

**a) data e luogo di costituzione, nome e indirizzo del notaio**

data di costituzione:

09/12/2014

luogo di costituzione:

NOVARA

nome e indirizzo notaio: AUTERI FABIO Corso Giuseppe Garibaldi 6, Novara

**b) sede principale ed eventuali sedi periferiche**

sede legale: VIA CANOBIO N. 4/6, 28100 NOVARA(NO)

**c) oggetto sociale**

OGGETTO SOCIALE:

LA SOCIETA' HA PER OGGETTO LE SEGUENTI ATTIVITA':

- LO SVILUPPO DI APPLICAZIONI SOFTWARE IN GENERE, LO SFRUTTAMENTO ECONOMICO E LA LORO COMMERCIALIZZAZIONE;
- LA REALIZZAZIONE, LO SVILUPPO, LA VENDITA E DISTRIBUZIONE DI PREPAGATI, BUONI SCONTO E VOUCHER, COLLEGATI AD OUTPUT PROPRI O DI TERZI CONNESSI AL SETTORE DELLA MODA, DA VEICOLARE ATTRAVERSO CANALI TELEMATICI TRAMITE L'USO DI INNOVATIVE PIATTAFORME DI PROPRIETA' E/O DI TERZI;
- L'ATTIVITA' DI CONSULENZA NEL CAMPO DEL SOCIAL-MEDIA MARKETING E DI IMPLEMENTAZIONE DI SISTEMI DI SOCIAL-MEDIA MARKETING NELLE LORO PARTI TELEMATICHE E FISICHE, AL FINE DI CONSENTIRE L'UTILIZZO DEI PROPRI OUTPUT, PIU' SPECIFICAMENTE AI SOLI FINI ESEMPLIFICATIVI E NON ESAUSTIVI: LA CREAZIONE E LO SVILUPPO DI PAGINE PROFILO DI SOCIAL-MEDIA MARKETING PER CONTO TERZI, LA CREAZIONE PER CONTO TERZI DI AREE DEDICATE ALLA PRODUZIONE DI MATERIALE CARICABILE SUI PROFILI DI SOCIAL-MEDIA MARKETING STESSI FORNENDO, QUANDO NECESSARIO, LE ATTREZZATURE UTILI ALLO SCOPO;
- L'ATTIVITA' DI PRODUZIONE DI DATA BASE E LORO ANALISI A LIVELLO AGGREGATO CON FINALITA' STATISTICHE E PROMOZIONALI, A BENEFICIO PROPRIO E DI TERZI, PREVIO ESPLICITO CONSENSO ALL'ELABORAZIONE DEI DATI FORNITI DAGLI UTENTI FINALI TRAMITE L'UTILIZZO DEGLI OUTPUT COMMERCIALIZZATI;
- L'IDEAZIONE STESSA DI CAMPAGNE PROMOZIONALI E PUBBLICITARIE, A LIVELLO REGIONALE E/O NAZIONALE, LA LORO REALIZZAZIONE CONCETTUALE, GRAFICA E MATERIALE RISPETTO ALLE MATERIE CONNESSE ALL'OGGETTO SOCIALE;
- LA REALIZZAZIONE DI TUTTE LE ATTIVITA' DESCRITTE IN PRECEDENZA PER I SETTORI DELLA TECNOLOGIA, DEI PREZIOSI, DELLO SPORT, DEL TURISMO, DELLA CUCINA, ALIMENTARE, COMPRESI LE RELATIVE ATTREZZATURE ED I RELATIVI ACCESSORI;
- IL COMMERCIO ELETTRONICO, LA VENDITA DI BENI E SERVIZI SU RETE INTERNET E ATTRAVERSO ALTRI STRUMENTI DISTRIBUTIVI DIGITALI E NON;
- LA GESTIONE DI ATTIVITA' E SERVIZI, IN PROPRIO E/O PER CONTO DI TERZI, DI REALIZZAZIONE, GESTIONE, COMMERCIALIZZAZIONE E DISTRIBUZIONE, SIA IN ITALIA SIA ALL'ESTERO, IN VIA DIRETTA E/O INDIRETTA, DI PAGINE WORLD WIDE WEB E DI SITI INTERNET IN GENERE;

- LA FORNITURA DI SERVIZI TELEMATICI E INFORMATICI IN GENERE, LA PRODUZIONE E VENDITA DI PRODOTTI RELATIVI AI SETTORI INFORMATICI, SIA DI HARDWARE CHE DI SOFTWARE, L'ASSISTENZA TECNICA NEI SUDDETTI SETTORI;

- LO SVILUPPO E LA REALIZZAZIONE DI CORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E APPROFONDIMENTO INERENTI ALL'OGGETTO SOCIALE, PER CONTO PROPRIO O DI TERZI. LA SOCIETA' POTRA' ALTRESI' ACQUISTARE E CEDERE, LICENZIARE O ESSERE LICENZIATARIA, DI BREVETTI INDUSTRIALI ED ESERCITARE DIRITTI DI PROPRIETA' INDUSTRIALE E COMMERCIALE.

TALI ATTIVITA' POTRANNO ESSERE SVOLTE SIA DIRETTAMENTE CHE MEDIANTE COMMESSA A TERZI OVERTO ATTRAVERSO IL MERO COORDINAMENTO TECNICO-FINANZIARIO DEI PRESTATORI DI OPERE E SERVIZI.

ESSA POTRA' COMPIERE, NEL PIENO RISPETTO DELLA NORMATIVA VIGENTE, QUALSIASI OPERAZIONE COMMERCIALE, INDUSTRIALE, MOBILIARE, IMMOBILIARE E FINANZIARIA CHE FOSSE RITENUTA NECESSARIA OD UTILE PER IL RAGGIUNGIMENTO DELLE ATTIVITA' CHE COSTITUISCONO L'OGGETTO SOCIALE ED A TAL FINE ASSUMERE E CEDERE, COME ATTIVITA' NON PREVALENTE E COMUNQUE NON NEI CONFRONTI DEL PUBBLICO, INTERESSENZE E PARTECIPAZIONI IN ALTRE SOCIETA' ED IMPRESE ANCHE CON OGGETTO SOCIALE NON AFFINE AL PROPRIO.

LA SOCIETA' POTRA' INOLTRE GARANTIRE DEBITI DI TERZI, ANCHE DI SOCIETA', NEI MODI CHE SARANNO RITENUTI PIU' OPPORTUNI: FIDEJUSSIONI, AVALLI, COOBBLIGAZIONI, GARANZIE REALI, ECC.

IL TUTTO NEL PIENO RISPETTO DI QUANTO DISPOSTO DAL D.LGS. 1.9.1993 N. 385 E NORME INTEGRATIVE.

#### **d)breve descrizione dell'attività svolta, comprese l'attività e le spese in ricerca e sviluppo**

##### - descrizione attività svolta

SwishUp è un'applicazione grazie al quale, tramite il proprio smartphone, l'utente posta due o più foto dell'outfit che desidera acquistare direttamente dal camerino del negozio di abbigliamento o che desidera indossare direttamente da casa e riceve consigli in tempo reale.

L'applicazione risponde alle esigenze degli attori del fashion retail. La necessità di visibilità e incentivo all'acquisto da parte dei negozi di abbigliamento e il desiderio di approvazione e condivisione da parte degli utenti dei social network, nonché clienti dei negozi di abbigliamento.

L'applicativo si sviluppa dunque su un **duplice target**:

**B2C**: il cliente entra a far parte di una community di shopping, dalla quale riceve approvazione e consigli personalizzati per i propri acquisti e outfit da indossare; trova ispirazione sui prodotti disponibili in negozio ed online (e-commerce) e può ricevere buoni sconto per l'acquisto. L'utente può incrementare la propria visibilità fino a diventare influencers, con conseguenti benefici personali ed a vantaggio dei negozi del network.

**B2B**: i negozi di abbigliamento incrementano la valenza strategica nei confronti del mercato con visibilità e pubblicità, collaborazioni con Top user e una rete di incentivi alla vendita tagliati sulle preferenze del singolo cliente; tentano così di contrastare il successo e il marketing delle grandi catene low cost, le quali negli ultimi anni hanno inevitabilmente eclissato l'attività di negozi minori.

Nata principalmente come personal shopper online, l'applicazione riconduce le foto postate alla pagina negozio di riferimento (TAG negozio).

L'utilizzo dell'applicazione fa guadagnare punti agli utenti attivi (che postano il sondaggio) e passivi (che votano il sondaggio): il raggiungimento di determinate soglie obiettivo converte i punti ottenuti in attivazione di buoni sconto all'interno dei negozi di abbigliamento affiliati.

#### e)elenco dei soci

Nominativo	Quote societarie
Ricciardi Lorenzo	70%
Sernicola Lorenzo	30%

#### f)elenco delle società partecipate [no]

#### g)indicazione dei titoli di studio e delle esperienze professionali dei soci e del personale che lavora nella start-up innovativa, esclusi eventuali dati sensibili

RICCIARDI LORENZO

##### Formazione

- . Dottore in Economia e commercio (10/09/2010–26/03/2015)
- . Perito meccanico (06/09/2003–15/07/2008)

##### Competenze

- CEO e Founder **Karma House S.r.l.** (Swishup.it) Team attualmente composto da 4 persone.

SERNICOLA LORENZO

##### Formazione

- Laurea Magistrale** in **Ingegneria Informatica** presso il **Politecnico di Milano** (2012)
- Laurea di Primo Livello** in **Ingegneria Informatica** presso il **Politecnico di Milano** Voto 98/110 (26/09/2012)

##### Esperienze lavorative

- .E' **socio fondatore**, in particolare responsabile tecnico di sviluppo (CTO) della società di sviluppo software **Karma House S.r.l.** con sede a Novara.