

**Nome start up**

Differenthood

Codice settoriale/settore

Moda

Anno di costituzione

2015

Data di avvio attività

Inizio sviluppo modelli e piattaforma a Febbraio 2016 - Lancio pubblico dicembre 2017

Numero addetti

3 full time + collaborazioni esterne

Fatturato

NA

Referente

Riccardo Bigio

Sito web

differenthood.com

Descrizione del progetto imprenditoriale *(attività svolta e principali caratteristiche del business – una sorta di executive summary)*

Differenthood è una piattaforma che permette ad ogni cliente di creare prodotti moda personalizzati realmente unici, di condividerli e di guadagnare ogni volta che vengono acquistati.

Un piano strategico in tre step: cominciare come brand che vende prodotti custom, creare una community di clienti/designer spinta dal modello di Revenue Share, offrire la piattaforma e relativi servizi a partner B2B (brand, retailer, sartorie, produttori di tessuti) per aumentare ulteriormente la scalabilità.

Il nostro business model sfida sistematicamente la norma del mondo della moda e si basa su:

- Produzione made to order, 100% Made in Italy, con i migliori materiali al mondo
- Un configuratore innovativo che è anche un vero e proprio strumento di publishing dei prodotti creati
- Un motore di ricerca/suggerimenti interno che permette di scoprire tra migliaia di opzioni e stili

I vantaggi di questo modello sono:

- Secondo McKinsey, la personalizzazione sarà il consumer trend #1 nel 2018 ed evita stock, saldi e prodotti invenduti
- A pari qualità, i nostri prodotti sono in media il 40% più economici rispetto alla moda tradizionale
- Relazione diretta con clienti abilita performance tracciabili, user generated content e apre ad AI
- Il modello di revenue share permette una diffusione virale e integra tutti i livelli del funnel degli acquisti

Abbiamo già sviluppato un'ampia gamma prodotti (uomo e donna, oltre 5000 tessuti e 1 miliardo di possibili combinazioni) e una piattaforma online avanzata che ha già un set di feature molto più ampio rispetto a quelle di competitor diretti e indiretti.

Abbiamo già stretto partnership con molti dei più rinomati produttori di tessuti al mondo - Zegna, Loro Piana, Piacenza Cashmere, e molti altri - e coinvolto una serie di influencer nella nostra community che, complessivamente, portano ad un'audience potenziale di 2 milioni di follower.

Data l'unicità del nostro modello, la dimensione del nostro mercato target (~60B€) e i primi limitati ma incoraggianti KPIs, possiamo prevedere oltre 90M€ di revenues in 5 anni che, combinate con alti margini, nessuno stock e il cash conversion cycle negativo, portano a profittabilità in meno di 3 anni.

Forme di protezione di prodotti/servizi o processi principali *(ad esempio: brevetti)*

La piattaforma di personalizzazione e l'approccio modulare al disegno dei prodotti saranno brevettati appena conclusa la fase di testing

Informazioni sul team *(nome, ruolo e esperienza professionale e didattica dei componenti del team)*

Team full time:

Riccardo Bigio - Founder & CEO - Ex Project Manager in Roland Berger e Bain & Company

Simone Scremin - CTO - Ex Solution Architect per Atos, ha guidato progetti per Vodafone, Canon, etc

Valentina Rossini - Design e modellistica - Ex designer freelance e stylist in Italia e Australia

Collaboratori esterni:

Sartoria Orefice - supervisione tecnica - Sartoria dal 1856, una delle più antiche in Italia

Donatella Caggiano - PR - Worldwide PR Director in Oakley

Alberto Morini - business development - Ex Worldwide silk and soft accessories director in Gucci

Lucio Lamberti - Marketing - Professore di marketing al Politecnico di Milano e Shanghai University

We Are Social Italia - Branding, marketing e comunicazione (oltre a detenere una quota societaria)
- Communication agency con 550 impiegati e 10 uffici nel mondo