



Digital Magics Portfolio Highlights

Marzo 2018

www.digitalmagics.com



Il 2017 può essere considerato, per il sistema dell'innovazione italiano, un anno di transizione in cui il numero di nuovi investimenti in nuove startup si è ridotto (-38%) ma senza mutare il volume di investimento, per lo più destinato ai follow on, più o meno stabile rispetto al 2016 - 207,8 mio rispetto ai 220 dell'anno precedente (fonte Rapporto Italia 2017 - VeM Venture Capital Monitor, curato da LIUC - Università Cattaneo).

In questo contesto Digital Magics, incubatore certificato quotato sul mercato AIM Italia dal 2013, rappresenta una realtà unica nell'economia digitale in Italia grazie al più ampio network di investitori istituzionali coinvolti, da Tamburi Investment Partners - tramite il veicolo StarTip -, Innogest e Withfounders, Pegaso Telematica e Universitas Mercatorum a numerose famiglie imprenditoriali italiane di spicco nel sistema industriale del nostro Paese, oltre a gruppi aziendali di rilievo supportati in programmi di innovazione e trasferimento tecnologico ed ai nuovi programmi di accelerazione nei settori del Fintech ed Insurtech e Ad Tech.

L'unicità di Digital Magics, che grazie alle risorse derivate dai Warrant esercitati nel primo strike in the money ad ottobre 2017, e alle risorse messe a disposizione da StarTip, fino a 100 milioni di euro, per gli investimenti nelle iniziative di successo, a partire

da quelle di Digital Magics, rappresenta un reale business booster non solo per le aziende già a portafoglio ma anche per le nuove iniziative.

Sempre strategica è l'alleanza industriale tra Digital Magics e Talent Garden (partecipata al 18,7%), il più ampio network europeo di spazi di coworking, iniziative e servizi dedicati allo sviluppo dell'innovazione, che Digital Magics segue e supporta nella strategia di internazionalizzazione.

In costante e continua crescita il numero delle startup innovative, anche grazie ai benefici fiscali definiti nel progetto Industria 4.0, oggi Impresa 4.0 (fino al 30% di defiscalizzazione per gli investimenti in capitale di rischio e ricapitalizzazione del fondo di garanzia per le startup e PMI), che ha spinto il mercato degli investimenti in tecnologie digitali per tutto il 2017.

Le startup innovative oggi sono pari a 8.711 (dato aggiornato al 7.03.18) in crescita di circa il 24% rispetto all'anno precedente e impiegano circa 40mila addetti; il 75% dei soci è in possesso di una laurea magistrale, il 16% detiene anche un dottorato di ricerca, un socio su cinque è figlio di imprenditore, denotando una grande propensione all'imprenditorialità innovativa. Inoltre, l'88% dichiara di svolgere attività coerenti con il proprio percorso di studi (fonte Istat - febbraio 2018).

Per la **distribuzione geografica** in valore assoluto la **Lombardia** rimane la regione in cui è localizzato il maggior numero di startup innovative: 1.959, pari al 23,3% del totale nazionale. Seguono l'**Emilia-Romagna** con 862 (10,3%), il **Lazio** con 825 (9,8%), il **Veneto** con 758 (9%) e la **Campania**, prima regione del Mezzogiorno con 623 (7,4%) (fonte InfoCamere).

Anticipando questo trend, Digital Magics nel 2017 ha consolidato la presenza territoriale proprio nelle aree che risultano a più alto tasso di crescita.

La crescita del settore si stima rilevante anche nei prossimi anni con una forte attenzione alle componenti più innovative: Internet of Things, Impresa 4.0, Cybersecurity, FinTech, Artificial Intelligence, Servizi Web e Mobile Business, per le quali il tasso di sviluppo è previsto a doppia cifra, oltre il 15% per l'anno 2017.

Secondo le stime del report Accenture Strategy e Oxford Economics, il nostro Paese potrebbe raggiungere nel 2020 una quota di PIL "digitale" intorno al 22%.

Con investimenti ad hoc in competenze, tecnologie e acceleratori digitali (diffusione del cloud, accesso a finanziamenti, diminuzione degli oneri normativi) l'impatto nell'economia «digitale» potrebbe tuttavia essere ancor più rilevante a livello globale, e in particolare in Italia, dove il ritardo è ancora ampio.

Recentemente, il neo-Presidente francese Emmanuel Macron ha lanciato un piano di investimento da 13 miliardi di euro per le startup e l'innovazione tecnologica, come pilastro della politica industriale della Francia dei prossimi anni.

Al 31 dicembre 2017 sono **58 le società operative** in portafoglio, di cui **32 Startup Innovative** e **7 PMI Innovative**.

Le 39 startup e PMI innovative attualmente operative che erano partecipate da Digital Magics al 31 dicembre 2016, hanno registrato nel 2017 un giro d'affari aggregato pari a 33,3 milioni di Euro, in **crescita del 43%**.

L'attività di scouting e selezione è proseguita **nel 2017** con l'analisi di 1378 progetti/startup: abbiamo acquisito **19 nuove partecipazioni**, incluse le 9 partecipazioni detenute dal veicolo Withfounders, di cui Digital Magics è diventato il principale socio all'inizio del 2017.

Al 31 dicembre 2017 le società partecipate (direttamente o indirettamente, tramite Withfounders) da Digital Magics sono complessivamente **73**, di cui 15 non più operative (due delle quali partecipate da Withfounders), oltre alla quota nel fondo U.S.A. di seed capital Mission&Market LLC., detenuta da Withfounders.

Nel 2017, sono state realizzate le **exit** da Vin.Ci. S.r.l. (**ProfumeriaWeb**) e da **Building App**, realizzando un'importante performance in termini di multipli sull'investimento.

Gabriele Ronchini

Fondatore e Amministratore Delegato di Digital Magics

Digital Magics presenta
12 startup digitali del proprio portafoglio,
in un contesto di mercato in grande evoluzione,
per un fatturato aggregato di circa
23 mio di Euro.

Startup	Settore	Pagina
4w MarketPlace S.r.l.	DIGITAL ADVERTISING	4
Buzzoole Holdings Ltd.	DIGITAL MARCOM	6
Epic SIM S.p.A.	FINTECH	8
Hyperloop Transportation Technologies Inc.	HIGH-SPEED TRANSPORTATION	10
Intertwine S.r.l.	DIGITAL MARCOM	12
Leevia 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
The ING Project S.r.l. (TWO HUNDRED)	FINTECH / EQUITY CROWDFUNDING	24
Xoko S.r.l. (Hotelbrand)	TRAVELTECH	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-POLMONARI**

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 (58%) e in modalità programmatica (42%). 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 acquisita 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 2017: **€ 7.100.000**
- 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

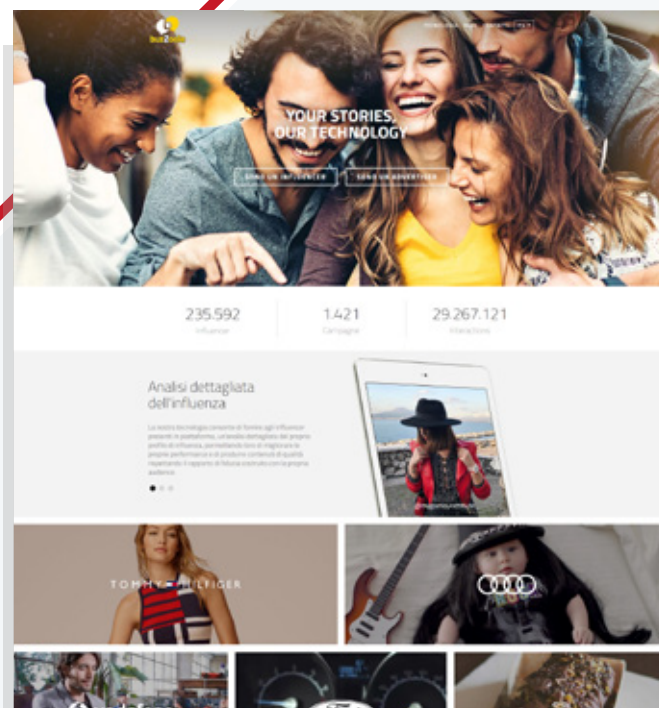
Valutazione
€ 8.800.000

Data Round
2015

Sito e news

www.4wmarketplace.com

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



BUZZOOLE HOLDINGS LTD.

Overview

Fondazione: **2013 (società italiana)** Settore: **Digital Marcom** Startup Innovativa: **No**

Buzzzoole 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.

Buzzzoole ha *Headquarter* a Napoli, due sedi operative a Milano e Roma e una sede in Regno Unito, mercato che presiede direttamente tramite la Buzzzoole

Holdings Ltd. (che controlla il 100% del capitale sociale di Buzzzoole S.r.l.)

Il cuore di Buzzzoole 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
- Crescita nel mercato EMEA
- Avvio mercato US (2018)

Driver di crescita

- 250.000 utenti (+38% YoY)
- +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

Principali risultati finanziari

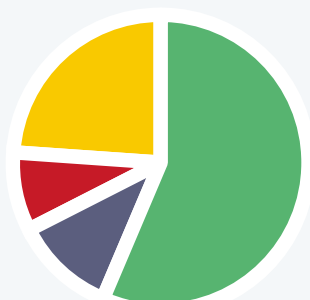
- Fatturato consolidato 2017: **€ 4.500.000** (+80% vs. 2016)
- First Gross Margin 2017: **72%**

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
- 8,35% Digital Magics
- 25,35% Other investors



Ultimo round di investimento

Round
€ 1.750.000
(Convertible Note)

Valutazione Convertibile
(Floor)

**up to
€ 6,3 MLN**

Data Round
2016

Sito e news

www.buzzoole.com



EPIC SIM S.p.A.

Overview

Autorizzazione: **2014**

Settore: **Fintech**

Startup Innovativa: **Sì**

Epic SIM ha realizzato la prima piattaforma fintech dove le piccole e medie imprese (PMI) e le startup possono presentare progetti di sviluppo da finanziare ad una platea selezionata di investitori professionali.

Gli investitori, a loro volta, hanno la possibilità di valutare le opportunità di investimento in modo trasparente, rapido, efficiente, economico e "social", grazie alle informazioni reperibili sulla piattaforma in un formato standardizzato e provenienti non solo dalle

aziende, ma anche da realtà indipendenti e dagli altri investitori interessati alle operazioni.

Gli investimenti possono assumere la forma di minibond, azioni, obbligazioni convertibili, cambiali finanziarie e finanziamenti.

Creando un ponte tra domanda di risorse per la crescita e offerta di capitali, Epic costituisce una soluzione di sistema aperta alle imprese e agli investitori italiani e internazionali interessati ad esse. Quanto più esteso sarà il network, tanto maggiori saranno i benefici per i partecipanti e per il sistema.

Team

• Andrea CROVETTO

Co-founder e CEO

(past GM in Banca Finnat Euramerica, CEO in Banca IMI)

• Carlo MARINI

Executive board member

(Executive Vice President - Head of Corporate Transformation Italy in UniCredit)

• Marco BELMONDO

Resp. Marketing e Business Development

• Danabel SOSA VALDEZ

CTO

• Andrea CALETTI

Resp. Imprese

• Silvia QUAGLIOTTI

Resp. Investitori privati

• Rossella SIGHINOLFI

Resp. Investitori Istituzionali

Revenue Model

La remunerazione delle attività svolte da Epic si compone principalmente di:

- Transaction Fee: commissione che si applica - a successo - per la prestazione del servizio di mediazione;
- Retainer Fee: commissione che si applica - una tantum - per le attività svolte in esecuzione dei mandati ricevuti dalle imprese.

Obiettivi strategici

- Diventare il *player fintech* italiano di riferimento per il mercato dei capitali, alternativo al canale bancario.
- Favorire la partecipazione di più investitori ad ogni operazione, creando un mercato secondario.
- Raggiungere una quota di mercato pari al 5% della finanza a medio e lungo termine proveniente da canali non bancari, pari a circa € 3,6 BN di volumi intermediati sulla base delle ipotesi di graduale riduzione della dipendenza da fonti di finanziamento bancarie, dall'attuale 92% a circa il 70%, in linea con il mercato UK.

Investimenti previsti

- Ricerca & Sviluppo tech
- Risorse umane

Trend di Mercato

€ 825 MLD

totale impieghi ai clienti corporate nell'ambito del sistema bancario Italiano

(fonte: Statistical Data Warehouse ECB, gennaio 2017)

Nel corso dei prossimi anni, si prevede una riduzione del dominio del canale bancario. Inoltre, il nuovo quadro normativo (PIR) contribuirà ad incrementare la quota di finanza alternativa a sostegno dell'economia reale.

Principali risultati finanziari (al 31.12.2017)

- Emittenti aderenti alla piattaforma: **31**
- Investitori Privati aderenti alla piattaforma: **40**
- Investitori Istituzionali aderenti alla piattaforma: **37**
- Paesi europei nei quali può operare la piattaforma: **7**
- Operazioni perfezionate: **6**

Fatturato: **€ 327.000 (+31% vs. 2016)**

Key investors

- **Andrea Crovetto**
- **Andrea Moneta**
- **Guido Ferrarini**
- **Carlo Marini**
- **Prometeia S.p.A.**

Compagine societaria

- 80% Founders
- 17% Financial Investors
- 3% Digital Magics



Sito e news

www.epic.it

Ultimo round
di investimento

Round

€ 4.800.000

Valutazione post-money

€ 13.400.000

Data Round

2016



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
- **8** accordi governativi in fasi avanzate di negoziazione
- **800** persone coinvolte in meno di 5 anni in più di 40 Paesi
- **60.000** ore di lavoro
- **>40** key partner

Obiettivi strategici

- 2018: Realizzazione del prototipo Hyperloop a Bratislava
- 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

Principali risultati finanziari

- Fatturato 2017: **\$ 650.000**

Compagine societaria

5,09% Digital Magics
(fully diluted) in HTT

Sito e news

www.hyperloop.global

Ultimo round
di investimento

Round
\$ 150.000.000
(Ongoing - 20% raised)

Valutazione pre-money
\$ 350.000.000

Data Inizio Round
fine **2016**



INTERTWINE S.r.l.

Overview

Fondazione: **2013**

Settore: **Digital Marcom**

Startup Innovativa: **Sì**

Intertwine è un social network per lo storytelling grazie al quale gli utenti, singolarmente o in gruppo, possono raccontare la propria storia e pubblicare un proprio magazine, inteso come uno spazio da gestire in termini editoriali e di contenuto.

I concetti alla base della piattaforma sono la creatività condivisa e la collaborazione tra scrittori, lettori e talenti. Intertwine è un nuovo prodotto d'intrattenimento che unisce le caratteristiche classiche dei libri alla comunicazione digitale e ai social network.

Una community caratterizzata da contenuti di qualità, composta da blogger professionisti e scrittori emergenti, ma anche di aziende che utilizzano la stessa community per realizzare campagne di corporate storytelling e content marketing.

Team

▪ **Gianluca MANCA**
CEO

▪ **Salvatore IMPARATO**
CTO

▪ **Stefano IMPARATO**
Frontend dev

▪ **Gennaro MANGANI**
CCO

▪ **Giampaolo MANCA**
Fullstack dev

▪ **Luigi MAIELLO**
Content Manager

Revenue Model

Intertwine genera ricavi attraverso un modello basato sulla produzione e sulla vendita di contenuti di qualità da parte della propria community. I contenuti vengono distribuiti ai clienti che vogliono comunicare il proprio brand o i propri prodotti grazie al *corporate storytelling*, una strategia di comunicazione basata sull'utilizzo di storie.

Le aziende usufruiscono della piattaforma per organizzare contest volti alla ricerca di contenuti *ad hoc*.

Il modello prevede un corrispettivo fisso a fronte della configurazione del contest, oltre ad una fee variabile, calcolata sulla quantità di contenuti ricevuti dall'azienda.

Obiettivi strategici

- Incremento degli utenti registrati, con l'obiettivo di raggiungere la quota di 50k
- Avvio della presenza nel mercato U.S.A. entro il 2019
- Introduzione di un business model rivolto anche agli scrittori

Driver di crescita

- Numero di contenuti aggiunti
- Numero utenti registrati
- Numero clienti attivi

Investimenti previsti

- Business development
- Sviluppo del prodotto
- Marketing

Trend di Mercato

Il mercato di riferimento è quello del Content Marketing

>€ 350M
valore del mercato
stimato

► + 17%
crescita ultimo anno
(dati IAB Forum)

25.000
scrittori solo in Italia

Principali risultati finanziari

- Transazione media: **€ 3.000**
- Numero Utenti Registrati: **25.000**
- Fatturato 2017: **€ 167.000**

Key investors

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

Compagine societaria

- 52% Founders
- 23% Partner Industriale
- 13% Investors
- 12% Digital Magics



Ultimo round
di investimento

Round

€ 400.000

Valutazione pre-money

€ 1.300.000

Data Round

2016

Sito e news

www.intertwine.it



LEEVIA S.r.l.

Overview

Fondazione: **2014**

Settore: **Digital Marcom**

Startup Innovativa: **Sì**

Leevia fornisce strumenti di *digital marketing* che aiutano nel rendere un successo le campagne di *social media marketing*.

Leevia propone una suite di strumenti che si modella sulle richieste di clienti differenti; tra i più apprezzati:

- *foto-contest* per le aziende che hanno bisogno di rafforzare l'engagement sui social network e identificare potenziali clienti tra gli utenti più attivi;
- il *social media awareness* per rafforzare la viralità di un progetto o di un evento sui social.

Attraverso la piattaforma Leevia è quindi possibile coinvolgere la propria audience e trasformare *like* e *follower* in testimonial della campagna.

Unico prodotto italiano dedicato alle operazioni a premio, la piattaforma Leevia è basata su tecnologia proprietaria che opera nel pieno rispetto di un complesso quadro normativo.

Team

• **Francesco MANCINO**
Founder, CEO e CFO

• **Diego DURANTE**
Founder e CTO

• **Piero BORGIO**
Founder e CCO



Revenue Model

B2B Brand, aziende e *media agency* pagano Leevia per pubblicare i contest. I clienti sono aziende con prodotti e/o servizi B2C che vogliono sfruttare i *social network* per migliorare *lead generation*, vendite, *brand awareness* ed *engagement* con i propri clienti.

Si applicano due piani di pricing a seconda del livello di personalizzazione richiesto dal cliente:

- PRO, € 99/settimana - hosting su Leevia;
- ENTERPRISE, a partire da € 500 a settimana (*white label*), hosting sul dominio del cliente.

Sono previsti servizi aggiuntivi come il supporto legale, per creare il regolamento del contest e gestire l'assegnazione premi o servizi creativi, come le idee per le meccaniche di partecipazione al contest o il supporto grafico.

Obiettivi strategici

- Sviluppo commerciale per la crescita della *market share* sul numero complessivo di operazioni a premio (attualmente, circa 7.000 all'anno in Italia), con focalizzazione sulle operazioni medio-piccole che sono quelle a maggiore redditività percentuale.

Driver di crescita

- Incremento del numero di operazioni a premio e, quindi, del fatturato

Investimenti previsti

- HR
- Sviluppo commerciale

Trend di Mercato

Il mercato è quello delle Operazioni a Premio, una porzione del mercato del 'Marketing Software' (all'interno del segmento di Interaction Systems)

€ 2 MLD ► CAGR 13,48%
mercato europeo
2018 (secondo le stime degli
analisti (idc.com))

€ 200 MLN
fatturato stimato 2017
Mercato Italia
Operazioni a Premio

Principali risultati finanziari

- Fatturato 2017: **€ 420.000 (+296% vs. 2016)**
- Primo Margine sulle Vendite:
 - Software: **93%**
 - Servizi aggiuntivi: **75%**
 - Overall margin: **70%**

Key investors

- Logos S.r.l.
- Besia S.r.l.

Compagine societaria

- 70% Founders
- 13,5% Biz Angels
- 9,5% Investors
- 7% Digital Magics



Ultimo round di investimento

Round
€ 300.000
(Ongoing - 2/3 raised)
Valutazione pre-money
€ 2.000.000
Data Round
2017 - 2018

Sito e news

www.leevia.com



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

▪ **Gabriele MALASPINA**

UX & UI Designer

▪ **Simone COPPINI**

Full Stack Net Developer

Revenue Model

Attualmente Macingo ha una piattaforma unica, dove è possibile per privati e aziende richiedere il trasporto di auto, moto e altri prodotti, trattenendo una commissione per ogni trasporto. 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

- 2.000 trasportatori sono parte della community
- 380.000 utenti unici
- 200.000 richieste di trasporto

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

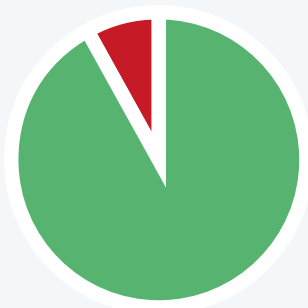
Il mercato potenziale italiano, nel quale operano **113.000 aziende** di cui **80%** padroncini.

Principali risultati finanziari

- Volumi d'affari complessivamente generato ai trasportatori: > **€ 3.200.000**
- Fatturato 2017: **€ 275.000 (+95% vs. 2016)**

Compagine societaria

- 92% Founders
- 8% Digital Magics



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 LECC 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

In qualità di società finanziaria, Prestiamoci può effettuare investimenti diretti in prestiti e realizzare meccanismi di investimento rapidi mediante la cessione di pacchetti diversificati di crediti *performing*.

- La commissione annua di partecipazione al *marketplace* di Prestiamoci è pari all'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
- € 3.000.000 di erogato al mese
- 70% dei finanziamenti da parte di investitori istituzionali
- Rendimento del 5,5%

Driver di crescita

- 1ª piattaforma in Italia e 8ª piattaforma in Europa Continentale
- +205% di crescita annuale nel 2017
- 2075 clienti nel 2017
- > € 10 MLN di finanziamenti complessivamente erogati
- Loans originated (2017): € 5 MLN (+295% vs. 2016)

Trend di Mercato

>50% CAGR
tra 2016 e 2020

\$ 900 MLD
dimensione attesa per 2024

€ 10 M
P2P Consumer Lending
in Italia nel 2015

+500%
crescita P2P Consumer
Lending in Italia 2016

Principali risultati finanziari

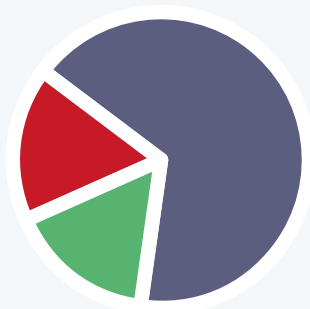
- Fatturato 2017: **€ 380.000 (+471% vs. 2016)**
- Rendimento del portafoglio, al netto delle perdite attese al **5,0%**, in progressivo miglioramento
- Volumi 2017 in forte crescita:
-stock **+100%** in 6 mesi -stock **+300%** in 12 mesi

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
- 66,9% Investors
- 16,8% Digital Magics



Ultimo round
di investimento

Round
€ 1.600.000

Valutazione post-money
€ 6.100.000

Data Round
2017

Sito e news

www.prestiamoci.it

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



QUOMI S.r.l.

Overview

Fondazione: **2014** Settore: **FoodTech**

Quomi è il primo servizio di meal kits in Italia. Seguendo un modello già validato all'estero da società come Blue Apron e Hello Fresh, Quomi offre ogni settimana la possibilità ai propri clienti di scegliere le proprie ricette preferite studiate dagli chef di Quomi seguendo i principi della dieta mediterranea. È un servizio in abbonamento ma senza vincoli, ogni settimana si può decidere se ricevere o non ricevere il box. In un anno e mezzo di attività, Quomi ha già stretto

Startup Innovativa: **Sì**

collaborazioni con brand importati del food italiano quali Academia Barilla, Delicieux, Caffè Vergnano e Perugina.

Grazie a Quomi, si può mangiare bene e genuino a casa senza pensieri, variando la propria alimentazione ed evitando gli sprechi.

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 e in qualsiasi momento si può sospendere o riattivare l'abbonamento senza nessun costo extra.

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 2019.

Driver di crescita

- Pasti venduti (91.186 nel 2017, **+610%** vs. 2016)
- Scontrino medio: (47€ nel 2017, **+42%** vs. 2016)
- Clienti abbonati: (2300 nel 2017, **+785%** vs. 2016)

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

€ >100 MLD
mercato del food
retail tradizionale
in Italia

1,4 MLN
di *web food*
shoppers
online in Italia
2016

€ 455
spesa
media/anno
per utente

+30%
CAGR annuo
del mercato

€ 575 MLN ▶
valore totale
mercato online
2016

€ 1 MLD
valore totale
mercato online
2019

Principali risultati finanziari

- Fatturato 2017: **€ 270.000**

Key investors (post round)

- Gianfranco Ritucci
- Panda Partecipazioni

Compagine societaria

(pre round)

- 50,63% Founders
- 39,17% Biz Angels
- 10,20% Digital Magics



Ultimo round di investimento

Round

€ 600.000

Valutazione post-money

€ 2.000.000

Data Round

2017

Sito e news

www.quomi.it



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.

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 da *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	\$ 16 MLN Raccolta di capitali di MindSpace (1st competitor)
--	--	--	--	---

Principali risultati finanziari

- Stima fatturato 2017: **€ 8.800.000** (+150% vs. 2016)
- Stima EBITDA 2017: **€ 300.000** (+40% 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

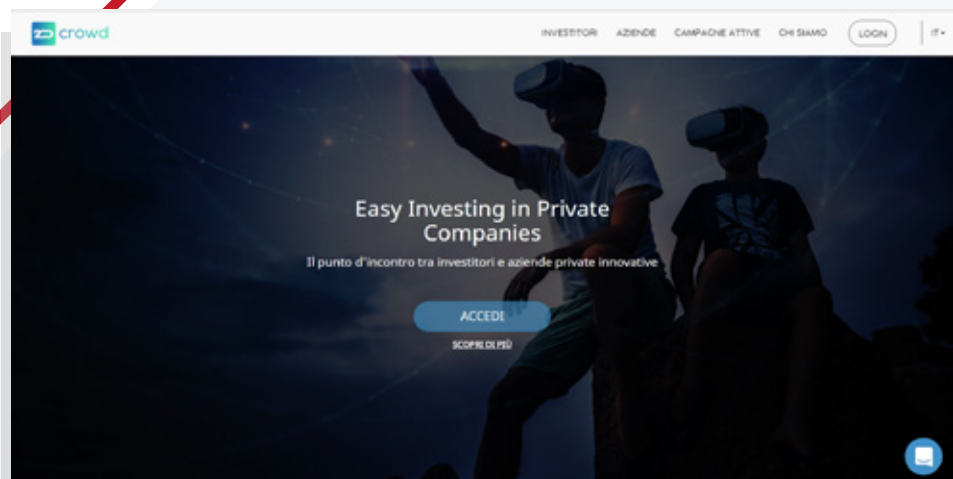
www.talentgarden.org
talentgarden.org/news

Ultimo round
di investimento

Round
€ 6.000.000

Valutazione
€ 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.

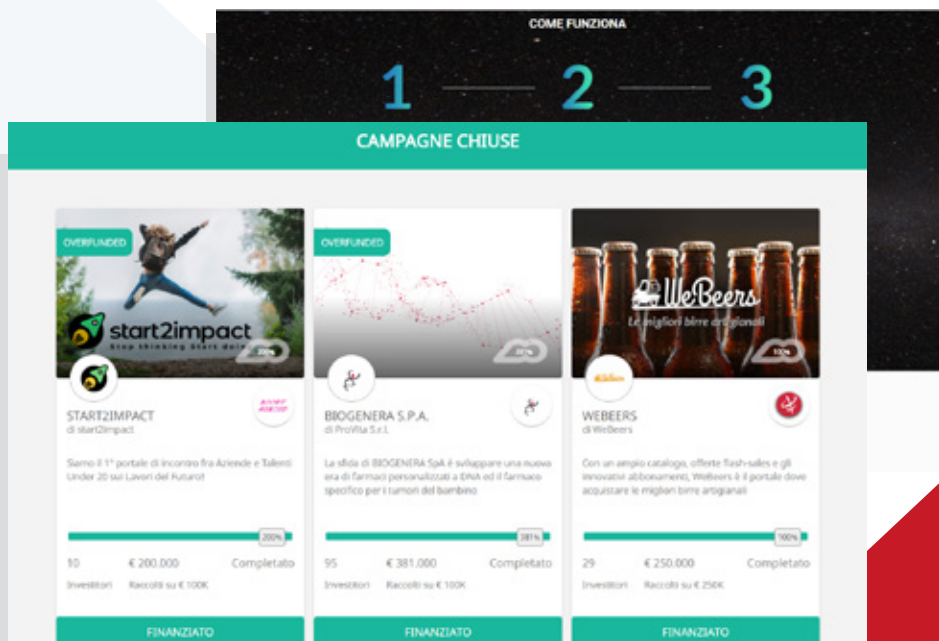
Two Hundred ha sviluppato un modello di *syndicate funding* unico nel panorama italiano, basato sul co-investimento degli investitori *retail* e di una rete di investitori qualificati come *business angel*, *venture capital* e *holding finanziarie*.

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.

Driver di crescita

- Numero di campagne: **12**
- Tasso di successo delle campagne: **70%**
- Totale investimenti perfezionati: **>300**
- Percentuale di investimenti ripetitivi: **30%**

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

Investimenti previsti

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

Trend di Mercato

Mercato Italia equity crowdfunding (2017)

€ 11 MLN raccolti su € 19 MLN

Dalla nascita del mercato

+ 150%

dal 2016

Principali risultati finanziari

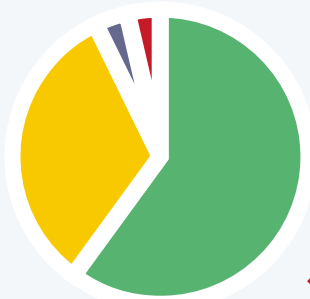
- Importo complessivo della raccolta sul portale:
€ 2.000.000
- Crescita fatturato YoY: **+50%**

Key investors

- **Five.Eight Ventures**

Compagine societaria

- 60% Founders & Employees
- 32,8% Other Investors
- 3,6% Five.Eight Ventures
- 3,6% Digital Magics



Ultimo round
di investimento

Round

€ 300.000

Valutazione

€ 1.250.000

Data Round

2017

Sito e news

www.200crowd.com



XOKO S.r.l. (Hotelbrand)

Overview

Fondazione: **2014**

Settore: **TravelTech**

Startup Innovativa: **Sì**

Xoko fornisce strumenti per l'ottimizzazione dei prezzi e l'analisi della reputazione delle strutture turistiche ricettive di ogni tipologia (Hotel e B&B).

In particolare ha sviluppato la piattaforma **Hotelbrand**, suite che integra le funzioni di un *rate checker* (comparatore di prezzi) a quelle di analisi delle *guest review* dei clienti.

Hotelbrand permette alle strutture ricettive che lo utilizzano di ottimizzare i tempi da dedicare alla comparazione dei prezzi con i propri competitor, conoscere i punti di forza e di debolezza della propria offerta e della concorrenza, a supporto delle strategie di revenue management.

Team

• Fabio CANTONE

Founder e CEO

(decennale esperienza nella comunicazione digitale per il settore turistico)

• Gennaro TESONE

Co-founder

(Partner Digital Magics, imprenditore digitale, business angel)

• Paolo CAPASSO

Co-founder e CTO

(decennale esperienza nelle tecnologie digitali per il settore turistico)



Revenue Model

Hotelbrand è distribuito in modalità SAAS alle strutture ricettive (Hotel e B&B). Il modello di revenue si basa su un canone mensile differenziato a seconda del numero di stelle della struttura e della durata del contratto, con possibilità di canoni mensili, semestrali o annuali.

Per i nuovi clienti è prevista una quota una tantum per attivazione, formazione e assistenza. Sono inoltre possibili soluzioni personalizzate con listini a parte per le catene alberghiere.

Obiettivi strategici

- Ampliamento dei servizi offerti, attraverso prodotti che mirano (ad esempio) a promuovere la disintermediazione turistica e a favorire la messa a punto di strategie di marketing alberghiero sulla destinazione.
- Internazionalizzazione di Hotelbrand attraverso la vendita delle licenze in Paesi con turismo emergente (Paesi dell'Est Europa, Penisola Balcanica).

Driver di crescita

- Numero di licenze installate

Investimenti previsti

- Sviluppo software
- Sviluppo commerciale anche per internazionalizzazione in Paesi con turismo emergente

Trend di Mercato

6,9%
Quota percentuale PIL rappresentata
dal settore travel&hospitality
(+10% vs 2016)

VANTAGGIO COMPETITIVO
per i produttori di tecnologia focalizzati
sulle strutture ricettive italiane

Principali risultati finanziari

- Fatturato 2017: **€ 250.000** (+100% YoY)

Key investors

- **Zeroinfinito**
(impresa di costruzioni spagnola)
- **GM Costruzioni S.r.l.**
- **Giuseppe Rojo**
(CEO di Coldwell Banker Commercial Italia)

Compagine societaria

- 71,3% Founders
- 13,5% Digital Magics
- 15,2% Investors



Sito e news

www.hotelbrand.com

**Ultimo round
di investimento**

Round
€ 200.000

Valutazione
€ 1.300.000

Data Round
2016



Digital Magics Portfolio Highlights

www.digitalmagics.com