



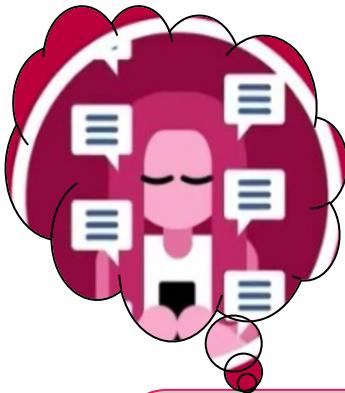
**Winker**  
La prima app di Live Dating



# PANORAMICA



# LA NUOVA FRONTIERA



## IL DATING ONLINE

- ∞ date match da casa
- ∞ chat aperte

+

≡

Pochi incontri organizzati

Mesi di chat con zero appuntamenti senza sapere chi c'è dall'altra parte dello schermo?



Non conosci mai nessuno di interessante nei locali che frequenti?

## IL LIVE DATING

- date match sul luogo
- chat aperte

+

≡

Incontri immediati



vs



Luogo

Inverte gli schemi:  
**"Utilizzo della tecnologia per incontrarsi più facilmente nella vita reale"**

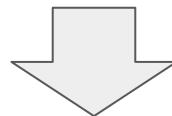
**Scopri** dove vanno i single della città e **ricercali** sull'app quando ti trovi nello stesso posto per fare subito nuovi **incontri reali**



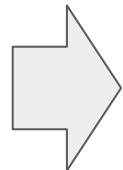
# CHE COS'È WINKER?

“ESCI. INCONTRA.”

La nuova frontiera del Dating



Aggregatore di single nei  
luoghi della città



La prima  
app di  
Live Dating



Guida per i single in città



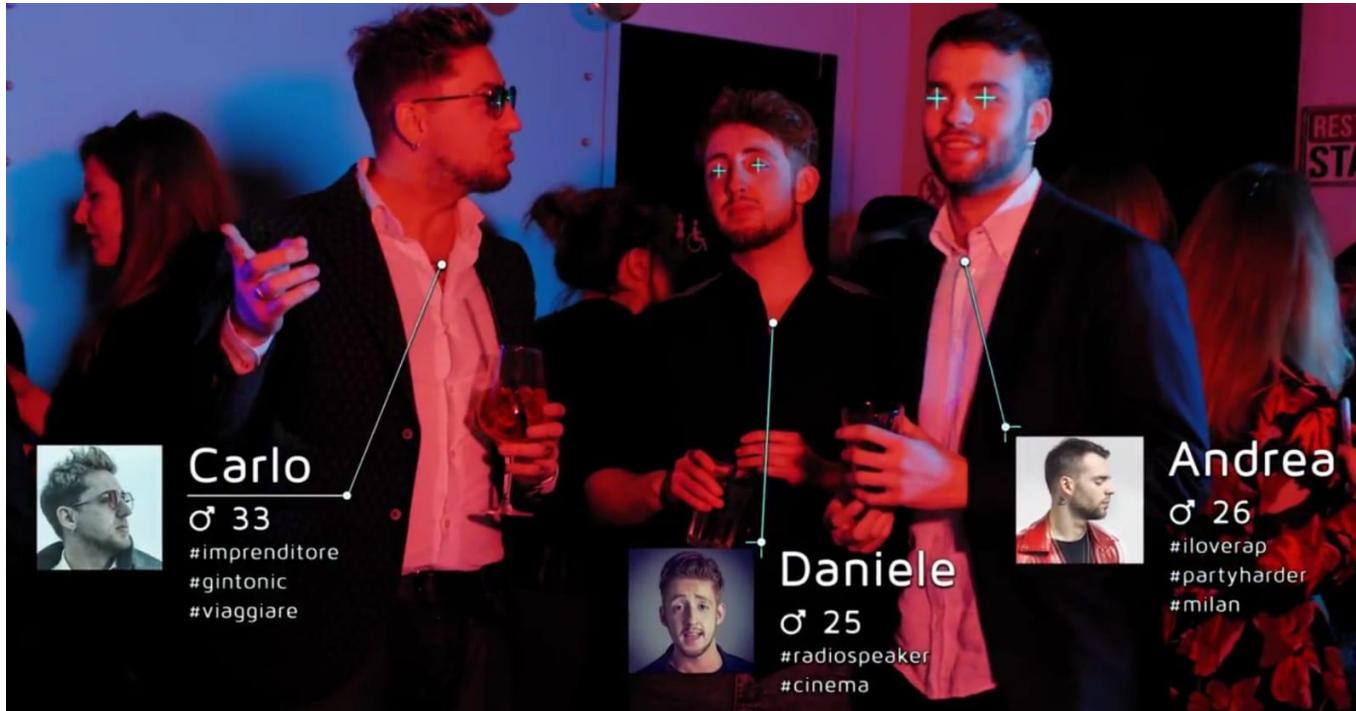
# I NOSTRI PUNTI DI FORZA

## INNOVAZIONE

Offerta di un servizio innovativo che consente la geolocalizzazione circoscritta in luoghi e locali della città

## PRATICITÀ

Di avere a portata di mano una guida dei posti più frequentati dai single in città



## UTILITÀ

Abbattimento del distanziamento sociale grazie alla connessione digitale "real time" fra gli utenti all'interno del posto in cui si trovano

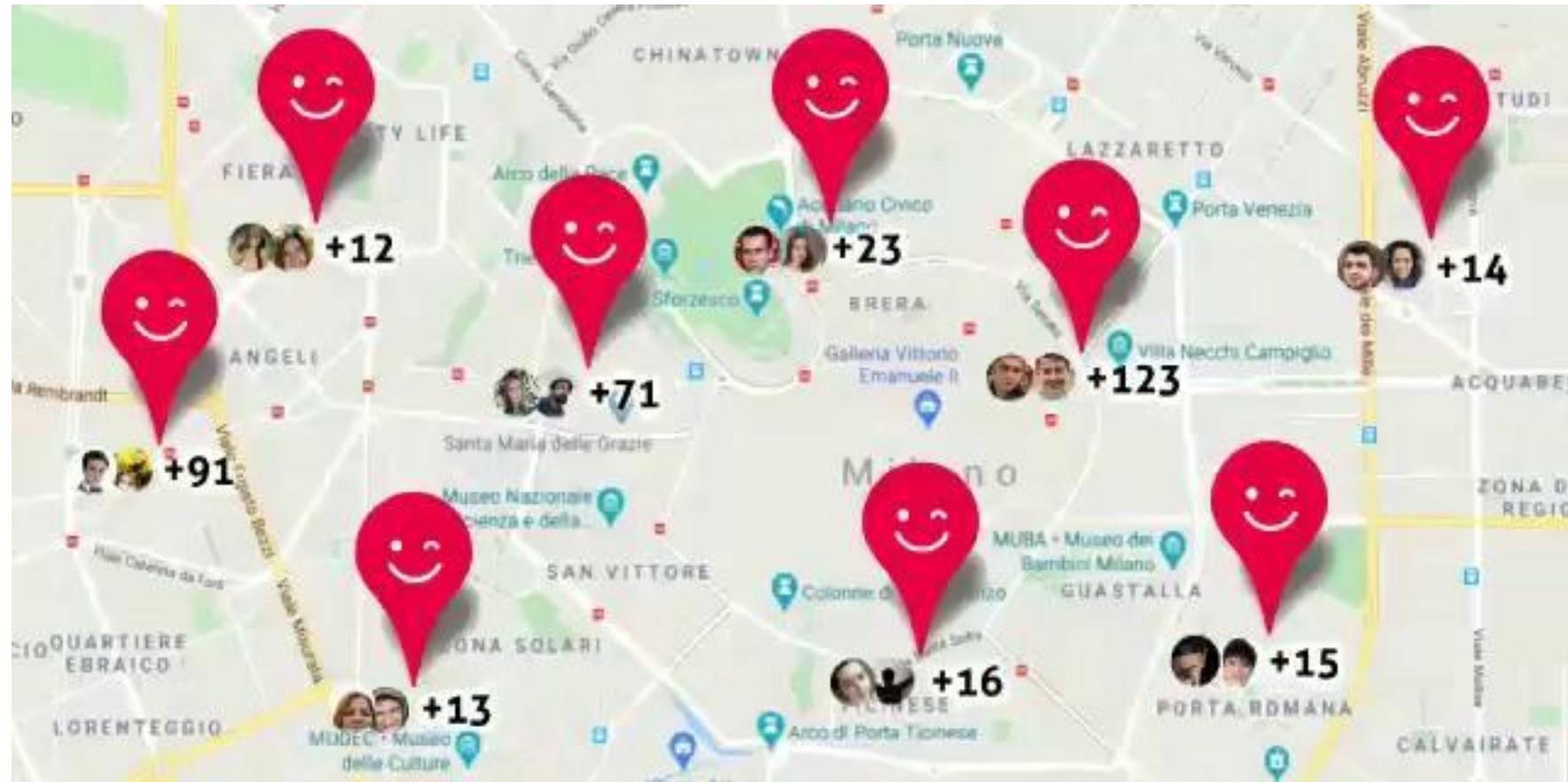
## GARANZIA

Garanzia di conoscere solo persone vere nel posto in cui ci troviamo



# COME FUNZIONA

Grazie a Winker l'utente, con pochi semplici click, può scoprire i posti (c.d. "Datespot" es. luoghi, locali, eventi ecc) più frequentati dalla community e quelli in cui ha ricevuto più occhiali, raggiungerli e scoprire i match con gli altri winkers presenti per fare subito nuovi incontri

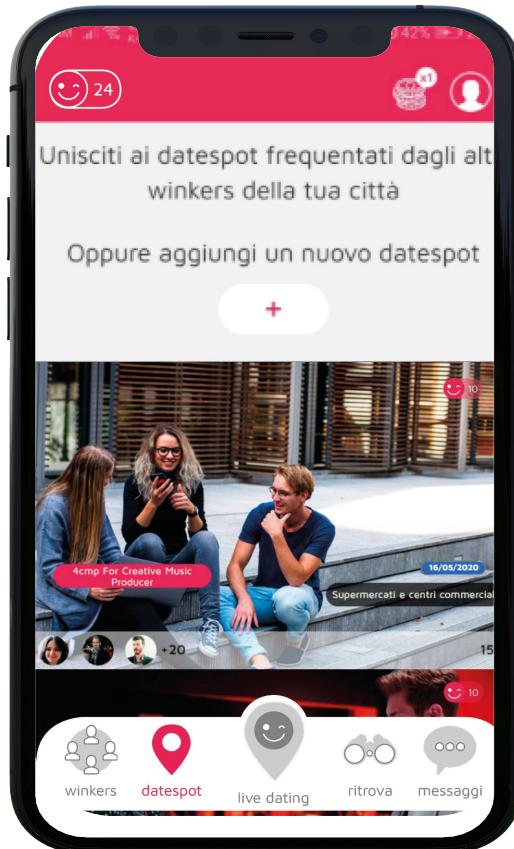




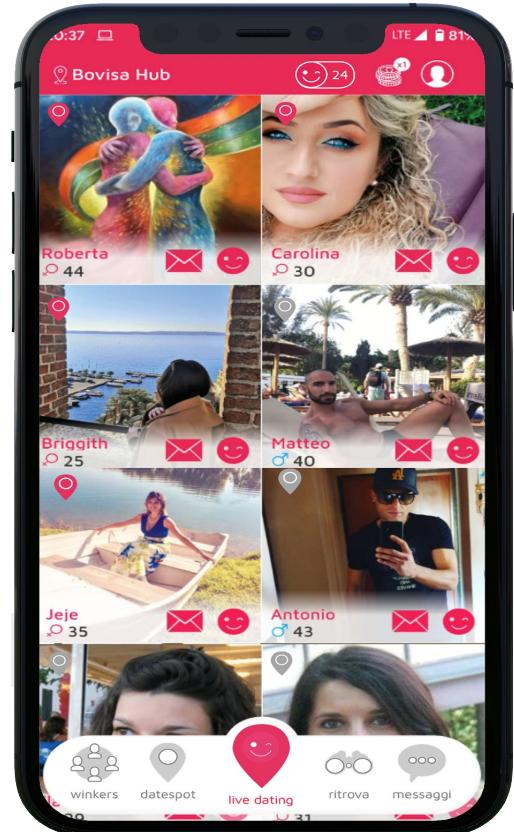
# WINKERS IN CITTÀ E LIVE DATING



Fai swipe up e scopri  
**dove vanno** gli altri  
single della città



Scopri i datespot  
dove hai ricevuto più  
**occhiolini**



Raggiungi il datespot  
e scopri i tuoi match!

Connettiti **in live dating**  
al datespot con gli altri  
utenti presenti

Invia un wink o un  
messaggio a un altro  
utente



FAI SUBITO UN  
NUOVO  
INCONTRO!



# E IL GIORNO DOPO...

Puoi rimediare subito  
**ritrovando** i winkers  
nei datespot dove sei  
stato



Pensi di esserti perso  
qualcuno di  
interessante?

Invia un wink o un  
messaggio a un altro  
utente

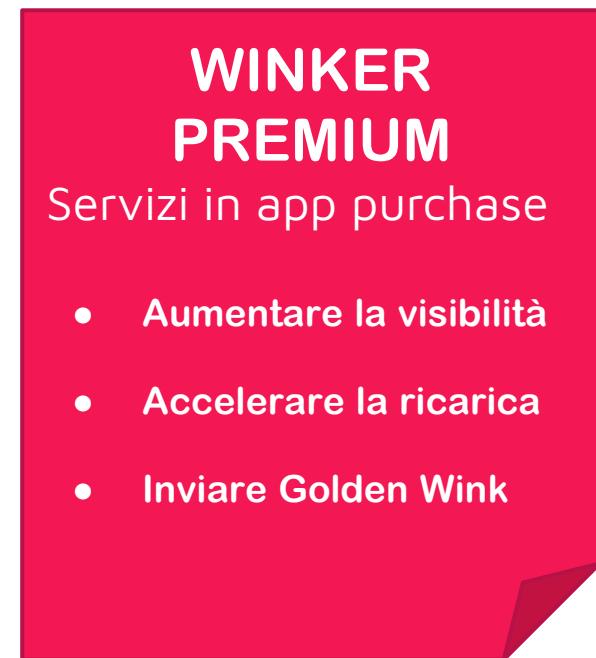
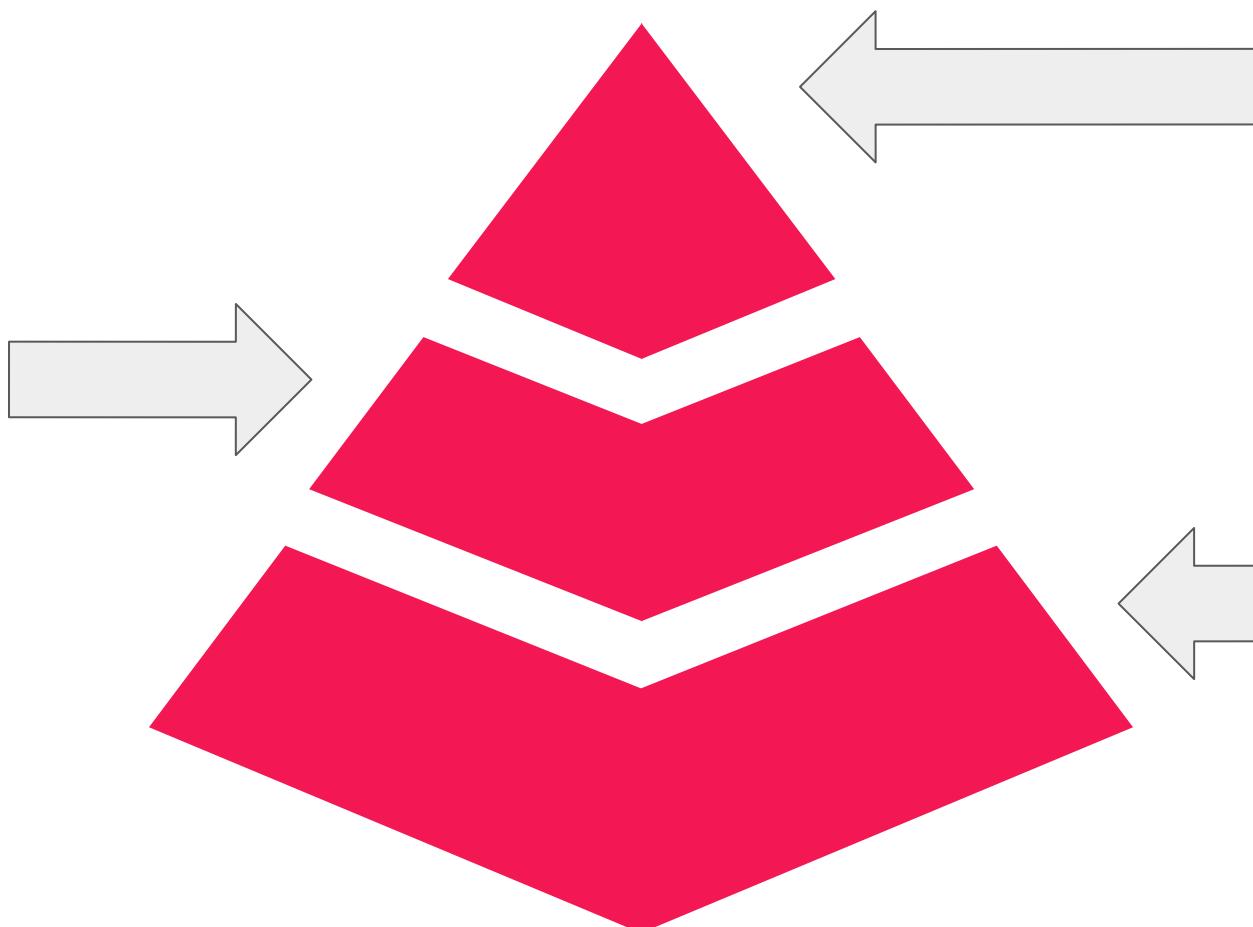




# BUSINESS MODEL E LEVE DI REDDITO

Siamo l'unica app di dating con un doppio modello, B2C + B2B.

Il piano di industriale è a carattere piramidale finalizzato ad occupare il mercato del dating sia inizialmente in relazione al consumatore finale sia in relazione all'utente business





# SERVIZI IN APP PURCHASE & BUSINESS

## UTENTE FREE

- Hai a disposizione subito 10 wink coin gratuiti
- Hai finito i tuoi wink coin e devi attendere una ricarica per inviare un wink o una chat ad un nuovo winkers
- Puoi creare o unirti a nuovi datespot e iniziare a fare swipe up fra gli altri profili

## UTENTE PREMIUM

- Aumenta la visibilità, ottieni 3 wink coin quotidiani per ogni giorno da premium member
- Acceleri la ricarica e invia subito wink e chat a nuovi winkers
- Invia golden wink quando fai swipe up fra gli altri winkers

## UTENTE BUSINESS

- Aggiungi o inserisci il tuo locale/evento e mettilo in bacheca
- Metti in evidenza il tuo locale/evento a tutti gli winkers
- Fai sapere dei tuoi eventi a tutti i winkers, richiedi il servizio newsletter e di notifiche push



# TIMELINE FINO A OGGI

**Costituzione Startup  
Innovativa**  
Gennaio 2018



**Prelancio sul mercato**  
Febbraio 2019



**Campagna Brand  
Offline**  
Aprile 2019



**Versione Beta**  
Novembre 2018



**Fundraising 42K**  
Marzo 2019



**> 10 partnership  
nei principali locali  
milanesi**  
Febbraio 2020



# LA PARTNERSHIP COMMERCIALE



Abbiamo firmato una partnership commerciale strategica con il brand “Silent Emotion”, uno dei principali service cuffie per eventi Silent Disco in Italia.

La collaborazione che ha dato origine al nuovo format: “Social Silent Disco” in cui i partecipanti, tramite l'app, possono interagire tra loro durante l'evento mentre ascoltano la musica in cuffia.

<http://www.silentemotion.it/social-silent-disco/>

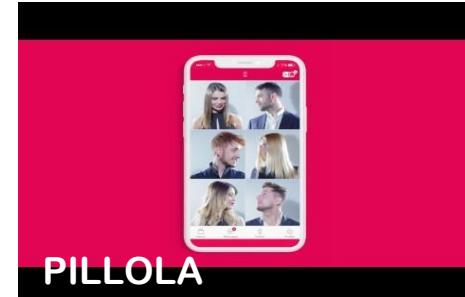
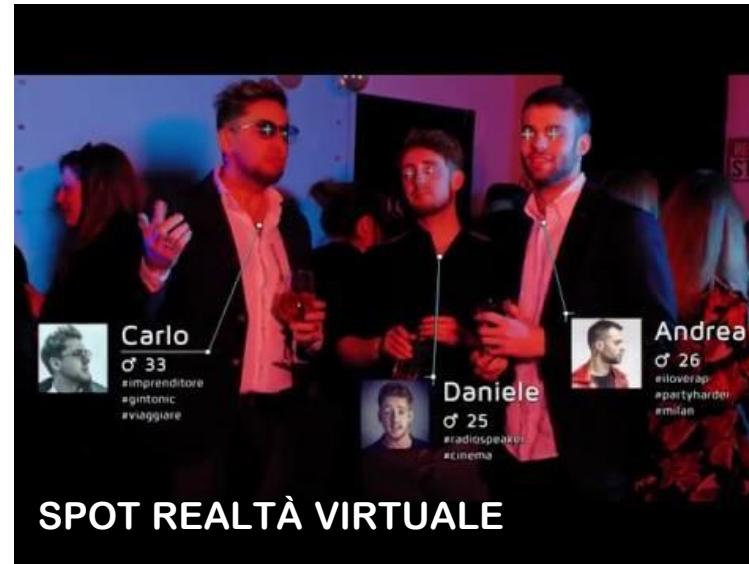


# WINKER NEL 2019





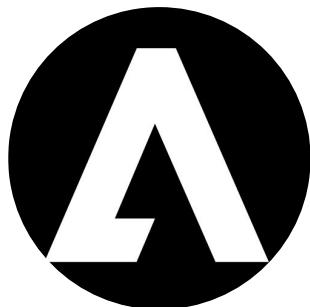
# WINKER NEL 2019





# HANNO LAVORATO CON NOI

Ci siamo inseriti nella vasta rete della movida milanese (e non solo), stringendo accordi di partnership promozionale con i principali locali ed eventi della città





# DICONO DI NOI

**TRA&TECH**

Magazine di Tecnologia e Innovazione

"Per tutti i single andare al supermercato a fare la spesa, grazie a Winker, non sarà più la stessa cosa..."

**VIRGILIO**

"L'App tramite geolocalizzazione si connette automaticamente all'Esselunga, e all'interno della bachecca si potranno visualizzare in tempo reale tutti gli altri utenti presenti in quello stesso momento"

**ANSAit**

"La Silent Disco si fa social per abbo... "

**Libero Quotidiano.it**

Una app per gli incontri nel supermercato di Papiniano

## Il giovedì l'anima gemella si trova all'Esselunga

**FEDERICA ZANIBONI**

■ Se vi è mai capitato di immaginare un incontro romantico al supermercato - sguardi che si incrociano oltre il banco degli ortaggi, o mani che si sfiorano nel tentativo di afferrare uno stesso pacco di pasta - adesso sarà ancora più facile renderlo realtà. Il supermercato in questione non poteva es-

sere altri che l'Esselunga di viale Papiniano - il supermercato dei single per eccellenza -, dove il giovedì sera è possibile trovare l'anima gemella. Ma prima ancora di incrociarne lo sguardo tra gli scaffali o in fila alla cassa, si incrocerà il suo profilo su Winker, un'applicazione di incontri che verrà in aiuto per un primo contatto.

Infatti, una volta effettuata

l'iscrizione a Winker e aver creato il proprio profilo, basterà recarsi all'Esselunga di zona Sant'Agostino il giovedì sera, tra le 19 e le 20. Automticamente l'app si connetterà, tramite geolocalizzazione, all'Esselunga, e all'interno della "bachecca" sarà possibile visualizzare in tempo reale tutti gli utenti presenti (...)

segue ➔ a pagina 37

**STARTUP news**

"L'app di incontri che sta rivoluzionando il mercato dei locali milanesi..."

**L'Arena**  
IL GIORNALE DI VERONA

"La Silent Disco si fa social per abbo... "

**RTL®  
102.5**



# VISION



# VISION

Winker a partire dal 2020 punta a scalare il mercato per posizionarsi fra le **app di dating più popolari**, con il vantaggio di offrire all'utente un servizio **unico e complementare** a quello dei competitors



**Posizionarsi** come la prima app di dating con un doppio modello B2C e B2B

**Un prodotto che guarda al futuro** e alle nuove generazioni, sempre più alla ricerca di novità e tecnologie applicate alla vita reale

**Facilità di avere utenti fidelizzati** grazie all'unicità del servizio

**Facilità di replicare il modello** in un mercato in forte crescita, specie nelle città più popolose dove la domanda è molto forte



# I NOSTRI CLIENTI

Winker soddisfa efficacemente i bisogni e le criticità tipiche dei propri clienti: consumatori in cerca d'incontri e di esperienze di qualità nella vita reale (B2C) ed esercenti nell'industria del divertimento e del beverage (B2B)

## BISOGNO E CRITICITÀ

1. **La tecnologia applicata alla vita reale**
  2. **Basta chattare, quando ci incontriamo?**
  3. **Vivere l'essere single con leggerezza!** uscire di casa per fare nuovi incontri senza rimanere sul divano a chattare
- 
- A. **Migliorare la domanda e l'affluenza** per il locale/evento
  - B. **Raggiungere un target mirato** facilmente fidelizzabile
  - C. **Posizionarsi in maniera competitiva** aumentando la fama e la notorietà del locale

PER  
L'UTENTE

## SOLUZIONE WINKER

1. **Geolocalizzazione circoscritta** nel locale/evento in cui ci troviamo
  2. **Fare subito nuovi incontri** con altri single presenti nel locale/evento in cui ci troviamo
  3. **Una guida a portata di mano** dei locali e degli eventi maggiormente frequentati dai single della città
- 
- A. **Una leva** per portare l'utente dall'online all'offline
  - B. **Offrire un'esperienza socialmente innovativa**
  - C. **Feedback e dati raccolti** di target e abitudini della clientela

PER  
L'ESERCENTE



# TARGET B2C

Ci rivolgiamo ad un pubblico vasto, popolare, facilmente fidelizzabile e scalabile, che nel tempo può generare un fatturato ricorrente. Il profilo sociale del nostro target è single verticale e comprende un ampio margine di età, interessi e status con prevalenza verso i giovani e le nuove generazioni

## DEMOGRAFIA

18-24  
STUDENTI  
UNIVERSITARI  
party harder

25-40  
GENERAZIONE Y  
giovani lavoratori e  
professionisti

OVER 40  
forever young

## PROFILO

Nuove generazioni sempre  
attente alle nuove  
tendenze per utilizzare  
meglio la tecnologia nella  
vita reale

Giovani lavoratori e  
professionisti che hanno  
vissuto in prima persona il  
cambiamento tecnologico

Alla ricerca di nuove  
avventure

## CAPACITÀ DI SPESA

Bassa

Buona

Ottima

## TEMPO LIBERO

Tanto

Limitato

Poco



# POTENZIALITÀ DI CRESCITA B2B

Il nostro business B2B presenta un alto potenziale di crescita, offrendo un canale unico e diretto per far leva in una community ben definita con un alto tasso di trasformazione online-offline

## VANTAGGI COMPETITIVI PER GLI ESERCENTI



### LEVA DA ONLINE A OFFLINE

I clienti maturano preventivamente la curiosità e la voglia di “**esserci**” per scoprire e ricercare in loco, gli altri utenti e vivere nuove esperienze e nuovi incontri reali



### OTTIMIZZAZIONE DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE E FIDELIZZAZIONE CLIENTI

Grazie alla profilazione degli utenti all’interno del locale o dell’evento è possibile raccogliere dati relativi alle caratteristiche e alle **abitudini del cliente**, per ottenere un’ottimizzazione della campagna e del target di clientela



### NESSUN COSTO DI PR E COMUNICAZIONE

Il locale o l’evento viene promosso all’interno di una **community altamente fidelizzata** che contribuisce ad un miglior posizionamento competitivo

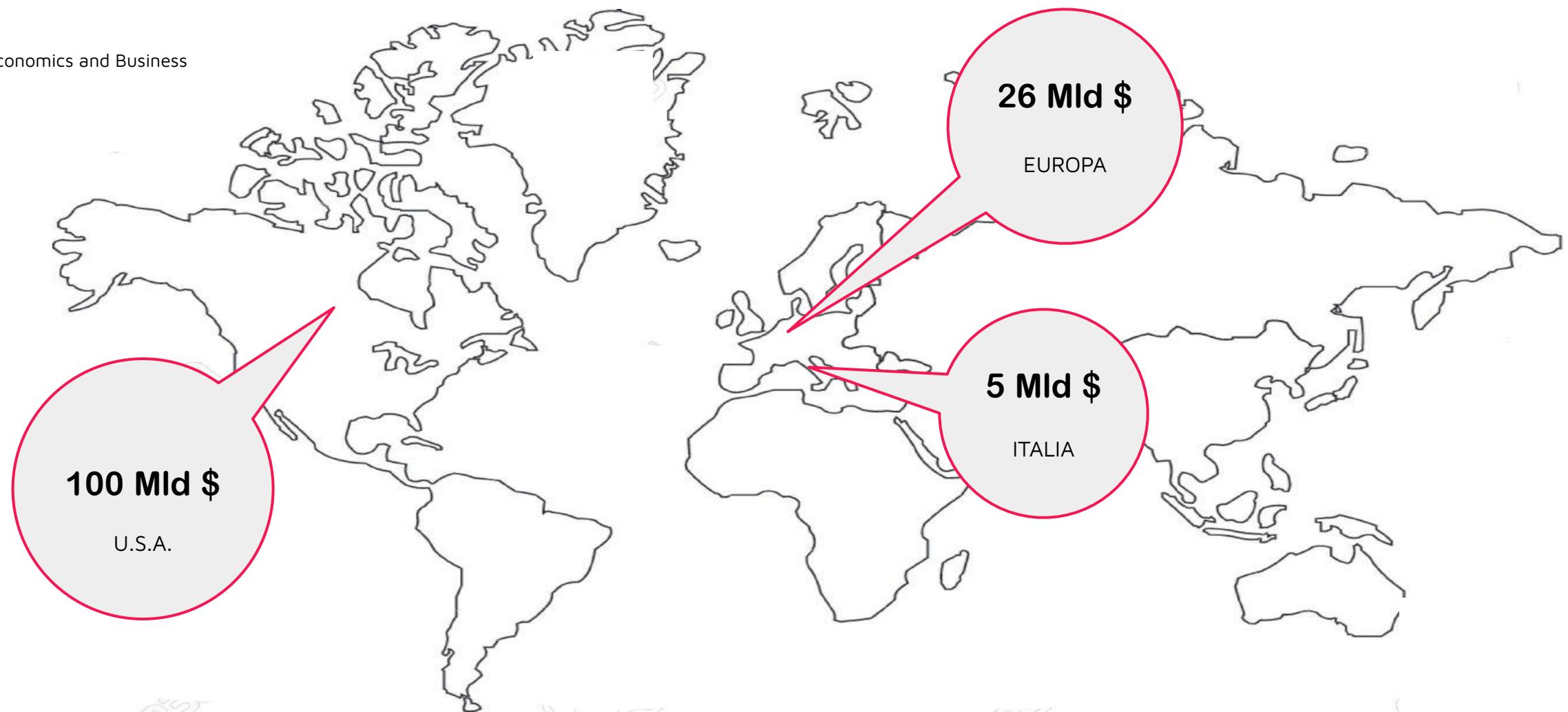


# TUTTO L'ORO DEL DATING

Winker si inserisce verticalmente nel mercato del dating che mostra volumi d'affari importanti, con possibilità di crescita ed espansione del nostro business a livello nazionale, europeo e globale.

Fonte:

Center for Economics and Business  
Research





# HIGHLIGHTS DI MERCATO

Fonte:  
Center for Economics and Business  
Research



## Highligths globale

Tasso  
crescita/anno

3,9 %

% Penetrazione  
utente

6,3 %

## Highligths Europa

3,4 %

9,4 %

ARPU

4,70 \$

6,80 \$

5,14 \$

4° app per spesa in Italia

Utenti

329,3 ML

63,2 ML

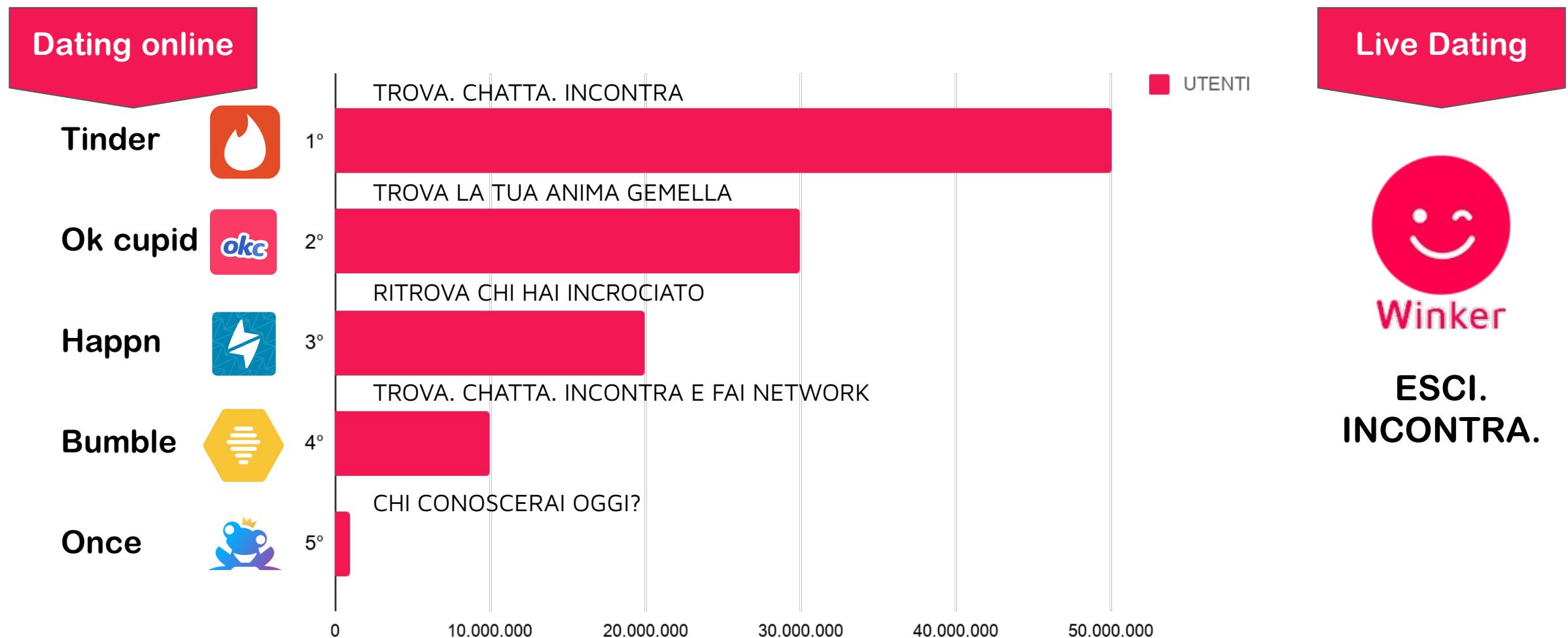
8,9 ML

daters più attivi in Europa



# I COMPETITORS

Le app di dating sono più di 500 nel mondo (a conferma della ricchezza del mercato), ma il nostro punto di forza è quello di **offrire un servizio e un bisogno UNICO e COMPLEMENTARE** rispetto ai players del settore





# DOVE I SINGLE GIOCANO FACILE



1°

**STOCCOLMA**

Ha il tasso più alto di popolazione che utilizza dating app (34%)



2°

**MADRID**

Ha il miglior rapporto uomo/donna (1:2) per l'utilizzo di dating app



3°

**OSLO**

La maggioranza di famiglie è monoparentale (52,9%). Il 31% della popolazione utilizza dating app



4°

**LONDRA**

Ha il maggior n. di match (245 milioni/anno). Il 44% di famiglie monoparentali



5°

**BERLINO**

3,4 Milioni di abitanti della città sono single (51% della popolazione)



6°

**GINEVRA**

Maggior n. di superliked su Tinder.  
E' la città dei migranti di lusso



7°

**PARIGI**

Oltre il 51% è single.  
E' la 3° città per n. di download di dating app



8°

**OXFORD**

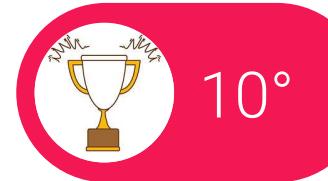
Il 21% della popolazione è universitaria.  
E' la 3° città per n. di match in dating app



9°

**TALLIN**

La città con la migliore crescita demografica annuale.



10°

**LIMERICK**

E' la 2° città più popolare su Tinder

Fonte:

Big 7 Travel

Elaborazione dati 2019: 1) Percentuale di single che vivono in città 2) Numero totale della popolazione 3) Frequenza fruizione dating app 4) Opinioni degli utenti residenti



# PIANO INDUSTRIALE



# ROADMAP

Il modello di Business di Winker è stato lanciato ed è pronto per la fase di posizionamento sul mercato milanese, per poi essere consolidato a livello nazionale ed internazionalizzato



**STARTUP**  
modello di business su  
Milano



**LANCIO**  
del modello di business  
sul mercato Milanese



**POSIZIONAMENTO**  
del modello di business  
sul mercato Milanese



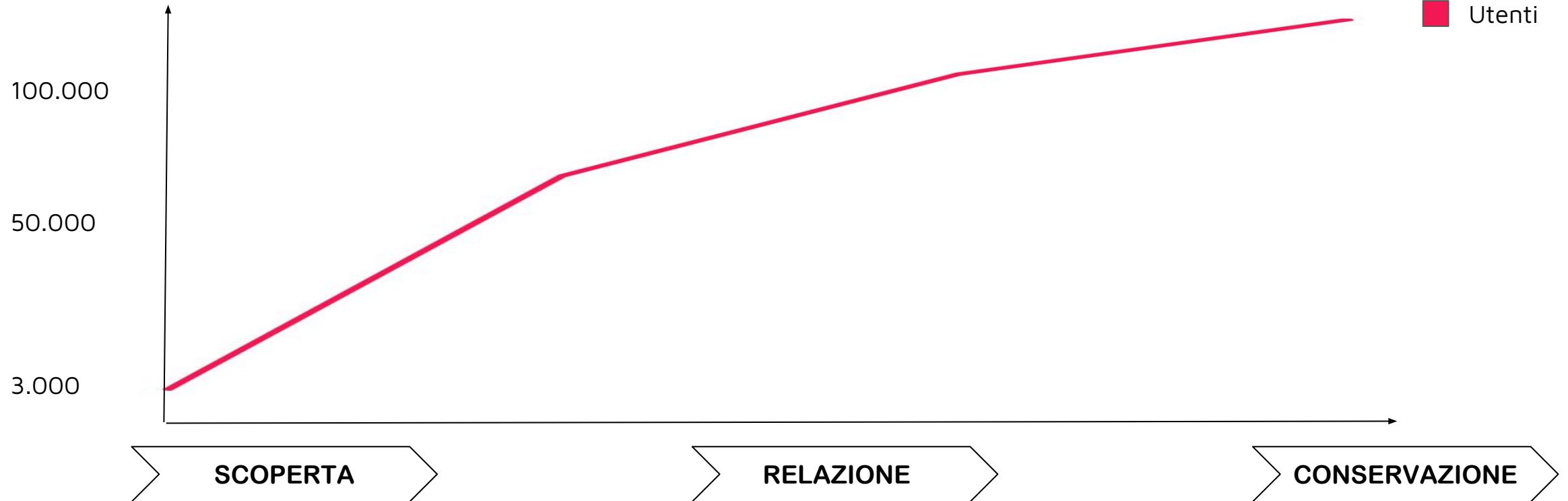
**SCALE UP NAZIONALE**  
del modello di business in  
10 big city italiane



**SCALE UP  
INTERNAZIONALE**  
del modello di Business in  
10 big city europee



# STRATEGIA DI MARKETING IN 3 FASI



**Obiettivo:** Facilità nel salire a bordo

**Contenuti verticali:** Blog, video e attività organiche coinvolgenti

**Chiavi di performance:** numero di iscrizioni e cancellazioni

**Obiettivo:** Costruire relazioni solide

**Contenuti dedicati:** Engagement con gli utenti

**Analisi metriche:** Per la fruizione del servizio

**Obiettivo:** UX sempre più di qualità

**Campagne loyalty:** migliorare profilazione e cross selling

**Analisi profili:** Studio dei comportamenti in app



# WINKER IN VOLO

## Campagna Social Media

- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- Youtube

## Relation Marketing

- Community trigger
- Newsletters
- Guerrilla marketing
- Blog
- Website

## Pubbliche Relazioni

- Partnership strategiche con esercenti ed event planner

## ADS

- Cinema
- Radio
- Mobile store
- Activity social
- Google





**Fase 1: Milano**

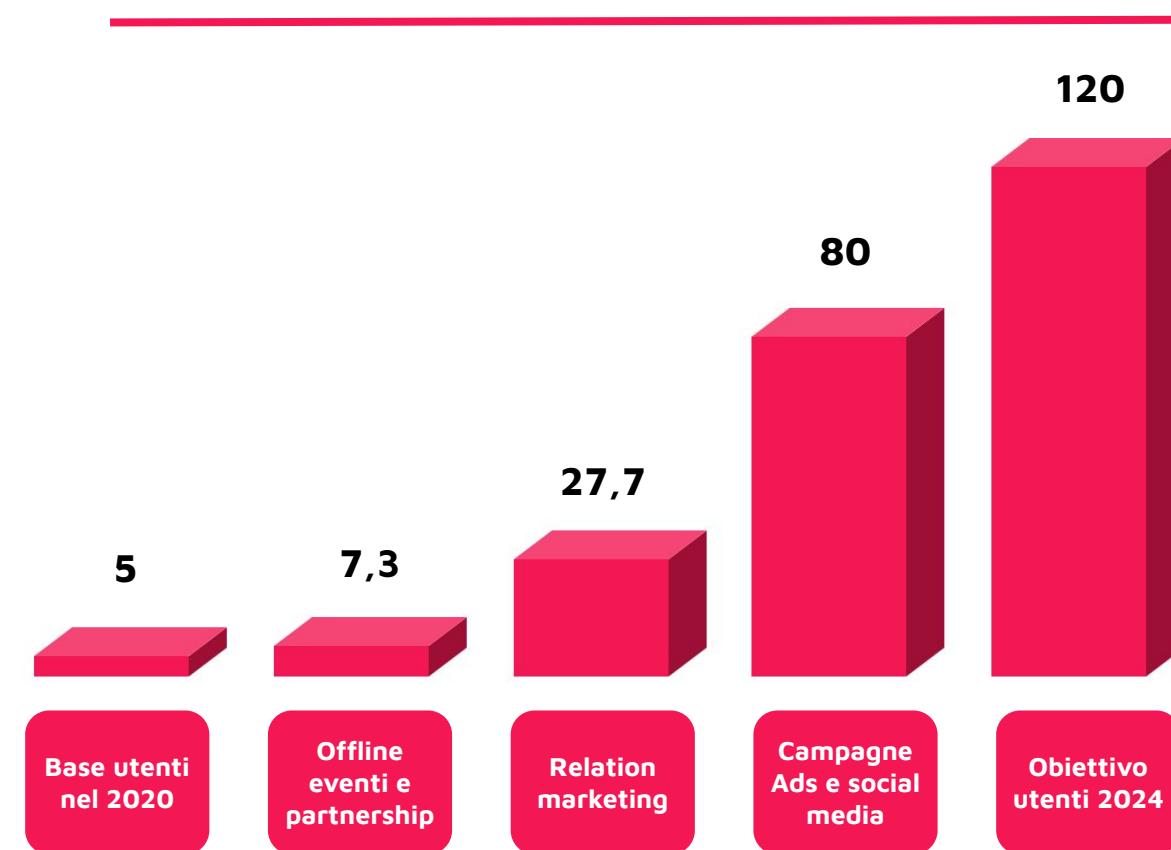
**Fase 2: Scale-Up**



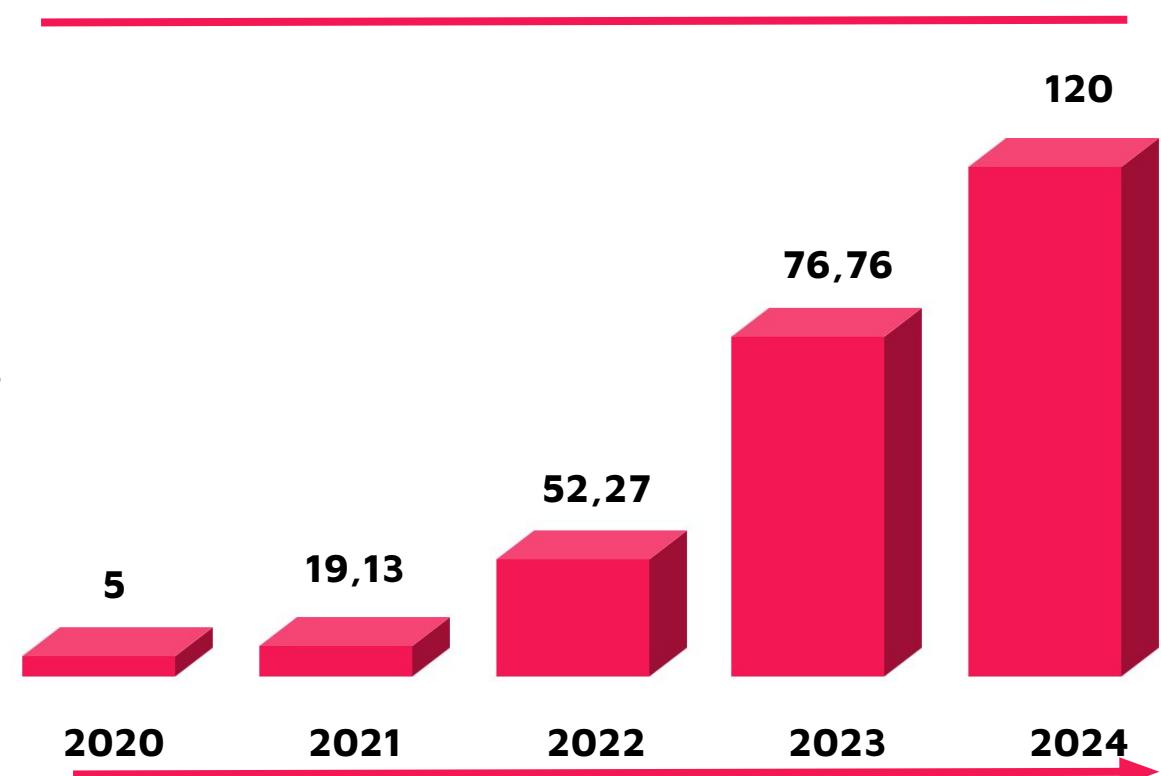
# MILANO: CRESCITA BASE UTENTI

Il piano di lancio su Milano prevede la crescita della base utenti fino a 120.000 nel 2024, mediante strategie e iniziative di marketing che comprendono campagne mediatiche su canali tradizionali (e.g. giornali, radio) e web (e.g. facebook, instagram) e altre attività creative di Relation Marketing.

Leve di crescita base utenti ('000 utenti, 2020-2024)



Evoluzione annuale utenti ('000 utenti, 2020-2024)

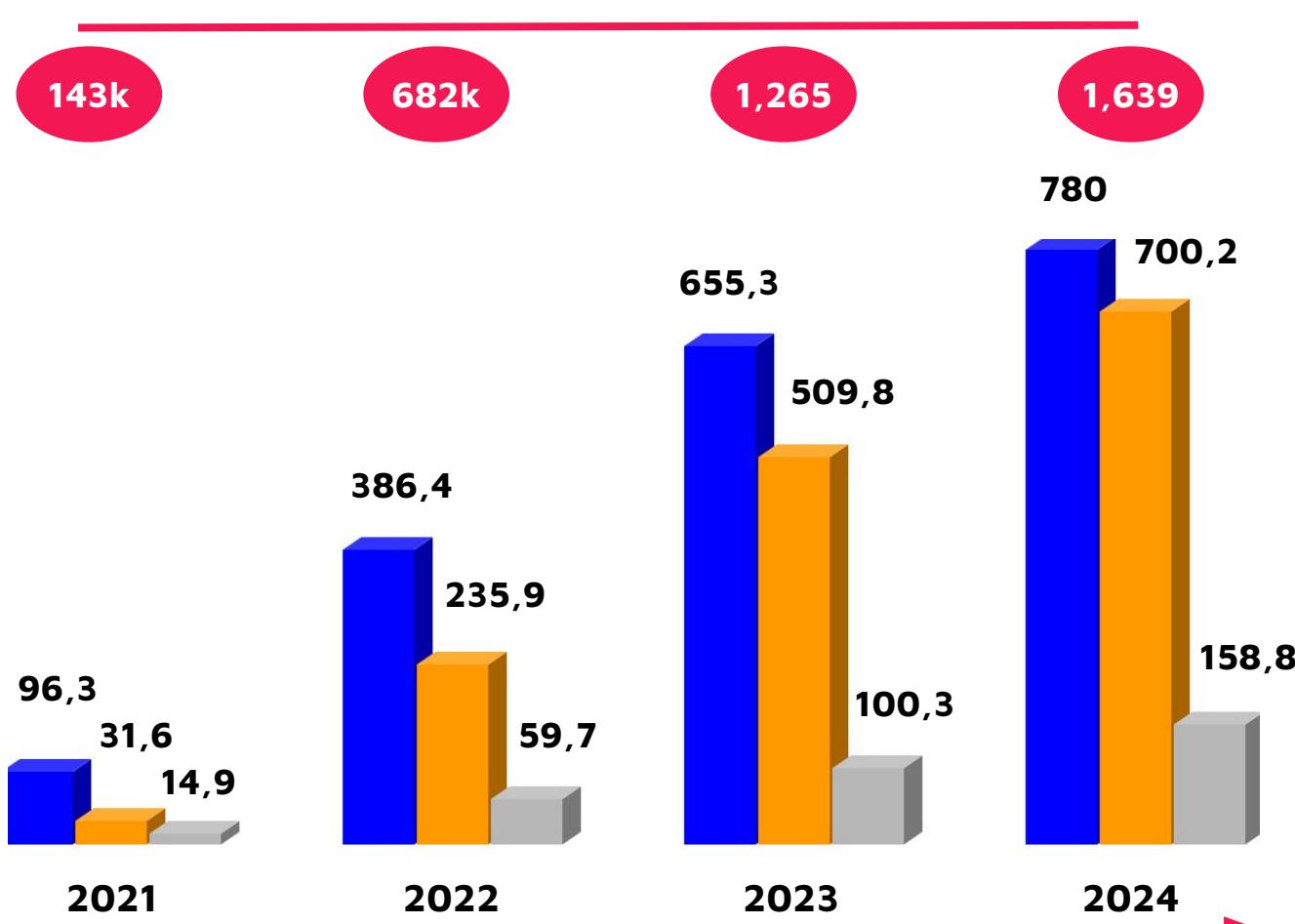




# MILANO: BUSINESS PLAN (1/3)

Il lancio mediatico consentirà di raggiungere un fatturato superiore a 1,5K€ nel 2024 mediante la vendita di abbonamenti ai clienti B2C, unita ad un modello B2B, alla pubblicità in app e alla rivendita dati.

Evoluzione Ricavi ('000€, 2020-2024)



**B2C abbonamenti:** si ipotizza conservativamente in fase iniziale che solo fra il 2,5% e il 5,0% di utenti sottoscriveranno un abbonamento annuale al prezzo di 60€/utente per poi raggiungere un Arpu nel 2024 pari a 6,5€ in linea con il settore di mercato

1

**Pubblicità:** vendita di spazio pubblicitario agli esercenti (utenti business) sulla vetrina Winker, e vendita della pubblicità online sull'app

2

**Profilazione utenti:** vendita di pacchetti di informazioni a clienti B2B relative ai dati ricavati dagli utenti in app

3

NB: Ipotesi di ricavi a regime conservativa:  
Una volta completata l'acquisizione di esercenti e utenti, Winker potrà ulteriormente esprimere il proprio potenziale evolutivo all'App e servizi complementari



# MILANO: BUSINESS PLAN (2/3)

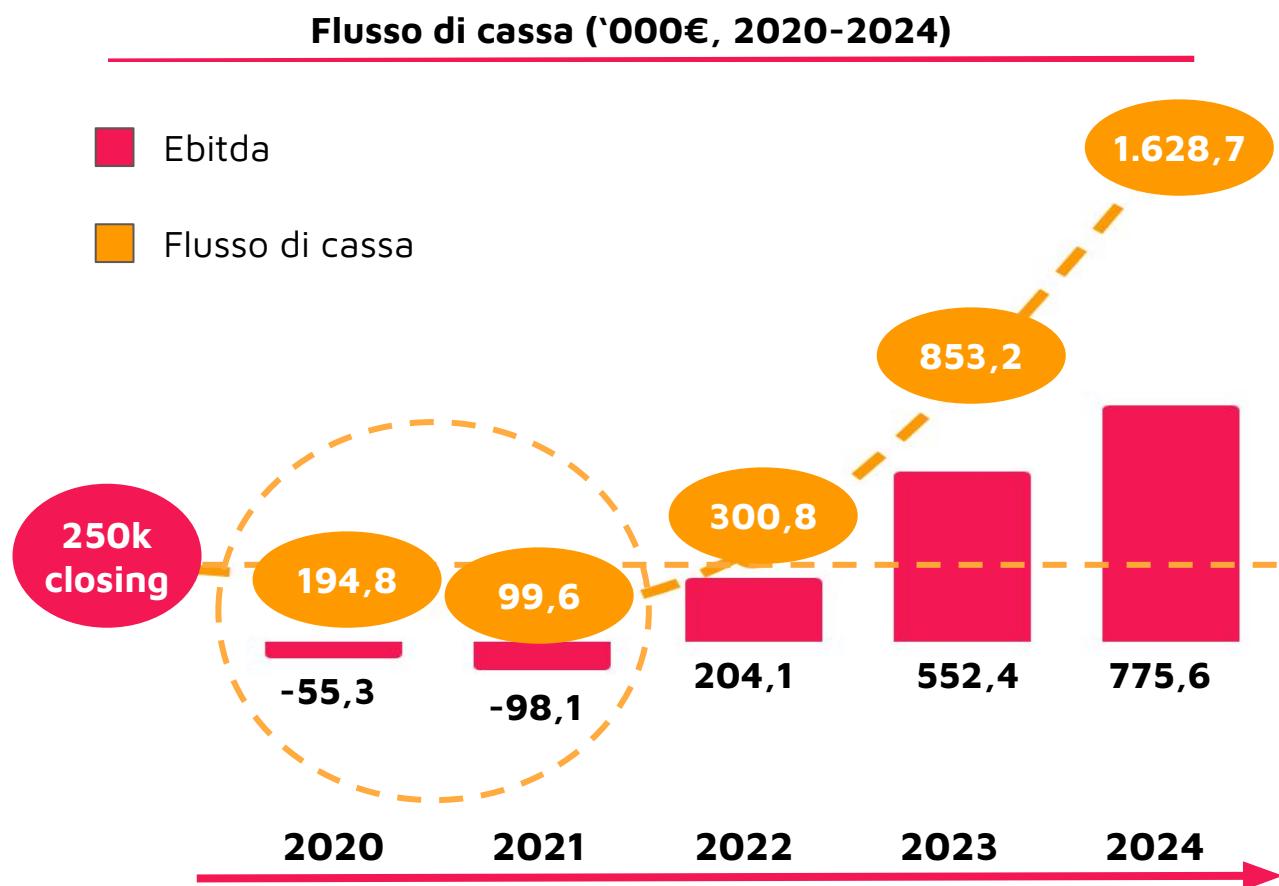
Winker, tramite il solo lancio su Milano, ambisce a raggiungere un EBITDA di ca. 775K€ nel 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Abbonamenti B2C	-	96,305	386,364	655,256	780,000
Pubblicita' e B2B	-	31,598	235,900	509,799	700,248
Profilazione utenti	-	14,989	59,727	100,345	158,765
<b>Ricavi</b>	<b>-</b>	<b>142,892</b>	<b>681,991</b>	<b>1,265,400</b>	<b>1,639,013</b>
Crescita %	-	-	477%	186%	130%
Marketing	(37,981)	(128,063)	(156,933)	(135,927)	(81,351)
CTA	7,60	6,24	3,55	4,16	4,61
<b>Primo margine</b>	<b>(37,981)</b>	<b>14,829</b>	<b>525,058</b>	<b>1,129,473</b>	<b>1,557,662</b>
Margine %	-	10%	77%	89%	95%
Lavoro	-	(90,600)	(293,707)	(544,800)	(744,800)
IT & GDPR	(17,280)	(22,280)	(27,280)	(32,280)	(37,280)
<b>Costi fissi</b>	<b>(17,280)</b>	<b>(112,880)</b>	<b>(320,987)</b>	<b>(577,080)</b>	<b>(782,080)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(55,261)</b>	<b>(98,051)</b>	<b>204,071</b>	<b>552,393</b>	<b>775,582</b>
Margine %	-	-	30%	44%	47%



# MILANO: BUSINESS PLAN (3/3)

Si ipotizza un investimento di almeno 250K€, sufficienti per finanziare la crescita dei prossimi due anni e garantire quindi una generazione di cassa positiva a partire dal 2022



- Previsto aumento di capitale da 250 k€ nel corso del 2020

- Assorbimento di cassa nei primi due anni necessario per sostenere i costi di acquisizione utenti ed esercenti (che genereranno ricavi negli anni seguenti), e per rafforzare la struttura
- La spesa sarà calibrata con prudenza, verificando gradualmente l'efficacia delle campagne di acquisizione e monitorando la crescita della base utenti



**Fase 1: Milano**

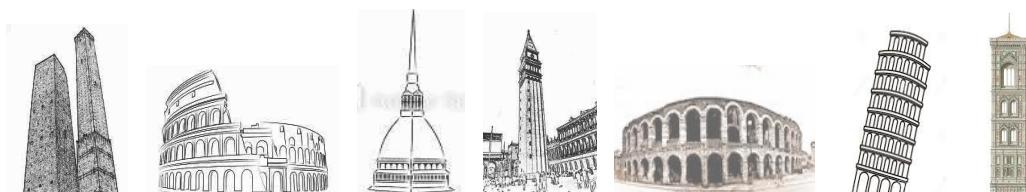
**Fase 2: Scale-Up**



## FASE 2: SCALE UP

Successivamente al lancio sul mercato milanese, e mediante un successivo round di investimento a partire dal 2022, Winker potrà replicare il proprio modello di business sul mercato nazionale ed Europeo nelle città strategiche con il più alto tasso di single e utenti attivi

### ITALIA



Lancio nelle principali città italiane (centri universitari) comprese le più popolate località turistiche

### EUROPA



Lancio nelle principali città europee con la miglior domanda di dating app, tra cui:

- 1) Stoccolma
- 2) Madrid
- 3) Oslo
- 4) Londra
- 5) Berlino
- 6) Ginevra
- 7) Parigi
- 8) Oxford
- 9) Tallin
- 10) Limerick



# FASE 2: BUSINESS PLAN

L'espansione geografica nel 2024 in consentira' di raggiungere un fatturato di ca. 18 milioni di Euro entro il 2026

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Abbonamenti B2C	-	96,305	386,364	655,256	2,057,946	3,673,680	5,717,160
Pubblicita' e B2B	-	31,598	235,900	509,799	2,362,222	4,091,666	5,811,790
Profilazione utenti	-	14,989	59,727	100,345	1,602,756	3,349,692	6,572,700
<b>Ricavi</b>	<b>-</b>	<b>142,892</b>	<b>681,991</b>	<b>1,265,400</b>	<b>6,022,924</b>	<b>11,115,038</b>	<b>18,101,650</b>
Crescita %	-	-	477%	186%	476%	185%	163%
Marketing	(37,981)	(128,063)	(156,933)	(135,927)	(1,531,000)	(3,136,000)	(5,106,000)
<b>Primo margine</b>	<b>(68,049)</b>	<b>14,829</b>	<b>525,058</b>	<b>1,129,473</b>	<b>4,491,924</b>	<b>7,979,038</b>	<b>12,995,650</b>
Margine %	-	<b>10%</b>	<b>77%</b>	<b>89%</b>	<b>75%</b>	<b>72%</b>	<b>72%</b>
Lavoro	-	(90,600)	(293,707)	(544,800)	(1,248,000)	(1,632,000)	(2,592,000)
IT & GDPR	(17.280)	(22,280)	(27,280)	(32,280)	(64,520)	(787,280)	(1,357,280)
<b>Costi fissi</b>	<b>(17,289)</b>	<b>(112,880)</b>	<b>(320,987)</b>	<b>(577,080)</b>	<b>(1,312,520)</b>	<b>(2,419,280)</b>	<b>(3,949,280)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(55.261)</b>	<b>(98,051)</b>	<b>(204,071)</b>	<b>552,393</b>	<b>3,179,404</b>	<b>5,559,758</b>	<b>9,046,370</b>
Margine %	-	-	<b>30%</b>	<b>44%</b>	<b>53%</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>



# VIA PER L'EXIT STRATEGY

Ci poniamo l'obiettivo nel medio lungo periodo di arrivare ad occupare stabilmente il mercato globale insieme ai più forti players del settore

1

IPO (quotazione al pubblico)

2

Acquisizione da una BIG COMPANY nel  
settore dating o eventi (es. Tinder, Eventbrite)

3

Acquisizione da un player finanziario  
(Es. fondo di investimenti)

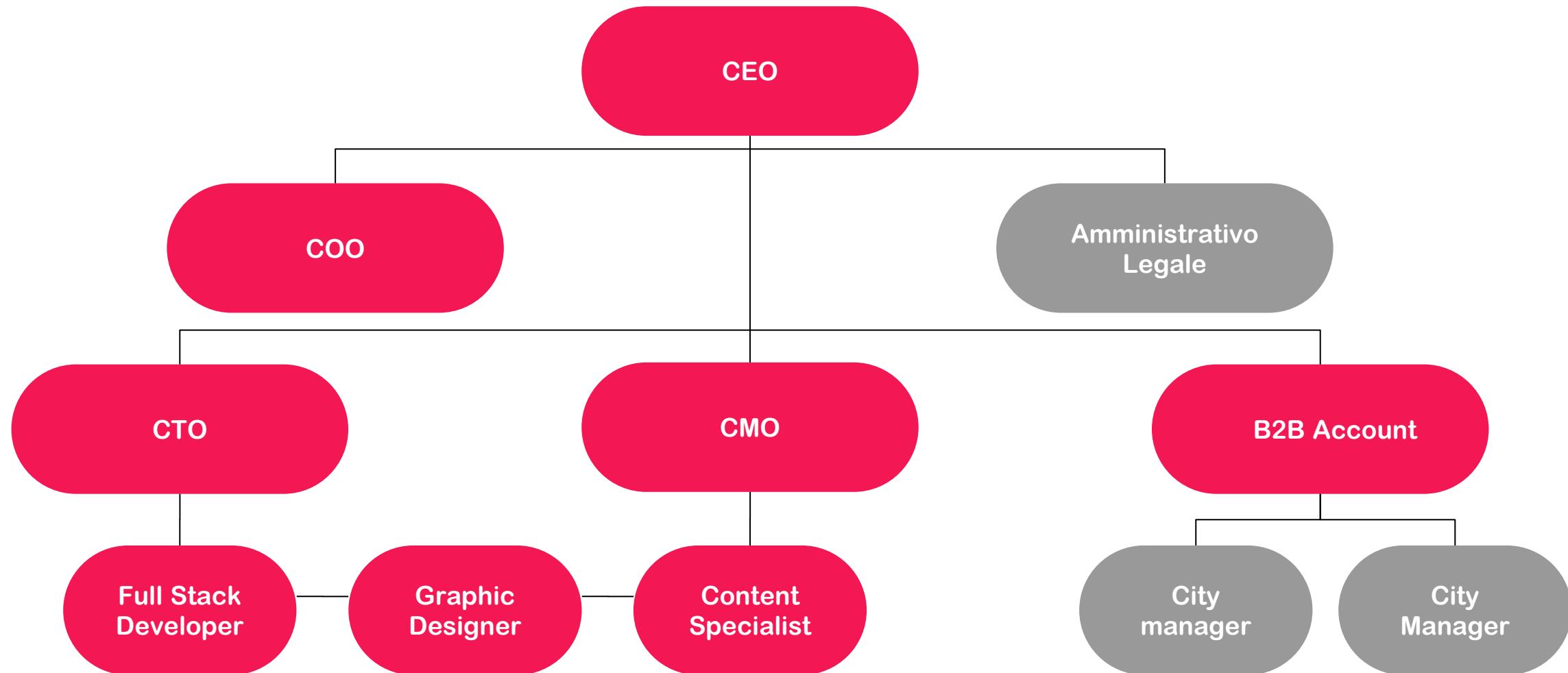


# IL TEAM



# ORGANIGRAMMA PROSPETTICO

La struttura organizzativa di Winker è completa di un team strategico che a seguito dello sviluppo del business verrà rafforzato nelle funzioni chiave per accelerare la crescita





# IL NOSTRO TEAM

Il team di Winker si compone di profili strategici e operativi con competenze ed esperienze complementari, che lavorano sul progetto condividendo una cultura aziendale comune e un forte orientamento ai risultati



**Andrea Pravato**  
**CEO**  
Fiscal & Management  
+5 years



**Matteo Colombo**  
**COO**  
Business analyst  
+5 years



**Alfonso Adduci**  
**CTO**  
Full stack developer  
+5 years



**Guglielmo Corsini**  
**CMO**  
Digital marketer  
+5 years



**Valentina Geminiani**  
**Content Specialist**  
Copywriter & SMM  
+5 years



**Giada Sabbarese**  
**Graphic Designer**  
Digital Designer  
+3 years



**Giancarlo Romano**  
**B2B Account**  
Event Brand Manager  
+5 years



**Paolo Meroni**  
**Editor video graphic**  
Editor video maker  
+5 years

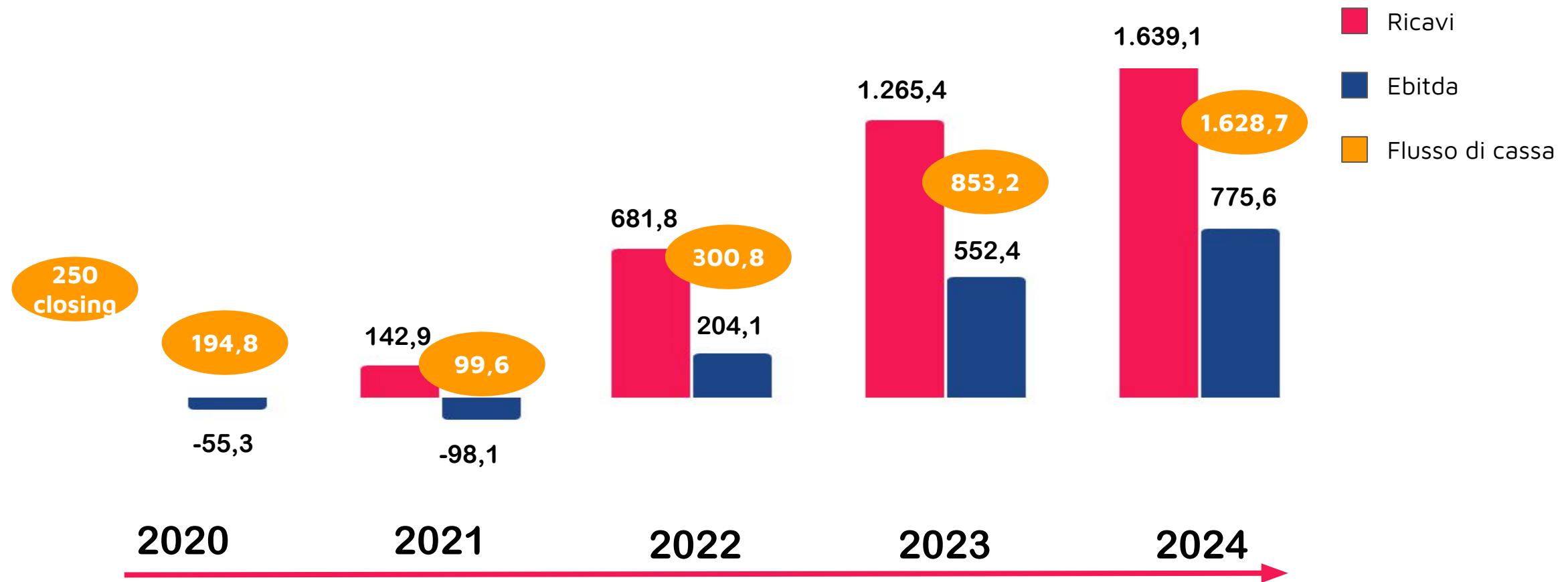


# SEED ROUND



# INVESTIMENTO RICHIESTO

Il Seed Round servirà ad occupare stabilmente il mercato sul territorio di Milano, portando l'azienda a break even nel 2022 e ad un EBITDA superiore al 50% che consentirà di iniziare il processo di SCALE-UP





# PERCHÈ INVESTIRE IN WINKER?

## RIVOLUZIONE

Rivoluziona l'esperienza del dating online applicandolo alla vita reale

## SCALABILITÀ

Il modello di business è facilmente replicabile in un settore profittevole ed in costante crescita esponenziale

## BUSINESS

L'opportunità di moltiplicare il valore dell'investimento: Siamo ambiziosi e determinati a sviluppare tutte le fasi di crescita per arrivare ad occupare stabilmente il mercato internazionale insieme ai più forti players del settore