

LAMP OO

LAMPOO RACCOGLIE € 6 MILIONI E PUNTA A DIVENTARE IL PLAYER DI RIFERIMENTO DELLA MODA DI LUSO SECOND HAND

Luglio 2021 – Lampoo, la piattaforma online per poter vendere ed acquistare capi di qualità di seconda mano in modo facile, veloce e sicuro, ha chiuso un round da € 6 Milioni. Un'iniezione di capitale che permetterà alla giovane realtà italiana di rafforzare la sua posizione nel mercato domestico

Dopo aver raccolto poco più di € 1 Mio nel Febbraio 2019, Lampoo chiude il suo secondo round con un'importante iniezione di capitale che supera i € 6 Mio. L'azienda con base milanese ha iniziato la propria attività nel Marzo 2020 e ha visto crescere il proprio fatturato e la propria base utenti in modo costante durante tutto lo scorso anno. I primi sei mesi del 2021 hanno confermato questo trend positivo e hanno registrato un giro d'affari che ha già oltrepassato quello dell'anno precedente.

Dedicato alla moda di lusso femminile di seconda mano, il servizio offerto da Lampoo scarica le venditrici di tutte le azioni da svolgere tipiche dell'utilizzo degli attuali marketplace peer-to-peer. Mentre, per coloro che vogliono acquistare le migliori marche a prezzi imbattibili, Lampoo rappresenta la quintessenza della moda di lusso pre-loved, perché garantisce la qualità di ogni singolo prodotto ed un'esperienza d'acquisto equiparata ai migliori e-commerce di moda.

La società, che per la raccolta di capitali si è avvalsa della consulenza di Proximity Capital e FG2 Capital, vede l'ingresso nella propria compagine sociale di noti imprenditori della moda e del lifestyle. I nuovi fondi serviranno per sostenere la crescita grazie a maggiori investimenti marketing, per migliorare la piattaforma digitale e per aumentare il tasso tecnologico nella gestione dei capi di seconda mano, con lo scopo di diventare un benchmark del settore. La recente dotazione permetterà anche di ampliare la propria presenza retail, che vede Lampoo già attiva dal dicembre scorso con la propria boutique a Milano nel cuore di Brera.

La moda pre-loved sta diventando un fenomeno sempre più diffuso presso i consumatori e, secondo le stime dei principali osservatori, sarà sempre più comune acquistare prodotti di qualità di seconda mano piuttosto che rivendere i propri. All'interno di questo circuito virtuoso, guadagni e risparmio non saranno le uniche motivazioni per cui le utenti utilizzeranno la piattaforma, infatti sempre più consumatrici pongono la loro attenzione sui temi della sostenibilità. E la missione di Lampoo va nella stessa direzione, ossia quella di estendere il ciclo di vita e preservare il valore di ogni capo di abbigliamento di qualità, contribuendo ad ispirare e a costruire il futuro per una moda sostenibile. Non a caso lo slogan della società è **FASHION WITH A FUTURE**, payoff dietro al quale risiedono i tre valori chiave a cui si ispira: qualità, circolarità e sostenibilità.

Enrico Trombini, founder e CEO di Lampoo:

“Siamo felici di poter annunciare un Seed Round così rilevante per il contesto digitale italiano. Si tratta solo del nostro secondo round e un tale attestato di fiducia da parte degli investitori ci conforta e ci responsabilizza allo stesso tempo. Marketing, tecnologia e omnicanalità rappresenteranno i tre ambiti dove andremo ad impiegare i nuovi fondi, con lo scopo di offrire la migliore esperienza di acquisto e vendita di capi di lusso di seconda mano e diventare la piattaforma leader in Italia di resell. Per fare tutto ciò avremo bisogno di attirare i migliori talenti in circolazione”. Continua Trombini: “Più in generale, la chiave del successo di Lampoo, risiederà nella nostra capacità di creare una community fatta di persone che apprezzano la moda in modo più coscienzioso e sostenibile, le quali non utilizzeranno la nostra piattaforma solo per guadagnare o risparmiare, bensì per abbracciare i nostri stessi obiettivi di circolarità e sostenibilità”.

Trombini, 43 anni, ha ricoperto fino al 2017 il ruolo di Direttore Commerciale di Vente Privee Group, primario conglomerato e-commerce europeo, presente nel nostro paese con i siti Privalia e Vente Privee. Precedentemente ha maturato importanti esperienze internazionali nella moda e nel marketing strategico

ADVISORS LEGAL

Per gli aspetti legali Lampoo e il fondatore Enrico Trombini sono stati supportati dagli avvocati Roberto Nigro e Sara Aratari dello studio legale Alma STA.

APPENDIX

INDICATORI e TREND MERCATO ABBIGLIAMENTO di SECONDA MANO + TREND CONSUMATORI e DATI SOSTENIBILITA'

Fonte: Osservatorio 2020 Second Hand Economy realizzato da BVA DOXA per Subito.it - Mercato Italiano

La Second Hand Economy nel 2020 vale 23 miliardi di €, pari all'1,4% del PIL italiano. L'online continua a crescere e pesa per il 46%, ovvero € 10,8 miliardi. 23 milioni di italiani hanno comprato e/o venduto oggetti usati, di cui il 14% per la prima volta.

Fonte: Thredup 2021 Resale Report – Mercato Americano

Il mercato del second hand toccherà i \$77B entro il 2025. Il mercato della rivendita di abbigliamento è cresciuto 21 volte più velocemente di quello dell'abbigliamento nuovo e in particolare il suo valore sarà pari al doppio di quello del fast-fashion entro il 2030. Crescerà 11 volte più velocemente rispetto all'abbigliamento nuovo nei prossimi 5 anni. L'86% dei consumatori hanno comprato o sono aperti a comprare abbigliamento usato. Il 45% dei Millennials e Gen Z si rifiuta di comprare da marchi e retailers non sostenibili.

Fonte: BCG+Altagamma – True Luxury Global Consumer Insight 2020 - Worldwide

Il mercato del Luxury Second Hand dovrebbe passare dai €22B del 2018 ai €31B del 2021 (pari al 9% del totale).

Il 35% ha venduto almeno un prodotto di seconda mano (con picchi del 44% per la Gen Z e del 37% per i Millennial) e il 25% lo ha comprato.

Più che mai in auge il tema della sostenibilità: il processo decisionale di sei consumatori su dieci (o sette su dieci nel caso di Millennial e Gen Z) è influenzato dal fattore sustainability, mentre continua il boom di second hand e rental. Il 18% in media dei consumatori ha sperimentato l'affitto di beni di lusso (+13%), con una punta del 21% tra i giovani e giovanissimi.

Fonte: Ellen MacArthur Foundation

Più del 50% dei prodotti fast-fashion rimane inutilizzato dopo un anno.

L'equivalente di un camion di prodotti tessile è bruciato in discariche ogni secondo.