

La Società, nata nel 2015, **gestisce la distribuzione online di prodotti legati al mondo dell'infanzia unita alla produzione di prodotti a marchio proprio.**

- **L'e-commerce si focalizza su brand giovani ed innovativi** in forte crescita e che vogliono aumentare la loro presenza su nuovi mercati.
- **Grazie alla conoscenza analitica dei propri utenti, l'azienda ha sviluppato, ed intende ampliare, una gamma di prodotti a proprio marchio che si distinguono per un mix ideale tra qualità e "first price".**

L'azienda **è oggi in forte crescita** e ha raggiunto nel **2016 il break even operativo** chiudendo un milione di Ricavi mentre i Ricavi **previsti del 2017 si attesteranno a 1,5 Mio** confermando un trend di crescita pari a circa il 50%.

**Il 50% dei clienti nel 2017 è tornato a comprare più di una volta** dimostrando una *loyalty* **significativa**

**La piattaforma parla oggi ad una community di oltre 165.000 follower su Facebook e oltre 70.000 iscritti al sito con 200.000 visite al mese.**

La Start Up si propone di diventare un **brand leader nella distribuzione online di prodotti per Bambini**, con il concetto **“First Price Best Quality”**, dalla fabbrica direttamente a casa.



L'azienda ha un modello di Ecommerce misto che prevede la vendita di prodotti di terzi combinata alla produzione di prodotti a proprio Brand.

Questo modello permette di avere alta redditività combinando un frequente lancio di nuovi prodotti innovativi importati da tutto il mondo ad alti margini unitari dati dalla vendita di prodotti propri distribuiti senza intermediari dalla fabbrica a casa.

## IMPORTAZIONE DI PRODOTTI TERZI

I prodotti di terzi sono principalmente di Brand in forte crescita nei loro mercati di riferimento con poca concorrenza e distribuzione locale.

Questo permette di avere una offerta ad alto valore aggiunto e difendibile/con poca concorrenza locale.

## PRODUZIONE DI PRODOTTI A PROPRIO BRAND

La produzione di prodotti a proprio Brand è "Data Driven", la società decide cosa produrre studiando i dati in proprio possesso sulle scelte dei clienti, in questo modo riesce a portare ai clienti prodotti che si rivelano best seller ad alta marginalità.

La società ha parametri unitari di Business eccellenti che le permettono di essere profittevole anche con bassi volumi di vendita, dimostrando che il modello di business è sostenibile ma anche fortemente scalabile.

**Costo di Acquisizione dei Clienti:** il costo di acquisizione dei clienti è inferiore al margine di contribuzione dello scontrino medio, questo permette di avere un PayBack del Cliente con 0,8 Ordini e un Lifetime del cliente di 6 anni.

**Primo Margine:** Il Primo Margine medio della società, grazie alla produzione propria, è doppio rispetto a società e commerce con modelli di business “tradizionali” e comparabili per settore.

**Ritorno dei Clienti:** Il 20% dei Nuovi Clienti torna a comprare nello stesso Trimestre in cui ha effettuato il primo acquisto e il 30% già dal trimestre successivo.

**Efficienza Operativa:** Grazie all'IT la società riesce a gestire volumi di vendita crescenti con grande efficienza operativa.

La società con l'aumento di capitale punta a:

- **Aumentare la produzione a proprio marchio** per avere ancora maggiore marginalità per finanziare il processo di crescita;
- **Aumentare la propria base utenti** che già oggi conta 27 mila clienti;
- **Investire in Tecnologia** a supporto dei maggiori volumi e della crescita attesa;
- **Ampliare il Team** e strutturarsi maggiormente per poter offrire un servizio di eccellenza ai propri clienti migliorando ulteriormente il ritorno e la loyalty dei clienti;
- Rilasciare la versione in Inglese del sito per iniziare a fare **“Carotaggi di Internazionalizzazione”** al fine di iniziare il processo di internazionalizzazione;
- **Lanciare nuove sezioni e funzionalità** avanzate **del sito** per consentire una crescita rapida del tasso di conversione e user experience all'avanguardia.



Il Business Model e la marginalità sui prodotti (a marchio proprio e di terzi) permettono di avere un gross margin doppio rispetto a modelli di business e commerce tradizionali e comparabili.



Business model che permette di avere un'altissima rotazione di magazzino sui prodotti di terzi (con una media di 15 gg a stock) e una marginalità premium (circa 80%) sui prodotti a proprio Brand



Rigorosa osservanza delle regolamentazioni europee in materia sulla qualità dei prodotti offerti.



Prodotti a 360° per mamme e bambini da 0 a 6 anni di età: dall'arredo agli accessori, dall'abbigliamento ai passeggini.

Tutto secondo il concetto di "Best Quality - First Price".



Offerta molto ampia ed esclusiva: ogni settimana vengono presentati nuovi prodotti attraverso l'e-commerce (oltre 14.000 nel solo 2016)



Il business è altamente scalabile e si propone una attività di internazionalizzazione nei paesi dove le vendite sono state già effettuate.

## Il capitale sarà investito in:

