



Digital Magics Portfolio Highlights

Settembre 2018

www.digitalmagics.com



Il 2018 segna un punto di svolta per il sistema del venture capital italiano: nel primo semestre, gli investimenti in startup italiane ammontano a **238 milioni** di Euro superando, già nella prima metà dell'anno, il totale degli investimenti effettuati nel 2017. Spicca in misura importante l'*equity crowdfunding*, con oltre **14** milioni di Euro di investimenti (**+185%** rispetto al primo semestre 2017). Il dato è completato dai *round* finalizzati in Italia per **127** milioni di Euro e dai **97** milioni di Euro raccolti da startup italiane all'estero (fonte: Startup Italia).

Nel 2017 avevamo assistito ad un'inversione nel *trend* di crescita degli investimenti dovuta sostanzialmente ad un fattore congiunturale: i TOP Venture Capital italiani avevano concluso l'*investment period* ed avviato la raccolta di nuovi fondi. Solo nel primo semestre del 2018, la nascita di nuovi fondi di investimento e la ricapitalizzazione di alcuni tra i principali fondi italiani segna una raccolta di **720** milioni di Euro (Fonte: Startup Italia).

L'aspetto più interessante riguarda ad ogni modo le caratteristiche dei *round* completati in questo primo semestre: alcune delle startup italiane con maggiori potenzialità hanno completato *round* d'investimento per un ammontare superiore ai 10 milioni di Euro (spiccano EryDel - 25,6 milioni,

Medical Microinstruments e Coreview - 20 milioni, Supermercato24 - 13 milioni) e, in generale, si segnala un incremento nella dimensione media dei *round*.

Con particolare riferimento al mercato digitale, il 2017 ha registrato un tasso di crescita del **2,3%** (per un valore complessivo di oltre 68 miliardi di Euro), trainato da Industry 4.0 (+19,3% a 2184 milioni di Euro) e *digital enabler* (+17,4% IoT, a 2483 milioni di Euro, +20,1% Big Data, a 773 milioni di Euro, +23,3% cloud a 1861,8 milioni di Euro e, seppur con un peso ancora limitato, +58,7% Artificial Intelligence a 79,8 milioni di Euro e +88,2% Blockchain, a 16 milioni di Euro). (Fonte: Anitec-Assinform).

Per il 2018, si attende una conferma del trend positivo registrato nel 2017, con un tasso di crescita atteso del 2,6%.

Digital Magics, incubatore certificato quotato sul mercato AIM Italia gestito da Borsa Italiana, ricopre da sempre un ruolo centrale nella creazione di un sistema nel campo dell'innovazione e dell'economia digitale italiana.

Nel corso del primo semestre 2018 è stato avviato un nuovo rapporto di collaborazione grazie all'accordo strategico raggiunto con **iStarter**, il quale rafforza la presenza di Digital Magics sul territorio italiano, grazie alla nuova sede di Torino, alla quale si aggiunge anche la sede di Londra, ampliando il raggio di azione oltre i confini italiani e permettendo alle startup in portfolio di svilupparsi a livello europeo.

Sempre nel 2018, si rileva un ulteriore consolidamento del sistema creato da Digital Magics, grazie anche alla terza operazione perfezionata insieme al socio **StarTIP S.p.A.**, veicolo costituito da **Tamburi Investment Partners** e dotato di risorse per 100 milioni di Euro al fine di sviluppare le migliori opportunità che operano nel settore dell'innovazione e del digitale. L'investimento effettuato in Centy (startup del portfolio di Digital Magics in cui l'Incubatore aveva investito in fase costitutiva) insieme al partner industriale IVS, dimostra l'ambizione di riuscire ad affiancare i founder e raggiungere rapidamente obiettivi importanti, sia in termini di business che finanziari, a supporto del *Digital Made in Italy*.

L'investimento in Centy si va ad aggiungere alle operazioni di co-investimento su **Talent Garden** e **Buzzoole** e costituisce un ulteriore passo verso la costruzione di una filiera senza eguali in Europa in grado di affiancare gli imprenditori "from Talent to IPO".

Nel primo semestre 2018, il focus di Digital Magics è stato quello di incrementare ulteriormente la qualità del *dealflow* e del processo di selezione, al fine di identificare i progetti con maggiore potenzialità di crescita e supportarne concretamente lo sviluppo.

Con quest'obiettivo, abbiamo ideato e lanciato il primo programma di accelerazione di sistema in ambito *fintech* ed *insurtech*, coinvolgendo *top player* del settore: BNL Gruppo BNP Paribas, Credito Valtellinese, Ersel Investimenti, Innogest, Innovation Center di Gruppo Intesa San Paolo, Società Reale Mutua di Assicurazioni, Poste Italiane, SellaLab, SisalPay, UBI Banca ed IBM Italia (Partner Tecnologico).

"Magic Wand - The Fintech and Insurtech Excellence Accelerator" si è rivelata un'iniziativa di successo: le 6 startup selezionate hanno avuto l'opportunità di validare in soli 6 mesi i propri progetti, accelerarne il *go-to-market* ed accedere ad investimenti

ed opportunità commerciali da Digital Magics e dai Partner del Programma.

Abbiamo analizzato più di 700 progetti, concentrando l'attenzione su startup operative in settori ad alta potenzialità di crescita e che abbiano sviluppato competenze *core* negli ambiti *Artificial Intelligence*, *IoT*, *Big Data* e *Blockchain*. Axieme, Cardo, Coverholder, Diamantech, Moneymour e MyCreditService (le 6 startup selezionate nell'ambito di Magic Wand), Kaitiaki e Wonderstore, sono le 8 nuove eccellenze entrate a far parte del portfolio di Digital Magics che riflettono questa metodologia di ricerca ed analisi.

Digital Magics ha investito nel primo semestre 2018 oltre 1 milione di Euro in nuove startup ed in quelle già presenti in portfolio, aumentando e razionalizzando in modo strategico i *follow on* sull'investimento iniziale in fase *pre-seed*.

Al 30 giugno 2018, sono **63** le società operative in portfolio, di cui 31 startup innovative e 9 PMI innovative. Le **51** società operative, già partecipate da Digital Magics al 30 giugno 2017, hanno registrato nel primo semestre 2018 un giro d'affari aggregato pari a **25,5** milioni di Euro, in crescita del **25%** rispetto al primo semestre 2017, con la previsione di mantenere il trend positivo sull'intero anno.

Gabriele Ronchini

Fondatore e Amministratore Delegato di Digital Magics

Startup	Settore	Pagina
4w MarketPlace S.r.l.	DIGITAL ADVERTISING	4
Brandon Group S.r.l.	E-COMMERCE & DIGITAL REPRESENTATIVE	6
Buzzoole Holdings Ltd.	DIGITAL MARCOM	8
Coverholder (Insurtech MGA LTD)	INSURTECH	10
Hyperloop Transportation Technologies Inc.	HIGH-SPEED TRANSPORTATION	12
Intertwine S.r.l.	DIGITAL MARCOM	14
Macingo Technologies S.r.l.	TRANSPORTATION ONLINE MARKET	16
Prestiamoci S.p.A.	FINTECH	18
Quomi S.r.l.	FOODTECH	20
Talent Garden S.p.A.	DIGITAL COMMUNITY	22
Two Hundred (The Ing Project S.r.l.)	FINTECH / EQUITY CROWDFUNDING	24
Wishlist	REWARDING - E-COMMERCE	26



4W MARKETPLACE S.r.l.

Overview

Fondazione: **2007**

Settore: **Digital Advertising**

Startup Innovativa: **No**

4w MarketPlace (4w) è il più importante e autorevole *Advertising Network* indipendente nel settore del *Online Advertising* in Italia. Società consolidata e affidabile, da anni è riconosciuta come il leader di mercato.

4w aggrega una rete di editori qualificati sul canale digitale (web/mobile) allo scopo di monetizzarne al meglio gli spazi pubblicitari.

A tal fine, 4w intrattiene relazioni commerciali con **investitori pubblicitari** - sia centri media che primari

brand italiani e internazionali - offrendo soluzioni di advertising sui diversi formati: native, display e video in forma diretta e in modalità programmatica.

4w ha sviluppato una tecnologia proprietaria per gestire il processo completo di acquisizione dei *publisher* e di gestione delle campagne pubblicitarie con il duplice obiettivo di ottimizzare sia le monetizzazioni degli editori sia il ritorno dell'investimento pubblicitario da parte degli inserzionisti.

Team

▪ **Gabriele RONCHINI**

Presidente Esecutivo del CdA
(Founder and CEO Digital Magics, past CEO Grey Interactive Italia, MD of digital communication in Inferentia - now Fullsix, coordinator of e-business in IBM Consulting)

▪ **Roberto BARBERIS**

CEO
(past GM Pro-Adv/Simply, Sales Director Dada AD)

▪ **Roberto BASSANI**

CT&PO (Consigliere)
(past Responsabile del *digital* nel Gruppo Finelco (Radio 105, Radio Monte Carlo, Virgin Radio, 99 Pubblicità, Edizioni Donegani))

▪ **Carlo TEDESCHI**

CFO&COO (Consigliere)
(past Vice President Purchasing Media, General and Energy in Telecom Italia Group, VP Purchasing Corporate in Seat Pagine Gialle)

Revenue Model

I ricavi vengono generati con la vendita delle soluzioni di advertising in forma diretta (60%) e in modalità programmatica (40%). Il modello di pricing prevede i parametri CPC (costo per clic) e/o CPM (costo per mille).

Obiettivi strategici

- Sviluppo commerciale sul mercato italiano sia per crescita interna attraverso il consolidamento dei propri prodotti e servizi sia per aggregazione esterna di realtà presenti su prodotti sinergici agli attuali.
- Sviluppo tecnologico al fine di rendere più efficienti i processi interni e offrire soluzioni tecnologiche rispondenti alle continue evoluzioni della domanda e dell'offerta, con prospettive di espansione sul mercato internazionale.

Driver di crescita

Con l'acquisizione da Register.it del ramo d'azienda *ProAdv-Simply*, è stata allargata la base di offerta al prodotto video e acquisito la relativa piattaforma tecnologica. La crescita del fatturato rappresenta il consolidamento della posizione di leadership.

Investimenti previsti

- Sviluppo tecnologico e di prodotto
- Sviluppo commerciale

Trend di Mercato

€ 2,6 MLD
mercato digital
advertising
2017

+12%
crescita
2017 vs 2016

77%
quota totale
Facebook +
Google

60%
area di mercato
di interesse
per 4W

+27%
crescita
Native
2015/2017

+38%
crescita
Video
2015/2017

Principali risultati finanziari

- Fatturato FY 2017: **€ 7,1 MLN**
- PFN attiva al 31.12.2017: **€ 2,0 MLN**

Key investors

- **Principia SGR S.p.A.**
- **Register.it S.p.A.**

Compagine societaria

- 23% Principia SGR
- 25% Register
- 32% Digital Magics
- 13% Angels
- 7% Managers



Ultimo round di investimento

Round
€ 2.184.498

Valutazione
€ 8.800.000

Data Round
2015

Sito e news

www.4wmarketplace.com

www.4wmarketplace.com/news-comunicati-rassegne-stampa



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 B2B che opera come intermediario distributivo fra aziende delle categorie Fashion, Sport, Home & Living, Cosmesi e Food ed i principali digital retailer europei (Amazon, eBay, Vente-Privée, Privalia, Dalani, etc.)

Brandon fornisce un "Ponte Digitale" ai propri partner per raggiungere il mercato online, portando i loro prodotti "laddove ci sono i clienti online" grazie ad un moderno modello di business che integra strategia di vendita, operations e cash flow: in maniera totalmente automatizzata e mediante l'outsourcing di tutte

le attività relative alla pubblicazione dei cataloghi, definizione dei prezzi e l'evasione degli ordini ai clienti (sia in modalità dropshipping che freight B2B).

Brandon si propone come unico interlocutore per la gestione del canale digitale, fornendo:

- alle aziende il servizio necessario per ampliare i canali di distribuzione e per raggiungere i numerosi digital retailer con un unico referente tecnologico, qualificato e competente
- ai digital retailer (Flash Sales, Marketplace B2B e Marketplace B2C) l'accesso ad un ampio catalogo di asset digitali (prodotti, foto, listini, etc.) attraverso feed/API, e la possibilità di inviare ordini in modalità elettronica e scalabile, attraverso una piattaforma tecnologica proprietaria.

Team

▪ **Paola MARZARIO**

Founder e CEO
(past Founder e CEO di Italiacasting)

▪ **Fabrizio GUGLIELMINI**

CTO
(past co-Founder e CTO di i.Know srl)

▪ **Luca CORAZZINA**

CCO
(past Senior Vendor Manager Amazon)

▪ **Alberto OLIVA**

CFO

Revenue Model

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

- Marketplace B2B: vendita wholesale online di prodotti nelle categorie Fashion, Sport, Home & Living, Cosmesi e Food
- Marketplace B2C: vendite all'utente finale di prodotti full price (Amazon Seller, eBay, Laredoute, Fnac, etc.);
- Flash sale: prodotti in saldo per campagne di brevi periodi (Vente-privee.com, Dalani, Westwing, etc.);

Brandon applica un mark-up al prodotto venduto in base alla categoria e al canale di vendita.

Obiettivi strategici

- Efficientamento e consolidamento del processo operativo del canale Marketplace B2B
- Aumento delle vendite settimanali grazie allo sviluppo IT e automazione delle attività Operation

Investimenti previsti

- Sviluppo tecnologico e di processo
- Sviluppo commerciale (sourcing)
- Internazionalizzazione/Diversificazione

Driver di crescita

- % di PO evasi rispetto a ordini ricevuti
- N° di Brand e prodotti caricati in piattaforma
- Analisi vendite ed identificazione Best Seller

Trend di Mercato

€ 314 MLD

mercato Europeo
e-commerce 2018

+ 7,5%

tasso crescita atteso
mercato 2018-2022

€ 419 MLD

market size
prevista al 2022

58,2 %

user penetration 2018
61,1% previsione 2022

€ 800

Average Return Per
User (ARPU) corrente

Il mercato europeo dell'e-commerce evidenzia la posizione sempre più dominante assunta dai maggiori player, con Amazon ed eBay che hanno raggiunto una quota di mercato rispettivamente pari al 40% e il 15%.

Nonostante ciò, una larga fetta del mercato è rappresentata dalla "Long Tail" di digital retailer più piccoli (circa il 35%)

Brandon opera su entrambi i segmenti collaborando con Amazon ed eBay, principali partner, oltre a Zalando, VentePrivee.com, Yoox, Spartoo, Fnac, Cdiscount, Darty, ePrice, Rue de Commerce, Auchan quali altri partner ad estensione del canale

Importante rilevare che 11 dei 20 top siti e-commerce sono marketplace ed ognuno di questi ha uno specifico portale self-service.

Principali risultati finanziari

- Fatturato FY 2017: **€ 5 MLN**
(+78% vs 2016 - crescita canale Marketplace B2B + 1000%)
- Fatturato H1 2018: **€ 4,6 MLN**
(+200% vs € 1,5 MLN H1 2017)

Key investors

- **Vulcano (Fabio Cannavale)**
- **Banca Sella Holding**
- **Digital Investments**

Compagine societaria

- 47,69% Founders
- 49,48% Investors
- 2,83% Digital Magics



Totale raccolta
dal 2012

€ 2.130.000

Sito e news

<http://brandonferrari.com>



BUZZOOLE HOLDINGS LTD.

Overview

Fondazione: **2013 (società italiana)** Settore: **Digital Marcom** Startup Innovativa: **Si**

Buzzoole è una piattaforma di *Influencer Marketing end-to-end* che permette ai brand di pianificare campagne di *digital PR* in modo del tutto automatizzato, stimolando le conversazioni degli *influencer* della Rete per valorizzare il potenziale del *world of mouth* tramite l'incremento della visibilità dei brand sui principali canali social e blog.

Buzzoole ha *Head Quarter* a Napoli, due sedi operative a Milano e Roma, una sede in Regno Unito che presiede direttamente tramite la Buzzoole LTD, ed una sede

negli Stati Uniti d'America che presiede direttamente tramite la Buzzoole INC. Buzzoole Holdings Ltd. controlla il 100% del capitale sociale di tutte le società operative (Buzzoole Srl, LTD, Inc). Il cuore di Buzzoole è GAlIA (*Growing Artificial Intelligence for Influencers Affinity*), la più avanzata tecnologia in campo di Intelligenza Artificiale applicata al mondo dell'*Influencer Marketing*, che permette di individuare il massimo grado di affinità tra Brand e Influencer. L'intero processo risulta del tutto automatizzato, dal *recruitment* degli *influencer*, fino alla misurazione e reportistica dei risultati della campagna.

Team

▪ Fabrizio PERRONE

Founder e CEO

(past Founder e MD di Fan Media)

▪ Gennaro VARRIALE

Founder e CTO

(past CTO di VMEngine)

▪ Gianluca PERRELLI

CMO

(past Head of Strategic marketing in Inthera, Founder e CEO di Kiver)

▪ Ian SAMUEL

CCO

(past CCO Brave Bison, SVP International in Base79, Commercial Director in Blinkx)

▪ Iman RAMANI

Head of Client Sales

(past Country Manager UK di Tribe)

▪ Jenni MORRISON

Head of Sales USA

▪ Cristina SPINELLI

Head of Partnership

Revenue Model

Buzzoole genera i propri ricavi offrendo ai brand diverse tipologie di campagne:

- **Campagne di Social Boost:**

l'obiettivo principale è quello di incrementare la visibilità dei contenuti propri del brand sui diversi canali social.

- **Campagne di Live Tweeting:**

altamente utilizzate per stimolare conversazioni riguardanti un determinato evento (programma TV/ Radio, lancio di un nuovo prodotto).

- **Campagne On-Site Event:**

prevedono la partecipazione offline diretta di influencer con un elevato seguito sul web (>100K followers).

- **Campagne di Product Review:**

riguardano specificatamente la recensione di prodotti sul web, puntando alla creazione di contenuti spontanei da parte degli utenti target su diversi canali social.

- **Campagne di Blog & Social Activation:**

prevedono la creazione di contenuti propri degli influencer, rientranti in uno specifico brief elaborato in accordo col cliente.

Obiettivi strategici

- Consolidamento mercato Italia e UK
- Espansione nel mercato EMEA
- Espansione mercato US

Driver di crescita

- Utenti Attivi H1 2018: **263K** (vs **228K** H1 2017, **+15,4%**)
- **850+** clients *industry leaders*
- **13.772** interazioni per campagna pubblicitaria avg (**+310%** vs. 2016)
- **39k** spending large accounts avg (**+60%** vs. 2016)

Investimenti previsti

- Sviluppo tecnologico e di prodotto
- Sviluppo commerciale
- R&D e scalabilità
- Risorse umane

Trend di Mercato

\$ 1 MLD
valore di mercato
dell'Influencer Marketing
worldwide 2017

▶ **\$ 10 MLD**
valore di mercato
dell'Influencer Marketing
worldwide 2020

75% marketer
utilizzano l'influencer marketing
e pianificano di incrementare il
budget nel 2018

Principali risultati finanziari

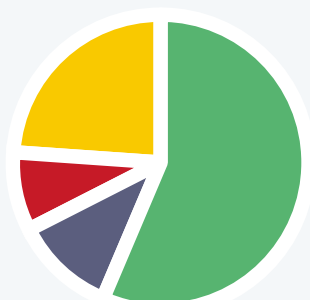
- Fatturato H1 2018: **€ 3,2 MLN**
(vs **€ 1,7 MLN** H1 2017, **+88,2%**)
- First Gross Margin 2017: **72%**

Key investors

- **R301 Capital S.A.**
- **F.G. Invest**
- **Expert System S.p.A.**
- **Innes Worldwide Holdings Ltd. (convertibile)**

Compagine societaria

- **55,50% Founders**
- **10,80% R301 Capital**
- **9,31% Digital Magics**
- **24,39% Other investors**



Sito e news

www.buzzoole.com

<https://bdaily.co.uk/articles/2017/07/31/influencer-platform-buzzoole-appoints-tribes-iman-ramani-as-head-of-client-sales>

<http://www.engage.it/agenzie/buzzoole-nuovi-vertici-algoritmo-russia/113051#4PPPLfPZhl1qUdEm.97>

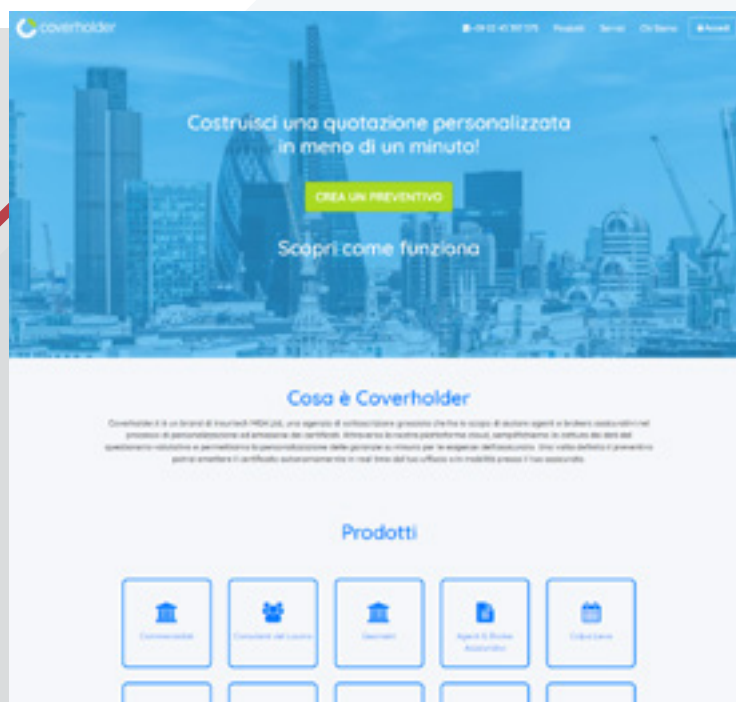
Ultimo round di investimento

Round
€ 3.100.000
(Convertible Note)

Valutazione Convertibile
(Floor)

up to
€ 6,3 MLN

Data Round
2016



COVERHOLDER (INSURTECH MGA LTD)

Overview

Autorizzazione: **2017** Settore: **Insurtech** Startup Innovativa: **No**

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

Tramite la concessione di licenze whitelabel, aiuta aziende assicurative e banche ad offrire i suoi prodotti in modo efficiente e digitale. Coverholder ha ridisegnato il tradizionale processo di erogazione delle polizze che, fino ad oggi, si componeva di 3 step:

- Individuazione del rischio, che viene effettuata dalla raccolta dei dati da parte degli agenti/brokers che le inviano alla società assicurativa, questo processo è incline all'errore a causa dell'interazione tra molteplici attori.
- Definizione del prezzo di una polizza assicurativa, che è determinata da un underwriting specialist che si basa sul profilo di rischio e sui dettagli della polizza.

Questo schema commerciale comporta un aumento del costo della vendita delle polizze per l'operatore e l'intermediario.

- Una volta ottenuto il prezzo l'agente/broker assicurativo ritorna dal cliente per chiudere il deal o ridefinire le caratteristiche della polizza. Nell'eventualità in cui il prezzo e/o le condizioni della polizza non rispecchino le esigenze del cliente, il processo riparte dal primo step, diminuendo notevolmente la customer satisfaction.

In sintesi, il tradizionale processo di erogazione delle polizze, richiede mediamente 5 incontri tra il cliente e il broker, oltre a interazioni multiple con gli operatori che erogano la polizza. Coverholder, grazie alla sua tecnologia proprietaria basata sul **Proposal Form Language**, permette di individuare il rischio di ogni informazione e di emettere un certificato assicurativo in una sola visita cliente, riducendo il processo di erogazione della polizza da **2 mesi a 5 giorni**. Inoltre, Coverholder è una SaaS platform, cloud based, che può essere facilmente implementata all'interno del processo assicurativo.

Team

▪ Feliciano LOMBARDI

Founder e CEO

▪ Mike GALASSO

Founder e CPO

▪ Tjeerd PRENGER

COO

▪ Nicola DONADIO

CTO

▪ Salvatore MARCHESE

IT Developer

Revenue Model

Attualmente Coverholder non ha costi di implementazione e sottoscrizione. Gli introiti derivano dai premi erogati ai quali viene applicata una Fee.

Obiettivi strategici

- Ampliamento della rete di agenti/broker per espandere la copertura nazionale
- Ampliamento della gamma prodotti e servizi per fornire nuovi strumenti all'attuale e futura user base

Driver di crescita

- Digital product: **8 a giugno 2018** vs 5 a giugno 2017
- Agenti/Broker attivi: **140 a giugno 2018** vs 40 a giugno 2017
- Polizze emesse: **8.571**

Investimenti previsti

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

Trend di Mercato

>€ 4.000 MLD
mercato globale insurance

28%
mercato Europeo

€ 145 MLD
mercato Italiano

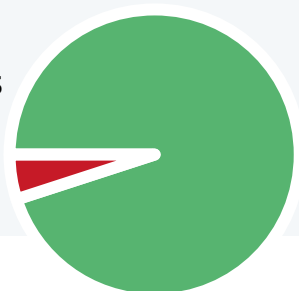
€23 MLD
valore del "Other Non-Life" in Italia,
segmento di riferimento di Coverholder,
che riguarda le polizze che non coprono
la vita e la responsabilità civile per
le autovetture

Principali risultati finanziari

- Premi erogati luglio 2017 - giugno 2018: **€ 3 MLN**
- Fatturato Agosto 2017 - luglio 2018: **€ 300 K**

Compagine societaria

- 95% Founders & Employees
- 5% Digital Magics



Ultimo round di investimento

Round
€ 300.000
on-going

Valutazione
€ 3.500.000

Data Round
2018

Sito e news

www.coverholder.it/



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 un "treno supersonico" che 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.

Bibop G. Gresta, Executive Chairman di HTT, è stato tra i fondatori di Digital Magics.

Team

- **Bibop G. GRESTA**
Chairman
- **Dirk AHLBORN**
CEO
- **Andres DE LEON**
COO
- **Andrea LA MENDOLA**
Chief Global Operating 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

- **27** brevetti prodotti
- **9** accordi governativi signed
- **800** persone coinvolte in meno di 5 anni in più di 40 Paesi
- **60.000** ore di lavoro
- **>40** key partners

Obiettivi strategici

- 2018: Avvio realizzazione del prototipo Hyperloop a Tolosa
- 2020: Primo prototipo commerciale ad Abu Dhabi, in vista dell'Expo 2020

Trend di Mercato

€ 1,35 MLD	€ 6,24 MLD	37%	34%	20%	9%
valore stimato per il 2022	mercato potenziale con un CAGR del 47,20% fino al 2026	quota di mercato prevista per il Nord America	quota di mercato prevista per l'Europa	Quota di mercato prevista per regioni APAC	Quota di mercato prevista per Rest of the World

Attualmente esistono due competitor di HTT al medesimo livello di sviluppo.

Principali risultati finanziari

- Fatturato 2017: **\$ 650 K**

Compagine societaria

5,09% Digital Magics

Ultimo round di investimento
In fase di definizione

importante round con valutazione post round
\$ 1 MLD

Sito e news

www.hyperloop.global



INTERTWINE S.r.l.

Overview

Fondazione: **2013**

Settore: **Content Marketing**

Startup Innovativa: **Sì**

Intertwine è un social network per lo storytelling in cui ognuno può raccontare la propria storia, può aprire il proprio magazine -(un vero e proprio blog personale-) e può partecipare alle Sfide Creative promosse dalle aziende.

Oggi non basta più informare, comunicare e coinvolgere. C'è bisogno di emozionare, per creare un legame emotivo con il pubblico e per rendersi

riconoscibili. Il modo migliore per fare tutto ciò è raccontare la propria storia, far sentire il pubblico parte di un destino comune.

Nati nel 2013, è tra le prime piattaforme in Italia in cui è possibile cimentarsi nello storytelling. La community è in continua crescita: un mondo variegato fatto di blogger, professionisti e scrittori emergenti, ma anche di aziende che utilizzano la community per realizzare campagne di corporate storytelling e di content marketing con contenuti di qualità prodotti ad hoc.

Team

▪ **Gianluca MANCA**

Founder e CEO

▪ **Salvatore IMPARATO**

Founder e CTO

▪ **Gennaro MANGANI**

Founder e CCO

▪ **Stefano IMPARATO**

Funder e Web Developer

▪ **Luigi MAIELLO**

Content Manager & Web Analyst

▪ **Giampaolo MANCA**

Web Developer

▪ **Simona INTILANGELO**

S.E.O. Specialist

▪ **Valeria COPPOLA**

Content Manager

▪ **Valentina BIANCHI**

Business & Marketing Manager

Revenue Model

- Campagne di corporate storytelling per aziende che vogliono cambiare il loro modo di comunicare con i propri clienti migliorando la percezione del proprio brand;
- Piani premium settimanali per gli utenti ricevendo consigli, report personalizzati, assistenza da editor esperti e servizi di sponsorship per migliorare e aumentare visibilità delle proprie storie. .

Obiettivi strategici

- Sviluppo e consolidamento del posizionamento strategico sul mercato italiano;
- Ingresso sul mercato estero con l'obiettivo di diventare il punto di riferimento per i contenuti di qualità in Europa.

Driver di crescita

- Utenti iscritti H1 2018: **30 K** (vs **10 K H1 2017, +200%**)
- Storie pubblicate: **5 K** (vs **1,8 K H1 2017, +179%**)

Investimenti previsti

Crescita del business e incremento della quota di mercato, anche attraverso crescita inorganica, migliorando l'erogazione di servizi attuali, ampliando la gamma di prodotti/servi offerti e la base di aziende e utenti.

Trend di Mercato

>€ 350MLN

valore stimato del mercato Content & Native Advertising in Italia 2017

45%

dei marketer considera il blog come strategia e strumento con presa maggiore sugli utenti

68%

consumer con impressione positiva del brand dopo utilizzo di risorse e contenuti messi a disposizione

70%

preferisce "conoscere" un brand attraverso gli articoli piuttosto che attraverso la pubblicità

+ lead

9 volte superiori con post e articoli più lunghi rispetto a post più brevi

Principali risultati finanziari

- Fatturato H1 2018: **€ 200 K** (vs **€ 50 K H1 2017**)

Key investors

- **Fi.R.A. S.p.A.**

Compagine societaria

- 51,8% Founders
- 23,08% Fi.R.A.
- 13,49% Investors
- 11,63% Digital Magics



Ultimo round di investimento

Round

€ 400.000

Valutazione pre-money

€ 1.300.000

Data Round

2016

Sito e news

www.intertwine.it



MACINGO TECHNOLOGIES S.r.l.

Overview

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

Macingo ha sviluppato un *marketplace* che permette a chi ha necessità di trasportare merce ingombrante e voluminosa su lunghe percorrenze di trovare un trasportatore disponibile per eseguire il trasporto.

Ad oggi la *community* di Macingo conta oltre 2.000 trasportatori, che vendono il loro spazio disponibile invenduto a prezzo scontato, aumentando la loro capacità di carico e conseguentemente il fatturato.

I trasportatori di Macingo hanno a disposizione un'applicazione, tramite il quale comunicano a Macingo le loro disponibilità e i mezzi a disposizione e tramite la quale possono offrirsi per eseguire un trasporto e accettare una richiesta di trasporto. Chi acquista risparmia tempo e abbatte i prezzi fino al 50%, anche grazie al meccanismo di asta inversa.

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

▪ **Francesco BIANCO**

Chief Back-end Technology and Software Architect

▪ **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.; per ogni trasporto venduto, Macingo trattiene una commissione. A breve sarà lanciata anche la piattaforma *Macingo for Business*, creata per la clientela B2B: il sistema 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.

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 H1 2018: **62 K**
(vs **46,5 K H1 2017**, **+33,3%**)
- Tasso di conversione medio H1 2018: **8,0%**
(vs **7,5% H1 2017**, **+6,7%**)

Investimenti previsti

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

Trend di Mercato

€ 100 MLD

50% rappresentato dai mercati di Francia, Germania, Inghilterra, Polonia e Spagna, in cui operano **1,5 milioni** aziende di trasporto

€ 8 MLD

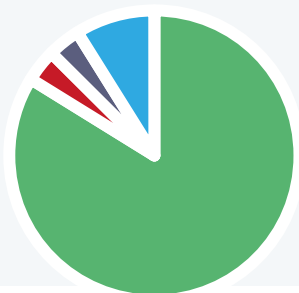
Il mercato potenziale italiano, nel quale operano **113.000 aziende** di cui **80%** padroncini.

Principali risultati finanziari

- Volume d'affari complessivamente generato dai trasportatori dal 2016: > **€ 3,2 mln**
- Fatturato H1 2018: **€ 200 K** (vs **€ 122K H1 2017**, **+59,8%**)

Compagine societaria

- 83,81% Founders
- 3,64% Digital Magics
- 3,64% Factory Accademia
- 8,90% Mecar



Ultimo round
di investimento

Round
€ 1.000.000
(Ongoing)

Valutazione pre-money
€ 4.000.000

Sito e news

www.macingo.com



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.

Prestiamoci 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.

È la prima piattaforma in Italia e l'ottava piattaforma in Europa continentale per importi mensili erogati.

Team

▪ **Daniele LORO**

CEO
(Partner Archè S.r.l, past Partner Deloitte, MD in LECCG Consulting Italy)

▪ **Federico PROVINCIALI**

Board Member e Chief Risk Officer
(past CFO Banca Clarima/Unicredit, Chief Risk Director GRB di Barclays)

▪ **Stefano MOLINO**

Chairman

▪ **Alberto TEA**

Chief Technology Officer

▪ **Roberto TONNI**

Chief Marketing Officer

▪ **Michele CANTATORE**

Chief Operations Officer

▪ **Donato RAHELI**

Responsabile Risk Management

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 è gratuito
- Servizi evoluti per investitori qualificati possono richiedere compensi di installazione da definire individualmente.

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
- € 3 MLN di erogato al mese
- 70% dei finanziamenti da parte di investitori istituzionali
- Rendimento del 5,5%

Driver di crescita

- 1^a piattaforma in Italia e 10^a piattaforma in Europa Continentale
- +50% di crescita nel 2018
- 2.573 clienti a fine agosto
- > € 14 MLN di finanziamenti complessivamente erogati
- Loans originated (31 Agosto 2018): €4,6 MLN

Trend di Mercato

>50% CAGR
tra 2016 e 2020

\$ 900 MLD
dimensione attesa per 2024

€ 1,3 MLD
P2P Consumer Lending
in Europa nel 2017
+73% rispetto al 2016

€ 1,8 MLD
raggiunti nei primi 6 mesi del 2018
€ 49 MLN generati dalle principali piattaforme
italiane: Prestiamoci, Smartika, Soisy
e Younited Credit (+100% rispetto al IH 2017)

Principali risultati finanziari

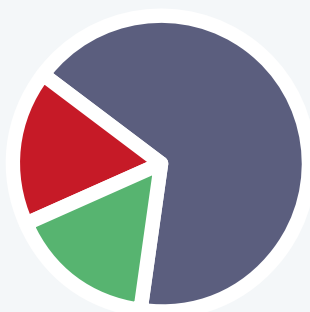
- Fatturato H1 2018: **€ 280K**
(vs **€ 150K H1 2017, +86,7%**)
- Importo erogato H1 2018: **€ 3,5M**
(vs **€ 2,0M H1 2017, +75,0%**)
- Rendimento del portafoglio, al netto delle perdite attese al 5,0%, in progressivo miglioramento;
- Volumi 2018 in forte crescita:
-stock **+42%** in 6 mesi -stock **+150%** in 12 mesi

Key investors

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

Compagine societaria

- 16,3% Founders
- 71,17% Investors
- 12,53% Digital Magics



Sito e news

www.prestiamoci.it

blog.prestiamoci.it/prestiamoci-all-digital-prestatore

Ultimo round
di investimento

Round
€ 1.600.000

Valutazione post-money
€ 6.100.000

Data Round
2017



QUOMI S.r.l.

Overview

Fondazione: **2014**

Settore: **FoodTech**

Startup Innovativa: **Sì**

Quomi è la startup che per prima ha introdotto in Italia i meal kit per preparare le cene a domicilio.

Quante volte ci siamo domandati "Cosa faccio da mangiare stasera?", ci è mancato il tempo e la voglia per fare la spesa o abbiamo pensato "Mangio sempre le stesse cose, vorrei provare qualcosa di nuovo"? La mancanza di tempo porta infatti a comprare sempre gli stessi ingredienti e mangiare sempre le stesse cose. Quomi aiuta i propri clienti a mangiare ricette e prodotti buoni e genuini, dando la possibilità di variare la propria alimentazione secondo i principi della dieta

mediterranea. Con Quomi, organizzi le tue cene settimanali a casa senza pensieri: per 2, 3 o 4 volte alla settimana, puoi mangiare sano e gustoso con prodotti di assoluta qualità e ricette semplici da realizzare togliendoti il pensiero della cena e rendendo felici le persone che vivono con te. Quomi, ad oggi, sta facendo registrare una maggiore percentuale di clienti fuori dai grandi centri urbani (**70%** dei ricavi). Inoltre, rispetto ad operatori analoghi internazionali, Quomi ha creato una barriera all'ingresso sul mercato italiano grazie ad una capillare rete di fornitori di qualità, vantaggio competitivo essenziale per rispondere adeguatamente alla domanda domestica.

Team

▪ **Daniele BRUTTINI**

Founder

(past Commercial Head in Zalando Italy)

▪ **Andrea BRUNO**

Founder

(past Responsabile Operation in Zalando Italy)

▪ **Deborah NANIA**

Art Direction

(past Co-founder GialloZafferano)

▪ **Chiara BOMBARDIERI**

Responsabile Content e Buying

▪ **Giovanni TALLIA GALOPPO**

Responsabile Merchandising

▪ **Maurizio PORCU**

Responsabile Marketing

▪ **Terrj PAVONE**

Customer Engagement: interagisce con i clienti in tutti i *touch points*

▪ **Dimitri CIRAUDO**

CTO, Backend Developer

▪ **Natalia SVITUSNOVA**

Front-end Developer

Revenue Model

Ogni settimana su Quomi si ordinano le ricette preferite dal menù e si ricevono a casa tutti gli ingredienti necessari, freschi e nelle giuste dosi, oltre alle istruzioni illustrate, per preparare tali ricette a casa.

Quomi è un abbonamento senza vincoli né contratto: ogni settimana si può scegliere se ricevere o meno il box, si paga solo quello che si riceve ed in qualsiasi momento si può sospendere o riattivare l'abbonamento senza nessun costo extra.

Da aprile 2018, Quomi ha cominciato a vendere i suoi meal kit anche offline, in alcuni punti vendita della GDO.

Obiettivi strategici

- Sviluppo commerciale sul mercato italiano, passando dai 2.500 clienti attivi del 2017 ai 10.000 clienti attivi entro il 2018, con l'obiettivo di superare i 200.000 pasti spediti;

- Espansione sul mercato internazionale a partire dal 2020.

Driver di crescita

- N° customers H1 2018: **4,9 K**
(vs **1 K H1 2017, +490%**)
- Indice clienti ricorrenti H1 2018: **45,0%**
(vs **39,0% H1 2017, + 17,0%**)

Investimenti previsti

- Marketing: per realizzare una scalabile *value chain*, partendo dall'incrementare la *customer base*;
- Team: per aggiungere delle figure chiave all'interno del team;
- Tecnologia: per aggiornare la piattaforma, sviluppare l'app e migliorare costantemente la *user experience*

Trend di Mercato

€ 162 MLD mercato del food retail tradizionale in Italia 2017	€ 812 MLN mercato online, +37% rispetto al 2016	20 MLN web shoppers online in Italia nel 2017	24% acquisto di prodotti alimentari online ultimi 6 mesi	>30% CAGR del mercato online negli ultimi anni >€ 1 MLD previsione valore mercato 2019
--	--	--	--	--

Principali risultati finanziari

- Fatturato H1 2018: **€ 360K**
(vs **€ 136K H1 2017, +164%**)

Key investors (post round)

- Gianfranco Ritucci
- Panda Partecipazioni

Compagine societaria

- 54,34% Investors
- 38,6% Founders
- 7,06% Digital Magics



Sito e news

www.quomi.it

Ultimo round di investimento

Round
€ 600.000
Valutazione post-money
€ 2.000.000
Data Round
2017



Talent Garden



TALENT GARDEN S.p.A.

Overview

Fondazione: **2011**

Settore: **Digital Community**

Startup Innovativa: **No**

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 coworking** 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 9 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 a ospitare più di 400 membri e favorire l'innovazione e 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. I membri della community TAG sono attualmente oltre 35.000.

TAG Innovation School (società controllata da Talent Garden) è l'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 Supernova, il festival dell'innovazione e della creatività che si tiene annualmente nelle piazze di diverse città italiane e coinvolge oltre 100.000 persone.

Team

▪ **Davide DATTOLI**

Founder e CEO

▪ **Edoardo Giovanni RAIMONDI**

CFO

▪ **Lorenzo MATERNINI**

SVP Corporate & Partners Relations

▪ **Alessandro RIMASSA**

Founder e CEO *TAG Innovation School*

Revenue Model

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

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

Obiettivi strategici

- Sviluppo della presenza territoriale, con una crescita costante (100% anno su anno) 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*) e di organizzazione degli eventi.
 - Numero di eventi (+1200 nel 2017 vs. 250 nel 2016).
 - Numero di studenti di *TAG Innovation School* (+100% YoY).

Investimenti previsti

- Risorse Umane
- Apertura di nuovi campus a livello internazionale
- Promozione eventi
- Ampliamento offerta TAG Innovation School

Trend di Mercato

1,8 MLN utenti in coworking space entro il 2018	83 membri ospitati in media in uno spazio coworking (+10% vs. 2016)	€ 350 MLN Raccolta di capitali di UrWork (1st player USA)	34.000 MQ Dimensioni del co-work space StationF a Parigi € 250 MLN d'investimento	\$ 16 MLN Raccolta di capitali di MindSpace (1st competitor)
--	--	--	--	---

Principali risultati finanziari

- Fatturato 2017: **€ 8.8 MLN** (+105% vs. 2016)
- EBITDA 2017: **€ 280 K** (+30% vs. 2016)

Key investors

- **TIP Tamburi Investment Partners S.p.A.**
- **500 Startups**
- **Endeavor Global**

Compagine societaria

- 36,7% Founders
- 44,6% Investors
- 18,7% Digital Magics

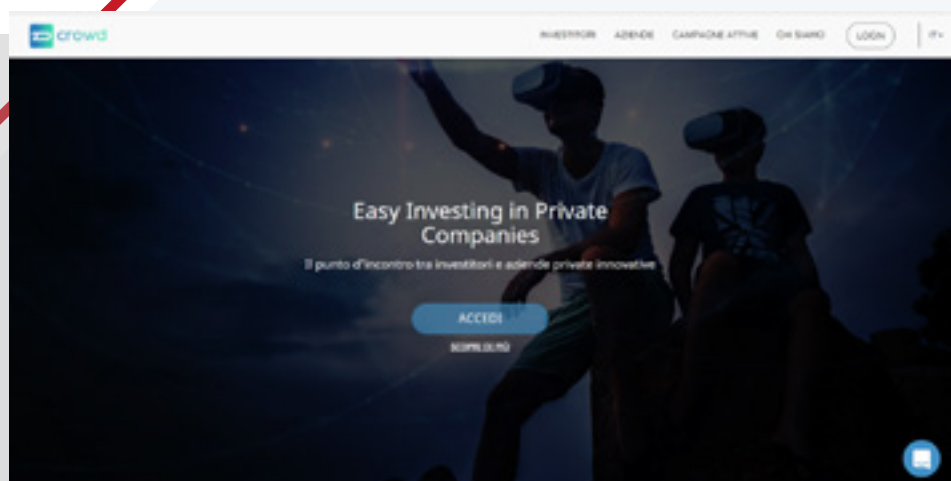


Sito e news

www.talentgarden.org
talentgarden.org/news

Ultimo round
di investimento

Round
€ 6.000.000
Valutazione post-money
€ 18.000.000
Data Round
2016



THE ING PROJECT S.r.l. (TWO HUNDRED)

Overview

Autorizzazione: **2014** Settore: **FinTech / equity crowdfunding** Startup Innovativa: **Sì**

Two Hundred è un portale di *equity crowdfunding* autorizzato dalla Consob, che permette di investire facilmente in aziende private non quotate.

La società valuta le startup che si candidano per una campagna di *equity crowdfunding* e le sottopone a un attento processo di selezione utilizzando un algoritmo proprietario, quantitativo e qualitativo.

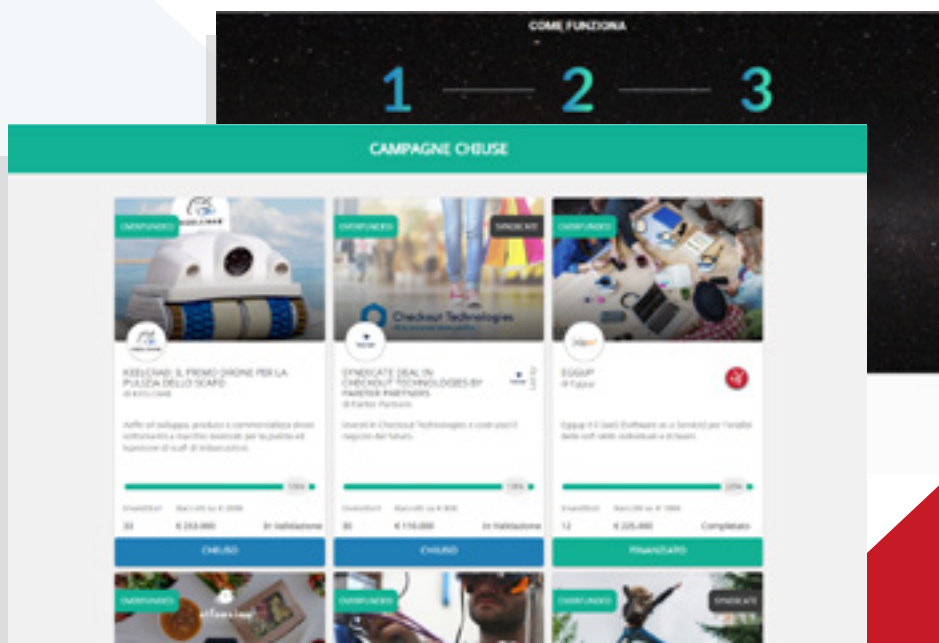
Two Hundred ha sviluppato un modello di *syndicate funding* unico nel panorama italiano, basato sul co-investimento degli investitori *retail* e di una rete di investitori qualificati come *business angel*, *venture capital* e *holding finanziarie*.

La sottoscrizione degli strumenti finanziari attraverso Two Hundred è gratuita e accessibile a chiunque, direttamente online con tagli d'investimento personalizzabili.

Team

▪ **Matteo MASSERDOTTI**
Founder e CEO

▪ **Carlo SACCONE**
Founder e CTO



Revenue Model

- *Flat Fees* su servizi di consulenza (i.e. legal, marketing, fundraising strategy).
- *Success Fee* sull'importo totale raccolto dalla campagna di *equity crowdfunding*.

Obiettivi strategici

- Ampliamento della rete di investitori qualificati
- Estensione dell'utilizzo del portale a tutte le PMI, anche non innovative
- Diversificazione dei servizi mediante l'ampliamento degli strumenti finanziari per la raccolta dei capitali
- Creazione di meccanismi volti a migliorare la liquidabilità degli strumenti finanziari offerti

Driver di crescita

- Numero di campagne: **18**
- Tasso di successo delle campagne: **80%**
- Totale investimenti perfezionati: **>500**
- Users H1 2018: **4,3 K** (vs **2,8 K** H1 2017, **+53,6%**)
- Active Investors H1 2018: **300** (vs **200** H1 2017, **+50%**)

Investimenti previsti

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

Trend di Mercato

Mercato Italia *Equity Crowdfunding* (2018)

€ 20 MLN raccolti nei primi 8 mesi del 2018
su un totale di € 40 MLN raccolti dal 2014

+ 200% H1 2018
vs FY 2017

Principali risultati finanziari

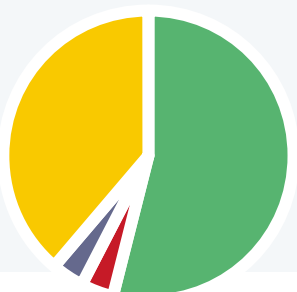
- Importo complessivo della raccolta sul portale:
€ 3,1 MLN
- Fatturato H1 2018: **€ 36 K**
(vs € **13,5 K** H1 2017, **+166%**)
- Retention Rate H1 2018: **20,0%**
(vs **11,0%** H1 2017, **+81,8%**)

Key investors

- **Five.Eight Ventures**

Compagine societaria

- 54% Founders & Employees
- 38,8% Other Investors
- 3,65% Five.Eight Ventures
- 3,65% Digital Magics



Sito e news

www.200crowd.com

www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2017-11-23/tipventures-raccoglie-300mila-euro-e-diventa-200-crowd-092750.shtml?uuid=AE7xnrGD

finanza.repubblica.it/News/2017/12/20/digital_magics_entra_in_two_hundred_portale_di_equity_crowdfunding-133/

Ultimo round
di investimento

Round

€ 300.000

Valutazione

€ 1.250.000

Data Round

2017



WISHLIST

Overview

Fondazione: **2010**

Settore: **Rewarding - E-Commerce**

Startup Innovativa: **Sì**

Whislist propone una soluzione innovativa per la creazione di cofanetti regalo: Il cliente può confezionare cofanetti personalizzati scegliendo tra migliaia di prodotti di centinaia di brand, oppure scegliere uno dei cofanetti regalo preconfezionati selezionabili dal ricco catalogo

Come funziona:

- **Per i privati:** crea cofanetti personalizzati sul sito oppure dà la possibilità di scegliere tra quelli creati dal team di Wishlist. Dal proprio PC o smartphone il festeggiato sceglie all'interno del suo cofanetto il regalo che desidera. Il prodotto o servizio scelto viene recapitato a casa del festeggiato gratuitamente in pochi giorni;

- **Per le aziende:** Il servizio Corporate WishList collabora con l'area Marketing, Sales, Human Resources delle aziende fornendo le migliori soluzioni di Reward del mercato: buoni regalo aziendali, catalogo premi per incentive, loyalty & reward service.

La società aveva iniziato con un approccio B2C per poi integrarlo con il servizio per le aziende che oggi rappresenta la parte più importante del business. Di fatto, le società trovano in Wishlist un partner ideale per la gestione di premi reward ed in particolare per quanto riguarda il welfare aziendale e l'incentivazione del personale e delle reti di agenti.

Team

- **Guido BECCARI**
Founder e presidente CDA

- **Lorenzo FERRABOSCHI**
Founder e CEO

Revenue Model

- Per le aziende, Wishlist rappresenta un valido partner per l'implementazione, semplificazione e miglioramento del processo di rewarding dei dipendenti.
- Per i privati, vendita diretta (e-commerce) di cofanetti regalo, dove il valore aggiunto risiede in una user experience di alto livello affiancata da un'ampia gamma di prodotti messi a disposizione per le loro esigenze.

Obiettivi strategici

- Sviluppo del progetto Horeca, applicativo innovativo per la gestione dei programmi di loyalty;
- Sviluppo nella consulenza e fornitura di convenzionamenti per il Welfare aziendale;
- Implementazione servizio API su siti di e-commerce di terzi

- Lavori di perfezionamento del front end: migliorare la «user experience»; rendere il sito più efficiente nelle vendite ai privati.

Driver di crescita

- 90%** tasso di riacquisto sia per concorsi di regalistica che per programmi welfare
- + 250%** tasso di crescita del fatturato negli ultimi due anni

Investimenti previsti

- Sviluppo tecnologico e di prodotto
- Sviluppo commerciale

Trend di Mercato

Dopo gli anni di crisi post 2012 il settore sta vivendo una netta ripresa, generata dal mercato della regalistica aziendale con particolare riguardo ai programmi di Loyalty generata, inoltre, dallo sviluppo del Welfare aziendale che dal 2016 ha aperto nuove interessanti opportunità di mercato.

20%
Aziende italiane,
includendo PMI,
investe in regalistica

Principali risultati finanziari

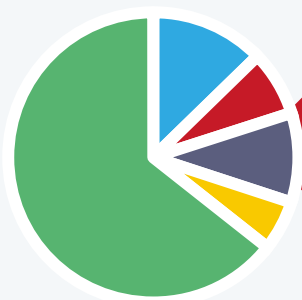
- Fatturato FY 17-18: **€ 3,1 MLN**
(vs **€ 1,6 MLN** FY 16-17, **+94%**)
- Fatturato H1 2018: **€ 1,6 MLN**
(vs **€ 698K** H1 2017, **+135%**)

Key investors

- Vela Imprese
- Atlante Seed

Compagine societaria

- 64,36% Others Investors
- 12,72% Founders
- 7,32% DM
- 9,99% Vela Imprese
- 5,61% Atlante Seed



Ultimo round
di investimento

Round
€ 150.000
Valutazione pre-money
€ 2.050.000
Data Round
2016

Sito e news

www.wishlist.it

