



# La soffitta di Gi

## Executive Summary



### Contact Information

**Andrée Pedotti**  
CEO & Founder

(+39) 3381601988  
info@lasoffittadigi.com  
www.lasoffittadigi.com

### Capital Seeking

150K€

### Use of funds

App Dev: 30K€  
Implementazioni sito: 20K€  
Marketing: 50K€  
Gestione operativa: 30K€  
Legal e varie: 20K€

### Managing team

#### CEO & Founder:

Andrée Pedotti  
Laurea in Bocconi, esperienza in CCIAA  
Milano come ricercatrice in progetti legati  
all'imprenditoria lombarda  
<https://www.linkedin.com/in/andree-pedotti-bb325383/>

#### CFO:

Stefano Salvischiani  
Mentor Polihub, Stanford Seed consultant  
<https://www.linkedin.com/in/stefano-salvischiani/>

#### CMO:

Laura Lucchi, Università Cattolica Milano,  
Marketing Specialist in Fattore Mamma  
<https://www.linkedin.com/in/laura-lucchi-9b8b4117/>

#### SMM

Camilla Mastrantuono  
Digital Marketing e Content Strategy  
<https://www.linkedin.com/in/camilla-mastrantuono-603179b2/>

#### Division Manager Roma

Maria Beatrice De Rossi  
Il sole 24 ore Business School,  
Communication Specialist  
<https://www.linkedin.com/in/maria-beatrice-de-rossi-021a8972/>

### Short Description

La soffitta di Gi è un Marketplace per acquistare e vendere online prodotti di seconda mano per l'infanzia.

L'obiettivo è quello di ridurre l'impatto ambientale di prodotti per l'infanzia, che hanno un tempo di obsolescenza elevato e vengono utilizzati solo per pochissimi mesi.

I prodotti sul sito vengono meticolosamente selezionati in modo da garantire che siano sempre in perfette condizioni, inoltre il servizio è totalmente digitale per permettere ai genitori di risparmiare tempo.

### Problem/Opportunity

Tutti accumuliamo oggetti, le famiglie con bambini sanno quanto questo problema sia amplificato in loro presenza. I genitori hanno bisogno di moltissimi oggetti durante la prima infanzia, questi prodotti hanno un prezzo elevato, vengono utilizzati per pochissimi mesi e hanno un forte impatto sull'ambiente una volta terminato il loro utilizzo.

### Solution/Product

Un Marketplace di articoli di seconda mano per l'infanzia dove è possibile acquistare e vendere online attrezzature e abitini in perfette condizioni "Usati con amore".

- Riutilizzo: allungare il ciclo vitale dei prodotti per l'infanzia che hanno un tempo di obsolescenza elevato, sono prodotti con sicurezza alti e un tempo di utilizzo ridotto.
- Servizio totalmente digitale: acquistare e vendere online con garanzia di qualità del prodotto e del servizio (con ritiro e consegna).

Creare partnership con aziende per la prima infanzia per ampliare il nostro inventario con prodotti utilizzati in fiere, showroom, vecchie stagioni o con piccoli difetti che sono per le aziende rimanenze di magazzino.

### Business Model

Il Business Model è organizzato secondo una logica di Fee che vengono trattenute sul prezzo del prodotto con alcune differenze in base al valore del prodotto.

- 36% Prodotti con prezzo dai 20€ ai 50€
- 32% Prodotti con prezzo dai 50€ ai 150€
- 28% Prodotti con prezzo sopra i 150€

7€ consegna prodotti piccole dimensioni, 10€ consegna prodotti grandi dimensioni.

### Market

Nonostante il costante calo demografico, il mercato dei prodotti per l'infanzia è esistente e attivo. I genitori italiani sono circa 5 milioni, 3,5 milioni effettuano almeno 1 acquisto online al mese e il 96% sono attenti all'ambiente. Un dato in forte aumento (nel 2019 erano il 47%). Valore mercato Second Hand: 23 Milioni.

Fonti: Istat, Doxa, Momketing 2020.

### Competitors

Al momento esistono diverse realtà fisiche e Online che si occupano di prodotti di seconda mano. Alcuni siti come Vinted, Subito.it, Ebay, gruppi Facebook e App mettono in contatto venditori e acquirenti per la compravendita di usato per l'infanzia ma nessuno di questi effettua un vero e proprio servizio di intermediazione e controllo.

## Advisors

### Bruno Pennino

Business Advisor and Startup Expert, Mentor Polihub

### Wodka

Partner tecnologico Nanabianca

### Obm Onlus Buzzi

Ospedale dei bambini Milano Buzzi: Partner Sociale

### Michele Nobolo

Tax and Fiscal Advisor

## Pre-Commitment

In cerca

## Traction

- 2020/2021: Utenti 95.000, 2.000 venditori, 400 ordini, 25.000€ Volume scambi 1000 prodotti caricati, 60.000€ magazzino virtuale
- Marzo 2022: nuovo Marketplace online
- Maggio 2022: Apertura Roma, 10.000 utenti unici, 21 prodotti venduti, 900,00€ transato.

## Competitive advantage

- Investimento nel marketplace (Online da marzo 2022 con processi e Customer Experience ottimizzati) - 80% recuperato tramite l'accesso al Bando Startup per Milano 2020
- Attenzione alla qualità nel servizio interamente online (gestione trattative, ritiro e consegna)
- Attenzione alla qualità dei prodotti che vengono meticolosamente selezionati
- Focus e specializzazione in prodotti per l'infanzia

## Social/Environmental Impact

### Impatto ambientale

Dati: Ricerca Second Hand Effect

L'impatto ambientale della compravendita di prodotti di seconda mano determina un risparmio di emissioni di CO2 e di materie prime. Nel 2020 in Italia, grazie alla compravendita di prodotti di seconda mano sono stati risparmiati quasi 8 milioni di tonnellate di CO2, ma anche 293.000 tonnellate di plastica.

La compravendita di un passeggino usato permette di risparmiare 220kg di CO2, un paio di jeans 33kg e una t-shirt 7,2kg.

### Impatto sociale

Collaborazione con Ospedale dei bambini Obm Onlus Buzzi

Donazioni effettuate per prodotti venduti: 2.600€ a sostegno del Progetto "Una culla per la vita", per acquistare Culle incubatrici termoregolate di nuova generazione per la Terapia Intensiva Neonatale dell'Ospedale Buzzi di Milano.