

LA START UP

Una seconda vita per le bici usate grazie al digitale

Pozzato, brand ambassador di Bikeen: «La mobilità sposa l'economia circolare»

SARA MARANGON

Se è vero che la bicicletta spesso è scelta perché considerata un mezzo di trasporto sostenibile, è altrettanto corretto affermare che una larga fascia di persone la considera uno sport. Ed è a questa fetta di appassionati che si rivolge Bikeen: la digital start up ideata per donare una seconda vita alle bici.

Del progetto, nato nel 2020, fa parte anche il ciclista professionista vicentino Filippo Pozzato, socio e - non poteva essere altrimenti - global brand ambassador. «Personalmente avevo avuto la medesima idea qualche anno fa, ma all'epoca

Il progetto è nato nel 2020 con l'intuizione di cinque soci dopo un corso di Business school

L'obiettivo è dare più visibilità a professionisti e negozianti, mappando i punti di noleggio e servizi

non avevo il tempo, né le competenze per realizzarla - racconta Pozzato, classe 1981 con vent'anni di carriera a curriculum -. Siamo partiti nel periodo della pandemia: mesi non facili, ma che ci hanno fatto capire di essere nella giusta direzione. Dopo i diversi lockdown, infatti, le persone avevano voglia di allenarsi all'aria aperta. In molti, dunque, hanno rivalutato la bicicletta. E proprio per chi approcciava a questo sport, acquistare un usato anziché impegnarsi con cifre più importanti era l'ideale. Su Bikeen le bici profilate costano in media 1500 euro, sono quasi tutte di alta gamma. Attualmente abbiamo già 9 mila utenti privati registrati di cui 5300 iscritti anche a newsletter».

Bikeen nasce dall'amore per le due ruote e dall'intuizione di cinque soci che, dopo un corso alla Cuo Business School, abbozzano un progetto che nel giro di poco diventa una realtà imprenditoriale con un obiettivo: creare il più grande canale in Italia e in Europa dedicato alla vendita di bici usate o a Km zero e servizi nel settore, fornendo maggiore visibilità a negozianti e professionisti e mappando punti di noleggio e servizi a beneficio dei cicloturisti.

«Il mercato dell'usato a due ruote non aveva un punto di riferimento specializzato dove poter acquistare o vendere - spiega Marco Ferron, Ceo e socio della start up -. Bikeen risponde a questa mancanza fornendo un servizio di qualità sia a chi ven-



Pozzato in gara, sopra con il team di Bikeen

de, sia a chi compra. L'idea è promuovere, facilitare ed accrescere l'uso delle biciclette e il loro mercato, dando vita ad un ecosistema in cui tutti quelli che saranno all'interno ne trarranno un beneficio: privati, negozianti, professionisti e punti di noleggio».

Le strade di Bikeen e di Filippo Pozzato s'incontrano all'inizio del 2021: la nuova idea imprenditoriale appassiona l'ex ciclista e il team della start up individua in lui il personaggio giusto per rappresentare il brand e condividere valori e mission aziendali. «Ho deciso di entrare a far parte del progetto Bikeen perché ho visto valori e prospettive che mi appartengono, quali la mobilità sostenibile e l'economia circolare, seppur di un certo livello, con la bicicletta sempre al centro di tutto - racconta

Pozzato, appassionato di hockey su pista e tutt'ora praticante di ciclismo a livello amatoriale -. In tal senso Vicenza è una città in evoluzione. Mi capita spesso di confrontarmi con il vicesindaco e assessore allo sport Matteo Celebron, parliamo di come rendere il capoluogo berico a misura di bicicletta. Molto lavoro è già stato fatto, tanto resta da fare; ma la cosa positiva è che l'attenzione dell'amministrazione è verso la mobilità sostenibile. Ora non resta che far entrare questo mezzo di trasporto nel cuore di quante più persone possibile. Ricordiamo che il Veneto è la seconda regione dopo la Lombardia per numero d'impresie attive nella filiera della bicicletta - conclude Pozzato - e la quarta regione italiana per numero di ciclisti testerati».



By ATHEISIS STUDIO

Sostenibilità

ADVERTISING SPECIALE

HÖBEPERGH. LE PARTNERSHIP CON LE AZIENDE DEL TERRITORIO, ECCELLENZE NELL'INNOVAZIONE

Dall'Altopiano di Asiago al mondo

Ha reinventato il concetto di natura - partendo da un ambiente unico al mondo, l'Altopiano di Asiago, ricco di piante alpine officinali con principi attivi ineguagliabili, e puntando su sperimentazione ed innovazione fitoterapica. HöbePergh, azienda italiana di cosmetici naturali, continua il suo percorso di ricerca, attraverso inedite partnership sul territorio, alla conquista dei mercati internazionali.

A luglio, l'ingresso nel mercato cinese, con la Maschera Viso Illuminante e Rigenerante, superando a pieni voti la stringente normativa del paese orientale. Il successo del prodotto ha permesso all'azienda di programmare per l'autunno l'introduzione di 16 nuovi articoli firmati HöbePergh che, dopo il percorso di certificazione, saranno distribuiti attraverso la vendita online.

Grazie anche a questi investimenti, la crescita del fatturato di HöbePergh si assesta su +40% per l'anno 2021. Un importante risultato per l'azienda vicentina, fondata 24 anni fa nella nota località montana, che negli ultimi anni, grazie alla nuova proprietà subentrata nel 2018, ha unito ricerca a tradizione, sviluppando innovativi brevetti nel campo della cosmesi naturale.

In questa direzione si sono consolidate le collaborazioni con significative aziende del territorio, non esclusivamente cosmetiche, che stanno dando vita ad efficaci soluzioni di bellezza, permettendo di distinguersi nel mercato dei prodotti naturali d'alta gamma.



Il primo flagshipstore di HöbePergh, a Bassano del Grappa

«HöbePergh oggi è una azienda in crescita candidata a rappresentare il meglio del Made in Italy nel mondo della cosmesi naturale - conferma l'ad Davide Bertossi -. Si tratta di un brand profondamente radicato nel territorio e nei suoi saperi ancestrali, fondato sull'insostituibile ricchezza e unicità dell'ambiente dell'Altopiano. Per sviluppare innovazione e offerta, collabo-

riamo con importanti realtà del territorio, anch'esse eccellenze internazionali, che parlano la stessa lingua in merito a qualità e ricerca, con produzioni a basso impatto ambientale: una scelta imprenditoriale che ci sta portando lontano verso nuovi mercati e verso scoperte inimmaginabili di efficacia a servizio del benessere e della bellezza».

Sul fronte delle biotecnologie HöbePergh collabora con Aethera Biotech, (https://www.aetherabiotech.it/), azienda veneta del gruppo Cereal Docks, leader nella coltura vegetale a servizio dell'industria green. Grazie alla piattaforma biotech CROP e ad un modello ecosostenibile e certificato, HöbePergh e il colosso vicentino dal 2019 stanno collaborando per finalizzare un esclusivo ingrediente che permetta di stabilizzare e massimizzare l'efficacia delle molecole attive presenti in natura all'interno dei prodotti cosmetici della gamma HöbePergh.

Le collaborazioni spaziano anche in altri settori, sempre coniugando bellezza e innovazione.

Su questa filosofia è nata la partnership con FOPE (https://www.fope.com/it/), storico brand vicentino di gioielli, per il quale HöbePergh firma fragranze essenziali e preziose come un gioiello e qualche esclusivo cadeau per i clienti.

Infine, con Mr Bio Food (https://www.mrbiofood.com), azienda vicentina specializzata nella lavorazione dei germogli integrali di riso soprattutto in campo alimentare, HöbePergh ha brevettato una gamma di prodotti per il viso (crema, siero e polvere per peeling enzimatico) con azione Anti-Age.

Nel 2021 HöbePergh ha inaugurato a Bassano del Grappa il primo flagship store, un inno al Made in Italy fra elementi naturali, lusso e contemporaneità.

Cosmetici naturali, sostenibili e innovativi

La sostenibilità e i suoi valori sono oggi al centro di un nuovo modo di produrre cosmetici, privilegiando sempre più le produzioni a basso impatto ambientale e l'utilizzo di ingredienti naturali nelle formulazioni. Questo innovativo concetto di cosmesi nasce come risposta alle esigenze di consumatori sempre più consapevoli e attenti alla qualità e al valore di ciò che acquistano, compresa la sostenibilità del prodotto.

Si può quindi finalmente parlare di efficacia sostenibile: il principio attivo sviluppato con le più moderne biotecnologie garantisce una quantità costante di molecole attive nel totale rispetto dell'ambiente. HöbePergh utilizza oli essenziali, erbe e fiori ed estratti glicolici purissimi non modificati. I prodotti sono autentici nella formulazione e nelle loro promesse e non contengono siliconi, alcool, metalli pesanti, coloranti e altre sostanze che possono danneggiare la cute e provocare reazioni allergizzanti. Si tratta di cosmetici sinceri e territoriali, nati dalla storia millenaria dell'Altopiano di Asiago, dove ricerca e forza della natura si uniscono anche in nome di un futuro sostenibile per la nostra terra.

www.hobepergh.com