

Round da 1,2 milioni di euro per Banale, il brand emergente del mercato mondiale degli accessori viaggio

La design company milanese punta alla crescita e all'internazionalizzazione con i nuovi fondi raccolti

Milano 25 settembre 2019 – l'azienda di design [Banale](#), dopo una rapida crescita di volumi e fatturato, ha raccolto **1,2 milioni di euro** che verranno investiti per lo sviluppo della gamma dei prodotti, il potenziamento delle vendite online e per l'apertura dei primi negozi monomarca a Milano ed in Asia.

Di questi 1,2 milioni di euro, 600mila sono stati investiti in equity dai soci pre-esistenti, mentre i restanti 600mila sono stati immessi come capitale di debito.

Questo fundraising di successo, guidato dall'esperienza di [Nuvolab](#), venture accelerator e innovation advisor, che da poco più di un anno supporta Banale nella sua trasformazione in scaleup, permetterà di poter proseguire e velocizzare il processo di crescita e affermazione del brand come riferimento per il mercato dei travellers e degli urban commuters. Inoltre permetterà di consolidare la scalabilità del modello di business, con l'obiettivo di essere pronti nel 2021, dopo un ulteriore round di investimento, ad espandere i punti vendita diretti sul mercato retail e a crescere online sui principali mercati target: USA e Asia.

Prodotti unici e visione internazionale

Banale disegna prodotti utili ed originali per chi è sempre in viaggio: nomadi urbani, viaggiatori per passione o per affari, tutti quelli che condividono e amano uno stile all'insegna della filosofia "my bag is my home".

L'exploit dell'azienda milanese, attiva dal 2015, si spiega con la capacità di sorprendere la domanda di prodotti per il viaggio, in crescita a doppia cifra a livello globale, con proposte uniche (e tutt'altro che "banali") capaci di distinguersi per le proprie funzionalità innovative e per quel *look & feel minimal* che ha fatto subito breccia sul pubblico straniero appassionato di design italiano.

Così sono nati cuscini da viaggio tascabili, maschere antismog per ciclisti urbani, zaini che si trasformano per portare oggetti voluminosi, e tanti altri prodotti innovativi in fascia *premium price* che hanno avviato la crescita di Banale lanciandolo come uno dei brand emergenti su questo mercato.

L'Asia, Cina e Giappone in testa, è il mercato che più sta premiando il brand, che qua realizza il 60% del fatturato, vendendo quasi interamente online. Un interessante canale di vendita è anche rappresentato da Kickstarter, la più grande piattaforma di crowdfunding mondiale made in USA, dove Banale è nella top 3 delle aziende italiane con 6 prodotti lanciati e finanziati.

Nuvolab accelera le startup e le aiuta a trasformarsi in scaleup

Nuvolab, l'acceleratore che accompagna le startup ad alto potenziale nella loro trasformazione in scaleup di successo fornendo la giusta strategia, relazioni industriali e fondi per emergere, guarda al futuro e ha scelto di supportare Banale perché in una Italia dove vi sono le eccellenze mondiali del design, serve puntare su startup che innovino questo verticale industriale e lo esportino su canali digitali.

“Dopo i progetti sul *food*, come in ‘This Is Not A Sushibar’ e ‘Zanze’, e sul *fashion*, con ‘DIS - Design Italian Shoes’ con il deal su Banale NuvoLab inizia a valorizzare le sue competenze e relazioni nel verticale del *forniture & design*” - afferma Francesco Inguscio, CEO di NuvoLab - “Inoltre il supporto di una grande banca come Banco BPM per il debt matching ottenuto su questo round equity, conferma l'importanza delle banche nella crescita dell'ecosistema italiano dell'innovazione e l'utilità delle garanzie fornite da Medio Credito Centrale per le startup innovative, in attesa dell'attivazione del Fondo Nazionale per l'Innovazione” conclude Inguscio.

“Questo round è un'altra conferma che stiamo andando nella direzione giusta, con un piano industriale validato che punta ad una crescita molto aggressiva nei prossimi due anni e alla affermazione di Banale come brand di riferimento per il comparto Travel & Commuting. Puntiamo a completare in breve tempo la gamma prodotti nei comparti ‘Urban’ e ‘Travel’, per continuare la crescita in distribuzione nei principali mercati target – USA e Asia – rafforzare la nostra presenza come online brand sia su vetrine dirette che su piattaforme di crowdfunding, e iniziare lo sviluppo di vetrine e corner nel mondo retail” conclude Stefano Bossi, CEO di Banale.

NuvoLab è un venture accelerator e innovation advisor di Milano. Nato nel 2011 per mano di Francesco Inguscio, in questi anni ha supportato più di 40 startup nella crescita e numerosi soggetti corporate, investitori ed istituzioni in progetti di open innovation. 2 exit all'attivo e altre 10 startup accelerate.

www.nuvolab.com

Banale è una startup di Milano che sviluppa prodotti di design dedicati a Urban Commuters e Travellers. Nata nel 2015 dalla visione di Tommaso Puccioni e Stefano Bossi, in quattro anni ha sviluppato più di 10 prodotti unici, aperto la distribuzione in più di 20 paesi, lanciato più di 10 campagne di product crowdfunding su primarie piattaforme internazionali in un segmento in rapida espansione.

www.banale.com

Ufficio stampa

Digitalpr.pro

Carlo Occhinegro

mail: carlo.occhinegro@digitalpr.pro

tel: 331 5816 957