



INNOVATION



**DIGITAL
MAGICS**

Digital Magics Portfolio Highlights

Settembre 2020

www.digitalmagics.com



Il rinascimento digitale, tra lock-down e accelerazione sugli investimenti

Dopo un anno record per l'ecosistema *Tech* in Europa, l'inizio del 2020 ha segnato in maniera profonda e globale tutte le attività produttive ed i servizi, l'impatto dell'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19 ha raffreddato le operazioni in *pipeline* e ridisegnato le priorità lavorative di tutti gli attori presenti sul mercato: dalle startup alle corporate, dai business angel ai fondi strutturati. La flessione degli investimenti da parte di venture capital in aziende italiane ha registrato un controvalore di 240 milioni di euro, in calo del 23% rispetto ai 313 milioni dei primi 6 mesi del 2019 (dati Osservatorio ScaleIT). In questo scenario di incertezza generale sono state avviate le misure a sostegno dell'economia italiana, per il settore dell'innovazione digitale: le azioni più significative e concrete sono state quelle messe in campo da Cassa Depositi e Prestiti, rafforzando nuovamente il ruolo centrale di incubatori e acceleratori, ai quali si è affiancato il sostegno finanziario del Fondo Nazionale Innovazione.

Investimenti congiunti

Digital Magics e CDP Venture Capital Sgr – Fondo Nazionale Innovazione hanno congiuntamente promosso il round di investimento in 6 startup, italiane ed innovative, già presenti nel Portfolio Digital Magics, per un controvalore pari a oltre 3,5 milioni di euro. CDP Venture Capital Sgr ha investito circa 1,6 milioni di euro attraverso il Fondo Acceleratori e la partecipazione del Fondo Italia Venture II. Ai round di investimento hanno partecipato, oltre a Digital Magics che ha investito circa 300 mila euro, anche diversi investitori professionali, che hanno confermato il significativo interesse da parte degli investitori e delle istituzioni verso l'asset class delle start-up. Il processo di raccolta delle adesioni da parte degli investitori al round e la strutturazione delle operazioni di investimento si sono svolte interamente durante il periodo del *lockdown*, è evidente quindi che in questo contesto l'ulteriore investimento da parte di fondi strutturati esteri ha riaffermato l'attrattività delle startup italiane presenti nel Portfolio di Digital Magics.

L'ecosistema, fare quadrato

La reazione dell'ecosistema italiano è un messaggio forte ed è fonte di interessamento a livello europeo: un fondo VC internazionale ha condotto una ricerca intitolata *"The (new) Italian Tech Renaissance"*, i dati riportano che oggi sul territorio italiano operano 67 fondi di venture capital, il 50% di questi fondi hanno raccolto oltre 100 MLN nell'ultimo anno e si concentrano su investimenti che spaziano dal *Seed* al *Series A* (source: research Samaipata Ventures, July 2020). Questa definizione di rinascimento digitale deriva, come si legge dai dati, da un'accelerazione importante degli investimenti, pubblici e privati, che non ha registrato un rallentamento significativo neanche davanti alla crisi pandemica.

Digital Magics ha un presidio costante di tutte queste dinamiche, e rivendica l'importanza di essere presente come operatore early-stage, di sostenere le proprie start-up proprio nel momento più delicato, di preparare i propri soci ad intercettare tutte le opportunità che questo mercato crescente continua, e continuerà, ad offrire.

Programma di Accelerazione Magic Wand, il cluster fintech

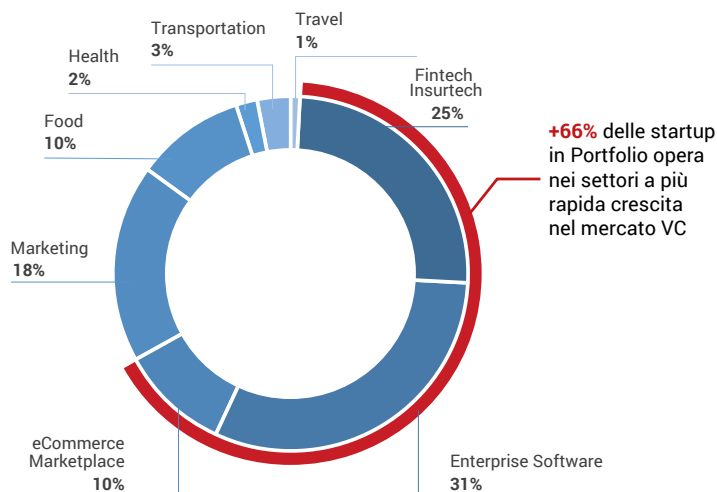
A giugno si è concluso il terzo programma di accelerazione ideato da Digital Magics: **Magic Wand Fintech, Insurtech, Blockchain & Cybersecurity**, realizzato in collaborazione con 12 corporate partner: BNL Gruppo BNP Paribas, Credem Banca, Crif, Innogest, Intesa Sanpaolo, Poste Italiane, Online SIM Gruppo Ersel, SisalPay, Reale Group, TIM e Fintech District.

L'obiettivo prefissato era quello di svolgere uno scouting a livello globale per poi selezionare, sostenere e investire nelle startup più promettenti dei settori Fintech, Insurtech, del mondo della sicurezza informatica e della blockchain, creando una forte alleanza di sistema con i più importanti operatori del mercato. Sono stati

valutati oltre 120 progetti imprenditoriali provenienti da tutto il mondo, in fase di selezione finale **Digital Magics ha perfezionato 6 investimenti per un valore complessivo pari ad Euro 567 mila.**

Le startup entrate a far parte del Portfolio di Digital Magics sono AWorld, Affitto Certificato, Amon, Bits of Stock, Plurima e Unchained Carrot; metà di queste startup provengono dall'estero e sono state selezionate per il loro approccio verso il mercato italiano. Dalla conclusione del programma Magic Wand (luglio 2020) le 6 startup hanno raccolto complessivamente **Euro 2,3 milioni**, di cui **Euro 600 mila investiti da CDP Venture Capital Sgr** in Plurima e AWorld.

Questi risultati rafforzano il Portfolio, soprattutto nel cluster del Fintech che oggi annovera 17 startup (23% del Portfolio) e un valore significativo in termini di capitali raccolti per oltre Euro 20 milioni, posizionando in maniera importante Digital Magics tra i principali attori che operano nel settore più attrattivo degli ultimi anni.



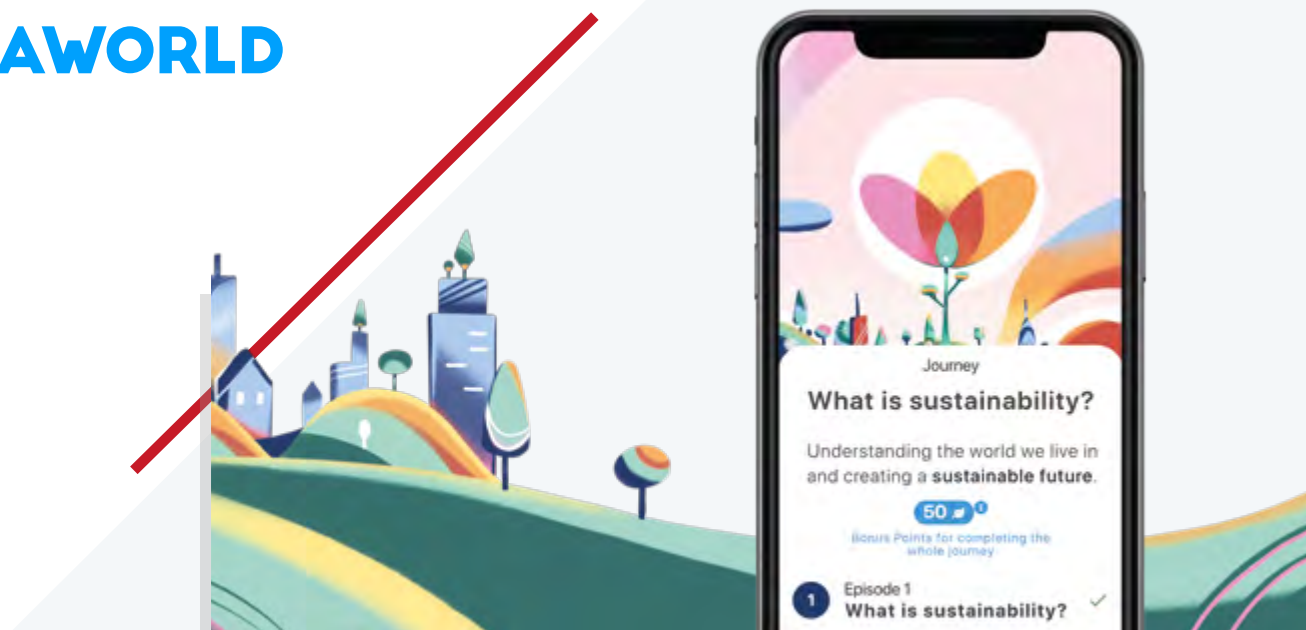
I numeri del Portfolio Digital Magics

Il 2020 è stato un ulteriore anno di crescita e di rafforzamento per il Portfolio di Digital Magics. Dall'inizio dell'anno ad oggi, le 75 startup operative hanno raccolto complessivamente **Euro 8 milioni**. Gli investimenti terzi si confermano come il principale driver di crescita attestandosi a oltre **Euro 6,5 milioni**.

Insieme agli investimenti, crescono anche i risultati di business delle società, il cui fatturato aggregato per l'anno 2019 si attesta intorno ad **Euro 78 milioni**, **+32%** rispetto al 2018.



Gabriele Ronchini
Fondatore ed Amministratore Delegato Digital Magics



AWORLD (ONEABEE S.r.l.)

Overview

Fondazione: **2018**

Settore: **Sustainability**

Startup Innovativa: **Sì**

Oneabee S.r.l. è una startup che opera nella progettazione ed implementazione di tecnologie software per il tracking, loyalty, reward e behavioural change in ambito sostenibilità.

L'attività della startup ruota intorno al progetto AWorld, una piattaforma con l'obiettivo di consentire alle aziende partner di informare, formare, tracciare e incentivare i propri clienti e dipendenti sui temi della sostenibilità ambientale, personale e sociale, costruita su un'infrastruttura tecnologica a microservizi di natura serverless, integrabile in app e sistemi di terze parti (supporta funzioni multi-tenant/nazione/lingua). AWorld è articolato su due soluzioni:

a) AWorld in Support of ACTNOW B2C App: sviluppata con le Nazioni Unite in supporto alla campagna mondiale contro il climate change. ACTNOW traccia i progressi dell'utente, consente l'interazione con la community attraverso sfide ed obiettivi comuni

e utilizza tecniche di gamification per premiare i comportamenti virtuosi.

b) AWorld for Business B2B: prevede l'integrazione delle funzionalità (reward, gamification e livelli, tracciamento delle abitudini etc.) e dei contenuti di AWorld nelle applicazioni/piattaforme/siti web attraverso un modello SaaS per consentire alle aziende partner di coinvolgere e premiare i propri clienti e/o dipendenti per i miglioramenti del proprio stile di vita e dei propri consumi nella direzione di una maggiore sostenibilità. L'offerta di AWorld inoltre prevede l'integrazione nella directory di aziende che offrono prodotti e servizi nell'App B2C.

AWorld è stata scelta dalle Nazioni Unite (UN) come app ufficiale per la campagna contro il Global Warming ACTNOW: l'app B2C è stata lanciata il 23 settembre in occasione dell'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ed è visibile sulla home page del sito mondiale di Nazioni Unite <https://un.org>.

Team

▪ **Alessandro ARMILLOTTA**

CEO

▪ **Marco ARMELLINO**

Presidente

▪ **Alessandro LANCIERI**

CTO

▪ **Alessandro POFFA**

Sviluppatore fullstack

▪ **Andrea BORIO**

Sviluppatore fullstack

▪ **Andrea D'AGOSTINO**

Sviluppatore web fullstack

▪ **Anna OLIVERO**

Content Editor

▪ **Angela BRUZZONE**

Marketing Manager

Revenue Model

I modelli distributivi di AWorld sono:

- (i) B2B, un modello SaaS (software as a service) con un costo di setup iniziale (per l'attività di integrazione nell'app del partner o creazione di un'app ad hoc o integrazione nell'app di Aworld) e fee mensili;
- (ii) B2C (l'applicazione Aworld in support of ACTNOW), costituisce il "volano" per rendere attrattivo il prodotto agli occhi dei partner B2B. La crescita della userbase B2C, insieme alla partnership con le Nazioni Unite e la visibilità per i partner all'interno dell'app saranno dunque la principale leva di marketing: attualmente, non sono previsti piani premium per gli utenti, né advertising.
- (iii) B2B2C (in progress): all'interno dell'app verranno creati gruppi premium nei quali le aziende partner, corrispondendo il costo di setup e una fee mensile, potranno invitare i propri dipendenti a fruire di contenuti formativi sui temi della sostenibilità e monitorare i propri progressi. I dati generati saranno utilizzabili per la stesura di report di sostenibilità, bilanci sociali e report ESG.

Investimenti previsti

- Sviluppo tecnologico e R&D
- Sviluppo commerciale e marketing
- Risorse umane (ampliamento team)

Obiettivi strategici

- Sviluppo di algoritmi di tracking e analisi dell'impatto attraverso alternative data;
- Ulteriore sviluppo del sistema di integrazione con software aziendali, in modo da costruire un ecosistema di partner in ambito internazionale e diventare la piattaforma di riferimento del settore.
- Integrazione di dati di consumo reali per aiutare la comprensione da parte degli utenti del proprio impatto e suggerire il miglioramento delle abitudini di consumo individuali.
- Sviluppo del modello B2B2C

Driver di crescita

- N° aziende partner 4
- Rilascio Mobile B2C Worldwide: settembre 2020
- Vincitrice di "Zurich Innovation Championship" italiana e ha realizzato un progetto pilota con l'azienda;
- Stipulati contratti con Flowe (Gruppo Banca Mediolanum) e Green Pea (Gruppo Eataly) per integrare la propria tecnologia nelle rispettive app;
- Stipulato un accordo di partnership con Capgemini per il supporto della campagna ActNow, l'utilizzo dell'app da parte dei dipendenti e la sponsorizzazione di una challenge.

Trend di Mercato

\$ 150 Mld
mercato stimato per il 2021 per i prodotti sostenibili negli Stati Uniti.
(Fonte: Nielsen)

€ 1,1 trilioni
gli investimenti in fondi ESG per il settore dell'asset management in Europa alla fine di giugno 2019, con tasso di crescita annuo del 12%.
(Fonte: www.ilsole24ore.com)

A settembre del 2020 Ursula von der Leyen, presidente della Commissione Europea, annuncia che il **37%** di Next Generation EU (Recovery Fund) sarà speso per gli obiettivi del Green Deal.

Principali risultati finanziari

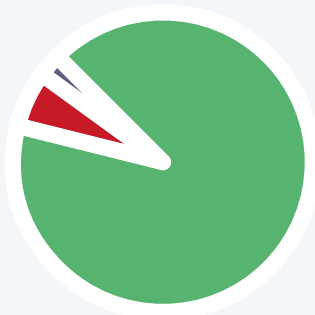
- Fatturato 2019: **183K€**

Key investors

- Digital Magics
- ACCELERORA Digital Magics (CDP Venture Capital Sgr-Fondo Nazionale Innovazione)

Compagine societaria

- 92,6% Founders
- 6% Digital Magics
- 1,4% Employees



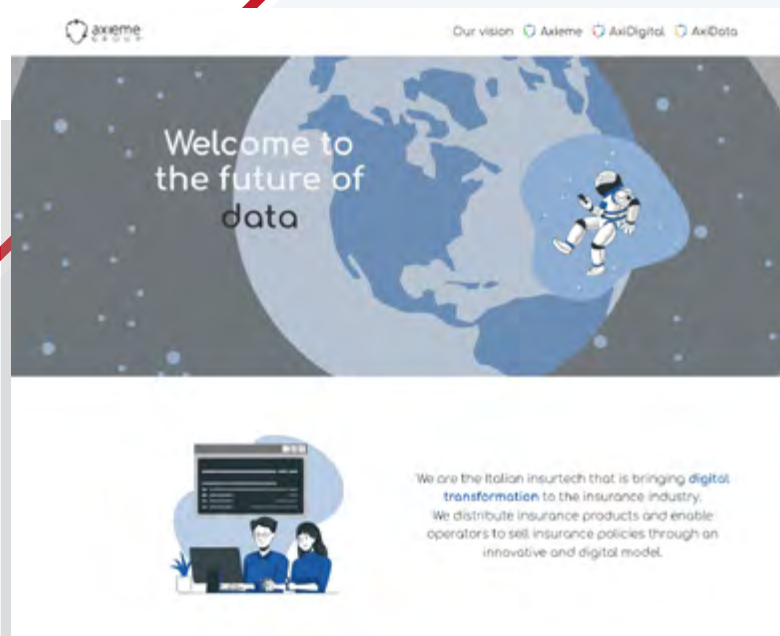
Ultimo round di investimento (Finanziamento Convertendo)

Round
€ 590.000
Data Round
09/2020

Sito e news

<https://aworld.org/>

<https://actnow.aworld.org>



AXIEME S.r.l.

Overview

Fondazione: **2016**

Settore: **Insurtech**

Startup Innovativa: **Sì**

Axieme Group è la insurtech italiana che sta portando la digital transformation nel settore assicurativo. Distribuiamo prodotti assicurativi e abilitiamo gli operatori del settore alla distribuzione tramite un modello innovativo e digitale.

L'insurtech opera attraverso:

Axieme: il primo e unico player in Italia che distribuisce polizze con Giveback© (rimborso all'assicurato di una parte del premio pagato se non sono avvenuti sinistri) introducendo in Italia un modello già validato all'estero da realtà come Lemonade (USA) o Luko (Francia). Gli assicurati possono scegliere se riscuotere il Giveback© sul proprio conto in banca o convertirlo in donazioni per beneficenza, dando vita a un impatto sociale generato dall'acquisto di assicurazioni.

Axidigital: è l'operatore che sviluppa tecnologie per

la distribuzione digitale di polizze assicurative. Opera come "enabler" per operatori del settore (compagnie, broker, banche ecc.) e player che pur non essendo del settore desiderano distribuire prodotti assicurativi (retailers, telco, utilities ecc.) grazie a tecnologia white-label.

Axidata: è la più recente delle ambizioni della nostra startup e, facendo leva sul know-how e le tecnologie sviluppate da Axieme e Axidigital, darà vita al primo vero data aggregator che raccoglie, analizza ed elabora dati per l'attribuzione di uno scoring agli assicurati. Si tratta di una rivoluzione per il settore assicurativo che, a differenza di quanto accade nel finanziario, paradossalmente non ha banche dati con rating dei cittadini (vedi CRIF o Experian).

Axieme Group già collabora con i principali gruppi assicurativi quali Axa, Reale Mutua, Italiana Assicurazioni, Groupama ecc.

Team

• **Edoardo MONACO**

Co-founder e CEO

• **Marco POLLARA**

Co-founder e CTO

• **Matteo GALLO**

Co-founder e Head of Partnerships

• **Clea LA ROSA**

Head of Marketing

• **Giampaolo CIVATTI**

Advisor & board member

• **Massimo MICHAUD**

Strategy Advisor (past CEO Axa Assicurazioni e Allianz Assicurazioni)

• **Giuliano ANTONICIELLO**

Advisor data science

Revenue Model

Axieme (modello B2C): fee di intermediazione pagata dalle compagnie assicurative su ogni polizza venduta.

Axidigital (modello B2B): IT service providing (SaaS/software licensing) + fee di intermediazione se la distribuzione per il partner (i.e. retailer) avviene tramite Axieme.

Axidata (modello B2B): progetti commissionati ad hoc per reportistiche ovvero report standard scaricabili dalla compagnia o dall'agente assicurativo per ogni singolo cittadino (in modalità abbonamento o pay-per-download).

Obiettivi strategici

- Focus sullo sviluppo di Axidigital
- Ampliamento della gamma prodotti disponibili per B2C (Axieme) anche tramite nuovi accordi di distribuzione con compagnie
- Lancio Axidata

Driver di crescita

- Accordi di distribuzione polizze (canale B2C) con 7 compagnie
- Prodotti assicurativi offerti nella soluzione B2C: +20
- Contratti come fornitore IT con 4 compagnie
- Lancio piattaforma SaaS self-purchase su Axidigital in tempi record

Investimenti previsti

- Sviluppo tecnologico e R&D
- Costituzione team Axidata e ampliamento team Axieme e Axidigital
- Sviluppo commerciale e marketing

Trend di Mercato

6,3 MLD \$
investiti a livello
mondiale in startup
insurtech nel solo 2019

65% (media europea)
N° di CEO di compagnie
assicurative che vedono
l'insurtech come una priorità

€ 1200 MLD
il mercato raccolta premi
assicurativi Europa ogni anno
(di cui Italia = 147 MLD)a

€ 12 MLD
commissioni per gli
intermediari/distributori
solo in Italia

Principali risultati finanziari

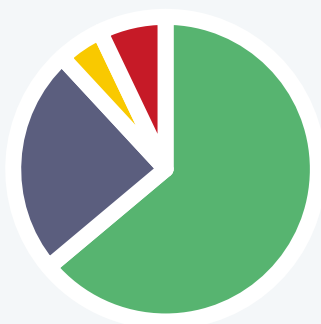
- Total sales 2019: 124K€
- Total sales (H1) 2020: 134K€

Key investors

- Digital Magics
- Kinetica SRL
- Phoenix Capital Iniziative Di Sviluppo Srl
- So.Ge.S.A Srl
- On Group Srl
- Agierre Srl

Compagine societaria

- 63,90% Founders
- 24,21% Investors
- 4,80% Kinetica Srl
(Massimo Michaud)
- 7,09% Digital Magics



Ultimo round di investimento

Round
€ 500.000
Valore Post-money
€ 2.500.000
Data Round
2019

Sito e news

- www.axiemegroup.com



IL MARKETPLACE ONLINE PER BRAND E RETAILER

BRANDON GROUP S.r.l.

Overview

Fondazione: **2012** Settore: **e-Commerce & Digital Representative** PMI Innovativa: **Sì**

Brandon è una PMI Innovativa che fornisce servizi end to end di gestione del processo di vendita e post-vendita attraverso marketplace internazionali, grazie alla combinazione di software intelligenti e servizi strategici di analisi dei dati generati dalle vendite e dal traffico online.

Grazie all'analisi dei big data interni, Brandon realizza la pianificazione strategica in funzione dei trend emersi e l'ottimizzazione del posizionamento dei prodotti nel mercato online migliorando l'efficacia nel realizzare gli obiettivi di crescita dei propri clienti.

Brandon consente ai suoi clienti di raggiungere milioni di consumatori in tutto il mondo attraverso canali di vendita Full Price e Discount:

- La distribuzione del catalogo a Full Price sui principali e-tailers generalisti e verticali avviene attraverso tre canali: negozi online dedicati sulle piattaforme di marketplace, caricamento del catalogo negli stores online proprietari di Brandon e vendita all'ingrosso con i principali siti e-commerce internazionali.
- I cataloghi di prodotto Discount vengono venduti invece mediante campagne di flash sales sui principali siti di vendite private online, negli stores online, temporaneamente o fino ad esaurimento e all'ingrosso con i principali siti e-commerce internazionali.

Team

▪ **Paola MARZARIO**
Founder e Chairman

▪ **Ilaria TIEZZI**
CEO

▪ **Fabrizio GUGLIELMINI**
CTO

▪ **Alberto OLIVA**
CFO

Revenue Model

I canali online all'interno dei quali l'azienda sviluppa il proprio business si possono riassumere in tre macroaree:

- **Marketplace B2B:** vendita wholesale ad Amazon Vendor di prodotti nelle categorie Fashion, Sport, Home & Living, Cosmesi e Food;
- **Marketplace B2C:** creazione e gestione degli store ufficiali dei brand sui principali marketplace online e vendite all'utente finale di prodotti full price (Amazon Seller, eBay, Laredoute, Fnac, etc.) negli stores online proprietari di Brandon;
- **Flash sales:** prodotti in saldo per campagne di brevi periodi (Vente-privee.com, Dalani, Westwing, etc.).

Brandon nel canale B2B applica un mark-up al prodotto venduto in base alla categoria e al canale di vendita. Rispetto al modello B2C di gestione degli store prevede unaset-up fee, una fee mensile di gestione, una revenue share sui volumi di vendita e fee legate a specifici servizi a valore aggiunto come ad esempio la gestione del budget advertising sulle varie piattaforme.

Driver di crescita

- % di PO evasi rispetto a ordini ricevuti
- N° di Brand e prodotti caricati in piattaforma
- Analisi vendite ed identificazione Best Seller
- Progressiva automazione dei processi interni grazie allo sviluppo piattaforme IT proprietarie

Trend di Mercato

€ 374 MLD
mercato e-commerce
previsto in Europa
2020

+ 6,7%
tasso crescita atteso
mercato 2020-2024

€ 484 MLD
market size
prevista al 2024

56,7 %
user penetration 2020
65,7% previsione 2024

Principali risultati finanziari

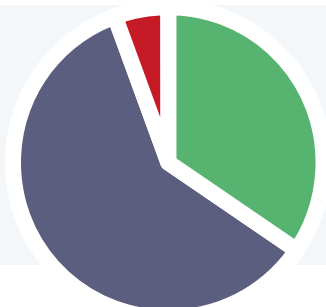
- Fatturato **2019: € 20.8 MLN** (vs € 9.4 MLN nel 2018) **+121%**

Key investors

- Primomiglio
- CDP Venture Capital
- Vulcano di Fabio Cannavale

Compagine societaria

- 34,72% Founders
- 63,22% Investors
- 2,06% Digital Magics



Sito e news

www.brandongroup.it

Obiettivi strategici

Il Piano di crescita della società prevede:

- L'ampliamento del catalogo con l'onboarding di nuovi clienti e l'espansione dei marketplace integrati e delle categorie merceologiche;
- L'ingresso in nuove aree geografiche (nel 2020 è stato ottenuto con successo l'ingresso in Nord America e Far East);
- Importanti investimenti in tecnologia, con l'obiettivo di gestire in modo completamente automatizzato e integrato l'intero processo di vendita, dal caricamento del catalogo dei fornitori fino all'acquisto, alla logistica e al customer care. La società ha iniziato anche a lanciare servizi a valore aggiunto attraverso progetti di data analytics che incrociano dati di vendita e dati di mercato.

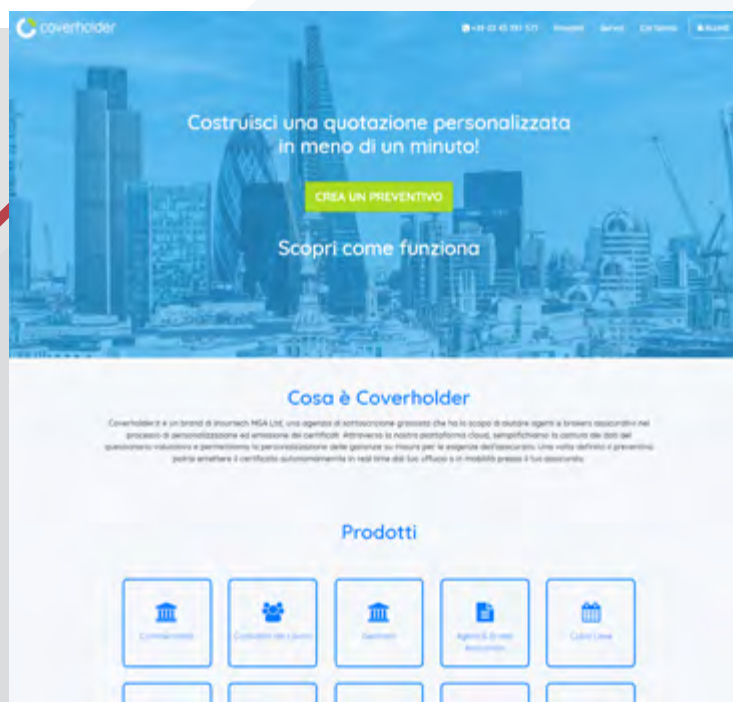
Tali driver si applicano sia attraverso una crescita organica del business che attraverso attività di M&A internazionali.

Investimenti previsti

- Sviluppo tecnologico e di processo
- Sviluppo commerciale (sourcing)
- Internazionalizzazione/Diversificazione
- M&A
- Rafforzamento team manageriale

Ultimo round
di investimento

Round
€ 2.708.000
Data Round
2018



COVERHOLDER (INSURTECH MGA LTD)

Overview

Autorizzazione: **2017** Settore: **Insurtech** Startup Innovativa: **Si**

Coverholder è un Digital Managing General Agent (MGA) che, attraverso la sua SaaS platform, rivoluziona il lavoro degli agenti e broker assicurativi ridefinendo il processo di sottoscrizione ed erogazione delle polizze assicurative.

Il processo di erogazione di una polizza, che si compone di tre elementi: individuazione del rischio, definizione del prezzo ed emissione della polizza, è stato completamente ridisegnato, riducendo il tempo necessario per emettere una polizza da una settimana a una quindicina di minuti.

Tutto questo è possibile grazie alla tecnologia di Coverholder basata sul Policy Builder Language, un linguaggio proprietario che permette di digitalizzare qualunque polizza assicurativa e lo scambio di informazioni tra i vari attori in tempi ridotti. Il modello costruito riesce a prezzare il rischio in modo automatico ed assicura che la filosofia di sottoscrizione del prodotto

venga rispettata. La certificazione e i mandati ottenuti dall'azienda permettono di emettere il certificato assicurativo direttamente durante la visita al cliente. In alcuni casi, il profilo di rischio creato dall'intermediario viene arricchito con i dati di varie fonti e con database esterni. Il modello dati costruito viene poi esaminato da un algoritmo proprietario di Machine Learning, che permette di automatizzare gran parte del lavoro del sottoscrittore e di migliorare la valutazione del rischio assicurato. Questo procedimento è stato nominato: **Augmented Underwriting**.

Il Tempo di digitalizzazione di un prodotto è ridotto da 2 mesi a 5 giorni e il processo di erogazione della polizza all'utente finale da qualche settimana a qualche decina di minuti.

Coverholder è una SaaS platform, cloud based, che può essere facilmente implementata all'interno del processo assicurativo. L'azienda ha già lanciato delle soluzioni white-label e a luglio 2019 ha lanciato anche un'interfaccia API per facilitare l'integrazione con i partner.

Team

• **Feliciano LOMBARDI**
Co-Founder e CEO

• **Mike GALASSO**
Co-Founder e CPO

• **Nicola DONADIO**
CTO

Revenue Model

- Fee sull'importo del premio erogato.

Obiettivi strategici

- Ampliamento della rete di agenti/broker
- Ampliamento della gamma prodotti e servizi
- Ampliamento delle funzioni della piattaforma
- Espansione in ulteriori territori Europei e mondiale

Driver di crescita

- Prodotti Assicurativi Digitali: **31 + 15 in progress**
- Accordi in forza: **541**
- Agenti/Broker attivi: **302**
- Polizze emesse (2019): **17.092**
- Polizze emesse dall'inizio dell'attività: **38.997**

Investimenti previsti

- Sviluppo tecnologico e di prodotto
- Sviluppo commerciale e marketing
- Ampliamento del team

Trend di Mercato

€3.906 MLD

raccolta premi globale nel 2019
(+4,4% sul 2018), di cui **€ 2.399 MLD** nel Vita
e **€ 1.507 MLD** di euro nei Danni

€ 140 MLD

mercato Europe raccolta premi nel
mercato italiano nel 2019
(+3,5% sul 2018)

Principali risultati finanziari

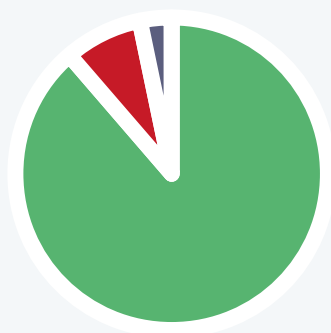
- Premi erogati 2019: **€ 7,1 MLN (+76% vs 2018)**
- Gross Revenue 2019: **€ 1,8 MLN**

Key investors

- **DM**
- **Velocity**

Compagine societaria

- 88,67% Founders & Employees
- 9,06% Digital Magics
- 2,27% Velocity



Ultimo round di investimento

Round

€ 350.000

Valutazione Post-money

€ 3.850.000

Data Round

2018

Sito e news

www.coverholder.it



Interview



ELI WMS

Overview

Fondazione: **2017**

Settore: **Enterprise Software**

Startup Innovativa: **Sì**

OHC BENE S.r.l. è una startup innovativa che ha sviluppato internamente una piattaforma in cloud denominata ELI WMS (Warehouse Management System) che offre una gestione dinamica e innovativa del magazzino aziendale. La soluzione indipendente viene offerta tramite SaaS (Software as a Service) ed è configurabile anche grazie agli strumenti offerti da Google Cloud Platform, garantendo un'integrazione con i principali software ERP che operano a livello internazionale.

ELI WMS permette ai propri utenti di gestire magazzini in qualsiasi parte del mondo senza dover sviluppare l'infrastruttura informatica, utilizzando scanner per la lettura di codici a barre e RFID (etichette elettroniche) e sfruttando tutte le potenzialità delle piattaforme Cloud di Google per automatizzare e ottimizzare le operazioni (Google Cloud Platform e Google App Engine). Presente sul mercato italiano dal 2018, ELI WMS rende efficiente i trasporti di materiali e prodotti, ottimizzando costi e tempi legati alle attività delle persone che operano all'interno del magazzino.

ELI WMS traccia e analizza le informazioni delle merci in transito e permette il controllo dei flussi di lavoro a tutti gli utenti coinvolti nell'operazione, il sistema è multi-lingua ed è accessibile anche tramite HTML, senza necessità di installare alcuna applicazione.

Team

• **Luigi Wilmo FRANCESCHETTI**

Founder e CEO

• **Luisa FRANCESCHETTI**

Founder e Chairman

• **Giuseppe VALLARELLI**

CTO

Revenue Model

Software as a service subscription

Obiettivi strategici

- Rafforzamento sul mercato nazionale
- Internazionalizzazione (mercato UE)
- Ampliamento e rafforzamento del team

Driver di crescita

- Annoverata tra gli 8 case history di Google Cloud Platform
- Partner del più importante rivenditore SAP per il mercato Italia
- Completamento architettura multi-tenant

Investimenti previsti

- Investimenti in business partnership per i mercati esteri
- Ampliamento del team
- Ricerca&Sviluppo

Trend di Mercato

+30%
mercato globale del warehouse
management system
negli ultimi 3 anni

► **>\$ 2 MLD**
nel 2019

>14%
crescita del mercato prevista
nei prossimi 3 anni

► **\$ 3,04 MLD**
nel 2022

Principali risultati finanziari

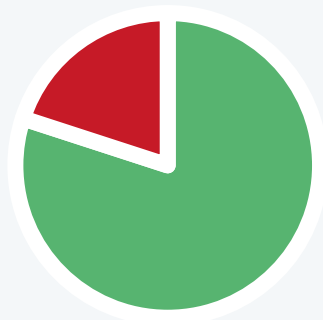
- Fatturato 2019 **161.9K€** (vs **61.7K€** FY2018)
+162,4%

Key investors

- **Digital Magics S.p.A.**

Compagine societaria

- **72% Founders**
- **28% Digital Magics**



**Ultimo round
di investimento**

Round
€ 500.000

**Data Round
Opening**

Sito e news

www.eliwms.com



HiNelson



HINELSON

Overview

Fondazione: **2017**

Settore: **E-Commerce**

Startup Innovativa: **Sì**

HiNelson è il primo digital pure player Italiano nel settore dei prodotti e componenti per imbarcazioni.

Tramite il proprio sito la società rifornisce regolarmente più di 13.000 imbarcazioni solamente in Italia.

La visione di HiNelson oggi è quella di essere l'uomo in più a bordo di ogni diportista Europeo.

Tramite la sua HiNelson Academy stabilisce un contatto diretto con il diportista, parlando di materie inerenti alla nautica e all'uso dei prodotti

che vengono venduti nello store. È un luogo virtuale dove incontrare tutte le persone interessate a capire meglio come utilizzare, mantenere e pulire la propria barca, ma non solo! È possibile trovare anche guide e tutorial, review prodotti, App.

Nel primo trimestre del 2020 ha visto nascere il primo HiNelson Point nel cuore di Milano: è possibile dunque comprare tutto il catalogo HiNelson in un punto fisico sul territorio, ma anche ricevere assistenza e supporto sull'acquisto.

Nel terzo trimestre del 2020 ha totalizzato +1.6M di minuti visualizzati di video-guida e +330k letture sugli articoli di blog.

Team

• **Marcello LABRUNA**
CEO

• **Raffaele Edoardo Dayan**
COO

Revenue Model

- B2C (vendita al consumatore finale): Tramite un catalogo di +22.000 prodotti;
- B2B (collaborazione con players di settore): Vendita di spazi pubblicitari e product placement

Obiettivi strategici

Al fine di seguire la visione aziendale, HiNelson ha gli obiettivi di:

- Ampliare il proprio catalogo: Da 22k SKUs a 55k SKUs – ampliando l'offerta attuale di prodotti per l'imbarcazione con prodotti per la pesca da barca;
- Aumentare la propria community: al fine di ampliare la collaborazione B2B nel settore;
- Espandere la propria presenza fisica al fine di sviluppare la strategia omnicanale

Driver di crescita

- Sviluppo di nuovi canali di marketing al fine di supportare la scalabilità;
- Ampliamento dell'HiNelson Academy al fine di migliorare la brand awareness dell'azienda e contribuire alla diminuzione del costo acquisizione cliente;
- Apertura di nuovi HiNelson Point in franchising;
- Consolidamento dei margini commerciali al fine di perseguire la strada verso una sempre maggiore profittabilità della compagnia;

Investimenti previsti

- Gli investimenti saranno principalmente destinati a quattro aree di intervento:
- Informatizzazione dei sistemi: al fine automatizzare e snellire le operations;
- Risorse umane;
- Marketing: per supportare la scalabilità dell'impresa;
- Inventory (Warehouse): al fine di aumentare marginalità e catalogo disponibile

Trend di Mercato

7B€
mercato di accessori e componenti
nautici in Europa nel 2019

700M€
valore del mercato di accessori
e componenti nautici in Italia nel
2019 (YoY +7%)

Principali risultati finanziari

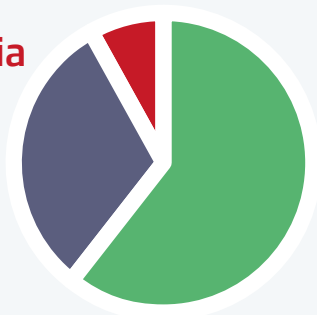
- Fatturato 2018: **230k€**
- Fatturato 2019: **495k€ (+115%)**
- Fatturato H1-2020: **0.6M€ (2020E 1.1M€)**

Key investors

- **Digital Magics**
- **Mediolanum Fiduciaria**
- **Giovanni Gardelli**

Compagine societaria

- 60,8% Founders
- 31,4% Investors
- 7,8% Digital Magics



Ultimo round
di investimento

Round
€ 225.000
Valutazione Post-money
€ 1.300.000
Data ultimo Round
10/2019

Sito e news

www.hinelson.com



HYPERLOOP TRANSPORTATION TECHNOLOGIES Inc.

Overview

Fondazione: **2013** Settore: **High-speed Transportation**

Hyperloop Transportation Technologies, nota come HTT, è una società di ricerca americana nata per sviluppare un sistema di trasporto rivoluzionario basato sul concetto di Hyperloop, già immaginato da Elon Musk nel 2013.

Il progetto prevede lo sviluppo di una tecnologia per il trasporto ad altissima velocità: una capsula che levita su un campo magnetico e viaggia all'interno di un doppio tubo a bassa pressione realizzato per ridurre al minimo la resistenza. L'aria viene convogliata verso la parte posteriore del treno grazie a un compressore, che permette di raggiungere velocità superiori ai 1.200 km/h e con un bassissimo consumo di energia elettrica.

Il sistema è stato progettato con i massimi standard di sostenibilità, grazie ai pannelli solari posti

lungo tutta la parte superiore dei tubi e grazie a un sofisticato sistema di recupero energetico. Ad ottobre 2018 è stata presentata a Cadice (Spagna) la Full-Scale Passenger Capsule, nel febbraio 2019 è stata realizzata a Tolosa (Francia) la prima tratta sperimentale; Nel 2018 HTT e Aldar Properties hanno firmato un accordo per la costruzione del primo sistema hyperloop commerciale al mondo ad Abu Dhabi. Nel 2019 è stato condotto uno studio di fattibilità con Northeast Ohio Areawide Coordinating Agency, il quale ha dimostrato la fattibilità e l'economicità di una tratta che connette Cleveland, Chicago e Pittsburgh negli US.

HTT è caratterizzata da un originale modello che prevede il coinvolgimento in equity (stock-option e warrant) delle centinaia di professionisti e aziende che collaborano attivamente al progetto, consentendo di ridurre al minimo i costi di sviluppo.

Team

- **Dirk AHLBORN**
Founder, Chairman
- **Andres DE LEON**
CEO
- **Andrea LA MENDOLA**
Chief Global Operating Officer

- **Juan QUINTANA**
Chief Strategy Officer
- **Mke Weetman**
Chief Financial Officer
- **Rob Miller**
Chief Marketing Officer

Revenue Model

Attualmente gli introiti sono esclusivamente riconducibili agli studi di fattibilità, ai sussidi e all'advertising.

A partire dal 2022, quando la fase di sviluppo sarà completata, il modello di ricavi sarà basato sulla concessione delle licenze relative alla tecnologia *Hyperloop*.

Driver di crescita

- **40** brevetti prodotti
- **10** global agreements
- **+800** persone coinvolte in meno di 5 anni in più di **40** paesi
- **50** key industrial partners
- **55** trademarks
- Stima valore del brand Hyperloop™ **\$ 7BN**

Obiettivi strategici

- 2021: Primo prototipo commerciale ad Abu Dhabi, in vista dell'Expo 2021

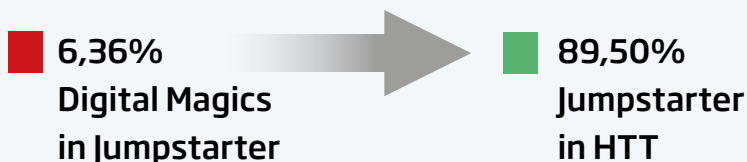
Trend di Mercato

\$ 1,35 MLD valore stimato per il 2022	\$ 6,34 MLD mercato potenziale con un CAGR del 47,20% fino al 2026	37% quota di mercato prevista per il Nord America	34% quota di mercato prevista per l'Europa	20% Quota di mercato prevista per regioni APAC	9% Quota di mercato prevista per Rest of the World
---	--	---	--	--	--

fonte: MarketsandMarkets/ "Hyperloop Technology Market - Global Forecast to 2026"

Attualmente il principale competitor è **Virgin Hyperloop One**, che ha raccolto circa **\$ 200 mln** nel maggio 2019

Compagine societaria



Ultimo round
di investimento

Data: 2017
con valutazione post-money
\$ 450 M

Nuovo importante round
in fase di definizione

Sito e news

www.hyperloop.global



MACINGO TECHNOLOGIES S.r.l.

Overview

Fondazione: **2014** Settore: **Transportation online market** Pmi Innovativa: **Sì**

Macingo è la più grande community italiana di condivisione di trasporti di merce ingombrante (auto, moto, traslochi di mobili, trasporti per le aziende, barche, strumenti musicali, attrezzature sportive, abbigliamento e vari), che permette di creare matching tra chi deve effettuare un trasporto e i trasportatori che hanno ancora spazio disponibile, abbattendo così i prezzi fino al 50% per chi acquista e aumentando il fatturato di chi realizza il trasporto stesso.

Ad oggi la *community* di Macingo conta oltre 2.000 trasportatori, i quali vendono il loro spazio disponibile invenduto a prezzo scontato, aumentando la loro capacità di carico e conseguentemente il fatturato. Chi acquista risparmia tempo ed abbatte i prezzi fino al 50%. Macingo ha intercettato in poco tempo una fetta importante della domanda *online* di trasporto di merce ingombrante, ritagliandosi sin da subito un posizionamento competitivo, solido e profittevole.

Team

▪ **Daniele FURFARO**
CEO

▪ **Fabio BALEANI**
Chief Web Officer

▪ **Samuele FURFARO**
CFO

▪ **Antonio BONFIGLIO**
Information Technology Director

▪ **Simone COPPINI**
Full Stack Net Developer

Revenue Model

Attualmente, Macingo ha una piattaforma *unica*, dove è possibile per privati ed aziende richiedere il trasporto di auto, moto, prodotti industriali etc e pagare il trasporto o un anticipo di esso direttamente sul sito. Il sistema a tendere offrirà automaticamente un preventivo e sarà in grado di affidare istantaneamente il trasporto prenotato ad uno dei trasportatori della *community*. L'obiettivo è quello di strutturare un servizio veloce e flessibile, in linea con le esigenze delle piccole e medie imprese italiane e dei privati.

Obiettivi strategici

- Consolidamento della leadership nel mercato italiano;
- Introduzione dell'offerta per la clientela business;
- Ingresso nei mercati esteri di Francia e Spagna.

Driver di crescita

- N° richieste di trasporto ricevute 2019: **151 K (vs 132k 2018 +14,4%)**
- Tasso di conversione medio 2019: **8,1%**

Investimenti previsti

- Marketing e comunicazione;
- Sviluppo rete di vendita commerciale;
- Sviluppo tecnologico.

Trend di Mercato

€ 100 MLD

il valore del mercato online del trasporto merci ingombranti in Europa di cui **50%** mercati di Francia, Germania, Inghilterra, Polonia e Spagna in cui operano **1,5 milioni** aziende di trasporto

€ 8 MLD

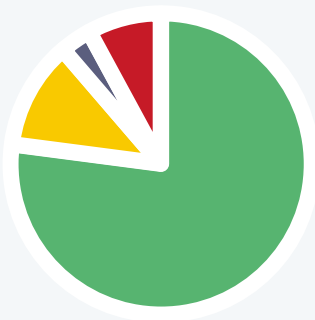
Il mercato potenziale italiano, nel quale operano **113.000 aziende** di cui **80%** padroncini

Principali risultati finanziari

- Fatturato 2018: **€ 500 K (vs € 266K 2017, +88%)**
- Fatturato 2019: **~€ 1,14 MLN (vs € 500 K 2018, +128%)**

Compagine societaria

- 77,07% Founders
- 11,63% Mecar
- 3,35% Factory Accademia
- 7,95% Digital Magics



Ultimo round
di investimento

Round

€ 300 K

Valutazione Post-money

€ 4,3 MLN

Data Round

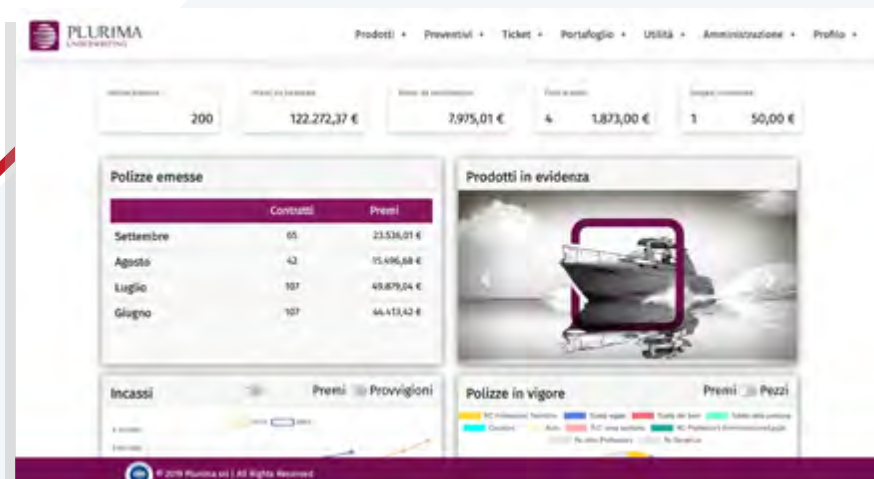
2019

Sito e news

www.macingo.com



PLURIMA
UNDERWRITING



PLURIMA S.r.l.

Overview

Fondazione: **2017** Settore: **Insurtech** Startup Innovativa: **Sì**

Plurima S.r.l. è una startup di Palermo, costituita nel 2017 ed operativa dal 2019, che ha per oggetto l'attività di gestione, distribuzione ed erogazione di prodotti assicurativi attraverso la propria piattaforma proprietaria dedicata agli intermediari assicurativi.

Si tratta di un B2B: la mission è quella di assistere Agenti, Broker ed altri intermediari nel loro lavoro, con lo scopo di snellire e automatizzare le pratiche burocratiche che tolgono tempo per seguire il cliente finale, ampliando la gamma di prodotti assicurativi offerti. In questo modo anche i consumatori finali del mercato assicurativo (gli assicurati) beneficeranno

di un servizio più vicino alle loro crescenti esigenze di personalizzazione. Attraverso la piattaforma software end-to-end che assiste gli intermediari in tutte le fasi di erogazione del prodotto assicurativo, Plurima, intende creare un network efficace ed immediato di intermediari assicurativi indipendenti, in grado di offrire una maggiore attenzione all'assicurato. Attualmente nel portale sono circa 600 gli intermediari assicurativi registrati, di cui circa 125 hanno firmato l'accordo di distribuzione: l'obiettivo è quello di raggiungere nei prossimi 24 mesi almeno 1.000 intermediari assicurativi attivi. Grazie a una gamma ampia di servizi e di prodotti assicurativi, Plurima genererà importanti switching cost per gli intermediari che utilizzano la piattaforma garantendosi così la leadership di mercato.

Team

▪ **Federica FERRO**

CEO

▪ **Alessandra MELI**

Direttore amministrativo

▪ **Giusy CUSIMANO**

Direttore tecnico danni

▪ **Viviana MELI**

Responsabile informatico

Revenue Model

Il Revenue Model di Plurima si basa sulle provvigioni attive che percepisce dalle Compagnie di assicurazioni calcolate come percentuale delle polizze emesse.

I prodotti principali intermediati sono:

- 1) Ramo Auto, con un valore medio per polizza pari a 350€ ed una provvigione media del 10%;
- 2) Ramo non-Auto, con valore della polizza pari a 500€ e una provvigione riconosciuta dalle Compagnie del 25% (il maggior valore di questa categoria dipende dalla peculiarità del prodotto assicurativo);

A queste si affiancano le commissioni per attività consulenziale, mediamente del 3% sul premio erogato, applicata dall'intermediario e a carico dell'assicurato.

Delle provvigioni attive, Plurima retrocede parte della provvigione complessiva all'intermediario sulla base dell'accordo di collaborazione stipulato.

Obiettivi strategici

- Ampliamento del numero di intermediari
- Implementazione di nuovi servizi tecnologici
- Rafforzamento dei rapporti con le compagnie

Driver di crescita

- 125 intermediari attivi
- 36 compagnie in piattaforma
- 1632 polizze emesse
- Apertura al comparto R.C. Auto
- Implementazione Firma Elettronica Avanzata

Investimenti previsti

- Sviluppo tecnologico e R&D
- Sviluppo commerciale e marketing

Trend di Mercato

€ 33 MLD

premi rami danni erogati in Italia
nel 2018 del ramo Danni (+2,3%)

€ 34 MLD

premi rami danni erogati in Italia nel 2019
del ramo Danni (+3%)

Fonte: Relazione annuale IVASS

Principali risultati finanziari

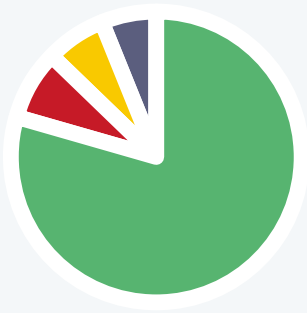
- Fatturato 2019: **99.536€**

Key investors

- Digital Magics
- Italia Venture II - Fondo Imprese Sud (CDP Venture Capital Sgr)
- ACCELERORA Digital Magics (CDP Venture Capital Sgr-Fondo Nazionale Innovazione)

Compagnie societaria

- 79,46% Founders
- 5,84% Investitori
- 7,97% Digital Magics
- 6,73% C.D.P.



Ultimo round di investimento

Round

€ 1.000.000

Valutazione Post-money

€ 4.600.000

Data Round

08/2020
(on going)

Sito e news

www.plurima.net



PRESTIAMOCI S.p.A.

Overview

Autorizzazione: **2009** Settore: **FinTech - peer-to-peer lending** PMI Innovativa: **Sì**

Prestiamoci è la piattaforma italiana di P2P Lending che investe nei prestiti insieme ai propri clienti con conseguente allineamento di interessi. La società ha due licenze (finanziaria e istituto di pagamento) ed è vigilata da Banca D'Italia.

Prestiamoci S.p.a. è una finanziaria autorizzata ex art 106 che controlla PituPay S.p.A., istituto di pagamento.

Prestiamoci origina i crediti, gestisce i flussi di incasso, i pagamenti e il recupero crediti e propone ai Prestatori l'attività di impiego in prestiti in forma non professionale.

Prestiamoci è anche originator e master servicer di operazioni di cartolarizzazione.

È la prima piattaforma in Italia e la dodicesima piattaforma in Europa continentale per importi mensili erogati.

Team

▪ **Daniele LORO**
CEO

▪ **Federico PROVINCIALI**
Board Member

▪ **Michele NOVELLI**
Chairman

▪ **Roberto TONNI**
Chief Marketing Officer

▪ **Michele CANTATORE**
Chief Operations Officer

▪ **Donato RAHELI**
Chief Risk Officer

Revenue Model

La natura di finanziaria di Prestiamoci le permette investimenti diretti in prestiti e la realizzazione di meccanismi di investimento rapidi tramite cessione di pacchetti diversificati di crediti *performing*.

- La commissione annua di partecipazione al *marketplace* di Prestiamoci è pari al 1% delle somme impiegate.
- L'apertura del conto di pagamento e l'utilizzo del mercato secondario dei prestiti.
- Le commissioni di gestione del servizio per i richiedenti (commissioni di erogazione, gestione del credito e servizi di pagamento) sono circa il 7% delle somme erogate.
- Servizi evoluti per investitori qualificati possono richiedere compensi da definire individualmente.
- Prestiamoci ha realizzato una cartolarizzazione per la quale svolge attività remunerata di *servicing* remunerata per i propri portafogli cartolarizzati.

Investimenti previsti

- Sviluppo tecnologico e di prodotto
- Sviluppo commerciale

Obiettivi strategici

- Aumentare la base clienti e fare in modo che sia solida e di lungo periodo, continuando a mantenere alta l'attenzione al rischio di credito.
- € 5 milioni di erogato al mese
- 70% dei finanziamenti da parte di investitori istituzionali con nuove cartolarizzazioni
- Rendimento del 5,5%

Driver di crescita

- 1° piattaforma in Italia e 12° piattaforma in Europa Continentale
- **+200%** di crescita dell'erogato nel 2020
- **5.200** clienti a giugno (**+30%** vs dicembre 2019)
- **€40,0 Mln** di finanziamenti complessivamente erogati a settembre 2020 (**vs € 23 Mln** a dicembre 2019)
- Loans originated al 30 giugno 2020: **€ 10 Mln**
- Raggiunti i tre milioni di erogato al mese
- Raccolti 4,5 Mln da Prestatori nel 2020 (+400% vs 2019)

Trend di Mercato

>50% CAGR
tra 2019 e 2024

\$ 900 MLD
dimensione attesa per 2024
(era **\$26 MLD** nel 2015
e **\$140 MLD** nel 2019)

€ 4,4 MLD
P2P Consumer Lending
in Europa nel 2019
tassi di crescita >25%
nell'ultimo trimestre
2019

In Italia l'erogato a giugno del 2019,
con circa **€ 75 MLN** in un semestre,
ha raggiunto la quota di **€ 280 MLN**
generati dalle principali piattaforme italiane
in questo segmento: **Prestiamoci, Smartika,
Soisy e Younited Credit**
(+60% rispetto al IH 2018).

Principali risultati finanziari

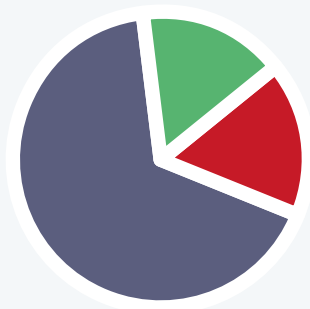
- Primo semestre 2020 in utile e a break even raggiunto
- Fatturato sei mesi 2020: € 1,6 Mln
(vs € 1,5 Mln di tutto il 2019)
- Importo erogato giugno 2020: € 10 Mln
(vs 9 Mln di tutto il 2019)
- Rendimento del portafoglio, al netto delle perdite attese al 5,2%
- Volumi 2020 in forte crescita

Key investors

- Innogest SGR S.p.A.
- Banca Sella Holding
- Pitagora/CR Asti
- Club Italia Investimenti
- Roberto Condulmari
- Pietro Boroli

Compagine societaria

- 14,0% Founders - Management
- 71,7% Investors
- 12,3 % Digital Magics



Sito e news

www.prestiamoci.it

<http://blog.prestiamoci.it/prestiamoci-all-digital-prestatore/>

Ultimo round
di investimento

Round
€ 2.000.000
Data Round
2019



Talent Garden



TALENT GARDEN S.p.A.

Overview

Fondazione: **2011** Settore: **Digital Community**

Talent Garden (TAG) è la piattaforma internazionale per i Talenti Digitali, dove incontrarsi, lavorare, imparare e crescere insieme.

TAG, in pochi anni, è diventato **il più importante network europeo di spazi di co-working** per i professionisti del digitale: spazi di lavoro progettati con creatività e design, un'offerta completa di servizi integrati, network e community per aiutare i propri membri a crescere.

È presente attualmente con 23 campus in nove paesi in Europa, di cui Dublino e Copenaghen sono stati avviati nel 2018. Inoltre, Talent Garden è stata selezionata da *Cassa Depositi e Prestiti* per la creazione di un campus a San Francisco destinato ad ospitare +400 membri e favorire l'innovazione ed il trasferimento tecnologico per le imprese italiane in Silicon Valley.

Con la propria formula esclusiva di *membership*, consente ai propri membri (società, startup, gruppi di professionisti, individui) di utilizzare il proprio posto di lavoro temporaneamente in qualsiasi sede del network.

TAG *Innovation School* (società controllata da Talent Garden) è la innovativa piattaforma di *education* per formare i professionisti digitali: corsi part-time e full-time, master, workshop, programmi per bambini, giovani ed executive.

TAG promuove e organizza, presso i propri campus o in altre location, eventi e iniziative per sviluppare la community e la conoscenza dell'innovazione. L'evento più importante è Futureland, un evento internazionale sulle tecnologie emergenti rivolto a un pubblico selezionato di imprenditori, manager, startup, investitori, media e decision maker provenienti da ogni parte del mondo. Sono stati più di 1.500 i partecipanti nell'ultima edizione.

Team

▪ **Davide DATTOLI**

Founder e CEO

▪ **Edoardo Giovanni RAIMONDI**

CFO

▪ **Lorenzo MATERNINI**

SVP Corporate & Partners Relations

Revenue Model

Il modello di business è basato sull'integrazione di tre linee di ricavo:

- gli spazi di co-working;
- l'organizzazione di eventi;
- la formazione erogata dalla TAG Innovation School.

Obiettivi strategici

- Sviluppo della presenza territoriale, con una crescita costante (100% YoY) di:
 - n° di campus (soprattutto a livello internazionale)
 - n° di membri della *community*
- Sviluppo dell'attività di *education* (TAG Innovation School) con l'incremento dell'offerta formativa.
- Sviluppo dell'attività di organizzazione di eventi sull'innovazione, internamente ai campus e in altre sedi, anche in partnership con enti e aziende di primaria importanza nazionale e internazionale.

Driver di crescita

- L'ampliamento della presenza territoriale, con l'apertura di nuovi campus soprattutto nei Paesi del Sud Europa e dell'Est Europa.
- La marginalità del gruppo sarà rafforzata dal contributo delle attività di education (TAG innovation School).
- Acquisizione di SingularityU Italia, con questa operazione TAG rimane un punto di riferimento in Europa per l'innovation ecosystem.
- Numero di studenti della TAG Innovation School cresce del 100% YoY e il 98% degli studenti trova lavoro alla fine del corso.
- La prospettiva della società è quella di quotarsi nei prossimi anni.

Investimenti previsti

- Risorse Umane
- Apertura di 20 nuovi campus nei prossimi 5 anni
- Promozione eventi
- Ampliamento offerta Tag Innovation School

Trend di Mercato

\$ 26 MLD
valore del mercato
dei global flexible
office market
nel 2019

► **+6%**
tasso medio
annuo di crescita
fino al 2022 negli
US, **13%** nel resto
del mondo

35.000
spazi di coworking
nel 2019

mercato dei
flexible office
rappresenterà
30%
degli Office stock
negli US entro
2030

Gli analisti prevedono,
per gli investimenti in
coworkingspace, **tassi
crescenti in Europa
nei prossimi anni**

Key investors

- **TIP Tamburi Investment Partners S.p.A.**
- **500 Startups**
- **Endeavor Global**
- **i molti prestigiosi family office e investitori italiani fra cui le famiglie Angelini, D'Amico, Dompè,**
- **il Fondo Indaco Ventures**
- **Social Capital del famoso venture capital della Silicon Valley Chamath Palihapitiya**

Principali risultati finanziari

- Fatturato 2018: **€ 9,3 MLN**
- Fatturato 2019: **€ 16,7 MLN**
(+80%)

**Ultimo round
di investimento**

Round
€ 44 MLN
equity/debito

Valutazione
€ >100 MLN
Data Round
2019

Compagine societaria

- **45,39% Founders**
- **45,39% Investors**
- **9,22% Digital Magics**



Sito e news

www.talentgarden.org

www.talentgarden.org/news



WENDA S.r.l.

Overview

Fondazione: **2015**

Settore: **Supply Chain Tracking**

Startup Innovativa: **Sì**

Wenda è una Piattaforma Digitale che aiuta gli attori della Distribuzione Alimentare a comprendere e navigare i dati di catena del freddo e tracciabilità lungo la supply chain tramite IoT e IA.

Si connette a data logger e sistemi di tracciabilità disponibili sul mercato (Qualità, TMS, WMS) collocati nei vari punti della filiera e fornisce dati, statistiche e analisi ai manager in Punti Vendita, Centri di Distribuzione, mense, cucine e sedi centrali. Wenda è

l'unica azienda che integra i dati da tutti i processi della supply chain, indipendentemente dal tipo di hardware, software o sistema di tracciabilità già impiegato dal cliente. La piattaforma è sicura, semplice, affidabile e scalabile. Consente di seguire in tempo reale e da un singolo punto di controllo le condizioni dei prodotti nella catena, fornendo una panoramica completa dei punti critici lungo la supply chain per garantire la miglior cura possibile del prodotto, ridurre i costi di gestione della supply chain, migliorare la percezione della trasparenza e ottimizzare i processi di decision making.

Team

• Antonio CATAPANO

CEO & CTO

• Luca BOARINI

Customer Support & Product

• Mattia NANETTI

CMO & COO

• Antonio BONDANESE

Digital Marketing

• Daniela RABITTI

Finance & Control

• Raffaele TESTORELLI

IM

• Marta DI FONZO

Sales & Marketing

• Fabio PORCU

Finance & Control

• Francesco LIMONI

Developer

Revenue Model

- La Piattaforma Wenda è venduta SaaS come un software per l'impresa, con contratti a tariffa periodica annuale basati sui differenti moduli presenti nella Piattaforma.
- Il secondo revenue stream è generato dalle integrazioni API con i sistemi interni dei clienti.
- Il terzo flusso di entrate deriva dalla vendita di componenti hardware, qualora non siano disponibili nell'azienda cliente.

Obiettivi strategici

Internazionalizzazione: attualmente, Wenda è presente nei mercati italiano e spagnolo e a Hong Kong. Nei prossimi 5 anni, Wenda punta a consolidare i mercati di Italia e Spagna, aumentare la sua presenza in Francia e Paesi nordici (Danimarca, Svezia, Olanda), per poi raggiungere il centro Europa con Germania, Svizzera e Benelux. Successivamente, gli USA e LATAM sono le regioni naturalmente aggredibili da Wenda poiché i livelli medi di distribuzione alimentare e attenzione del consumatore sono molto elevati.

Driver di crescita

- 2018: tra le migliori startup per visibilità della catena, partecipazione al programma di accelerazione Food Track di Maersk
- 2018-2019: abbandono del focus sull'hardware, riposizionamento come azienda SaaS e potenziamento della Piattaforma
- 2019: internazionalizzazione in Spagna
- 2019: studio di intelligenza artificiale e integrazione di numerosi dispositivi IoT e non

Investimenti previsti

- Consolidamento mercato Italiano
- Internazionalizzazione: Spagna, Francia, Paesi di nord e centro Europa, USA, LATAM.
- Software: Creazione di uno standard dell'interfaccia della piattaforma, integrazione blockchain, analitiche predittive e prescrittive tramite sviluppo di IA e algoritmi di Machine Learning; integrazione di ulteriori hardware commerciali usati nel mercato.

Trend di Mercato

\$ 10,963 MLD ► **\$ 22,274.1 MLD**
valore del mercato della tracciabilità del Food & Beverage nel 2017
crescita prevista entro il 2025
CARG 9,3%

\$ 159,988.1 MLN ► **\$ 585,105.6 MLN**
valore del mercato della logistica con catena a freddo nel 2018
crescita prevista entro il 2026
CARG 17,9%
DAL 2019 AL 2026

Fonte: <https://www.alliedmarketresearch.com/cold-chain-logistics-market>

Principali risultati finanziari

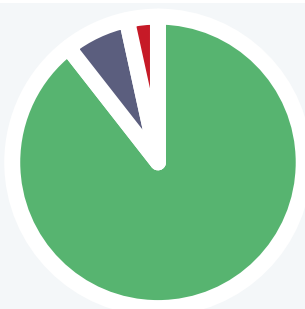
- Fatturato 2018: **€ 104K**
- Fatturato 2019: **€ 135K (+30% 2018)**

Key investors

- Digital Magics
- Makanta gmbh
- Rockstart AG fund
- ACCELERORA Digital Magics (CDP Venture Capital Sgr-Fondo Nazionale Innovazione)

Compagine societaria

- 89,44% Founders
- 7,13% Investors
- 3,43% Digital Magics



Ultimo round di investimento (Finanziamento Convertendo)

Round
€ 575 K

Data Round
09/2020

Sito e news

www.wenda-it.com

www.emiliaromagnastartup.it/index.php/it/financER/wenda-srl



Digital Magics Portfolio Highlights

www.digitalmagics.com