

SEPT. 2022

SEED ROUND

PAFF PAPER

DOING GOOD DELIVERING BEAUTINESS

MISSION & VISION

"Vogliamo piantare più alberi possibile raccogliendo lo sforzo della collettività. Lo facciamo piantando alberi ogni prodotto c.d. "essential" venduto che, dopo attento studio, riproponiamo in una versione più sostenibile, curata nei dettagli e con un impatto positivo."

Startup info

Paff Company S.r.l.
Via Garibaldi 43, 21047
Saronno, ITALY
www.paffpaper.com
Startup Innovativa dal 1/12/2021



Ing. Pietro Pogliani
Co-Founder
Strategy & Business
pietro@paffpaper.com



Ing. Claudio Maria Basilico
Co-Founder
Partnerships & Operations
claudio@paffpaper.com



PhD Gaël Raymond Guédon
Co-Founder
Tech & Product
gael@paffpaper.com

Funding Round: 200.000€
(Già allocati: 50.000€)
Val. pre-money: 800.000€
Ticket minimo: 10.000€
Investimento detraibile 50%*

IMPIEGO DELLE RISORSE
44% Sales & Marketing
25% HR
25% Stock
6% G&A

Il problema

La carta igienica è uno dei prodotti più utilizzati al mondo, a penetrazione totale nei mercati occidentali.

La carta igienica tradizionale NON è sostenibile!

Ogni anno, solo per la produzione di carta igienica si abbattono:

- **2,5 mln di alberi in Italia**
- 37,5 mln di alberi in Europa
- 133 mln di alberi nel mondo

Il mercato

Il mercato della carta igienica è un mercato maturo ma ancora in crescita.

TAM = € 80 mld (Mondo)

SAM = € 1,2 mld (Italia 2022) / € 1,7 mld (Italia 2025)

SOM (2025) = € 10,7 mln

(ipotizzando una market share del 5% delle vendite online di carta igienica ovvero 0,6% del mercato italiano).

Le vendite online di carta igienica nel 2022 sono pari al 5,5%, si prevede una crescita al 12,6% entro il 2025.

E' un mercato concentrato e poco diversificato, con pochi grandi player e tradizionalmente appannaggio della GDO.

<https://www.qssupplies.co.uk/world-toilet-paper-consumed-visualised.html>

<https://www.statista.com/outlook/cmo/tissue-hygiene-paper/toilet-paper/worldwide#revenue>

*Art. 38 comma 7 del DL 19/05/2020, n. 34: Incentivi in «de minimis» all'investimento in start-up innovative.

La nostra soluzione



Rendere sostenibile il consumo di carta igienica attraverso un nuovo modello di business, fondato su 5 pilastri che ci differenziano dagli altri player presenti, creandoci così un nostro oceano blu:

- 1) Sostenibilità > attraverso il bambù
 - 2) Impatto Positivo > ogni 200 rotoli piantiamo un albero
 - 3) Design > la carta igienica diventa elemento di arredo
 - 4) Esperienza > possibilità di abbonarsi
 - 5) Divertimento > sviluppo di una community e canali social
- La carta igienica Paff è ecologica e sostenibile ma senza compromessi in termini di qualità (morbidezza e resistenza).

Business Model

Paff intende rivolgere la propria offerta sia a clienti business (B2B) che privati (B2C).

L'acquisizione clienti passa attraverso un marketing mix composto da comunicazione social, press, partnership e posizionamento strategico del prodotto. L'allocatione delle risorse del marketing mix sarà ottimizzata attraverso una continua analisi dei dati e una procedura di valutazione delle performance dei singoli canali di acquisizione.

B2B: bed & breakfast, hotel, affitti brevi che intendono valorizzare la propria offerta, ad un costo minimo, ottenendo un potente strumento di marketing da utilizzare sui propri canali di comunicazione (gli alberi e i crediti di carbonio, tracciati su blockchain dal nostro partner, saranno ceduti alle strutture).

B2C: tipicamente clienti che sposano la causa ambientale, clienti attratti dal design o dalla comodità dell'acquisto con abbonamento. La creazione di una community consapevole aiuterà la crescita degli acquisti ricorrenti e del passa parola. Una parte del funnel di vendita inizierà nelle location dei nostri clienti B2B, dove i clienti delle strutture proveranno i nostri rotoli e troveranno materiale promozionale ed informativo che li guiderà all'acquisto sul nostro sito proprietario (Shopify). Questo contribuirà a ridurre il Costo di Acquisizione Clienti lato B2C e migliorare le marginalità.

In entrambi i casi, i canali di vendita online principali saranno il sito proprietario (due sezioni, una per il B2C ed una per il B2B) ed Amazon.

Traction e risultati

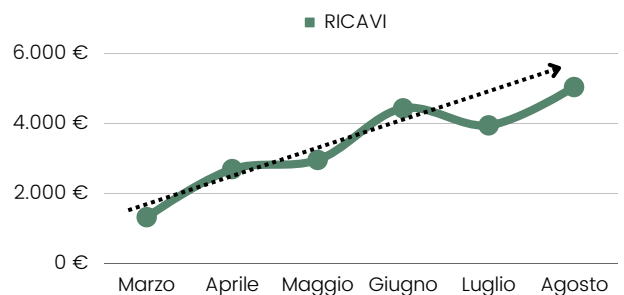
In sei mesi oltre 500 ordini con un MoM (Month-over-Month Growth) del +35%.

Vogliamo costruire una "Omnichannel Customer Strategy"

Canali principali



Nuovi partner



I clienti stanno ad oggi riconoscendo ai rotoli Paff un valore aggiunto che giustifica un prezzo più alto, dovuto all'essere realizzati in cellulosa di bambù oltre ad avere un impatto positivo, rispetto alla normale carta igienica in cellulosa vergine.

Perché investire

Paff Company rappresenta un investimento illiquido, ad alto rischio ed alto potenziale. La rivalutazione dell'investimento a 3 anni si stima possa essere compresa tra 2x e 10x. Di seguito alcuni scenari di valutazione dell'azienda, basati sui ricavi, con multipli di mercato tipicamente utilizzati nel settore.

Ricavi (2025 attesi)	MULTIPLO VALUTAZIONE (sui ricavi)		
	1x ricavi	1,5x ricavi	2x ricavi
2M	2M (2x investimento)	3M (3x investimento)	4M (4x investimento)
3M	3M (3x investimento)	4,5M (4,5x investimento)	6M (6x investimento)
4M	4M (4x investimento)	6M (6x investimento)	8M (8x investimento)
5M	5M (5x investimento)	7,5M (7,5x investimento)	10M (10x investimento)

Il calcolo del multiplo di ritorno sull'investimento NON tiene conto della detrazione fiscale del 50% di cui può beneficiare l'investitore, moltiplicando x2, di fatto, il potenziale ritorno sul capitale effettivamente investito.

Da Business Plan, i ricavi attesi nel 2025 sono pari a 4,1M (come da riga evidenziata in tabella).

Appendix - analisi comparables

La tabella seguente riporta la progressione delle raccolte di capitali con relative valutazioni a cui, uno dei principali competitor di Paff, ha raccolto dal 2016 ad oggi. Si tratta di raccolte effettuate in UK, su una piattaforma di equity crowdfunding in periodi in cui il mercato riconosceva valutazioni probabilmente maggiori rispetto all'attuale congiuntura economica.

	2016	2017A	2018A	2019A	2021A	2022F
Vendite	-	85.840 €	654.600 €	6.014.000 €	12.909.000 €	22.400.000 €
Valutazione	3M €	5.8M €	23.2M €	58M €	88.2M €	174M €
Multiplo sulle vendite		67	35	15	7	8
Raccolta	230.000 €	600.000 €	1.276.000 €	1.850.000 €	2.232.000 €	3.329.000€

Scontando quindi questi tre fattori (mercato, tipologia di raccolta, congiuntura) riteniamo che il multiplo a cui è proposto l'investimento in Paff sia pienamente allineato ai multipli di mercato utilizzati.

Con un fatturato atteso di almeno 50.000 € per la fine dell'anno (ARR mese di agosto pari a 66.000€), una valutazione pre-money di 800.000 € significa un multiplo Valutazione/Ricavi pari a 16x. L'ulteriore beneficio delle detrazioni fiscali porta di fatto la valutazione equivalente dell'investimento ad un multiplo di 8x solo per gli investitori che entreranno con il Seed Round.

Ulteriori spunti critici di valutazione si trovano osservando altre società (presenti all'estero) costruite su modelli di business molto simili:

- Who Gives A Crap, società australiana, prima a lanciare questo modello di business, ha chiuso un round da € 41,5M guidato da Verinvest, nota società di investimenti con sede a Bruxelles.
- Cloud Paper, con un fundraising totale di \$ 9,6M ed investitori come TIME Ventures (Marc Benioff - CEO Salesforce), Greycroft (VC americano con un portafoglio di 740 investimenti) e Bezos Expeditions (Jeff Bezos - Fondatore di Amazon)