

FICHA PROYECTO:

Retrofootball®

Promotora: i3 Iniciativas y Desarrollos SL

ACTIVIDAD

Marca deportiva para amantes de la ropa deportiva casual. Diseñamos, fabricamos y comercializamos camisetas de fútbol clásicas.

MODELO DE NEGOCIO:

- B2C Branded Ecommerce
- B2B Acuerdos con Clubs y Distribución mayorista
- Retail (2022)



NOMBRE Y APELLIDOS DEL RESPONSABLE DEL PROYECTO QUE REALIZARÁ EL PITCH A LOS INVERSORES

Jaime Reneses

EMAIL

jaime@retrofootball.com

TELÉFONO MÓVIL

+34 608151501

CIUDAD SEDE

Madrid

Sitios Web:

www.retrofootball.es
www.retrofootball.it
www.retrofootball.fr
www.retrofootball.de
www.retrofootball.co.uk
www.retrofootball.pt
www.retrofootball.ch
www.retrofootball.be
www.retrofootball.eu

RESUMEN EJECUTIVO:

Retrofootball® | i3 Iniciativas y Desarrollos, S.L.

Fecha: 30/3/21

Breve presentación de la empresa: Retrofootball®, reviviendo a las leyendas del fútbol

Nuestro propósito es revivir los valores del fútbol clásico, generando emociones a nuestros seguidores a través de:

- o La camisetas de fútbol clásicas y
- o Los contenidos sobre las leyendas del fútbol.

Somos una marca deportiva para amantes de la ropa deportiva casual. Diseñamos y comercializamos camisetas de fútbol clásicas. En Retrofootball® estamos posicionada en el nicho de los amantes del deporte y la ropa deportiva vintage. Las camisetas clásicas de fútbol están siempre de moda, generando vínculos emocionales entre los fans del deporte y nuestra marca.

Oportunidad & Mercado: El 43% de la población mundial tiene interés en el fútbol, 1 de cada 5 personas son fans del fútbol. Cada año se venden más de 18 millones de camisetas replica oficial de la temporada en curso (un mercado de 1,5 billones/años). Crecimiento Categoría replicas fútbol en el período 2014-2019 fue del 21,3%.

El nicho de las camisetas de fútbol clásicas es de 300 millones €/año.

Descripción del problema: B2C: En la actualidad el mercado de las réplicas de camisetas de fútbol clásicas es fragmentado. Hay poca oferta de réplicas oficiales de camisetas de fútbol de clubs y selecciones. A modo de ejemplo, no existe oferta de productos retro del Real Madrid, la Real Sociedad, el Real Betis o el Espanyol.

B2B Clubs: el COVID ha cambiado la economía de los Clubs de Fútbol; necesitan innovar y generar nuevas vías de ingresos.

Descripción de la solución (producto o servicio): Somos una marca Directa al Consumidor con las siguientes ventajas competitivas:

- **Marca registrada EU** que define el segmento. **Marca consolidada** tanto en la i) EUIPO (EU + Reino Unido) y ii) en un Juicio mercantil con sentencia firme. En proceso de ampliación a NAFTA (USA, Mexico y Canada), Rusia, China y Japón.
- **Marca con poder de venta Global**
- **Dominio nicho en Google:** posiciones estables top 3 para búsquedas de nivel 2 (camisetas retro), nivel 3 (camiseta retro fútbol, nivel 4 (camisetas retro fútbol Barcelona) en los últimos 3 años con múltiples cambios del algoritmo de Google.
- **Internacionalizados:** sólo el 30% de nuestras ventas son en España
- **#Retrofootballers** Tenemos una Tribu de 87K #Retrofootballers – 87K
- **Cadena de valor completa** (producción en 10-12 semanas desde pedido en firme) y comercialización directa

Modelo de negocio:

Margen de los productos vendidos

- B2C: canal directo branded ecommerce
- B2B: acuerdos con clubs de fútbol y distribución marcas

Principales Métricas 2020:

Coste Adquisición Clientes (CAC): 9,84 € | Valor del Pedido Medio (AOV): 65,30 €

Ratio CAC / LTV: 2,37 | Net Promoter Score : 75

Clientes: Tenemos más de 22.000 clientes que han comprado en nuestra plataforma, 44% de ellos registrados.

Estrategia & Drivers 2021-2025:

- **B2C – Branded Ecommerce:** marca Retrofootball® + nuevos mercados | Driver: más margen por pedido
- **B2B Clubs:** acuerdos con clubes de fútbol | Driver: más volumen & coBranding
- **B2B Distribución:** Distribución tiendas / Grandes almacenes | Driver: más volumen
- **Retail:** 4 tiendas experiencia | Driver: mejor conversión & reducción riesgo GAFA.

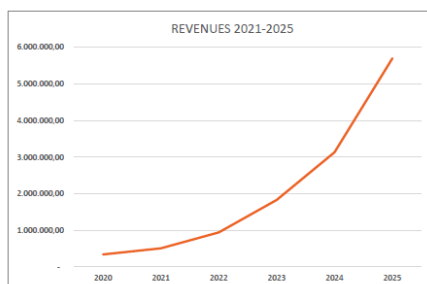
Destino de la inversión:

- Producción marca propia Retrofootball® (Octubre 2021)
- Acuerdos con clubs de fútbol (Abril 2021)
- Tienda experiencia (Abril 2022)
- Profesionalización equipo (1 Performance marketing + 1 B2B comercial)

Estrategia de salida para el inversor:

- **Gran marca deportiva no percibida como moda:** Macron, Joma, Hummel, etc
- **Grandes empresas de ecommerce deportivo:** Fanatics, Tradeinn, Deporvillage, etc
- **Brand Houses:** Premium, Pentland, Iconix, etc.

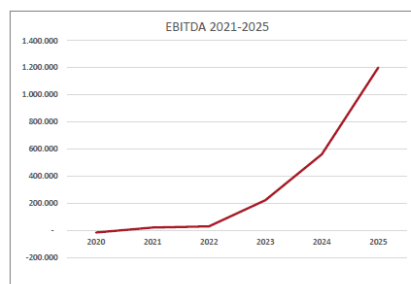
Economics:



REVENUE CAGR 2020-2025: 72,9% (*)

Distribución Revenue

	2021	2025
NEGOCIO ONLINE	91,4%	39%
NEGOCIO RETAIL	0,0%	27%
NEGOCIO B2B	1,5%	34%



EBITDA 2025: 1.202.025 €

Margen EBITDA: 21,1%

(*) Verticales modelizados Fútbol & Rugby