Filippo Sartini e Vittorio Kapllanaj, gestisce il personale, occupandosi della selezione, formazione e benessere dei dipendenti.

Nel ruolo di **Product Manager**. Federico Cipolli e Paolo Lancioli, si sono occupati dello sviluppo e della gestione dei prodotti aziendali, curando i rapporti con i programmatori di Save the City e con il partner aziendale Ganiga S.r.l con professionalità e efficienza.

L'incarico di **Financial Manager** è stato affidato a Andrea Lo Re e Daniel Hmicha che si occupano di supervisionare la gestione finanziaria, i budget e la pianificazione economica dell'azienda. Svolgono un ruolo di collegamento diretto con il Product Manager e il Sales Manager, assicurandosi che la produzione e la vendita siano allineate con le risorse economiche disponibili e con gli obiettivi finanziari.

Il **Marketing Manager**, ruolo ricoperto da Davide Ciampi e Juri Lokaj, è responsabile delle strategie di marketing e comunicazione, finalizzate alla promozione dei prodotti e dell'immagine aziendale.

Infine, **IT and Communication Manager** rappresentato da Luigi Salvadori, Marco Bendinelli e Francesco Giovacchini, incaricati della gestione delle infrastrutture tecnologiche e delle comunicazioni aziendali.