



SixthContinent

COMPANY PROFILE

SixthContinent.com (SXC) è una piattaforma di Social Commerce che introduce una modalità rivoluzionaria per acquistare più beni e servizi a parità di denaro a disposizione, grazie ad un modello di business nuovo, capace di trasformare radicalmente la "catena dei consumi".

Dalla spesa quotidiana alla benzina, dal cinema ad ogni genere di beni e servizi, sulla piattaforma sono presenti le Shopping Card di oltre 3mila Brand, tra cui molti dei nomi più importanti al mondo (Amazon, Ikea, Apple, Netflix, Adidas, ecc.), ma anche realtà emergenti in cerca del giusto mezzo per promuovere sul mercato i propri prodotti.

SXC funziona come una sorta di grande Gruppo di Acquisto mondiale. Infatti, grazie agli accordi siglati con le Aziende, per ogni Shopping Card venduta, SixthContinent condivide il 70% dei profitti con i propri Utenti attraverso Crediti per nuovi acquisti: il 50% arriva in real time nell'Account di chi ha materialmente completato l'acquisto, e il 20% diviso e distribuito giornalmente in parti uguali a tutti i Membri della Community mondiale. In questo modo, più acquisti gli Utenti effettuano tramite la piattaforma, più accumulano Crediti e più aumenta la capacità di acquisto. Il potere d'acquisto dei Consumatori aumenta insieme alle vendite e i margini delle Aziende.

Un efficace esempio di Marketing Sociale che, attraverso la redistribuzione dei profitti, è in grado di aumentare sin del 25% il potere di acquisto degli Utenti della Community incrementando, nello stesso tempo, le vendite delle Aziende presenti sul Social Commerce.

Grazie a questo "circolo virtuoso toroidale", SixthContinent è sempre più presente nella vita delle famiglie italiane: un fenomeno in piena ascesa, con un bacino di oltre 480mila Utenti e un fatturato che nel 2018 ha superato i 50 milioni di euro in transazioni e continua a crescere del 20% ogni mese.

Da un lato il merito è senza dubbio del passaparola virale e delle campagne pubblicitarie su programmi televisivi come "Le Iene" che hanno contribuito a far conoscere a un vasto pubblico l'opportunità di questo innovativo Social Commerce, ma molto si deve soprattutto alla costante volontà della piattaforma di arricchire il portafoglio dei Brand presenti, rendere sempre più conveniente la piattaforma e intervenire per semplificare le diverse incombenze quotidiane.

Come, ad esempio, la possibilità di rateizzare gli acquisti o il pagamento di ricariche telefoniche, o bollettini MAV e RAV, che, grazie al servizio "Pagomeno", possono essere effettuati utilizzando con Crediti SixthContinent.



Profit Sharing: la chiave del successo di SixthContinent

Per i Consumatori

Il modello economico SixthContinent si basa su un concetto semplice, ma vincente: *"da un lato spendi, dall'altro guadagni"*. Una volta entrati a far parte della Community, gli Utenti guadagnano Crediti per ogni acquisto effettuato e dagli acquisti di tutti gli Utenti della piattaforma.

Le transazioni completate dagli altri Membri, infatti, garantiscono quotidianamente per la Community un microcredito che viene suddiviso in parti uguali e che va ad aggiungersi ai Crediti già presenti sul portafoglio digitale dell'Utente.

Inoltre, la partecipazione attiva (visualizzare contenuti, postare recensioni dei prodotti, ma anche solo effettuare il login alla piattaforma) garantisce un guadagno continuo di Punti convertibili poi in Crediti e spendibili per i propri acquisti.

Per le Aziende

A essere favorite da questo sistema sono anche le Aziende che così abbandonano i tradizionali modelli dell'advertising online, basati su pay-per-view e pay-per-click, in favore della più efficiente formula "Pay-Per-Sale", in cui l'investimento pubblicitario viene ottimizzato e si paga solo in base alle vendite generate dalla campagna.

Il modello adv Pay-Per-Sale di SXC offre numerosi vantaggi rispetto al classico pay-per-view e pay-per-click:

1. ha un performance di pay-back superiore del 20%, ovvero, a fronte di 1 dollaro investito in adv si generano in media \$3,35 di vendite
2. Il ROI sostenibile viene calcolato prima della Campagna
3. Non c'è cash-out, perché l'Azienda paga soltanto se vende e con parte degli incassi generati dalla stessa Campagna promozionale.
4. Le Aziende guadagno Clienti che spendono direttamente sul proprio eCommerce o nel negozio fisico.

Come funziona SixthContinent?

La registrazione a SixthContinent.com è gratuita e si ricevono Crediti immediatamente spendibili (pari a circa 10-15 euro) in base al livello di completamento del proprio profilo. Nell'account Utente viene attivato una sorta di "wallet digitale" che permette di accumulare i Crediti e i Punti guadagnati. I Crediti e i Punti accumulati possono essere utilizzati per effettuare il pagamento di nuovi acquisti, fino a un massimo del 50% del valore di ogni Shopping Card, il restante saldo può essere pagato tramite carta di credito o bonifico bancario elettronico.

Ad esempio, un buono acquisto da 100 euro Apple, Netflix, Ikea, oppure un buono benzina Q8, o ancora uno dei prodotti degli oltre 3mila Brand presenti su SixthContinent può essere pagato fino alla metà del suo valore con Crediti e Punti accumulati.

In alcuni casi, come per Amazon e MasterCard, i crediti e punti coprono sino al 100% del valore.



Grazie ad un'ampia offerta e a un virtuoso sistema di Profit Sharing capace di rendere ogni transazione più equa e sostenibile, la piattaforma semplifica la vita di tutte le parti coinvolte nel mercato:

- l'Utente aumenta in media del 20-25% la propria capacità di spesa e arriva più agevolmente a fine mese;
- ogni Membro attivo della Community, anche senza aver effettuato acquisti, beneficia ogni giorno dei Microcrediti generati dalle transazioni degli altri Utenti che vanno a incrementare il suo portafoglio digitale;
- Oltre ai Crediti guadagnati dagli acquisti, gli Utenti guadagnano anche Punti soltanto vivendo la Piattaforma, ad esempio solo scrivendo recensioni al termine degli acquisti o loggandosi ogni giorno.
- tutte le Aziende aderenti vedono aumentare sensibilmente le proprie vendite e i propri margini di guadagno grazie a una Community di Shopper sempre più numerosa e motivata con un Credito extra da spendere per soddisfare le proprie esigenze di consumo; Il 70% dei Consumatori fa acquisti tutti i mesi.
- mentre i Brand emergenti trovano nella piattaforma un efficace veicolo promozionale per i propri prodotti che consente di esporre fianco a fianco ai grandi marchi del mercato e raggiungere un pubblico di migliaia di potenziali nuovi clienti diretti attraverso le "Offerte Sponsorizzate";
- infine, tutte le Imprese, indipendentemente dalle loro dimensioni, trovano su SixthContinent la rivoluzionaria opportunità di ottimizzare i propri investimenti marketing attraverso una pubblicità dai risultati garantiti. Sul Social Commerce fondato da Fabrizio Politi, infatti, impression, click e view diventano gratuiti, mentre le Imprese pagano soltanto in base alle vendite e con parte di ciò che è stato incassato dalle campagne SXC. Nessun rischio, nessun cash-out, ma soprattutto un costo pubblicitario calcolato e sostenibile.

Passato e futuro di SixthContinent

Il progetto SixthContinent nasce nel 2010 da un'idea dell'imprenditore italiano, Fabrizio Politi, nato a Milano nel 1972, formazione classica, studi di giurisprudenza in Italia e salde competenze nel campo dell'informatica e dei modelli statistici.

Nel 2009 davanti agli effetti disastrosi della crisi economica mondiale, Politi decide di dedicare le proprie competenze ad un ambizioso progetto sociale di Profit Sharing pensato per modificare la catena del valore dei consumi e aumentare la capacità di acquisto dei Consumatori in modo sostenibile nel tempo, eliminando le cause "ripetitive" che generano le periodiche crisi economiche.

"Ero convinto che il Sistema economico che aveva causato la crisi di quel periodo andasse cambiato, perché presto avrebbe creato una nuova crisi più grande", racconta. "È tutta una questione di "equilibrio", per questo ho basato il Sistema SXC sugli algoritmi di John Nash: il sistema economico globale può sostenersi solo se si esprime entro certi parametri di "equilibrio", all'interno del quale tutti i giocatori hanno un vantaggio maggiore, altrimenti si generano bolle speculative a vantaggio



di pochi che poi esplodono di crisi globali che pagano in molti. SixthContinent vuole riportare al centro del mercato un patto tra Consumatori e Imprese. Questo "patto" diventa il Driver di quell'immenso flusso economico messo in moto dalla somma di ogni semplice acquisto, per alimentare così un Mercato equo e sostenibile nel tempo".

Nasce così l'idea di SixthContinent, ovvero il Sesto Continente, un luogo digitale concepito per accogliere milioni di Consumatori dai cinque Continenti e migliaia di Brand, grazie ad un modello di business "disruptive" che introduce novità assolute destinata a cambiare le abitudini di consumo delle persone.

Il progetto, internazionale fin dagli esordi, si è sviluppato "sotto traccia" attraverso un lungo e laborioso work in progress durato 7 anni, con epicentro negli Stati Uniti, IT & Operations in Italia - patria dell'ideatore.

SixthContinent.com viene concepito anche come un Social Network, dove i Membri possono scambiarsi informazioni e suggerimenti sulle Aziende, sulle Offerte più interessanti e sull'esperienza di acquisto, innescando un virtuoso passaparola grazie al quale la piattaforma inizia a crescere in modo del tutto organico ed esponenziale nella sua base Utenti.

Parallelamente aumenta anche il numero delle Grandi Aziende che aderiscono, attratte dalla possibilità di entrare in contatto con un numero potenzialmente "infinito" di Consumatori, ma attrae anche brand poco conosciuti, che godono di una vetrina efficace per accrescere la loro presenza sul mercato e senza limiti di accesso economic come altrove.

Nel 2014 una svolta importante: SixthContinent viene presentato come una delle 25 idee più interessanti dell'anno alla Collision Conference nella West Coast, "la più importante conferenza mondiale di tecnologia del pianeta" secondo Forbes. In quest'occasione, il progetto viene illustrato a una platea di investitori internazionali molto attenti e raccoglie parecchi consensi.

Nel luglio dello stesso anno Fabrizio Politi e Francesca Roveda (co-fondatrice dal 2013) decidono quindi di fondare SixthContinent Inc. con sede a San Francisco, oggi proprietaria di una holding a Londra e di una consociata europea con base a Milano.

Nel corso del tempo l'infrastruttura tecnologica si evolve fino ad arrivare alla versione 4.0 lanciata il 5 Novembre 2017 e subito il fatturato medio giornaliero passa da €16mila a €51mila, per continuare a cresce ogni mese del 18%.

Il 2018 è l'anno decisivo per il business di SixthContinent.

A luglio 2018 l'Azienda annuncia un rilevante aumento di capitale societario, che passa da 100mila ad 1 milione di euro e 1 milione a riserva. L'investimento è volto al potenziamento della struttura con l'ingresso di nuove figure manageriali e giovani talenti, l'implementazione di tecnologie all'avanguardia e l'ampliamento della Community attraverso campagne pubblicitarie tv.

Con l'aumento di capitale cambia anche la ragione sociale di Sixthcontinent Italia srl che diventa Sixthcontinent Europe srl, head quarter operativo per lo sviluppo del business in tutta l'Euro-Zona, a partire dalla Germania, dove il lancio della piattaforma è stato portato a termine in ottobre 2018 e in Portogallo dove SXC sta crescendo velocemente e in modo organico.



A dicembre 2018, SixthContinent viene inserita da Philip Kotler - professore alla Northwestern University di Evanston, Illinois, nonché una delle personalità più influenti al mondo, secondo il Financial Times, per le tematiche di marketing e management - nel suo ultimo libro "Retail 4.0. Dieci regole per l'era digitale", poiché rappresenta uno degli esempi più riusciti di Marketing Sociale, destinato a guidare l'innovazione del retail.

L'anno 2018 si chiude per SixthContinent con un fatturato complessivo in Italia di oltre 50 milioni di euro, superiore a 7 volte quello registrato nell'anno precedente.

Oggi SixthContinent è guidata dai co-fondatori originari Fabrizio Politi e Francesca Roveda, Amministratore Delegato del Gruppo.

La Società Americana ha oltre 800 Soci investitori, tra i quali anche le italiane Bauli e Carrera Jeans, ha raccolto sino ad oggi oltre 15 milioni e nel 2018 ha superato il break even, quindi si autosostiene.

Ufficio Stampa Sixth Continent:

AD MIRABILIA - Tel. +39 02 4382191 - e-mail: sixthcontinent@admirabilia.it

Contatti: Vittoria Valle - Tel. +39 02 4382.1941 - Cell. + 39 346 51 16 797

Erika Demartis - Tel. +39 02 4382.1941 - Cell. +39 348 28 87 674