



Kippy, la campagna su Mamacrowd vola. Nuovo obiettivo fissato a 1 milione

Il primo “pet smartphone” è già in vendita in 30 Paesi. Consente di monitorare la posizione e le abitudini di cani e gatti: per tenerli sani e al sicuro Probabilmente nessuna azienda svilupperà mai un dispositivo che faccia parlare un cane come Dug, quello del film Pixar “Up”: Kippy Evo, però, esiste già ed è la dimostrazione che la tecnologia può raccontarci molto del nostro amico quattrozampe. Soprattutto quando lo perdiamo di vista e vogliamo tenerlo al sicuro.

La campagna su Mamacrowd

In Europa in soli 5 paesi vivono 315 milioni di cani e gatti e ne sono ad oggi registrati 140 milioni: ogni anno 7 milioni si smarriscono e oltre il 18% non viene più ritrovato. Partendo da questi dati l’italiana Kippy, nata a Milano nel 2014, ha sviluppato prodotti IoT di localizzazione e monitoraggio degli animali domestici : e poi evolvendoli ulteriormente per fornire ai proprietari innumerevoli altre utili informazioni sul loro comportamento e stato di salute. Creando quello che l’azienda chiama il primo “pet smartphone” al mondo.

È per la sua semplicità di utilizzo e il continuo miglioramento dei dispositivi che Kippy ha già venduto 70mila pezzi nel 2018 in 15 paesi europei (con 17mila utenti attivi) e punta a 7 milioni di euro di ricavi entro il 2020 : e ora si mette in gioco anche in una nuova campagna di equity crowdfunding su Mamacrowd, che dal 20 giugno ad oggi ha già superato i 600 mila euro di adesioni e resterà in raccolta fino a settembre. La campagna, aperta con un investimento minimo pari a 497,57 euro, prevede anche il diritto di liquidation preference a tutte le categorie di quote offerte sul portale: in caso di exit, i proventi saranno prioritariamente ripartiti tra i soci che hanno sottoscritto le quote di Kippy emesse in relazione all’aumento di capitale oggetto dell’offerta su Mamacrowd.

“La campagna di crowdfunding ci aiuterà a raccogliere i fondi necessari per sviluppare ulteriormente il prodotto, lanciare il Kippy Cat, un prodotto ideato appositamente per i gatti, e sviluppare ulteriormente l’e-commerce per la distribuzione retail di Kippy” ha spiegato Marco Brunetti, Founder & CEO di Kippy. “Il settore pet wearable è in forte ascesa e si stima raggiungerà i 3,2 miliardi di euro entro il 2024. In questo contesto, il nostro obiettivo è quello di ottenere le risorse necessarie per portare il team ad un nuovo livello di sviluppo, accompagnando Kippy nell’evoluzione da startup ad azienda per diventare sempre più competitivi in Italia e nel mondo”.

Oggi Kippy distribuisce in 30 Paesi attraverso l’attività di e-commerce (sul sito www.kippy.eu e attraverso Amazon), partnership con grandi operatori (Vodafone, Europ Assistance ecc) e retail (catene pet shop, telco store) con oltre 3.000 punti vendita attivi in Europa.