

# Business Plan

## Glow-Up Lab – La Cosmesi Circolare e Personalizzata

---

### 1. Introduzione e Visione del Progetto

Il progetto **Glow-Up Lab** nasce dall'osservazione di un problema concreto del settore cosmetico: l'elevato impatto ambientale causato dal packaging monouso e dallo spreco di prodotti non adatti alle reali esigenze della pelle.

Molti consumatori acquistano cosmetici standardizzati che spesso risultano inefficaci, vengono utilizzati solo in parte e infine gettati.

La **visione** di Glow-Up Lab è quella di proporre un nuovo modello di bellezza, basato su tre principi fondamentali:

- **consapevolezza**,
- **sostenibilità**,
- **personalizzazione**.

L'obiettivo non è solo vendere prodotti cosmetici, ma offrire una **soluzione etica e tecnologica**, capace di ridurre gli sprechi e aumentare il valore percepito dal consumatore.

Il progetto si fonda su una linea di skincare **zero waste**, con packaging di lusso a **vuoto a rendere** e formulazioni realizzate con **ingredienti ricavati da scarti della filiera agroalimentare locale**, come vinacce e semi oleosi.

Questa visione riflette una forte **autonomia di giudizio**, in quanto si distacca dai modelli tradizionali del settore e propone un'alternativa innovativa e responsabile.

---

### 2. Analisi del Settore e del Mercato di Riferimento

Il settore della cosmetica è caratterizzato da una forte competizione e da una domanda in costante crescita, soprattutto nei segmenti:

- skincare naturale,
- cosmetica sostenibile,

- prodotti personalizzati.

Attraverso un'analisi dei competitor è possibile individuare due principali categorie di operatori:

### 1. **Brand mass-market**

- prezzi bassi,
- produzione su larga scala,
- forte impatto ambientale,
- comunicazione standardizzata e poco personalizzata.

### 2. **Brand di nicchia bio e naturali**

- maggiore attenzione agli ingredienti,
- impatto ambientale ridotto,
- spesso carenti dal punto di vista tecnologico e dell'esperienza utente.

Glow-Up Lab si posiziona **tra questi due estremi**, combinando:

- sostenibilità ambientale,
- tecnologia digitale,
- immagine premium.

**Il vantaggio competitivo** del progetto è rappresentato dalla **personalizzazione guidata dai dati**.

Attraverso un questionario online e un algoritmo di analisi, l'azienda raccoglie informazioni sulle caratteristiche della pelle del cliente e suggerisce una combinazione mirata di attivi cosmetici.

Questo processo riduce gli acquisti inutili e aumenta l'efficacia del prodotto.

L'analisi del mercato dimostra la capacità di:

- comprendere i bisogni del consumatore,
- interpretare i trend del settore,
- individuare un posizionamento coerente e sostenibile.

---

### 3. Modello di Business e Processi Operativi

Glow-Up Lab adotta un **modello di business diretto al consumatore (D2C)**, basato principalmente sull'e-commerce.

Questa scelta permette di:

- ridurre i costi di distribuzione,
- mantenere un controllo diretto sul cliente,
- raccogliere dati utili per migliorare continuamente l'offerta.

Dal punto di vista operativo, la produzione segue un modello **on-demand**, ovvero:

- i prodotti vengono realizzati solo dopo l'ordine,
- non si accumulano grandi scorte di magazzino,
- si riduce il rischio di invenduto e di sprechi.

Una decisione strategica fondamentale riguarda l'esternalizzazione della produzione: Glow-Up Lab collabora con un **laboratorio artigianale certificato**, mentre mantiene internamente:

- la direzione creativa,
- il marketing digitale,
- la gestione del brand.

Questa scelta consente all'azienda di essere:

- flessibile,
- reattiva ai cambiamenti del mercato,
- efficiente dal punto di vista organizzativo.

Ogni prodotto è dotato di un **QR code** che consente al cliente di visualizzare l'origine degli ingredienti, rafforzando la trasparenza e la fiducia nel brand.

---

## 4. Pianificazione Economico-Finanziaria

La pianificazione economica rappresenta un elemento centrale del business plan. Il modello di ricavo di Glow-Up Lab si basa su due fonti principali:

1. **Vendita diretta dei prodotti personalizzati**
2. **Modello di abbonamento (subscription)**

Il sistema di abbonamento prevede l'invio periodico delle ricariche cosmetiche a prezzo agevolato.

Questo modello consente di:

- generare flussi di cassa prevedibili,
- aumentare la fidelizzazione,
- migliorare il valore del cliente nel lungo periodo (Customer Lifetime Value).

I costi principali riguardano:

- sviluppo delle formulazioni,
- marketing digitale,
- piattaforma tecnologica.

Tuttavia, il sistema dei **vuoti a rendere** riduce notevolmente i costi di packaging nel tempo, rendendo il business **scalabile** dopo la fase iniziale di investimento.

La pianificazione dimostra la capacità di:

- programmare le risorse economiche,
- valutare rischi e opportunità,
- prendere decisioni razionali e sostenibili.

---

## 5. Impatto Non Finanziario e Responsabilità Sociale

Oltre agli aspetti economici, Glow-Up Lab valuta il proprio successo anche attraverso indicatori **non finanziari**.

## **Impatto ambientale**

- riduzione della plastica grazie alle ricariche,
- riutilizzo degli scarti agroalimentari,
- minore produzione di rifiuti.

## **Impatto sociale e culturale**

- promozione di una bellezza autentica,
- rifiuto di modelli estetici irrealistici,
- comunicazione trasparente e inclusiva.

## **Sostegno al territorio**

- collaborazione con produttori locali,
- valorizzazione delle risorse del territorio,
- creazione di una micro-economia circolare.

Questi elementi dimostrano una forte **responsabilità sociale d'impresa** e una visione di lungo periodo.

---

## **6. Conclusioni**

Glow-Up Lab rappresenta un progetto imprenditoriale realistico e coerente, basato su:

- analisi del mercato,
- processi decisionali razionali,
- pianificazione economico-finanziaria,
- attenzione agli impatti sociali e ambientali.

Il business plan dimostra come sia possibile innovare un settore tradizionale attraverso l'uso della tecnologia, della sostenibilità e della personalizzazione.

Il progetto evidenzia le competenze acquisite nel corso degli studi in ambito di:

- business planning,
- analisi dei processi decisionali,
- valutazione economica e non finanziaria.

Glow-Up Lab non è solo un'idea, ma una proposta concreta di impresa moderna, responsabile e orientata al futuro.