



## **Corso di Laurea triennale in Economia aziendale del Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Pisa**

**CONTEST a.a. 2024/'25**

### **BUSINESS CASE “BELLEZZA ITALIANA”**

Il Corso di laurea triennale in Economia aziendale lancia nel 2025 la prima edizione di un contest rivolto agli studenti iscritti al CdS (ad eccezione di coloro che ad oggi sono iscritti al primo anno). Agli studenti partecipanti sarà chiesto di lavorare su un business case reale anche se, per motivi di privacy, all'azienda è stato assegnato un nome di fantasia.

Il progetto è stato organizzato in collaborazione con la società Farmigea e la società IFBS di Pisa.

Lavorare su un business case consente di applicare le conoscenze acquisite nei vari insegnamenti del CdS anche se non deve mancare la fantasia per far emergere idee originali e di impatto.

La partecipazione al contest permetterà agli studenti di acquisire **3CFU** da utilizzare nell'ambito della Libera scelta oppure da verbalizzare in sovrannumero, con giudizio idoneo (il lavoro consegnato deve essere valutato in modo positivo per poter acquisire i CFU). In tal modo questo lavoro risulterà nella propria carriera accademica, facendo emergere una attitudine al lavoro di squadra e la volontà di fare esperienze formative stimolanti e competitive. Si tratta quindi di una esperienza formativa volta a sviluppare le competenze trasversali particolarmente richieste ed apprezzate dal mondo del lavoro.

#### **1. Azienda oggetto del business case**

Il presente caso di studio propone agli studenti una sfida strategica: ideare un business model innovativo per il rilancio e il riposizionamento di "Bellezza Italiana", un'azienda storica produttrice di cosmetici di alta qualità, fallita durante la pandemia da COVID-19.

L'obiettivo è riportare il marchio sul mercato sfruttando le nuove tendenze e opportunità di crescita.

#### **2. Contesto storico aziendale**

**Nome:** Bellezza Italiana (nome di fantasia)

**Sede:** Toscana

**Settore:** Cosmetici professionali e make-up

Un tempo punto di riferimento per centri estetici e make-up artist, l'azienda vantava una reputazione consolidata grazie all'elevata qualità dei prodotti. Tuttavia, la crisi pandemica e la mancanza di adattamento ai nuovi modelli di consumo hanno portato alla sua chiusura.

#### **3. Situazione attuale**

Nonostante l'assenza dal mercato, il nome è ancora riconosciuto e apprezzato nel settore per la qualità dei prodotti, tuttavia, l'industria cosmetica ha visto una rapida evoluzione, con la sostenibilità, la personalizzazione e il digitale al centro delle preferenze dei consumatori.

#### **4. Obiettivo del contest**

Definire un piano strategico che riporti "Bellezza Italiana" al successo.

Gli studenti sono invitati a proporre idee creative per:

- Riposizionare il marchio nel mercato attuale.
- Sfruttare i canali digitali e il marketing moderno.
- Rafforzare il legame con clienti e fornitori.

#### **5. Panoramica prodotti**

L'azienda era rinomata per i prodotti lifting, come fondotinta, correttori e ciprie. Tra i prodotti di punta figuravano anche rossetti, ombretti, mascara, matite ed eyeliner. Prima del fallimento, l'azienda aveva iniziato a investire nello sviluppo di creme arricchite con estratti naturali.

#### **6. Linee guida per il progetto**

- **Analisi del mercato:** Valutare i principali trend e le opportunità per differenziarsi.
- **Proposta di valore:** Ridefinire la mission e la value proposition del brand.
- **Strategia competitiva:** quale posizionamento competitivo? Quali attività strategiche sviluppare e come?
- **Soluzioni di marketing operativo (prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione):** Proporre un piano omnicanale, inclusi e-commerce, social media e collaborazioni.
- **Innovazione:** Dare spazio a soluzioni originali per rendere il marchio distintivo.
- **Identificazione del fabbisogno di finanziamento e le ipotesi di copertura.**
- **Risultati attesi:** proiezione dei dati economico finanziari su un triennio, con successiva analisi e discussione dell'evoluzione del fatturato e dei principali indicatori di redditività

#### **7. Flessibilità del progetto**

Gli studenti sono incoraggiati a pensare fuori dagli schemi e proporre idee innovative senza restrizioni rigide. Dalla sostenibilità alla tecnologia, ogni aspetto può essere rivisitato per creare un piano di rilancio efficace e visionario.

#### **8. Composizione dei gruppi**

I gruppi dovranno essere composti da un numero di studenti compreso tra **4 e 6**. Gli studenti devono essere iscritti al secondo, terzo anno o fuoricorso del Corso di laurea triennale in Economia aziendale (non è rilevante il curriculum scelto). Non possono partecipare quindi gli studenti iscritti al primo anno del CdS.

#### **9. Output atteso**

- ✓ Business plan del progetto (massimo 15 pagine) con focus su analisi, strategie e risultati attesi. Nella prima pagina del report è obbligatorio indicare nome, cognome e numero di matricola e indirizzo mail istituzionale di ciascuno degli studenti appartenenti al gruppo. Ogni gruppo DEVE anche assegnarsi un nome da riportare sempre nella prima pagina del documento.
- ✓ Slides di presentazione del Business plan (massimo 11 slides). L'ultima slides deve riportare le bibliografia e la sitografia.

## 10. Scadenze

Gli studenti che intendono partecipare al contest devono provvedere alla formazione del proprio gruppo e inviare una mail a **c.ye@ifbs.it** **ENTRO E NON OLTRE venerdì 14 marzo 2025 alle ore 13.00.**

Nella mail occorre indicare: nome, cognome e numero di matricola di tutti gli studenti del gruppo e il Nome scelto del proprio gruppo.

Saranno ammessi alla partecipazione al contest i **primi 12 gruppi** che avranno provveduto ad iscriversi con l'invio della suddetta mail entro la suddetta scadenza del 14.3.25.

Il documento con il Business Plan e il file con slides dovranno essere **inviati ENTRO E NON OLTRE venerdì 20 giungo alle ore 13.00** al solito indirizzo mail (**c.ye@ifbs.it**). Entro 24 ore dall'invio del materiale richiesto gli studenti riceveranno una mail di conferma di corretto ricevimento del materiale. In caso di mancata risposta si invitano gli studenti a inviare una nuova mail mettendo in cc il presidente del CdS ([antonella.angelini@unipi.it](mailto:antonella.angelini@unipi.it)).

## 11. Presentazione dei risultati davanti alla commissione giudicatrice

Saranno selezionati i 3 migliori lavori trasmessi entro la suddetta scadenza. I 3 gruppi di studenti selezionati saranno invitati a presentare alla commissione giudicatrice il proprio report strategico in occasione di un evento che si svolgerà all'inizio del mese di luglio 2025. Giorno, orario e luogo dell'evento saranno comunicati ai membri dei vari gruppi selezionati tramite mail. Ogni gruppo avrà al massimo 20 minuti di tempo per la presentazione.

## 12. Commissione giudicatrice

Il giudizio è insindacabile e la commissione sarà composta dalla prof. Antonella Angelini, in qualità di Presidente del CdS, dalla prof.ssa Alessandra Rigolini delegata del Job Placement del dipartimento di Economia e Management di Pisa e dai rappresentanti di IFBS e Farmigea.

## 13. Criteri per la valutazione dei lavori dei gruppi

La commissione andrà a valutare il materiale trasmesso di cui al punto 9 considerando nello specifico i seguenti aspetti:

- ✓ Capacità di analisi e completezza
- ✓ Fattibilità dell'idea proposta
- ✓ Innovatività delle proposte
- ✓ Chiarezza espositiva

## 14. Premio

Al termine della presentazione dei lavori, la giuria comunicherà l'ordine di classifica. Le società IFBS e Farmigea hanno previsto un premio in denaro da assegnare ai primi 3 classificati così suddiviso:

Gruppo 1° classificato: 1.500 euro

Gruppo 2° classificato: 700 euro

Gruppo 3° classificato: 300 euro

## 15. Supporto

Agli studenti partecipanti, la società Farmigea e la società IFBS di Pisa offrono la possibilità di programmare incontri, anche presso la loro sede a Ospedaletto (PI), per ricevere informazioni più dettagliate. Per richiedere un appuntamento occorre inviare una mail a **c.ye@ifbs.it** mettendo nell'oggetto "Progetto EAZ\_25".