AUTHOMIA

IL PROGETTO

PROJECT

AUTHOMIA — La tecnologia che trasforma i dati in decisioni

2 piattaforme
MARTY E FLUXOR

4 direttrici
STRATEGIA DI CRESCITA

50–120 k €
RACCOLTA

01 Il progetto

AUTHOMIA nasce con l'obiettivo di sviluppare e portare sul mercato soluzioni tecnologiche capaci di migliorare concretamente il modo in cui le imprese gestiscono le proprie attività, interpretano le informazioni aziendali e prendono decisioni.

La progressiva digitalizzazione dei processi ha portato le aziende a generare e raccogliere quantità sempre maggiori di dati. Informazioni commerciali, economiche, finanziarie e operative sono oggi distribuite tra software gestionali, piattaforme e-commerce, sistemi amministrativi, strumenti di marketing e applicazioni differenti. Nonostante questa disponibilità, molte organizzazioni continuano ad avere difficoltà nel collegare tra loro queste informazioni e trasformarle in una visione complessiva del proprio business.

Il problema non è quindi soltanto raccogliere i dati, ma riuscire a interpretarli, comprenderne le relazioni e utilizzarli per individuare criticità, valutare opportunità e orientare le decisioni.

È in questo scenario che si inserisce il progetto AUTHOMIA, con una proposta tecnologica basata sulla combinazione di software proprietari, intelligenza artificiale, automazione e analisi evoluta delle informazioni aziendali.

L'ambizione è rendere disponibili anche alle piccole e medie imprese strumenti che tradizionalmente richiedevano investimenti importanti, competenze specialistiche e strutture organizzative dedicate, offrendo piattaforme accessibili, flessibili e utilizzabili nella gestione quotidiana.

Il progetto si fonda su due direttrici complementari: da una parte lo sviluppo e la commercializzazione di prodotti software proprietari, destinati a specifici segmenti di mercato; dall'altra la realizzazione di soluzioni tecnologiche, integrazioni e sistemi personalizzati, attraverso i quali accompagnare le imprese nei propri percorsi di innovazione digitale.

2 direttrici PRODOTTI PROPRIETARI E SOLUZIONI TECNOLOGICHE	**2 piattaforme** MARTY E FLUXOR	**1 visione** DECISION INTELLIGENCE

02 I prodotti proprietari

Il primo nucleo dell'offerta AUTHOMIA è costituito da due piattaforme SaaS, MARTY e FLUXOR, sviluppate per rispondere a esigenze differenti ma accomunate da un principio fondamentale: trasformare le informazioni aziendali in conoscenza utilizzabile per prendere decisioni migliori.

Le due piattaforme rappresentano applicazioni verticali di un'unica visione tecnologica, la Decision Intelligence, intesa come capacità di raccogliere, organizzare, mettere in relazione e interpretare i dati, fornendo agli utenti strumenti di analisi e supporto alle decisioni.

MARTY — Decision Intelligence per l'e-commerce

MARTY è una piattaforma di Decision Intelligence progettata per il settore e-commerce, con l'obiettivo di offrire agli operatori una comprensione più approfondita delle performance del proprio negozio online.

Le attività di vendita digitale coinvolgono numerose variabili: ordini, prodotti, clienti, pagamenti, spedizioni, costi, campagne pubblicitarie e comportamenti d'acquisto. Queste informazioni vengono spesso analizzate attraverso strumenti separati, rendendo difficile ottenere una valutazione completa dei risultati economici e commerciali.

MARTY nasce per superare questa frammentazione, aggregando e analizzando le informazioni provenienti dalle diverse fonti integrate e trasformandole in indicatori, analisi e indicazioni utili alla gestione del business.

La piattaforma consente di approfondire le performance delle vendite, il comportamento dei clienti, le dinamiche dei prodotti, la redditività e l'efficacia delle attività di marketing, offrendo una visione che va oltre la semplice consultazione di report e dashboard.

L'integrazione di strumenti di intelligenza artificiale permette inoltre di interagire con le informazioni attraverso un approccio più evoluto, facilitando l'interpretazione dei dati e la comprensione delle dinamiche che influenzano i risultati.

L'obiettivo è mettere a disposizione di imprenditori, responsabili e-commerce e professionisti del settore uno strumento capace di supportare le decisioni quotidiane, individuare aree di miglioramento e contribuire a orientare le strategie commerciali sulla base di informazioni concrete.

Il mercato di riferimento comprende aziende che operano attraverso piattaforme e-commerce, retailer digitali, operatori con più negozi online e realtà professionali che gestiscono o supportano attività di vendita digitale.

MARTY	E-commerce	AI
DECISION INTELLIGENCE PER L'E-COMMERCE	NEGOZI ONLINE E RETAILER DIGITALI	INTERPRETAZIONE DEI DATI

FLUXOR — Decision Intelligence per le imprese

FLUXOR applica la stessa filosofia al mondo della gestione aziendale, rivolgendosi a professionisti, microimprese e PMI che desiderano avere una visione più chiara e aggiornata dell'andamento economico e finanziario della propria attività.

In molte realtà imprenditoriali, le informazioni necessarie per comprendere la situazione aziendale sono distribuite tra fatture elettroniche, documenti amministrativi, sistemi gestionali, estratti e fogli di calcolo. La disponibilità di questi dati non sempre si traduce in un'effettiva capacità di controllo, pianificazione e valutazione della redditività.

FLUXOR nasce proprio per colmare questa distanza tra disponibilità delle informazioni e capacità di utilizzarle.

La piattaforma consente di raccogliere, organizzare e analizzare i dati economici e finanziari dell'impresa, offrendo strumenti per monitorare ricavi, costi, marginalità, scadenze, flussi finanziari e andamento delle diverse attività.

Attraverso funzionalità di analisi, pianificazione e simulazione, FLUXOR punta a consentire all'imprenditore di valutare scenari alternativi, comprendere l'impatto economico delle proprie scelte e individuare tempestivamente eventuali situazioni di criticità.

La piattaforma non intende sostituire i sistemi amministrativi, i software di fatturazione o il lavoro del commercialista. Il suo ruolo è complementare: valorizzare le informazioni già presenti nei processi aziendali, trasformandole in strumenti di controllo e supporto alla gestione.

Il mercato di riferimento comprende professionisti, attività di servizi, piccole e medie imprese, aziende strutturate e organizzazioni che necessitano di una maggiore capacità di analisi e controllo economico-finanziario.

FLUXOR	PMI	Complementare
DECISION INTELLIGENCE PER LE IMPRESE	PROFESSIONISTI E MICROIMPRESE	NON SOSTITUISCE I SISTEMI AMMINISTRATIVI

03 Il mercato di riferimento e l'opportunità

AUTHOMIA opera in un contesto caratterizzato dalla crescente diffusione delle tecnologie digitali, dall'adozione di soluzioni cloud e dall'integrazione progressiva dell'intelligenza artificiale nei processi aziendali.

La necessità di gestire in modo più efficiente le informazioni, automatizzare attività ripetitive e migliorare la capacità decisionale rappresenta un'esigenza trasversale a numerosi settori economici.

MARTY e FLUXOR si rivolgono a due segmenti distinti ma accomunati da questa necessità: il mercato dell'e-commerce, nel quale la competitività dipende sempre più dalla capacità di interpretare dati commerciali e di marketing, e quello delle imprese e dei professionisti, dove il controllo economico e finanziario costituisce un elemento fondamentale per la sostenibilità e lo sviluppo dell'attività.

I principali segmenti di riferimento sono:

2 segmenti	**SaaS**	**Trasversale**
E-COMMERCE E IMPRESE	ACCESSO TRAMITE ABBONAMENTO	ESIGENZA COMUNE A PIÙ SETTORI

E-commerce e retail digitale

Aziende che operano attraverso piattaforme di vendita online e che necessitano di strumenti evoluti per analizzare vendite, clienti, prodotti, marginalità e attività di marketing. Il segmento comprende anche agenzie e consulenti specializzati che seguono più realtà e-commerce.

Piccole e medie imprese

Imprese che desiderano migliorare la conoscenza della propria situazione economica, monitorare costi e ricavi, comprendere la redditività delle attività e pianificare con maggiore consapevolezza le proprie decisioni.

Professionisti e studi professionali

Operatori che necessitano di strumenti per organizzare e interpretare le informazioni economiche e finanziarie, migliorando il controllo delle attività e la capacità di pianificazione.

Aziende strutturate e organizzazioni multisede

Realtà che gestiscono processi più articolati, più unità operative o diverse aree di attività e che necessitano di integrare informazioni provenienti da sistemi differenti, automatizzare flussi di lavoro e ottenere una maggiore visibilità sulle proprie performance.

Il modello SaaS permette ad AUTHOMIA di rivolgersi a un mercato ampio, offrendo soluzioni accessibili attraverso abbonamenti e piani differenziati, senza richiedere ai clienti investimenti iniziali paragonabili a quelli necessari per realizzare sistemi software personalizzati.

04 Il modello di business

Il modello economico di AUTHOMIA è progettato per combinare ricavi ricorrenti, attività commerciali scalabili e servizi tecnologici complementari.

La principale linea di ricavo è rappresentata dalla commercializzazione delle piattaforme MARTY e FLUXOR attraverso abbonamenti SaaS. I prodotti saranno proposti con piani differenziati in funzione delle caratteristiche delle aziende, delle funzionalità utilizzate e del livello di servizio richiesto.

La natura ricorrente degli abbonamenti consente di costruire progressivamente una base clienti stabile e di incrementare nel tempo il valore dei ricavi annualizzati. La crescita del numero di utenti e delle aziende abbonate rappresenta quindi uno dei principali fattori di sviluppo economico della società.

Accanto alla commercializzazione diretta, AUTHOMIA intende sviluppare un canale distributivo indiretto attraverso accordi con agenti, rivenditori, concessionari software non esclusivi, software house, web agency, consulenti e operatori specializzati.

Questo canale rappresenta un elemento strategico del progetto: anziché affidare la crescita esclusivamente alla capacità commerciale interna, la società intende valorizzare le relazioni e i portafogli clienti di operatori già presenti sul mercato, rendendo più rapida la diffusione dei prodotti e ampliando la copertura territoriale.

A queste attività si affiancano i servizi di sviluppo software, integrazione tecnologica, automazione dei processi e realizzazione di piattaforme digitali personalizzate. Tali attività permettono di rispondere a esigenze specifiche delle imprese, generare opportunità commerciali complementari e sviluppare relazioni che possono favorire anche la diffusione dei prodotti proprietari.

La strategia prevede pertanto una progressiva centralità dei ricavi SaaS, mantenendo i servizi tecnologici come componente integrativa del modello e come opportunità per ampliare il rapporto con il mercato.

SaaS	Indiretto	Servizi
RICAVI RICORRENTI	RETE DISTRIBUTIVA	SVILUPPO E INTEGRAZIONE

05 La strategia commerciale e distributiva

Uno degli elementi centrali del progetto AUTHOMIA è la costruzione di una rete commerciale in grado di sostenere la diffusione dei prodotti su scala nazionale.

La società intende superare un modello di vendita basato esclusivamente sul rapporto diretto tra azienda e cliente finale, sviluppando un sistema distributivo che coinvolga operatori già inseriti nel mercato del software e dei servizi digitali.

La rete sarà articolata su più livelli:

Vendita diretta e agenti commerciali

Sviluppo di una struttura commerciale dedicata alla ricerca di nuovi clienti, alla presentazione delle piattaforme, alla gestione delle trattative e all'attivazione degli abbonamenti.

Rivenditori e concessionari non esclusivi

Accordi con aziende che commercializzano software gestionali, applicazioni aziendali e servizi IT, interessate ad ampliare la propria offerta con soluzioni di Decision Intelligence.

Software house, web agency e consulenti

Collaborazioni con realtà che seguono già imprese, e-commerce e professionisti, e che possono individuare opportunità di utilizzo delle piattaforme AUTHOMIA all'interno della propria base clienti.

Partnership strategiche

Sviluppo di accordi commerciali e tecnologici con operatori in grado di favorire l'accesso a nuovi segmenti di mercato, ampliare le opportunità distributive e accelerare la diffusione dei prodotti.

La rete sarà supportata da attività di formazione, materiali commerciali, dimostrazioni, strumenti di onboarding e iniziative di marketing condivise.

L'obiettivo non è semplicemente aumentare il numero di accordi sottoscritti, ma costruire una rete di soggetti realmente attivi, capaci di generare opportunità, acquisire clienti e contribuire alla crescita dei ricavi ricorrenti.

06 La strategia di crescita

Il percorso di sviluppo di AUTHOMIA si articola in quattro direttrici principali, tra loro complementari.

1. Consolidamento e valorizzazione dei prodotti proprietari

Proseguire nell'evoluzione di MARTY e FLUXOR, migliorando le funzionalità esistenti, l'esperienza d'uso, le integrazioni e gli strumenti di analisi. Particolare attenzione sarà riservata alle funzionalità che possono aumentare il valore percepito dai clienti e favorire la diffusione commerciale delle piattaforme.

2. Espansione commerciale e distributiva

Investire nella costruzione di una rete commerciale diretta e indiretta, attraverso il coinvolgimento progressivo di agenti, rivenditori, concessionari e partner tecnologici. La prima fase sarà concentrata sul mercato italiano, con l'obiettivo di creare un modello di distribuzione replicabile e sostenibile.

3. Ampliamento dell'offerta tecnologica

Sviluppare nuove funzionalità, moduli e integrazioni per rispondere all'evoluzione delle esigenze del mercato. Parallelamente, le competenze e le tecnologie maturate potranno essere applicate alla realizzazione di soluzioni software personalizzate e all'automazione di processi aziendali.

4. Sviluppo e apertura a nuovi mercati

Consolidare la presenza sul territorio nazionale e valutare successivamente opportunità di espansione internazionale, attraverso partnership commerciali, accordi distributivi e adattamento delle piattaforme alle caratteristiche dei nuovi mercati.

07 L'investimento e l'utilizzo delle risorse

Per accelerare il proprio percorso di crescita, AUTHOMIA intende raccogliere da 50.000 a 120.000 euro attraverso l'ingresso di nuovi investitori nel capitale sociale.

L'operazione prevede una valutazione pre-money di 600.000 euro e una valutazione post-money compresa tra 650.000 e 720.000 euro, con una partecipazione complessiva compresa tra il 7,6923% e il 16,6667% destinata agli investitori a fronte del capitale raccolto.

Le risorse saranno impiegate principalmente per sviluppare la rete commerciale e distributiva, sostenere le attività di marketing e generazione di contatti, consolidare le piattaforme proprietarie e rafforzare le attività di assistenza e onboarding dei nuovi clienti.

La priorità sarà trasformare il potenziale tecnologico già sviluppato in una capacità commerciale strutturata, in grado di generare nuove acquisizioni, incrementare i ricavi ricorrenti e ampliare progressivamente la presenza di AUTHOMIA sul mercato.

L'investimento rappresenta quindi un'accelerazione del progetto imprenditoriale: non soltanto un finanziamento destinato alla realizzazione di software, ma una risorsa finalizzata a costruire le condizioni organizzative e commerciali necessarie per distribuirlo e valorizzarlo.

50–120 k€	600 k€	650–720 k€	7,69–16,67%
RACCOLTA	VALUTAZIONE PRE-MONEY	VALUTAZIONE POST-MONEY	PARTECIPAZIONE INVESTITORI

08

Perché investire in AUTHOMIA

AUTHOMIA propone un progetto imprenditoriale che combina competenze tecnologiche, sviluppo software proprietario e una strategia commerciale orientata alla scalabilità.

Il valore del progetto risiede nella possibilità di operare su due mercati complementari attraverso piattaforme SaaS specializzate, mantenendo al tempo stesso la capacità di sviluppare soluzioni tecnologiche e integrazioni per esigenze aziendali specifiche.

MARTY e FLUXOR rappresentano il primo nucleo di un'offerta proprietaria che si fonda sulla crescente necessità delle imprese di utilizzare meglio i propri dati, automatizzare attività e migliorare il controllo delle proprie performance.

Il modello basato su abbonamenti ricorrenti, affiancato da una rete distributiva indiretta, offre la possibilità di ampliare progressivamente la base clienti e costruire una struttura di ricavi ripetibili, con un potenziale di crescita legato sia all'acquisizione di nuovi utenti sia allo sviluppo delle relazioni commerciali.

La raccolta di capitali consentirà di concentrare risorse e competenze sulla fase più importante del percorso attuale: trasformare prodotti tecnologici già sviluppati in soluzioni commercialmente diffuse, sostenute da una rete di vendita e partnership capace di raggiungere un numero crescente di imprese.

La nostra ambizione è contribuire a un modo nuovo di fare impresa, nel quale tecnologia, intelligenza artificiale e dati non siano semplicemente strumenti operativi, ma risorse concrete per comprendere meglio il business, governarne l'evoluzione e prendere decisioni più consapevoli.

AUTHOMIA

www.authomia.it