



F-MAG

Magazine su economia, impresa, start-up e digital
12/06/2021

B-Selfie e il progetto di equity crowdfunding per la bellezza Made in Italy
<https://www.fmag.it/2021/06/11/b-selfie-bellezza-crowdfunding/>



HOME ECONOMIA ▾ **IMPRESA E STARTUP ▾** INNOVAZIONE ▾ SOCIETÀ ▾ F-MAG COFFEE ▾ FORTRESS

🏠 Home / Impresa e Startup / B-Selfie e il progetto di equity crowdfunding per la bellezza Made in Italy

Impresa e Startup

B-Selfie e il progetto di equity crowdfunding per la bellezza Made in Italy

Dopo il filler accessibile, B-Selfie punta ad espandersi nel mercato per creare una community sul "beauty" Made in Italy

 Federica Colucci ✉ · 3 giorni fa

🗨️ 0 🔥 45 📖 3 minuti di lettura



Se nell'era della tecnologia la **bellezza** può diventare un bene comune e accessibile a tutti, lo si deve anche a progetti come quello di **B-Selfie**. E' una PMI innovativa bergamasca del settore beauty, nata nel 2016 e nota per aver realizzato il primo filler fai-da-te con microaghi di acido ialuronico, ottenendo uno straordinario successo di critica e di pubblico con oltre 250.000 pezzi venduti in 12 mesi attraverso 2.500 clienti business.

Adesso, l'azienda punta ad espandere i suoi orizzonti e lo fa annunciando, attraverso un **comunicato stampa**, la prima campagna di *equity crowdfunding #youarebselfie* sul portale WeAreStarting, per accelerare la crescita ed espandere la propria presenza nel mercato della cosmetica avanzata, realizzando il progetto inclusivo del *Self Beauty Network Italian Style*.

«B-SELFIE è uno status, un modo di essere. L'intuizione che ci ha portato al filler fai-da-te si è trasformata in una straordinaria innovazione e in un prodotto che tutti desiderano. Ora c'è tanta voglia di ripartire e il mercato del beauty e benessere è in crescita e in evoluzione – dichiara Marco Di Iulio, Amministratore Delegato e Co-founder – Il Self Beauty Network Italian Style che intende realizzare B-SELFIE è un progetto avvincente e una grande opportunità di investimento: con la piattaforma gestiremo tutti i processi e porteremo i nostri prodotti e la bellezza fai-da-te in tutta Italia e poi anche all'estero, presidiando il territorio con selezionati hub e flagship store nelle location strategiche. Sarà un grande marketplace colmo di attenzioni, cura e coinvolgimento del consumatore con assistenza specializzata, tra innovazione e glamour».

Il progetto B-Selfie che mette al centro la bellezza Made in Italy

La PMI bergamasca ha puntato, fin dagli esordi, sull'attività di ricerca e sviluppo realizzando un prodotto – il filler fai da te – accessibile, efficace, indolore e soprattutto democratico: in altre parole, ha reso accessibile uno strumento che prima era di esclusivo utilizzo professionale e molto costoso.

Adesso, nel settore beauty punta a raccogliere due milioni di euro (circa il 28,67% delle quote societarie) con un crowdfunding sul portale www.wearestarting.it/offering/bselfie per un obiettivo ambizioso: realizzare il **self beauty network Italian style**, un modello di business innovativo. Sarà così composto: un **e-commerce evoluto**, che permetterà di raggiungere il grande pubblico anche grazie alle partnership con i più importanti gruppi della comunicazione, l'assistenza e l'erogazione di servizi web e consulenze personalizzate offerti da specialisti del settore; almeno **100 B-Selfie Hub**, selezionati tra le migliori profumerie e farmacie italiane, con cui saranno sottoscritti accordi commerciali e che ospiteranno i corner multimediali B-Selfie per far conoscere i prodotti, attrarre nuovi clienti e permettere anche il ritiro dei prodotti acquistati *online* direttamente in negozio; l'apertura delle prime **5 B-Selfie House** nelle principali città italiane, *flagship store* aziendali dove sarà possibile essere totalmente coinvolti nel *lifestyle* B-Selfie fra prodotti, novità, servizi ed eventi.

Il motore del network sarà una **piattaforma hi-tech B-Selfie proprietaria** che controllerà l'e-commerce, i servizi offerti via web dagli specialisti, la connessione tra tutti i componenti del network, compresa la filiera dei fornitori, la gestione dell'esistenza fisica e il riassortimento automatico dei prodotti negli hub e negli store, il controllo del venduto tramite la connessione con i registratori di cassa, i corner multimediali B-Selfie per l'aggiornamento dei contenuti, la gestione univoca e coordinata delle campagne promozionali, la connessione con il consumatore per il lancio di campagne di *direct marketing*, l'emissione delle card virtuali B-Selfie per i clienti finali utilizzabili nell'e-commerce, nei B-Selfie Hub e nelle B-Selfie House, per l'accesso diretto alle promozioni, agli sconti o l'ottenimento di vantaggi legati alla raccolta punti fedeltà.

*«Con la trasformazione di B-SELFIE in un'azienda full-digital – spiega **Massimo Pollio, Presidente di B-SELFIE**, Founder e CEO di Imagro, gruppo che opera nell'End-to-End Supply Chain Management e nell'EPC – il Self Beauty Network Italian Style che intende sviluppare B-SELFIE è un progetto estremamente innovativo e con un alto ritorno atteso sull'investimento. Nonostante la pandemia, per il biennio 2021-2022 l'azienda prevede di ristabilire le vendite per il primo anno e di avviare lo scale-up già da quello successivo con un fatturato di circa 9 milioni di euro per il 2022, e mantenendo una crescita percentuale a due cifre per gli anni a seguire».*