

# *FastPrototyping* Lab

*Prima dell'idea, oltre la start-up*

**Ipotesi di collaborazione e  
partnership**

INCONTRO CON ALPITOUR

Torino, 19 marzo 2015



## Alcune ipotesi di collaborazione e partnership tra FPL e Alpitour



Supportare Alpitour nell'acquisizione di weekendagogo e nel farla diventare leader italiano ed europeo in short breaks di tipo experience (e non solo) acquistabili online.



Supportare Alpitour nell'adottare le metodologie di vendita 121 basate sul content pushing immersivo gestito da agenti o promotori web based soprattutto in ambito BTB outbound



Supportare Alpitour nello sviluppare l'incoming Italia sia organizzato (tour Advisor) che FIT



Supportare Alpitour nell'effettuare investimenti seed in startup del travel ecommerce in partnership con altri soggetti investitori e istituzionali (fondi regionali etc). In particolare valutare l'opportunità di creare a Torino un corporate accelerator di startup di travel ecommerce cofinanziato dalla regione Piemonte.



Supportare Alpitour nell'acquisizione di Infotech per trasformala in aggregatore, in logica marketplace, e distributore all'ingrosso via XLM-OTA di prodotto turistico FIT experience.

# CONTENUTO DEL DOCUMENTO

---



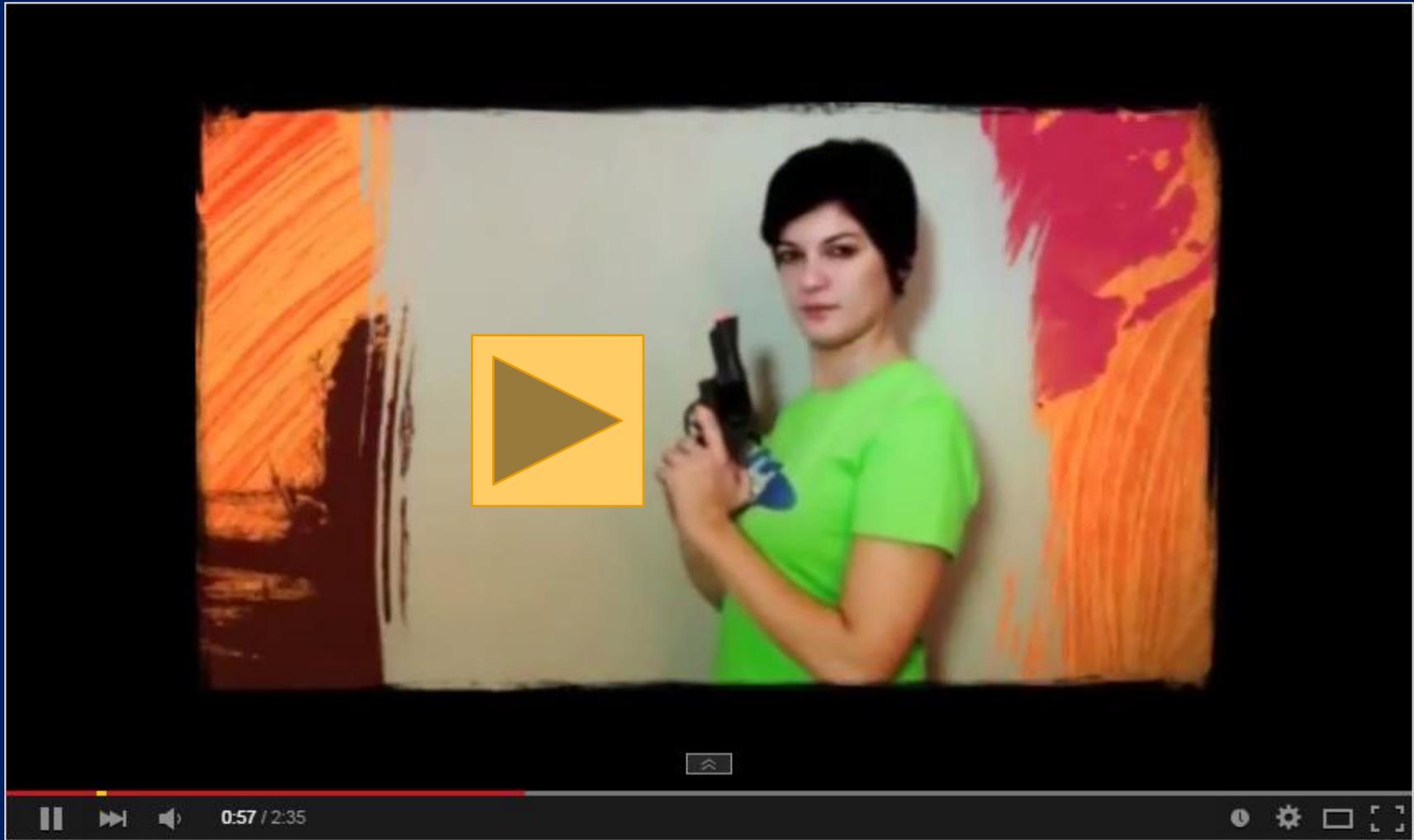
- **Introduzione a Weekend a gogo**
- **Panoramica delle altre iniziative etravel prototipate nel nostro lab**
- **Approccio industriale agli investimenti in start-up del travel ecommerce**
- **Profilo di alcuni dei soci del nostro lab**





**Dove c'è weekend  
c'è weekend-a-gogo**



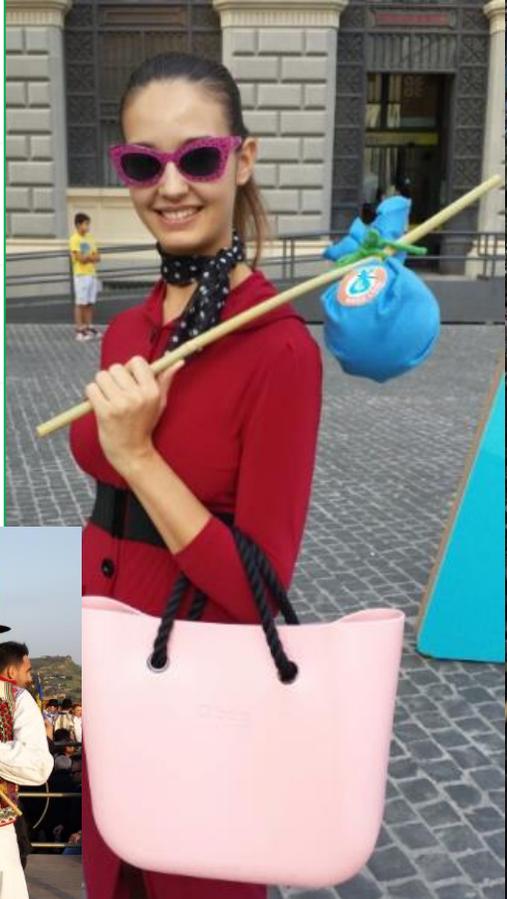


**10 Euro di buoni sconto se ti registri!**  
**REGISTRATI**  
**ACCEDI**

**10 Euro di buoni sconto per ogni tuo amico che diventa cliente.**

**5 Euro di buoni sconto se ti fai fotografare con il wagghetto!**

**1 Euro di buoni sconto ogni settimana che voti l'evento weekend che preferisci.**



**IL GIRO D'ITALIA IN 52 WEEKEND 2014**  
[www.52weekend.it](http://www.52weekend.it)

**Manoppo (TO)** 1-2 febbraio

**Torino** 11-12 gennaio

**Torcello (TV)** 4-5 gennaio

**Belgna** 8-9 febbraio

**Novelli (BA)** 18-19 gennaio

**Matera di Sicilia (ME)** 25-26 gennaio

**LA COMPETIZIONE FRA GLI EVENTI WEEKEND PIU' BELLI D'ITALIA**

**CHI VINCERÀ LA PROSSIMA TAPPA?**



**Social OLTA specializzata in prodotto e contenuti weekend**



# Indagine esclusiva sugli italiani e i weekend giugno 2014



- Il 63,8 % degli Italiani fa da 1 a 5 weekend fuori porta in un anno
- Il 52% degli italiani viaggia con fidanzato/a, compagno/a, Marito/moglie
- Il 90% fa i suoi weekend fuori porta in primavera/estate
- L'88,9% degli Italiani trascorre i suoi weekend "fuori porta" in Italia
- Il 56% sceglie qualsiasi periodo dell'anno per trascorrere un weekend "fuori porta"
- Il 58,8% degli italiani spende meno di 300 euro a testa per un weekend
- Il 77,6% si organizza da solo i suoi weekend
- L'89,5% consulta siti online per programmare i propri weekend e per consulta soprattutto Trivago, Tripadvisor e booking
- Il 75,8% degli italiani sceglie separatamente viaggio, hotel ed altro in base alle offerte
- **Il 91,8% consulterebbe un sito dedicato ai weekend se ci fosse**
- **il 47,5% lo userebbe al posto dei suoi siti abituali e un altro 44,8% se confrontasse le offerte**
- **il 42,5% vorrebbe che un sito dedicato ai weekend facesse risparmiare**
- **e la massima preferenza (voto 8.3 su 10) va a sconti e agevolazione per gli iscritti**

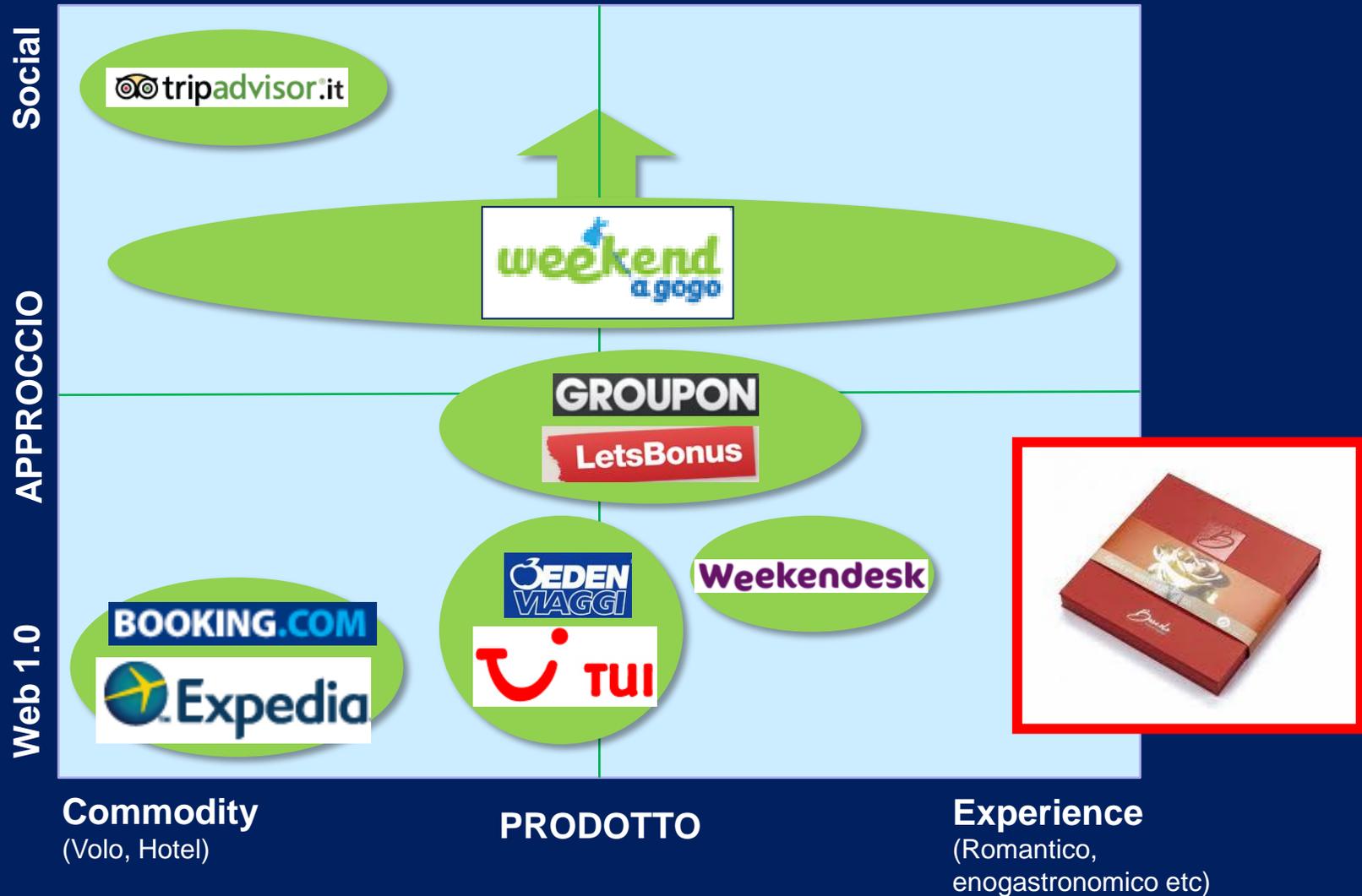


**Vogliamo diventare  
LA GUIDA  
ai weekend unici e autentici**

**ed un semplice  
COMPARATORE E  
DISTRIBUTORE  
di prodotto weekend**



# Miriammo ad un posizionamento distintivo





**Ogni anno  
ci sono  
52 weekend  
+ feste e ponti**

**Quindi, trattando di weekend,  
possiamo comunicare spesso offrendo  
informazioni gradite**

**Nessun altro operatore turistico può farlo così spesso**

# I nostri contenuti su TGCOM24/weekend sono i più letti..

Mediaset Video TgCom24 Meteo.it SportMediaset Social Mobile Connect Fivestore QuiMediaset Premium 16mm Network MEDIASET.it Login

**MEDIASET**  
**TGCOM24**

con Paolo Liguori **FATTI E MISFATTI** dal lunedì al venerdì alle 13.30 e alle 19.30 **MEDIASET TGCOM24 Canale 51**

Mercoledì 26 Novembre 2014

WBF2014 Panorama Motori Casa Assicurazione Giochi Blog Cucina Scuola Mediafriends CERCA

HOME PRIMO PIANO SPORT SPETTACOLO TV PEOPLE DONNE LIFESTYLE MAGAZINE ANIMALI FOTO VIDEO

HOME VIAGGI WEEKEND NEVE ITALIA EUROPA MONDO ON THE ROAD

Tgcom24 > Viaggi > Week end

**MAGICHE ATMOSFERE**  
**Mercatini di Natale in Alto Adige**



I Mercatini di Natale dell'Alto Adige sono allestiti nelle piazze e nelle strade di Bolzano, Vipiteno, Brunico, Bressanone e Merano a partire dal 28 novembre fino al 6

**WEEKEND A GOGO**  
**Fine settimana italiano: scopri la Top10**



La migliore selezione di appuntamenti italiani per scoprire buon gusto e le tradizioni della cucina italiana

PUBBLICITÀ



GANIMA, CITROËN C4 PICASSO... TO A TASSO ZERO... 3000 7 ANNI DI LIBERTÀ SCAMBIA

facebook

twitter

meteo.it

SCEGLI LA TUA LOCALITÀ

salva

> Tendenza Meteo

SCRIVI A TGCOM24 VIAGGI

> SEGNA LA TUA EVENTO



# ..infatti il giro d'Italia in 52 weekend del 2014 ci ha fatto conoscere in tutta Italia

**IL GIRO D'ITALIA IN 52 WEEKEND 2014**  
www.52weekend.it

- 1. Tarcento (UD) 4-5-6 gennaio
- 2. Biadene della Battaglia (VI) 11-12-13 gennaio
- 3. Novelli (LE) 18-19 gennaio
- 4. Novara di Sicilia (ME) 25-26 gennaio
- 5. Meungpantera (TO) 1-2 febbraio
- 6. Belgina 8-9 febbraio

**weekend "IL MAGGIO DI ACETUARA" Comix**

LA COMPETIZIONE FRA GLI EVENTI WEEKEND PIU' BELLI D'ITALIA

CHI VINCERÀ LA PROSSIMA TAPPA?



hanno parlato del Giro d'Italia in 52 Weekend

la Repubblica  
 ANSA.IT  
 MESSAGGERO VENETO

LA STAMPA VIAGG  
 alfemminile.com  
 L'ESPRESSO  
 L'ESPRESSO CRONACA

"BUON LAVORO" nova®  
 Zingarete  
 COMMERCE DEL GIORNO

bipodino.it



# e i risultati si sono visti...

Google weekend

Web Video Immagini Maps Notizie Altro Strumenti di ricerca

Pagina 2 di circa 293.000.000 risultati (0,30 secondi)

Weekend. Offerte di viaggi e soggiorni brevi per le tue ...  
www.logitravel.it/weekend/

Weekendagogo pacchetti weekend unici ed autentici  
www.weekendagogo.it/

Meteo.it weekend Previsioni | METEO.IT  
www.meteo.it/articolo/meteo-it-weekend-4833.shtml

Offerte Week End Benessere ▶ Da 49€ per 21 Regioni  
www.benessereviaggi.it/offerte-week-end.asp

Weekend - Viaggi vacanze e turismo: Turisti per Caso  
turistipercaso.it

Weekend: scopri  
per organizzare

< Google >

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Avanti

290 milioni

Il posizione

Il pagina

Google url: weekendagogo

Web Video Immagini N

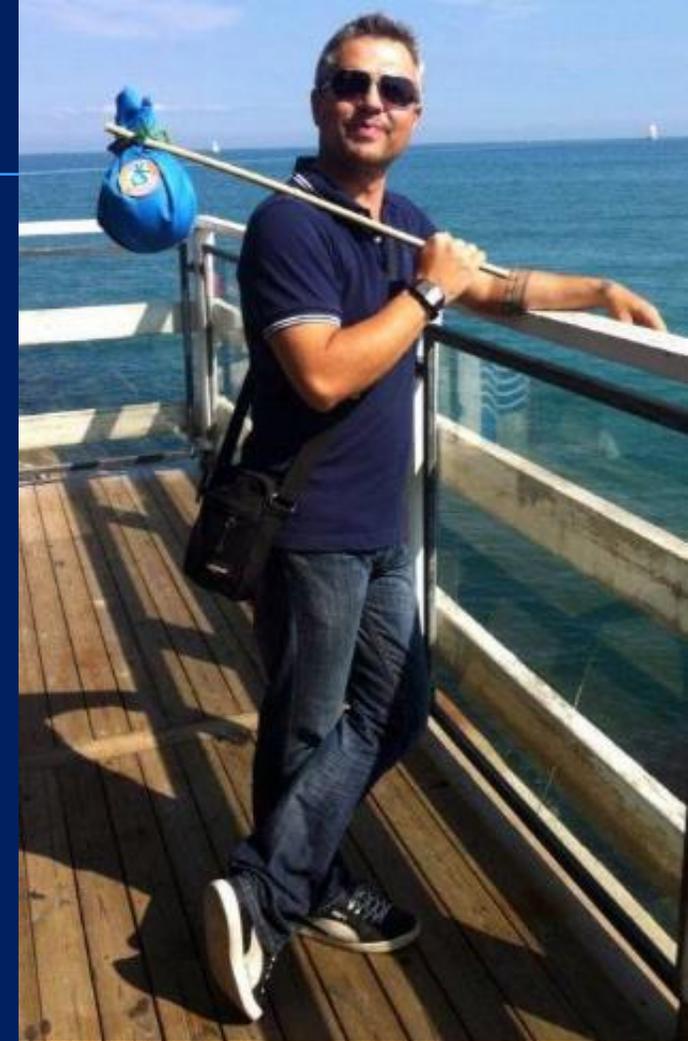
Circa 862 risultati (0,42 secondi)

**Ottimo  
posizionamento  
pur senza  
investimenti in  
ADV**





**Quest'anno inizieremo a visitare e recensire località, strutture, locali e attrazioni andando sul posto!!**



# ...coinvolgendo blogger, viaggiatori e testimonials

680 waggati nel 2014



# *FastPrototyping* Lab

*Prima dell'idea, oltre la start-up*



Panoramica delle altre iniziative  
etravel prototipate nel nostro lab

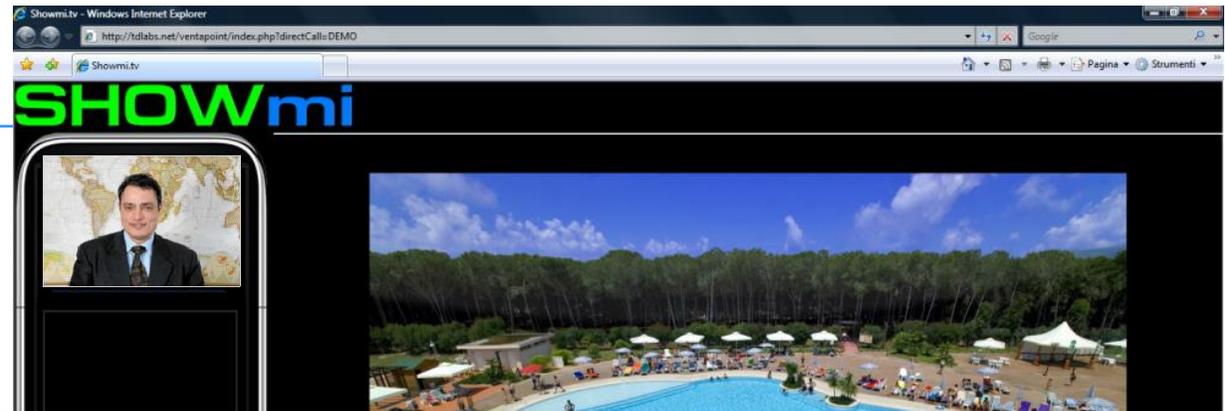
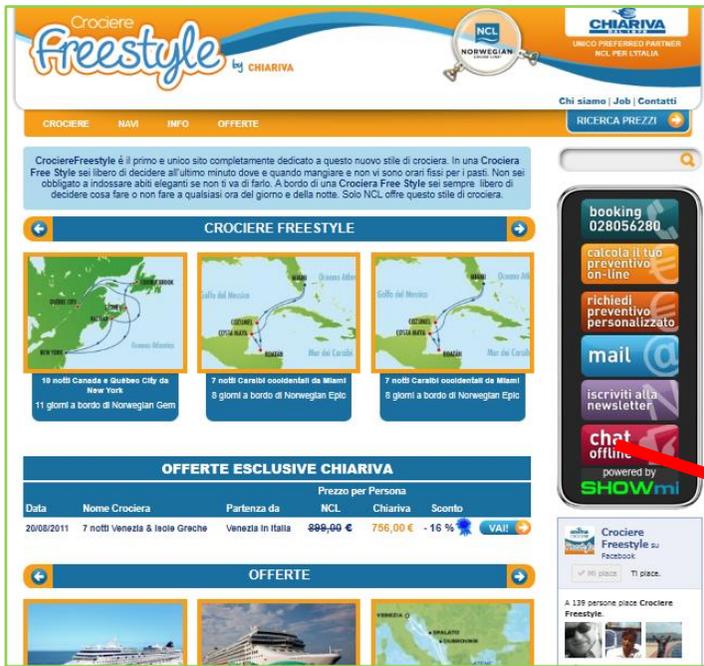
**SHOWmi.**   
HUMAN BASED EBUSINESS

**TOUR ADVISOR**



**BEST BREAKFAST & BED**

*Suite Advisor*



**Sistema di vendita che permette a degli agenti web based di rendere immersiva e coinvolgete la vendita di prodotti turistici (test effettuati con Chiariva, Ventapoint, LastminuteTour, ChiaLagunaResort)**

# Visualizzazione a pieno schermo lato BUYER



I contenuti sono visualizzati a pieno schermo sul computer del buyer che, quindi, li può guardare come fosse davanti ad un televisore

## Alcuni dei feedback dei buyer contattati dal Chia Laguna Res.

---

“Entusiasta dell'effetto della presentazione, vissuta come vera e propria visita virtuale del resort. Ci ha inviato i complimenti via mail e la "pubblicità" anche con le colleghe del booking individuale..”

“..ottimo sistema , molto utile rende l'idea del Resort, chiede che sia mostrato anche ai suoi collaboratori perché ognuno ha i suoi clienti”

“SHOWmi è molto utile e interessante e innovativo. Trova che sia complementare alla consultazione sul sito e si può proporre anche al cliente finale durante le trattative per un evento”

SHOWmi.TV è stato ben accolto dai buyers che lo preferiscono alla presentazione telefonica “cieca” e alla visita self service al sito. SHOWmi.TV rende più emotiva e visuale l'interazione commerciale.

Stanno cominciando a diffondersi nuove strategie di marketing telematico

## Potere (digitale) ai clienti

■ Nel Travel 2.0 i protagonisti indiscussi sono i viaggiatori che usano internet come principale fonte di ispirazione; scambiandosi opinioni, suggerimenti e valutazioni tecniche; eppure, navigando tra i siti degli operatori italiani scopriamo che la maggior parte dei prodotti sono ancora presentati riciclando i contenuti dei cataloghi cartacei.

Tutto questo mentre si può scoprire, come dimostra l'indagine condotta da Francesco Tapinassi, docente Luiss che verrà presentata sabato prossimo alla BIT durante la sessione pomeridiana del convegno Il travel 2.0 raccontato da operatori e viaggiatori. Nel settore si è fatta talmente poca sperimentazione che anche il media televisivo può essere usato in modo innovativo come dimostra l'esperienza di Bluf Holding che con il programma tele-commerciale via satellite VacanzeTV ha un'audience da programma d'intrattenimento e che, soprattutto, si trasforma in richieste di preventivi con un tasso che supera l'1%. Qualche esempio in cui operatori e utenti usano lo stesso sistema

di comunicazione esiste anche in Italia: BlogTV ha sviluppato MiaSorrento che è un portale di destinazione visitato e alimentato da utenti di 52 paesi. Tra i protagonisti corporate vi è sicuramente Costa Crociere che opera in queste modalità partecipative da oltre 4 anni. «Per un'azienda come la nostra - dichiara Daniele Mancini - con più di un milione di clienti all'anno, il passaparola è un aspetto fondamentale della propria strategia di marketing e comunicazione. Per questo ci siamo detti: perché non far raccontare la crociera a chi l'ha vissuta veramente? Da questa apparentemente banale considerazione è partita una rivoluzione copernicana della nostra strategia di comunicazione che ha messo al centro i contenuti generati dai clienti e la creazione di community».

### IL CASO CHIA LAGUNA

Due promotori, in remoto, in appena 15 giorni hanno fatto 65 presentazioni via pc e raccolto ordini per 180mila euro

Il mondo del Travel 2.0 offre opportunità anche ad operatori dotati di budget limitati. Vi sono, infatti, casi come quello del Chia Laguna Resort, un complesso di quattro strutture ricettive situato nel sud della Sardegna che, con due promotori online impegnati per quindici giorni, è riuscito a effettuare circa sessantacinque presentazioni multimediali a buyer italiani e internazionali (il 50% dei contattati) collegati in remoto; raccogliendo il 99% di ottimi feedback quale il seguente "It was simple, sexy and funny", risparmiando migliaia di euro in trasferte e raccogliendo ordini per 180mila euro.

Ed è proprio in questa componente emotiva e ludica che il Travel 2.0 offre le maggiori e meno esplorate opportunità di comunicazione agli operatori piccoli e grandi del settore. Un campo della comunicazione in cui le qualità relazionali e professionali del singolo possono diventare un fenomeno di mass marketing sfruttabile anche dalle aziende a patto che si mettano in gioco come organizzazioni di persone aperte e trasparenti.

# Esempio di utilizzo dell'approccio Human Based per gestire l'incoming italia





<b>PARTENZE:</b>
APRILE: 6, 8, 13, 20
MAGGIO: 4, 6, 11, 18, 20, 25
GIUGNO: 1, 10, 15, 22, 24, 29
LUGLIO: 6, 8, 13, 15, 20, 22, 27, 29
AGOSTO: 3, 5, 10, 12, 17, 19, 24, 26, 31
SETTEMBRE: 2, 7, 9, 14, 16, 21, 23
OTTOBRE: 5, 7, 19
NOVEMBRE: 9, 25
DICEMBRE: 9, 21
<b>2011</b>
GENNAIO: 18
FEBBRAIO: 8, 24
MARZO: 29
<b>PASTI INCLUSI:</b>
9 colazioni



<b>PARTENZE:</b>
APRILE: 28
MAGGIO: 4, 18
GIUGNO: 8, 22
LUGLIO: 6, 20
AGOSTO: 3, 17
SETTEMBRE: 15
OTTOBRE: 12, 26
NOVEMBRE: 9, 23
DICEMBRE: 9
<b>PASTI INCLUSI:</b>
13 prime colazioni, 3 pranzi, 1 cena



Potrebbe essere proposto per i soli tour in Italia

# TOUR ADVISOR

## Comparatore di itinerari di viaggio di lungo raggio



# BEST BREAKFAST & BED

Rating delle strutture ricettive in base  
al tipo e alla qualità della colazione



Il market Test sarà  
fatto sulla sola  
destinazione ITALIA

# Suite Advisor

**Soggiorni experience esclusivi in suite alberghiere**

# *FastPrototyping* Lab

*Prima dell'idea, oltre la start-up*

**Approccio industriale agli  
investimenti in start-up del  
travel ecommerce**

INCONTRO ALPITOUR

Torino, 19 marzo 2015



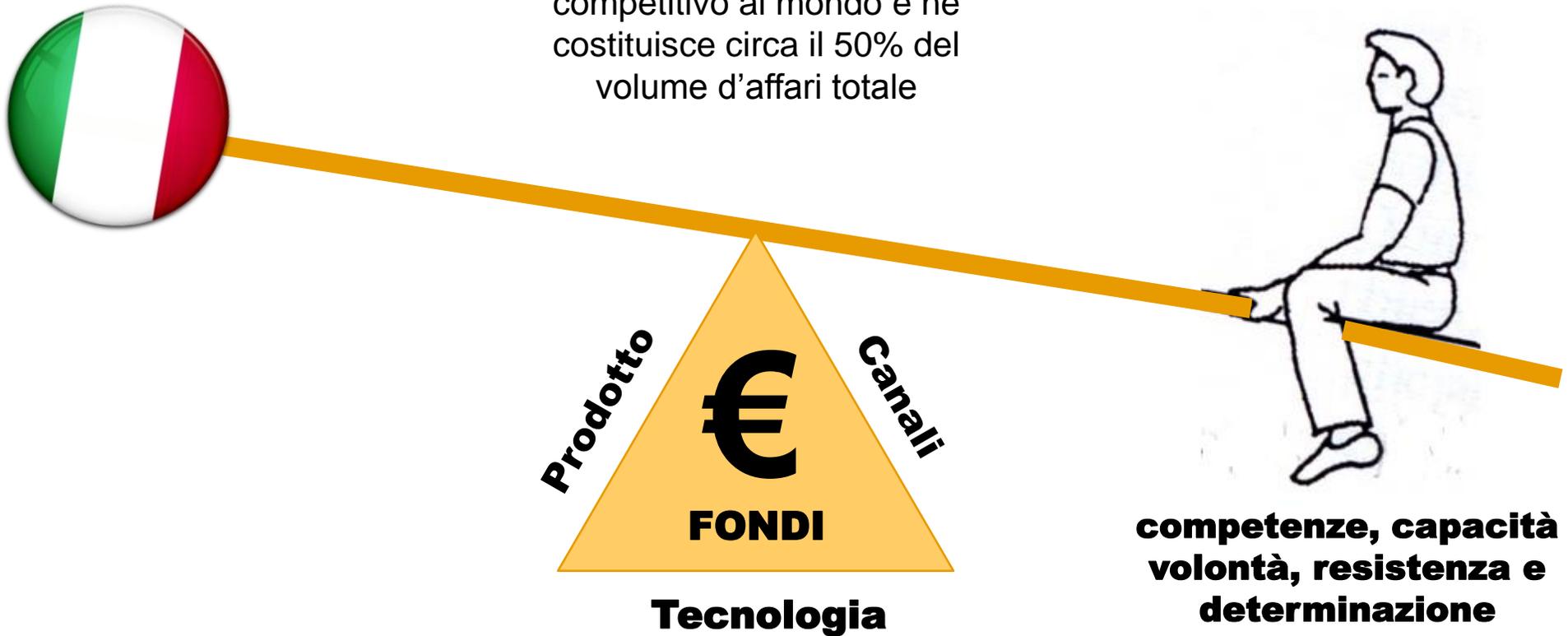
## La nascita di una start-up di travel e-commerce è un percorso difficile...

---

- Le start-up sono il principale motore di innovazione e creazione di occupazione
- Il paradigma dominante è che l'imprenditore gioca un ruolo centrale: figura mitica con capacità apparentemente sovraumane
- I mercati più fertili per la creazione ed il successo di start-up offrono una varietà di servizi e opportunità di finanziamento che rendono più veloce e meno rischioso portare un'idea innovativa sul mercato
- In Italia sta cominciando solo ora a svilupparsi un tale ecosistema ed i finanziamenti seed fanno fatica a diventare sufficienti a far partire una start-up soprattutto se opera nel travel e-commerce
- In Italia mancano investitori specializzati in Travel e-commerce

# Nel travel e-commerce servono team competenti, tecnologia, prodotto, canali e fondi

Il travel e-commerce è il mercato e-commerce più ricco e competitivo al mondo e ne costituisce circa il 50% del volume d'affari totale



# Alcune start-up Italiane del travel e-commerce hanno avuto grande successo...

## ANNI 90 - HOTEL



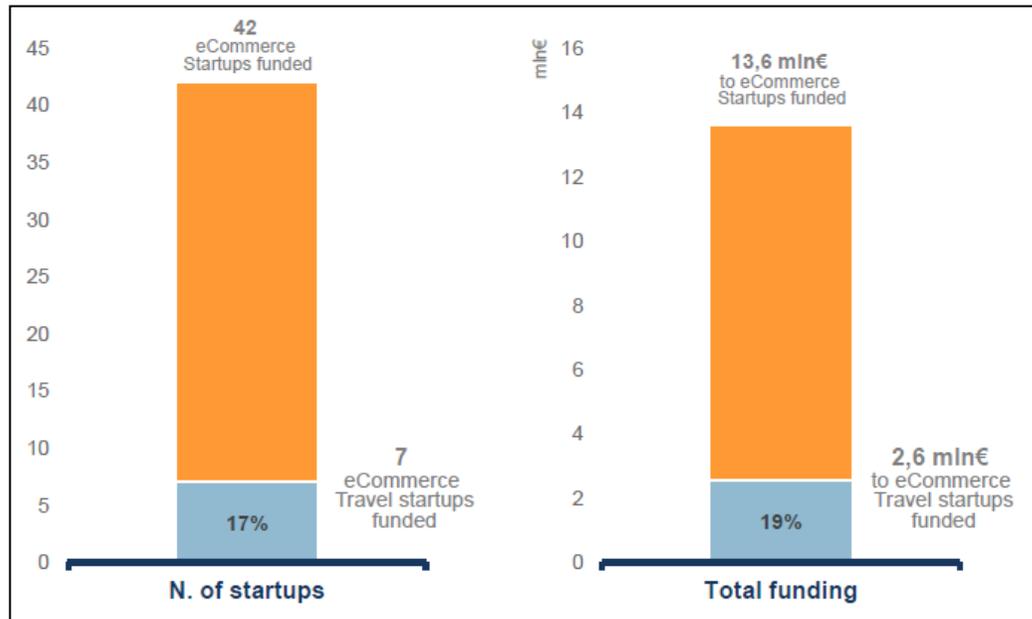
**Venduta a Expedia  
Per 250M€**

## ANNI 2000 – VOLI LOW COST



**Quotata a Ginevra  
698M di franchi svizzeri**

## ...eppure, in Italia, gli investimenti in start-up di travel e-commerce sono limitatissimi



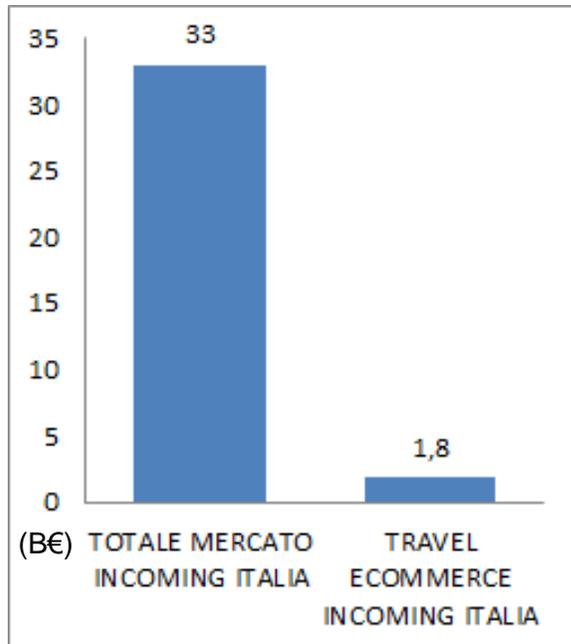
- Negli ultimi 2 anni sono stati investiti 220M€ in start-up tecnologiche
- il 6% degli investimenti è andato in start-up e-commerce (42 deal)
- l'1% in start-up di travel e-commerce (7 deal per un totale di 2,6M€)
- nel resto del mondo sono state finanziate 165 start-up di travel e-commerce con mediamente 11M € di fondi ciascuna

**In Italia vi sono ancora ampie opportunità d'investimento seed in questo mercato**



È una delle 7 start-up italiane che è stata finanziata

## ...nonostante il mercato incoming Italia sia in continua crescita...



- Il mercato incoming Italia vale 33B€ ed è in crescita (+6%)
- L'incoming Italia intercettato da operatori e-commerce «Italiani» vale 1,7B€, in continua crescita (+10%)
- Il 75% dell'incoming e-commerce è relativo a vendita di biglietteria di voli e treni
- Solo il 12% dell'incoming e-commerce è dato dalla vendita di prodotto experience per un valore complessivo di 180M€

**Il prodotto experience venduto dagli operatori italiani di incoming travel è solo l'1% del totale nonostante sia il prodotto sul quale l'Italia ha un evidente vantaggio competitivo**

..e la nuova frontiera sia il prodotto experience di cui l'Italia è leader mondiale.

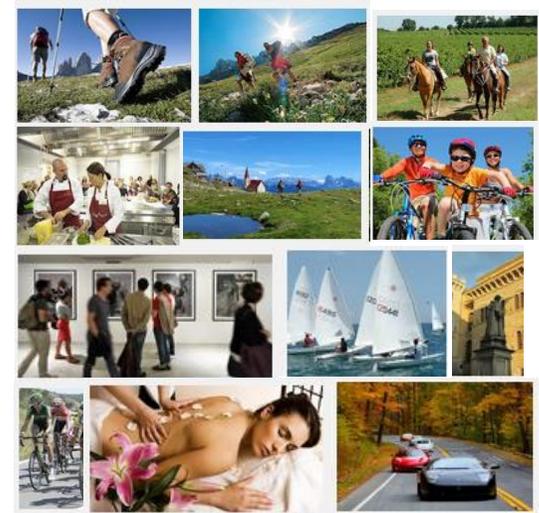
### ANNI 90 - HOTEL



### ANNI 2000 – VOLI LOW COST



### NOW – PRODOTTO EXPERIENCE



La nuova frontiera è il prodotto experience per il quale l'Italia è destinazione TOP al mondo (EXPO)

**Per vincere la sfida intendiamo focalizzarci sul travel e-commerce...**

---



**...e adottare un modello d'investimento aggregante..**



**Intendiamo investire solo in start-up travel e-commerce  
fortemente sinergiche e complementari**



## ... facendo leva su partnership strategiche e servizi centralizzati.



- Infotech, software house e ISP, ci ha messo a disposizione una piattaforma tecnologica funzionante di creazione e distribuzione dinamica del prodotto experience in modalità marketplace. Grazie ad essa siamo in grado di ridurre al minimo il time to market, i rischi tecnologici, ed i costi di approvvigionamento del prodotto



- Con Netcomm, il consorzio degli operatori e-commerce Italiani, stiamo creando un Etravel District che coinvolga big players in un attività di facilitazione e accelerazione dedicate alle start-up del settore in modo da ridurre i costi generali ed operativi



- Abbiamo individuato e coinvolto alcune start-up nella creazione del eTravel District che stanno già collaborando sul primo canale attivo sul sito di Opodo



**Abbiamo già attivato alcune partnership strategiche ed altre ne attiveremo con l'obiettivo di ridurre i costi di set-up e go to market e mettere le start-up in condizioni di raggiungere il punto di pareggio con i soli fondi seed**

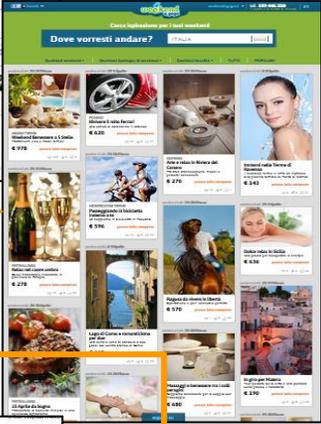
# Ad esempio: il marketplace riduce il time to market e i costi di setup e operativi...



Il marketplace permette alle start-up di approvvigionarsi in modo collaborativo di prodotto travel experience e di distribuirlo in modo personalizzato



Grazie al marketplace ogni start-up risparmia 2M€ di investimenti e almeno 18/24 mesi di sviluppi



## **Il programma prevede investimenti per 5M€ in start-up di travel e-commerce.**

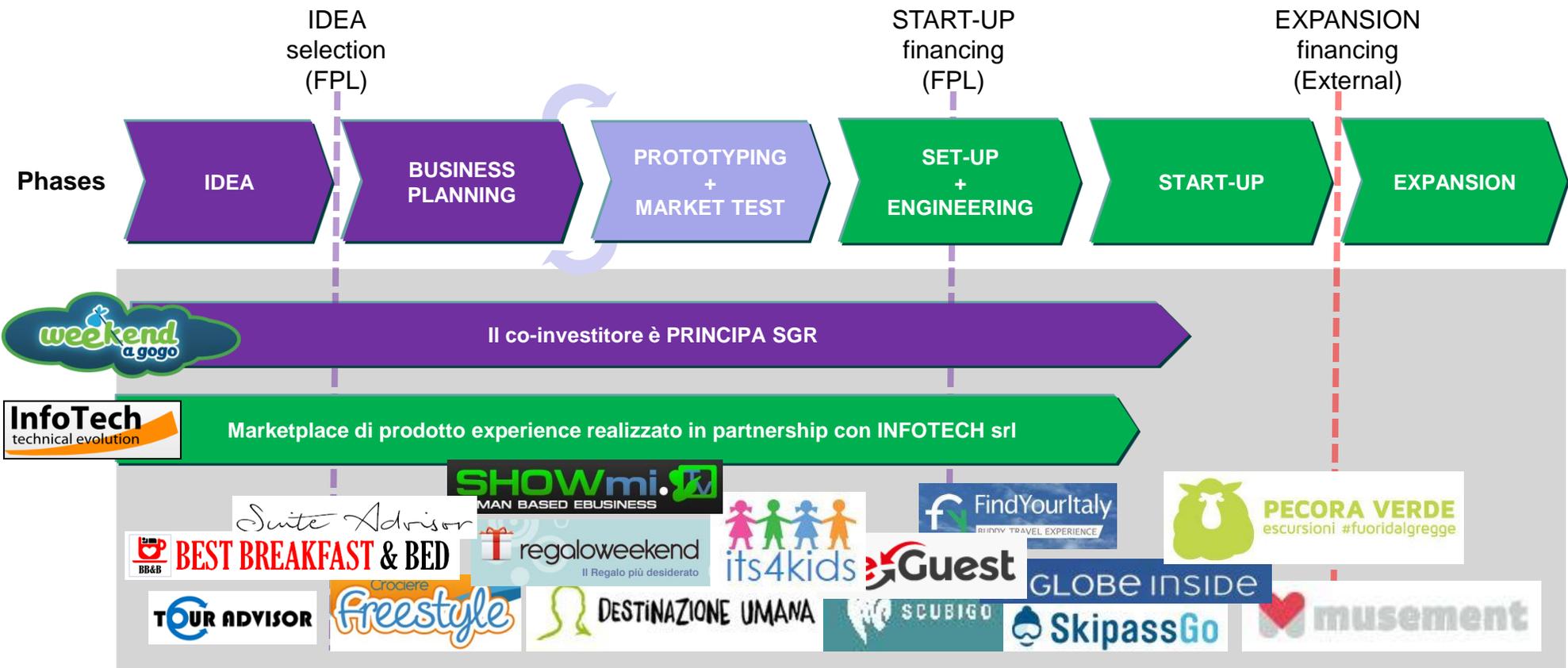
---

- 2M€ ripartiti in 10 seed deal da 200k€ ciascuno in co-investimento
- 2M€ ripartiti in 4 deal da 500k€ ciascuno in co-investimento
- 1M€ management, riserve per follow on e servizi centrali
- Investiremo in sole start-up di travel e-commerce
- preferibilmente focalizzate sull'incoming Italia
- in particolare quelle che possano beneficiare delle sinergie e delle economie di scala date dal far parte del marketplace (ITUP.it) e dell'eTravel District



**Il nostro modello d'investimento di tipo industriale riduce il rischio di non trovare una way out ed anche che gli asset tecnologici si disperdano in caso di fallimento di una start-up**

# Abbiamo fatto i primi test di co-investimento e altri sono in pipe line.



**Abbiamo un deal flow privilegiato e rapporti consolidati con tutti i migliori startupper del settore**

# Sintesi finale degli elementi distintivi del nostro approccio all'investimento seed



**Innovazione e creatività ma soprattutto esperienza nel settore**



**Focalizzazione** sul travel e-commerce che in Italia cresce del 16% ed ha un potenziale di 50B€. In particolare miriamo al prodotto experience di cui L'Italia è leader al mondo



**Aggregazione** di start-up di travel e-commerce complementari ed in forte sinergia tra loro.



**Integrazione e condivisione** degli asset tecnologici di back end e di funzioni gestionali in modo che gli start-upper possano concentrarsi sull'azione marketing e commerciale



**Partnership** ad ogni livello. In particolare partnership strategiche che riducano gli investimenti necessari a far raggiungere il punto di pareggio con i soli fondi seed.



**Co-investitori** sia istituzionali (Fondi Regionali, Fondo italiano etc) che di angels esperti in travel e-commerce che collaborino attivamente al successo delle start-up. soprattutto



**Valore della holding operativa.** L'approccio industriale e aggregate ha come possibile way out la cessione o quotazione come gruppo d'impresе integrate e attive nel travel e-commerce.

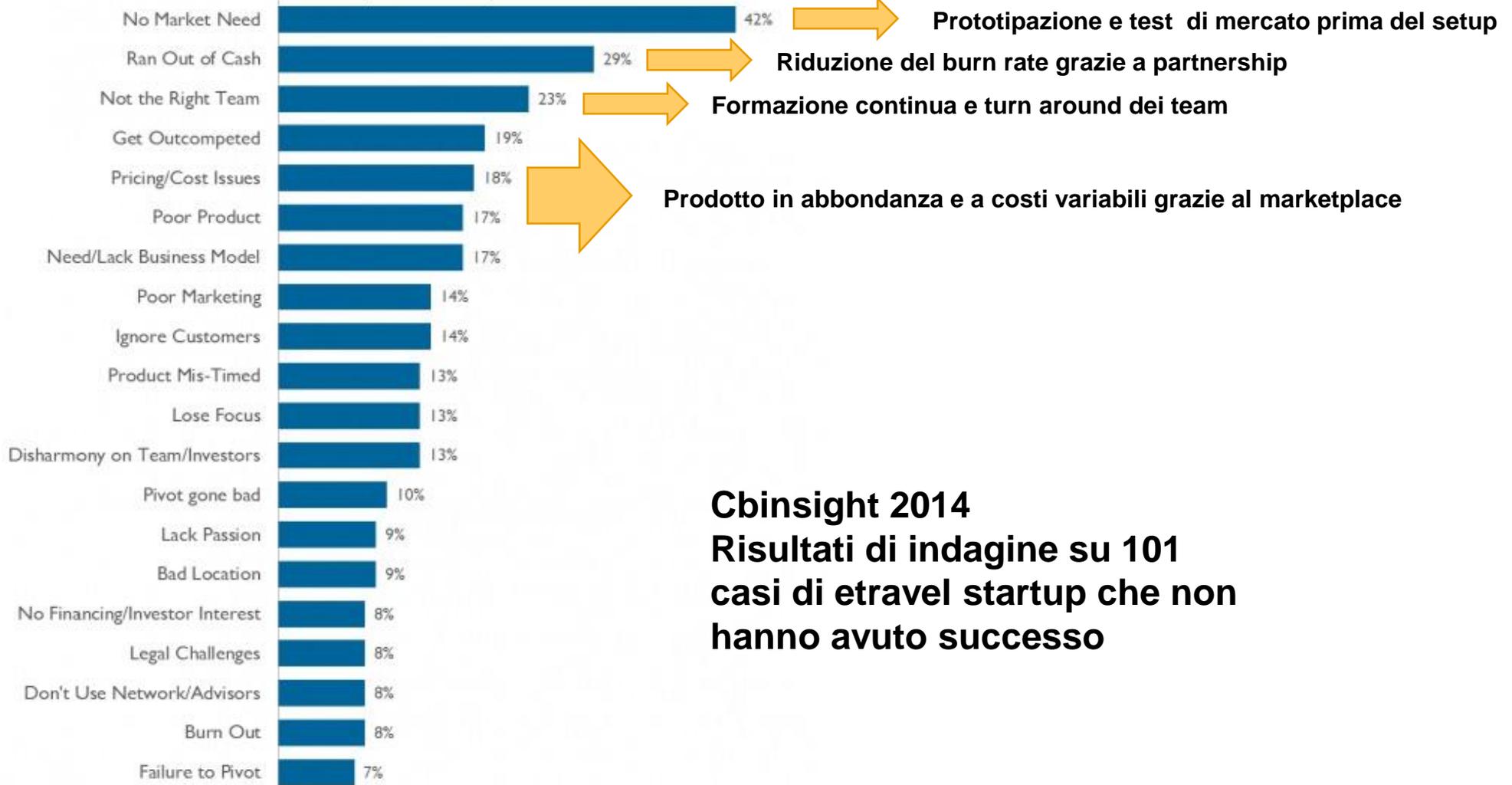


**Meno rischi e più possibilità di successo in un mercato ad altissimo potenziale.  
Sicuramente tra i più promettenti in assoluto per l'Italia**

# Stiamo facendo tesoro del fallimento di altri che ci hanno preceduto

## Top 20 Reasons Startups Fail

Based on an Analysis of 101 Startup Post-Mortems



**Cbinsight 2014**  
**Risultati di indagine su 101**  
**casi di etravel startup che non**  
**hanno avuto successo**

# *FastPrototyping* Lab

*Prima dell'idea, oltre la start-up*

**PROFILO DI ALCUNI DEI  
WORKING INVESTORS DEL LAB  
CON MAGGIORE ESPERIENZA  
NELL'ETRAVEL**

INCONTRO ALPITOUR

Torino, 19 marzo 2015



# Working Investors con esperienza nell'etravel



## Andrea Elestici amministratore unico

Consulente strategico prevalentemente nel settore turistico. Precedentemente Vice-President di ValuePartners SpA per l'area ebusiness consulting; Fondatore e Amministratore Delegato di IdeaUP (ebusiness creativity Lab); Socio fondatore e Chief Marketing Officer di Inferentia (di cui ha curato la quotazione ora Fullsix); CEO di Milano Finanza Service. Fondatore di MuseoVivo e Art&Mass.



## Antonio Procopio, socio fondatore di weekendagogo

Attualmente sono responsabile di alcuni progetti per il gruppo BravoFly-Rumbo e investo in start-up tecnologiche. Ho conseguito a pieni voti il titolo di Bachelor in Information Technology presso il Cefriel del Politecnico di Milano in seguito ho conseguito diverse specializzazioni. Mi considero un e-business activator con competenze di business unite ad un background tecnologico. Nel 1997 ho creato la Next System, società altamente tecnologica dedicata allo sviluppo software in ambito etravel, diventata poi nel 2000 NewMedia Solutions con la quale abbiamo sviluppato il motore voli di volagratis che poi è diventata nostra socia. Sono investitore e fondatore di alcune startup italiane tra cui intarget group, weekendagogo, siamo soci.



## Carmela Magno socia fondatrice di weekendagogg

Sono laureata all'Alma Mater Studiorum di Bologna in "Economia e Marketing". Nel 2010 ho iniziato a seguire la fase di prototipazione e sviluppo tecnologico di Scontinando.it fino alla sua attuale evoluzione in Garanteasy. Nel 2013 ho partecipato alla creazione ed allo sviluppo di Weekendagogo.it fino a diventarne community manager e socia ia del progetto.



# Working Investors con esperienza nell'etravel



## Roberta Marchioro socia fondatrice di weekendagogo

Ho una decennale esperienza nella tour operating FITprima presso Cisalpina Tours Spa e poi in Boscolo Tours dove per circa 5 mi sono occupata della business unit Boscolo Gift fino a diventarne responsabile. In tale ruolo gestivo 14 collaboratori e coordinato tutte le attività di approvvigionamento prodotto e marketing multicanale (GDO, Agenzie di viaggio e Web). Attualmente sono



## Letizia Orsini socia fondatrice di weekendagogo

Sono laureata in Economia ho iniziato la mia carriera in aziende del mass-market quali Nestlé, Reckitt&Colman e Danone. Nel 1998 ho gestito il lancio della prima compagnia low cost in Italia e, successivamente, l'acquisizione da parte di EasyJet. In seguito mi sono occupato di altre compagnie low cost internazionali assumendo vari ruoli e nel 2008 ho pubblicato, per Hoepli Editore, il saggio "Volare low cost - La rivoluzione del trasporto aereo". Recentemente ho fatto lo start-up di LetsBonus Italia in qualità di country manager ed ho creato i primi weekend-coupon che sono diventati uno dei prodotti di maggior successo commerciale e più copiati dai concorrenti.



## Francesco Errico

Dopo qualche anno in giro per il mondo, nel 2000, grazie alla mia esperienza in Business and Travel Management, vengo coinvolto nel lancio una start-up nell'offerta di servizi, comunicazione e soluzioni media tailor made nel settore della navigazione turistica che in pochi anni si posiziona come leader europeo, o almeno così ci piace ricordarla. La mia ultima avventura è una startup che si chiama pecoraverde una start-up dedicata alle escursioni.

## Working Investors con esperienza nell'etravel



### Pietro Ferraris

Sono fondatore e CEO di map2app recentemente acquisita dal gruppo BravoFLY azienda in cui sviluppiamo soluzioni per creare mobile apps di qualità a costi contenuti e in tempi rapidi. 400 apps pubblicate in 20 mesi sono il nostro primo risultato. Sono uno dei fondatori dell'Associazione Startup Turismo. In precedenza sono stato CEO e founder di Econoetica Srl, azienda che fornisce soluzioni WiFi a oltre 1000 strutture ricettive. Sono un imprenditore, amo sperimentare e testare prodotti e modelli di business. Iterare e trovare soluzioni. Ho una laurea in ingegneria delle telecomunicazioni e, tra la laurea e le startups ho lavorato due anni in una multinazionale francese in area marketing come product manager.



### Matteo Pomi

Attualmente sono CMO di musicmach. Ho acquisito una vasta esperienza commerciale a livello strategico creando e sviluppando la strategia di acquisizione clienti per diverse aziende di alto profilo. Nella mia ultima esperienza ho incrementato la mia esperienza nello sviluppo di canali di acquisizione di nuovi clienti e nuovi prodotti. Le mie specialità sono: Creazione e sviluppo la strategia di marketing; Creazione della strategia Adv&Media (Off & On line); Creazione e sviluppo della strategia del canale on-line e delle attività di web marketing; Creazione di KPI (Key Performance Indicators) per misurare ogni attività di Marketing.

# *FastPrototyping* Lab

*Prima dell'idea, oltre la start-up*

**PROFILO DI ALCUNI DEI  
WORKING INVESTORS DEL LAB  
CON MAGGIORE ESPERIENZA  
IN INVESTIMENTI SEED**

INCONTRO ALPITOUR

Torino, 19 marzo 2015



## Working investor con maggiore esperienza in investimenti seed



### **Lorenzo Brenta, co-fondatore del Fastprototypinglab**

Sono laureato in ingegneria civile a City University (Londra) ed ottenuto un Master in Business Administration presso Columbia University (New York). Ho occupato posizioni di responsabilità in fondi di Private Equity negli Stati Uniti ed in Inghilterra, fino a diventare Director di Advent International a Londra e poi a Milano. Mi sono dedicato a creare e sviluppare holding di investimento in settori specifici, quali quello del marketing via Web (nel '98 ho fondato il primo Internet incubator italiano) e della distribuzione di prodotti alimentari all'HoReCa. Attualmente sono partner di Parsec Finance e mi occupo di Merchant Banking.



### **Dario Caleffi**

Sono un senior executive internazionale con 25+ anni di esperienza in vari settori, quali il farmaceutico, l'agro-chimico, tabacco, CPG (consumer packaged goods) e telecomunicazioni, e con una profonda conoscenza in varie aree quali ICT, Project Management, Business Planning, Operations e Supply Chain Management. Dal 2007, Dario sono un Business Angel internazionale che investe in start-up con un alto potenziale di crescita alle quali fornisce competenze nel management e supporto mettendo a disposizione la sua rete di contatti. Sono partner di Go-Beyond LTD (Early stage investing specialists), ed sono responsabile della selezione delle imprese, oltre a essere attualmente concentrato nello sviluppo di Go Beyond nel mercato Italiano. Faccio parte nel Consiglio di Amministrazione di IBAN (Italian Business Angel Network).



## Working investor con maggiore esperienza in investimenti seed



### **Francesco Mantegazzini**

Sono laureato all'Università Commerciale Luigi Bocconi ed ho un Master in Corporate Finance, International Project Finance. Mi considero un pensatore “fuori dal coro”, lungimirante, problem solver, esperto multi settoriale, onesto e affidabile. Concentrato sulla creazione di valore con abilità nello sviluppo del network sociale. Le mie specialità sono: Business Development , Investimenti in Startup, Advanced Corporate Finance e acquisizioni, Business Planning, Business Analysis, WACC Analysis, Modellazione finanziaria. Sono stato Investor Relator di Telecom Italia e del gruppo ilsole24Ore.



### **Elizabeth Robinsons**

Sono Laureata in Phi Beta Kappa presso il Wellesley College nel 1977, nel 1979 ed ho conseguito il Master of Science in Ingegneria Chimica presso il Massachusetts Institute of Technology e nel 1982 il Ph.D. in Biotecnologia, sempre al MIT presso il quale ho ricoperto anche i ruoli di Visiting Scientist, Instructor e Post Doctorate Research Associate al MIT. Possiedo un'ampia esperienza nello sviluppo e licenza di prodotti farmaceutici innovativi. Sono co-fondatrice di NicOx e Relivia. Precedentemente ho ricoperto vari ruoli in:Layline Genomics, Recordati, Di Consultant, Techint Engineering Company, Genzyme (1985-1988). Faccio parte di IAG e socia dei diverse “portfolio companies”. Infine sono membro della Commissione Fulbright in Italia e membro del Steering Committee Fulbright BEST



# IN TOTALE SIAMO:

- 3 advisor
- 4 avvocati
- 3 commercialisti
- 5 consulenti
- 10 imprenditori
- 4 investitori
- 5 manager
- 4 VC



• 38 WORKING INVESTOR

## Contatti

---



**Andrea Elestici**  
andrea@elestici.com  
+39 3355799536