

## Velasca, il modello omnicanale piace agli investitori: aumento di capitale da 4,5 milioni

LINK: <https://www.ilsole24ore.com/art/velasca-modello-omnicanale-piace-investitori-aumento-capitale-45-milioni-ACUZgom>



Scopri di più Scarpe da uomo di alta qualità, al 100% made in Italy, di fattura artigianale. Vendute a un prezzo competitivo prima solo online e poi attraverso una rete di negozi monomarca. Il modello Velasca - azienda nata nel 2013 da un'idea di Enrico Casati e Jacopo Sebastio - piace al pubblico e agli investitori: la società, che punta a chiudere il 2019 con ricavi a quota 10 milioni ( e quindi con un incremento del 90% sullo scorso anno), ha appena concluso un aumento di capitale del valore di 4,5 milioni di euro sottoscritto da **P101 - venture capital** specializzato in **investimenti** in società digitali e technology driven - e Milano Investment Partners (Mip) - società di gestione di **fondi** specializzata in **investimenti** in venture growth - in qualità di co-lead investors a cui si è affiancato un pool di investitori privati. Si tratta del terzo round di finanziamenti ricevuto dalla

**start-up**, dopo quelli del novembre 2016 (720mila euro) e di luglio 2018 (2,5 milioni) . I **fondi** contribuiranno a potenziare i servizi digitali legati all'omnicanalità e a sviluppare l'espansione della società su scala internazionale, con 20 nuovi negozi previsti in apertura entro il 2022, di cui 10 opening già previste per il 2020. Le prime "location" della lista sono due capitali dello shopping internazionale: Londra e New York, dove gli store Velasca verranno inaugurati entro gennaio 2020. Scopri di più «Siamo entusiasti della recente raccolta di capitali, che dimostra come passione, determinazione e voglia di innovare rendano ancora possibile il fare impresa in Italia - commenta Jacopo Sebastio, co-fondatore di Velasca -. Con quest'ultimo round potremo consolidare la nostra presenza in Italia e puntare sull'espansione internazionale già in atto: siamo nativi digitali, ma

consapevoli che il futuro del retail è nell'integrazione di online e offline. Tutto questo non sarebbe possibile senza la squadra che c'è dietro Velasca: stiamo crescendo, lo facciamo insieme, portando a bordo nuove competenze per supportare organicamente questa espansione e, perché no, arrivare a gareggiare con i big player del mercato». Il business di Velasca - che ha da poco aperto anche a Parigi - è localizzato per il 30% all'estero, con Francia, Gran Bretagna e Nord Europa tra i clienti più importanti. Le vendite sono quasi bilanciate tra i canali: il 60% arriva dall'online (l'azienda è nativa digitale, avendo debuttato sul mercato proprio con il canale e-commerce) e il 40% dall'offline e cioè dai nove monomarca di cui, al netto della boutique parigina, tre sono a Milano, due a Roma, uno a Torino, uno a Firenze e uno a Bologna. 25 settembre 2019