

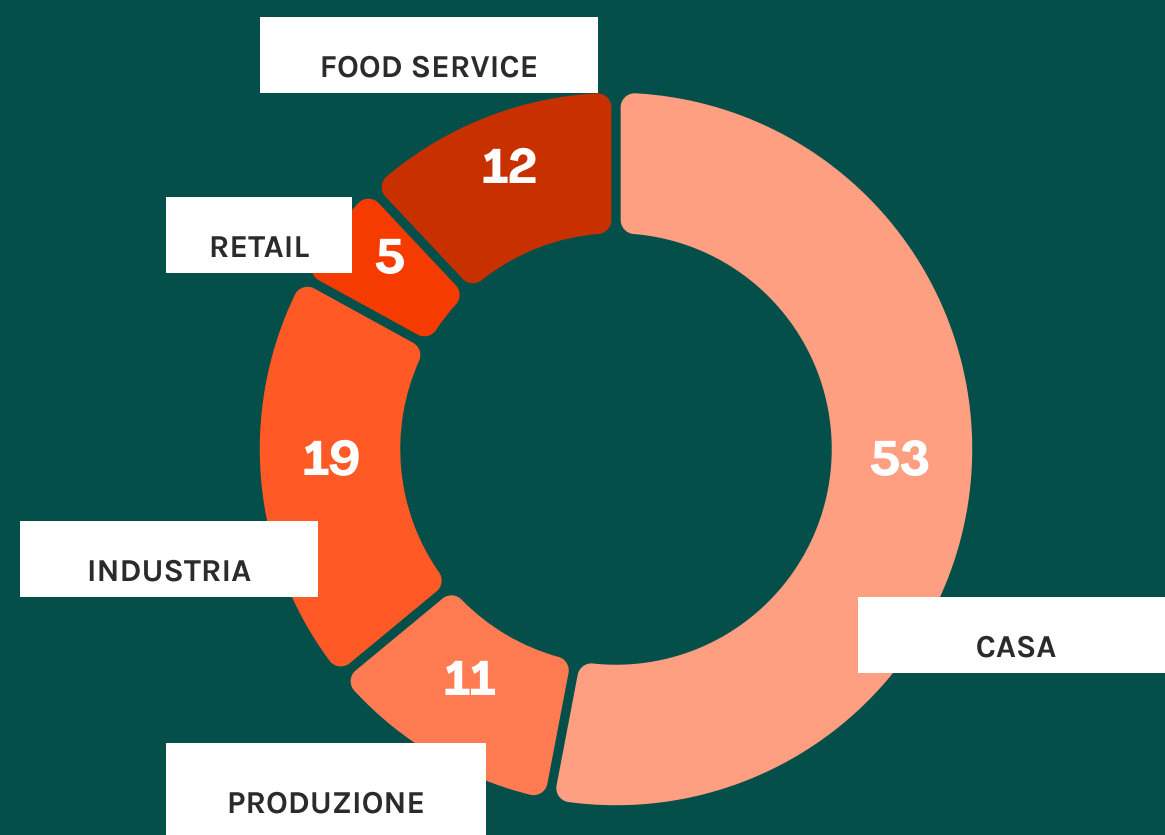


# Babaco Market



# Spreco alimentare: un problema da risolvere

Spreco alimentare lungo la filiera in UE



**26.4M t** di cibo sprecato a livello di produzione agricola e industriale



**€ 14.5B**

Il valore annuo del cibo sprecato ancora edibile a livello di produzione agricola e industriale

**10%**

L'impatto del food waste sulle emissioni di CO2

Fonte: Fusions - Reducing Food Waste Through Social Innovation

FUSIONS EU - 2021



# Soluzione

Babaco è un servizio di box in abbonamento di prodotti imperfetti, in sovrapproduzione e/o in scadenza.

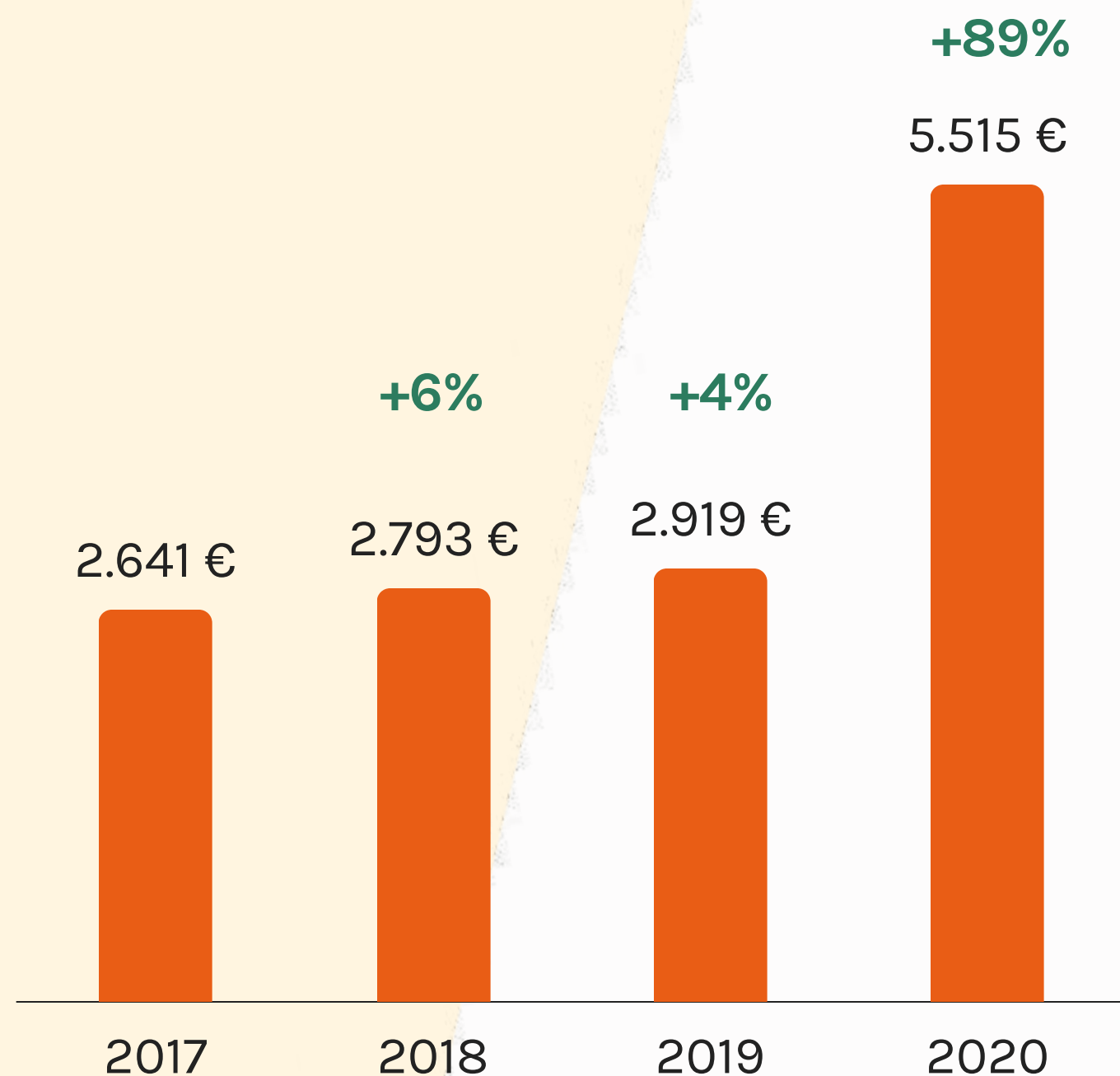
Babaco Market è una soluzione win-win-win per

- Produttori
- Ambiente
- Consumatori



## Crescita e-commerce in Italia

Osservatori digital innovation



# Il giusto time to market

L'e-commerce è esploso. L'e-grocery è il comparto con i più alti tassi di crescita

**+70%** Crescita e-grocery YoY (2020 vs 2019)

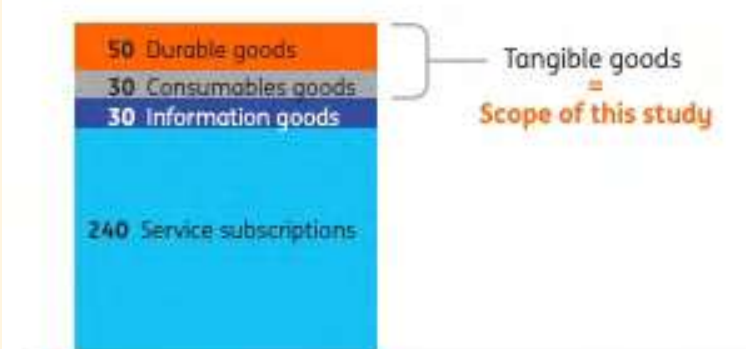
**€2.7B** Valore e-grocery in Italia

# "Subscription" è il modello del futuro

Europeans households spend a monthly average of € 130 on all subscriptions



Subscriptions to tangible goods account for about € 80 billion in total  
Share within B2C subscription economy, in billion euros



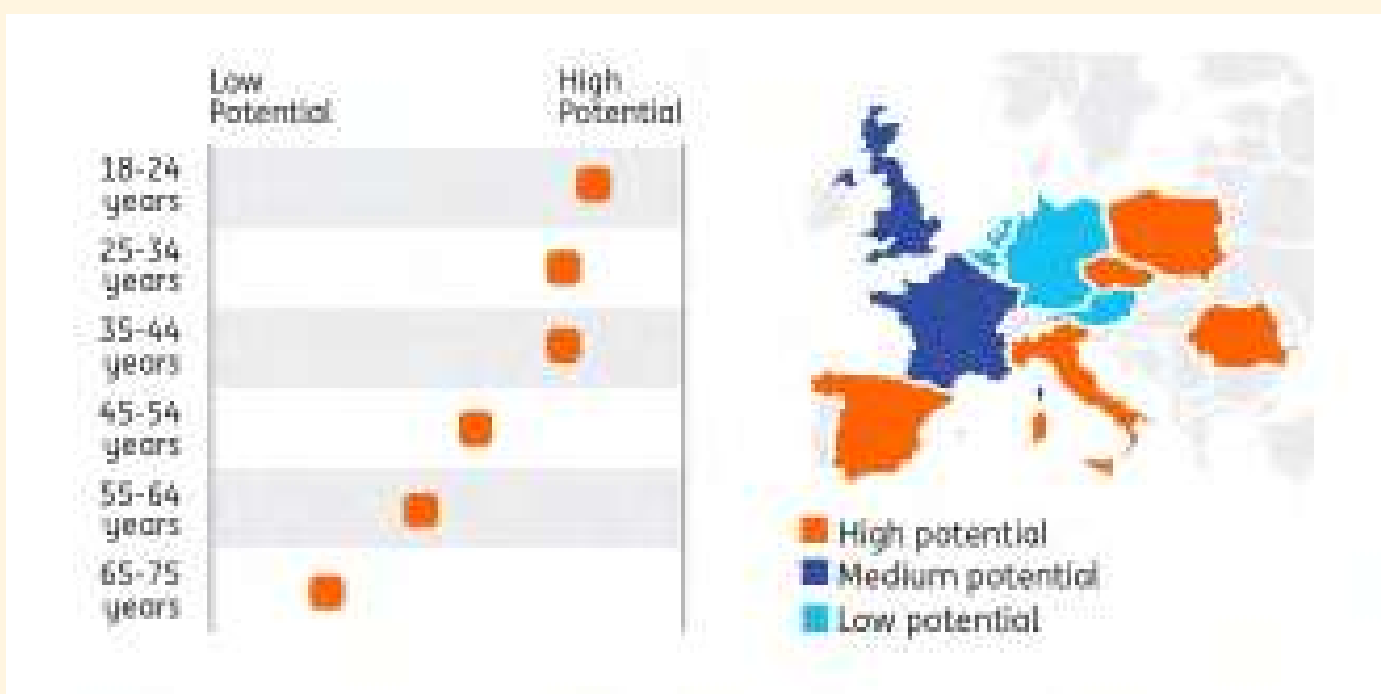
## +100%

Crescita YoY negli ultimi 5 anni

## +68% CAGR

2019-2025

Il Sud Europa è la zona con il più alto potenziale di crescita



Subscription E-Commerce European Market Growth

Subscription E-Commerce Market Growth

McKinsey Analysis 2021

# Team - Management

## TEAM HIGHLIGHTS

18

PERSONE  
FULL-TIME

>50%

DONNE



Francesco Giberti

CEO  
CO-FOUNDER  
FORMER CO-FOUNDER OF MYFOODY (EXIT)



Luca Masseretti

CFO  
CO-FOUNDER  
FORMER CO-FOUNDER OF MYFOODY (EXIT)



Francesca Mori

CMO



Luca Carotenuto

CTO



Beatrice Castellani

COO



Francesca Bonacina

PURCHASING MANAGER





# Come funziona

1. Compriamo i prodotti a rischio spreco dai produttori a prezzi vantaggiosi
2. Gli utenti si abbonano al servizio
3. Creiamo le box e le consegniamo a casa dei nostri utenti

**200+**

Comuni serviti

Scalabile  
&

No asset heavy





# Il nostro approccio

- 100% plastic-free
- Prodotti stagionali a prezzi vantaggiosi
- Coinvolgiamo i nostri utenti sulla mission anti-spreco del servizio





# I nostri utenti

60%

Donne

25-44

Anni

Perché si abbonano a Babaco?

- Credono nell'importanza delle proprie azioni
- Sposano uno stile di vita sostenibile
- Vogliono mangiare sano e ad un buon prezzo

4.4/5 Excellent

TrustPilot

83%

Monthly Retention Rate

# Revenue model: ricavi ricorrenti

Il nostro modello è basato su **ricavi ricorrenti** derivanti dagli abbonamenti dei nostri clienti.

## B2C

I nostri utenti ci scelgono perché vogliono contribuire a ridurre gli sprechi e rimangono con noi per la qualità del nostro servizio

L'abbonamento è considerato un plus per diversi motivi:

- **Pagamenti automatici** --> non è necessario fare l'ordine ogni volta, perdendo tempo
- **Organizzazione** --> non è necessario pensare a cosa comprare. Ci pensiamo noi.
- **Delivery** --> non è necessario recarsi in negozio.

## B2B

Un servizio rivolto alle aziende per migliorare le proprie politiche di benefit verso i propri dipendenti e partecipare alla riduzione degli sprechi alimentari --> azione di CSR

**Fornitura di frutta da ufficio**

**Convenzioni aziendali per i dipendenti**





# Roadmap prodotto

IMPLEMENTATO  
MAGGIO '20

IMPLEMENTATO  
LUGLIO '21

PREVISTO  
2023



MIXED UGLY FRUIT & VEG BOX

ADD-ON FLASH SALES

BABACO MARKETPLACE

2 SIZE: 6KG or 10KG

PREZZO €19 or 27€ + COSTI SPEDIZIONE (DA €1,9 A €2,9)

ABBONAMENTO: SETTIMANALE O OGNI 2 SETTIMANE

10-14 PRODOTTI STAGIONALI E 100% ITALIANI / BOX

GLI UTENTI POSSONO AGGIUNGERE ALLA PROPRIA BOX

DEI PRODOTTI TRASFORMATI (ES. OLIO, SUCCHI DI FRUTTA, CONSERVE ECC.) ALL'INTERNO DI SPECIFICHE CAMPAGNE DI FLASH SALES.

PRODOTTI IN SCADENZA/RIMANENZE DI MAGAZZINO

GLI UTENTI POSSONO AGGIUNGERE ALLA PROPRIA BOX

DEI PRODOTTI TRASFORMATI EXTRA OGNI SETTIMANA. PRODOTTI IN SCADENZA/RIMANENZE DI MAGAZZINO



# Competitor Analysis

## ECONOMICO

- Il mercato dell'e-grocery in Italia è ancora poco sviluppato. Al momento, in termini di volumi di fatturato generati, è ancora in mano alla GDO
- La bassa qualità del servizio e dei prodotti offerti dai canali GDO online ha fatto sì che si sviluppassero servizi nativi digitali con diversi posizionamenti e una capacità di penetrazione del mercato notevole
- Babaco Market si caratterizza per il suo posizionamento ancorato ai valori della sostenibilità e del non spreco attraverso un servizio in abbonamento che porta importanti vantaggi anche a livello di pricing per il consumatore finale

### GDO ONLINE



### E-COMMERCE



**babaco**  
market

**SOSTENIBILE**

# Casi di successo

I servizi in abbonamento nel settore food rappresentano un importante trend di mercato. All'interno di questo trend si stanno sviluppando sempre più servizi che coniugano i valori della sostenibilità e della lotta allo spreco alimentare con la comodità di servizio della delivery, riuscendo ad attrarre importanti capitali dai principali fondi di investimento VC mondiali.

Babaco Market ha l'obiettivo di diventare il player numero 1 in Europa.

## Misfits Market

**Misfits Market (USA)**

Funds raised

\$526.5M (Series C)



**Imperfect Foods (USA)**

Funds raised

\$229.1M (Series D)



**Oddbox (UK)**

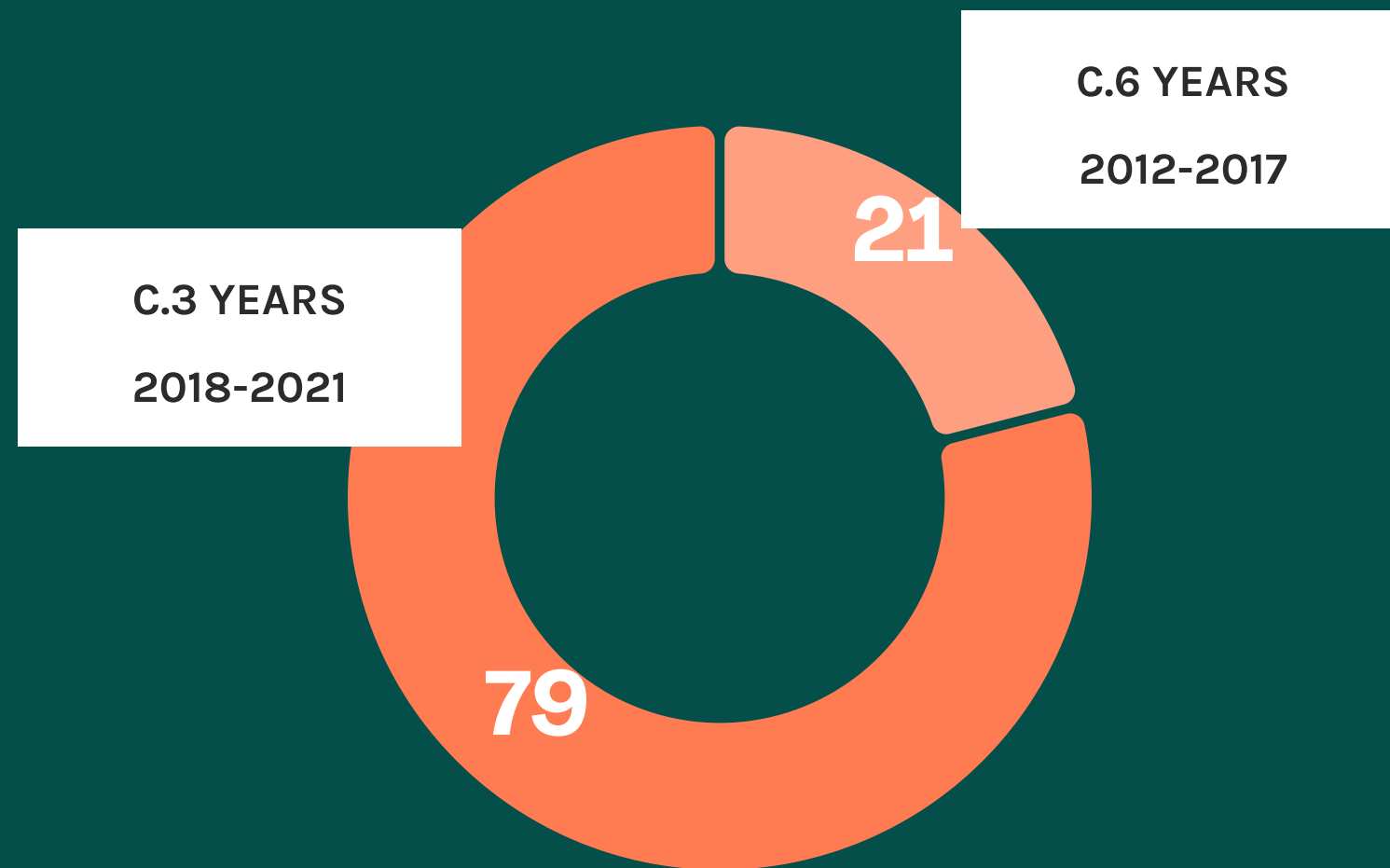
Funds raised

£20.5M (Series B)

# Spreco alimentare: sempre più investimenti

Source: Food Waste Tech - Unlocking Societal Benefits While Creating Economic Value

Aquaa Partners - 2021



L'80% degli investimenti degli ultimi 9 anni sono avvenuti tra il 2018 e il 2021



Investimenti VC negli ultimi 3 anni in startup con mission riduzione sprechi alimentari



# Traction – Ricavi (€ k)

2020 vs 2021 ricavi mensili (€k)



Snapshot ricavi annuali (€k)

| 2020 | 2021 |
|------|------|
| 112  | 764  |

**6.8x** YoY Growth

**ARR**

**€ 1.5M**

**BOX  
CONSEGNATE**

**41.276**

**ABBONAMENTI  
ATTIVI**

**2.422**

**RETENTION**

**83%** monthly

**LTV/CAC**

**8x**

# Piano 2021-2024

|                       | 2021  | 2022   | 2023   | 2024  |
|-----------------------|-------|--------|--------|-------|
| Revenues              | 0.8M  | 3M     | 10M    | 27.4M |
| Variable costs        | 0.9M  | 2.6M   | 7M     | 16.7M |
| I contribution margin | -0.1M | 0.4M   | 3M     | 10.7M |
| %                     | -5%   | 13%    | 29%    | 39%   |
| Other costs           | 1M    | 2.5M   | 5M     | 7.5M  |
| EBITDA                | (1M)  | (2.1M) | (2.1M) | 3.1M  |

- Questo piano rappresenta la crescita per il periodo 2021-2024 in Italia
- Il piano di internazionalizzazione è previsto a partire dal 2023 e verrà affinato e rappresentato nel corso del S1 2022.

# Seed Round

€2-2.5M Seed Round  
€7M pre-money Valuation



Investitori

cdp 

**PLUGANDPLAY**

se  en

*BOOST  
HEROES*

**LVenture**  
GROUP



**Francesco Giberti | CEO & Co-Founder**

francesco.giberti@babacomarket.com

ph (+39)347.5320910

