

Presentazione

Progetto Lidl

The slide features a white background with a yellow hand-drawn border. The title 'Presentazione Progetto Lidl' is written in a large, bold, blue sans-serif font. Below the title, there are two horizontal yellow scribbles. At the bottom, the names of the team members are listed in a smaller, bold, blue sans-serif font.

Francesco Dell'Aglio

Alessio Salandra

Serena Esposto

Noemi Pia Plasmati



SULLA VIA DEL DOMANI

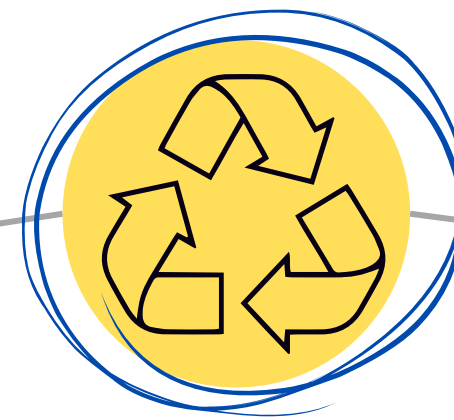
Un impegno costante per contribuire attivamente alla salute delle persone e del pianeta:



VICINI AI CLIENTI

Qualità a prezzi accessibili

Prodotti biologici



SOSTENIBILITA' AMBIENTALE

25% utilizzo materiale riciclato

Packaging delle private label
100% riciclabili entro il 2025



RESPONSABILITA' SOCIALE

Innovazione green

Supporto attività locali

Shampoo in polvere

- Formula delicata adatta a ogni tipo di capelli
- BIO e Vegan
- Composizione waterless
- Opzione eco-ricarica
- Confezione eco-green



Flacone refill

- Prodotto in plastica HDPE (progetto ReSet Plastic)
- Diversi formati e colorazioni
- Design minimalista e ergonomico



Benefici per il cliente



Riduzione
sprechi
domestici

Facilità
d'uso e
versatilità

Scelta green e
eco-friendly

Riduzione
frequenza
d'acquisto

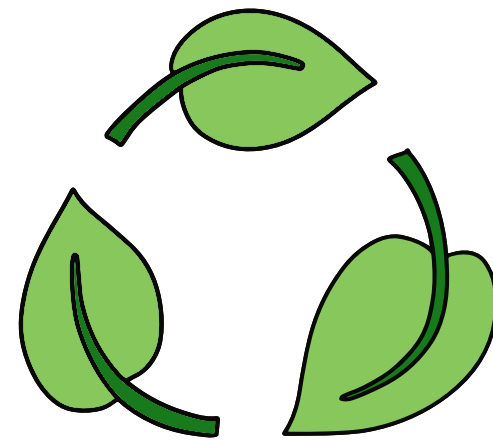
Facilità di
trasporto



Sostenibilità Ambientale ed Economica

Maggior margine di guadagno
rispetto agli shampoo liquidi

Riduzione del rischio di invenduto e
maggior shelf life del prodotto



Minor consumo di CO2 e di
spesa per i trasporti

Minor spreco di risorse
idriche (70-80%
composizione di shampoo
liquidi è acqua)

COSTI

Costi Totali Anno I: 210'000€

Costi Totali Anno II: 138'000€

ANNO 1

Investimento iniziale su 100'000 unità di shampoo e 50'000 di flaconi refill

R&D: 70'000€ (0,45 cent/unità)

Marketing: 25'000€ (0,15 cent/unità)

TOTALE: 95'000€

Costi operativi annuali:

- Shampoo:

Produzione: 0,30 cent/unità (30'000€)

Packaging: 0,10 cent/unità (10'000€)

Distribuzione: 0,30 cent/unità (30'000€) (trans&stock)

Costo per unità: 0,70 centesimi

- Flaconi refill:

Produzione: 0,60 cent/unità (30'000€) (materiale e assemblaggio)

Distribuzione: 0,30 cent/unità (15'000€)

Costo per unità: 0,90 centesimi

TOTALE: 115'000€

ANNO 2

No investimento iniziale, rimangono stabili i costi operativi annuali.

RICAVI

Prezzo al cliente a unità:

-Shampoo (25g): 1.09€

-Flacone refill: 1.50€

ANNO I:

-Ricavi shampoo: 109'000€

-Ricavi flacone: 75'000€

RICAVO TOTALE: 184'000€

PERDITA ANNO I = 26'000€

ANNO II (incremento vendite 20%)

-Ricavi shampoo: 130'800€

-Ricavi flacone: 90'000€

RICAVO TOTALE: 220'000€

UTILE ANNO II = 82'000€

Ricavi Totali Anno I: 184'000€

Perdita Anno I: 26'000€

Ricavi Totali Anno II: 220'000€

Utile Anno II: 82'000€

ANALISI DEI RISCHI

1

Accettazione del mercato

2

Errata comunicazione del prodotto
(errata percezione)

3

Risposta dei competitors



Marketing

- Target eco-green, sostenibile e attento al budget. individui sportivi o grandi viaggiatori.
- Posizionamento in fase di lancio ad entrata del punto vendita
- Incentivi e promozioni al lancio iniziale (sconti, promozione starter kit, comodato d'uso)
- Tecniche di cross selling con altri prodotti per la cura della persona Cien (bundle o promozioni con creme viso, crema notte) o altri prodotti green (salviette struccanti bio)
- Promozioni tramite programmi loyalty (carta Lidl+)
- Eventi in-store: settimana green, settimana BIO, festività (cestini di Natale)

Grazie