

ECOSPACЕ

Цифровая платформа осознанного потребления

Маленькие шаги к большим изменениям





ПРОБЛЕМА

Люди хотят быть экологичными, но не знают, с чего начать



Эко-бренды испытывают трудности в поиске аудитории и продажах

Источник: Customer Development EcoSpace

Индекс экологического поведения

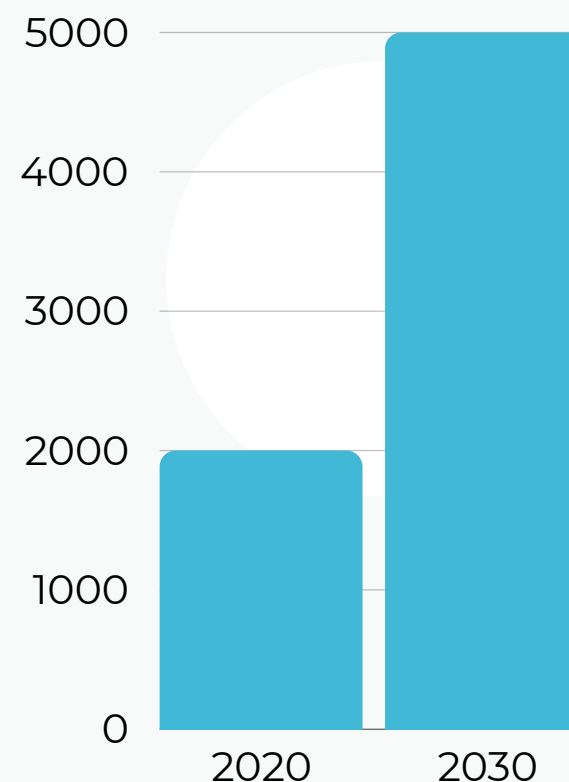


2014

2%

2024

19%



2,5 РАЗ

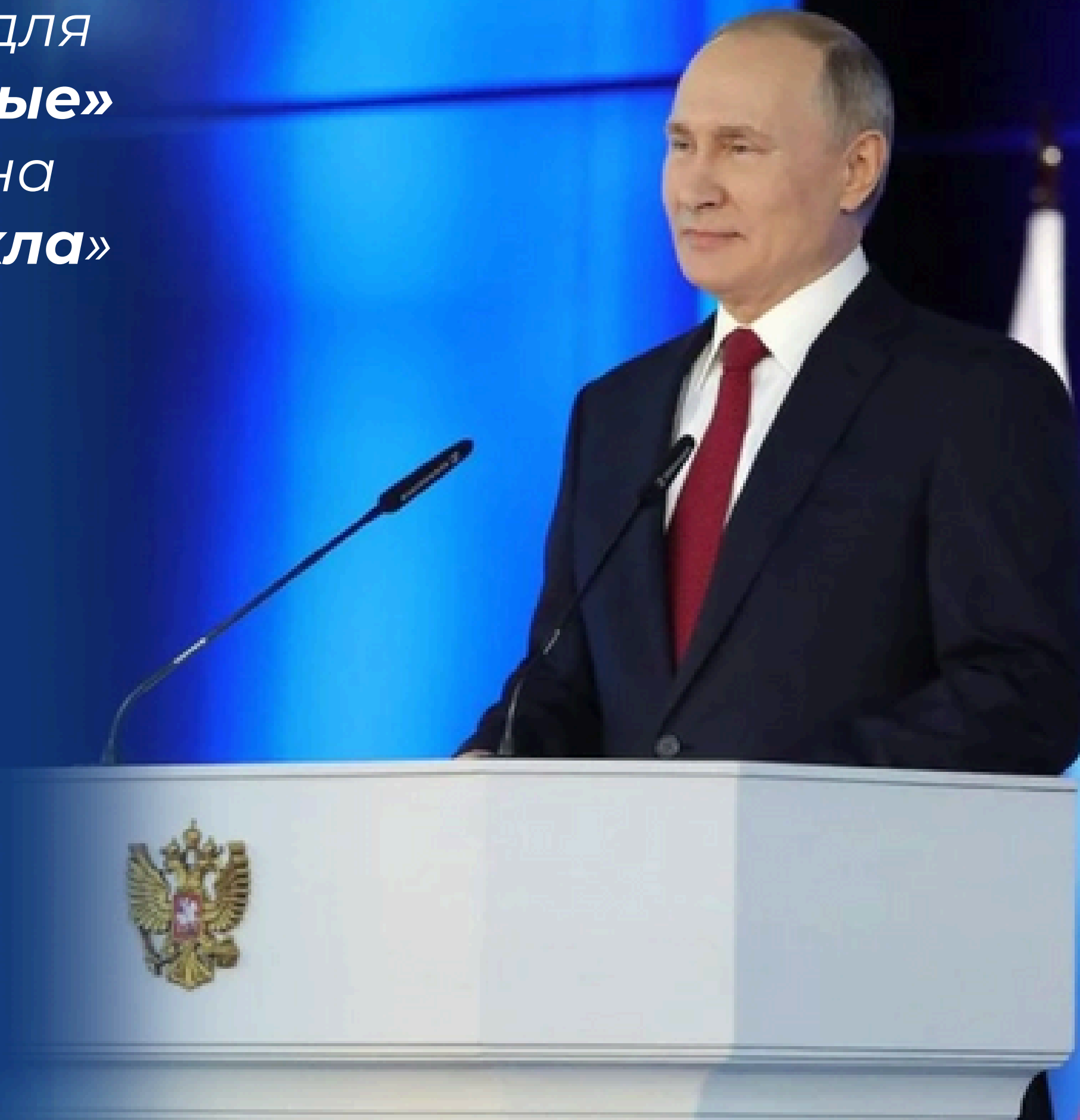
Увеличение «зеленых» брендов к 2030 году

«Надо создавать стимулы для бизнеса и внедрять **«зеленые» технологии**, переходить на экономику **замкнутого цикла**»

ЦЕЛИ В ОБЛАСТИ  **УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**



НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ПРОЕКТ
«ЭКОЛОГИЯ»



РЕШЕНИЕ

Создать единый агрегатор, который соберет в себе эко-бренды и инфраструктуру, что поможет населению стать экологичным

Государство

- Экологические нац. проекты
- Внедрение в бизнес «зеленых технологий»

1% → **4%**
СЕЙЧАС ПРОГНОЗ
текстиля перерабатывается

- Цифровая витрина брендов

ECOSPACE



Бизнес

5% → **30%**
СЕЙЧАС ПРОГНОЗ
эко-брендов покупают

- Продвижение эко-брендов

Потребитель

- Инфраструктура
- Приобретать эко-товары
- Стать частью эко-сообщества

15% → **45%**
СЕЙЧАС ПРОГНОЗ
сдают одежду на переработку

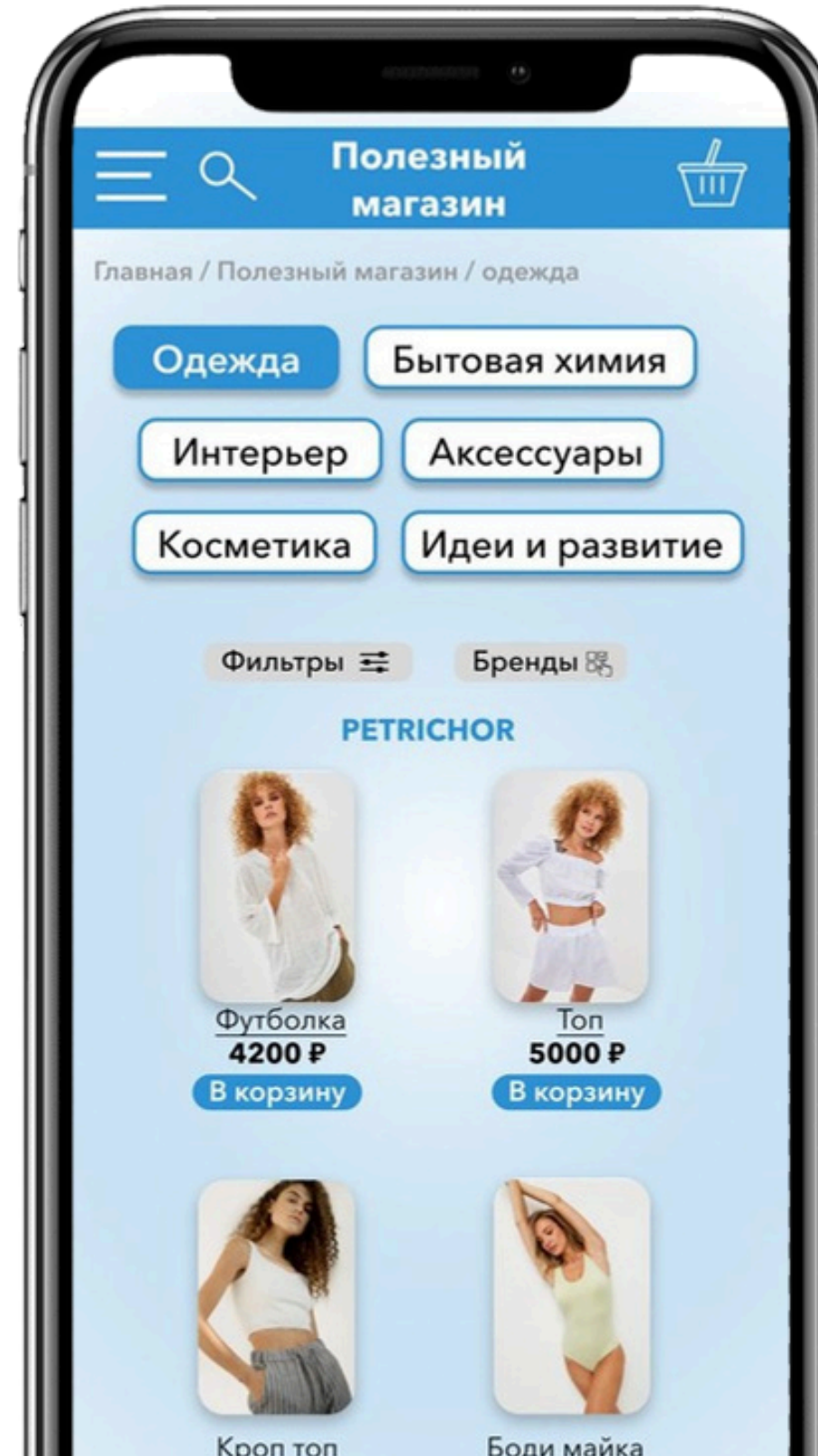
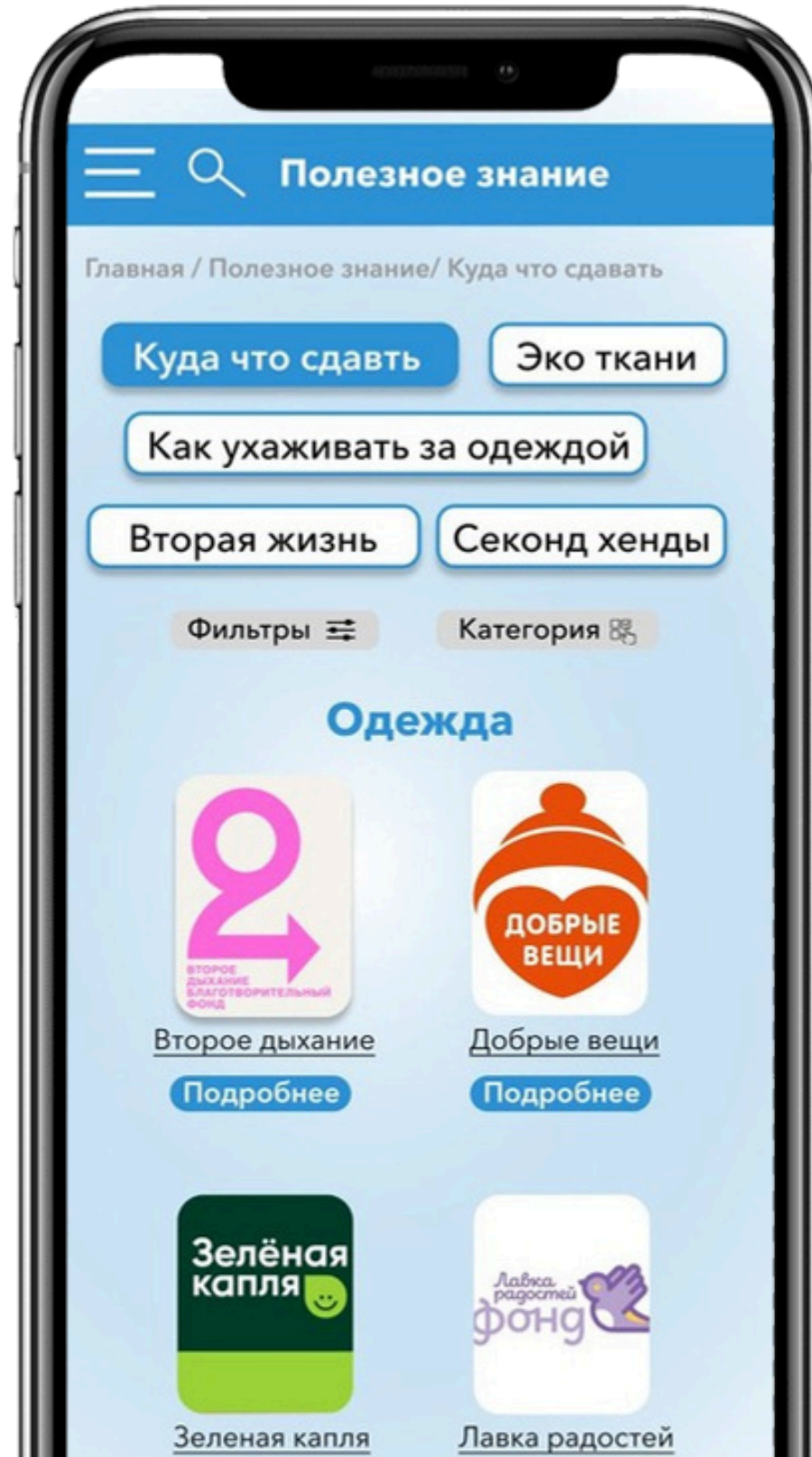


ПРОДУКТ

Сообщество

Инфраструктура

Маркетплейс



Посмотреть сайт



Посмотреть функционал



ИННОВАЦИОННОСТЬ



Эко-сообщество

Объединение людей с помощью рейтинговой системы и мероприятий



Система лояльности

Бонусы за эко-дела, как мотивация совершать героические поступки



Геймификация

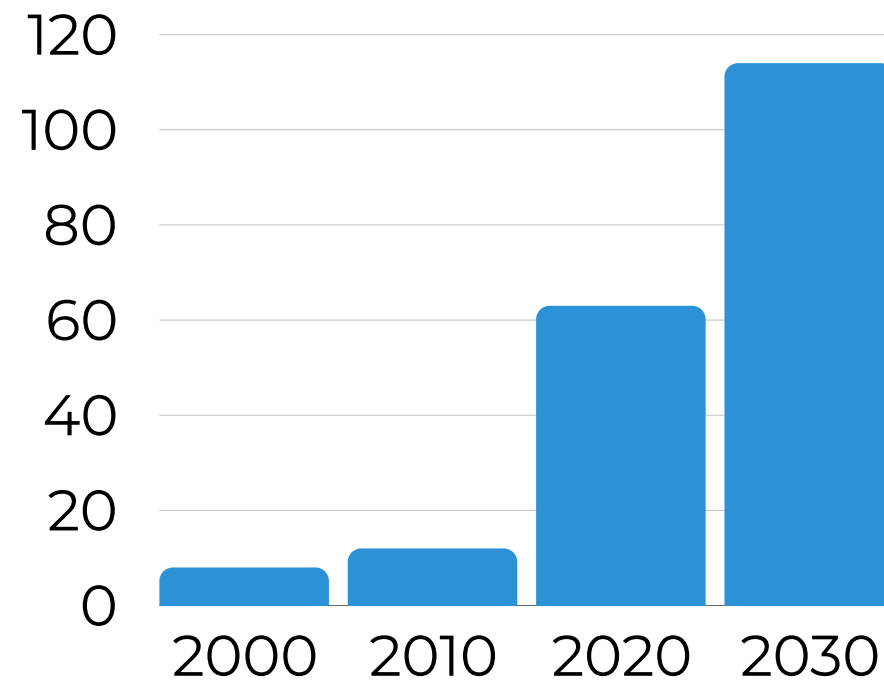
Стимулирование изучения контента с помощью игр



**Прививаем эко-привычки
с помощью понятных действий**

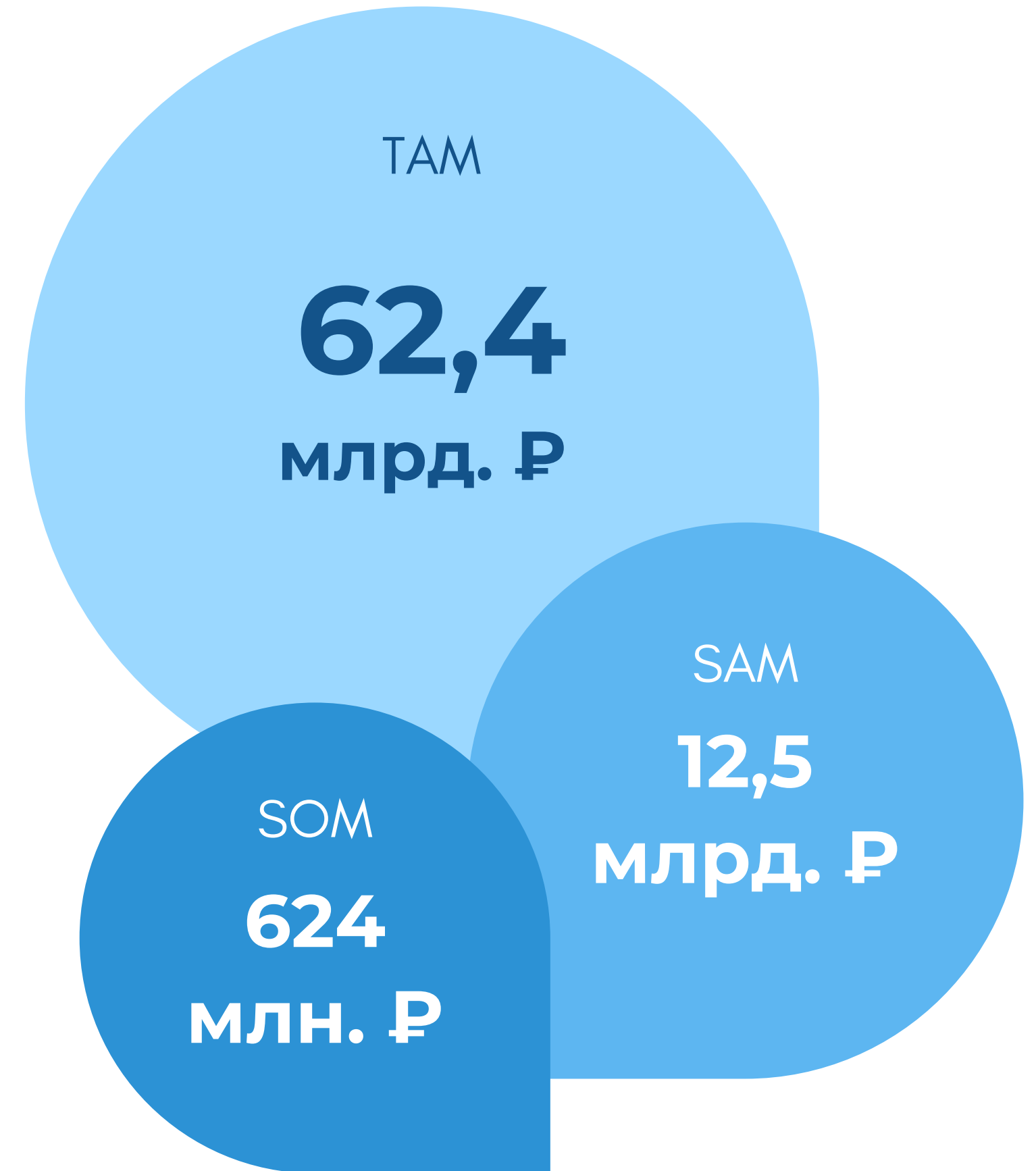
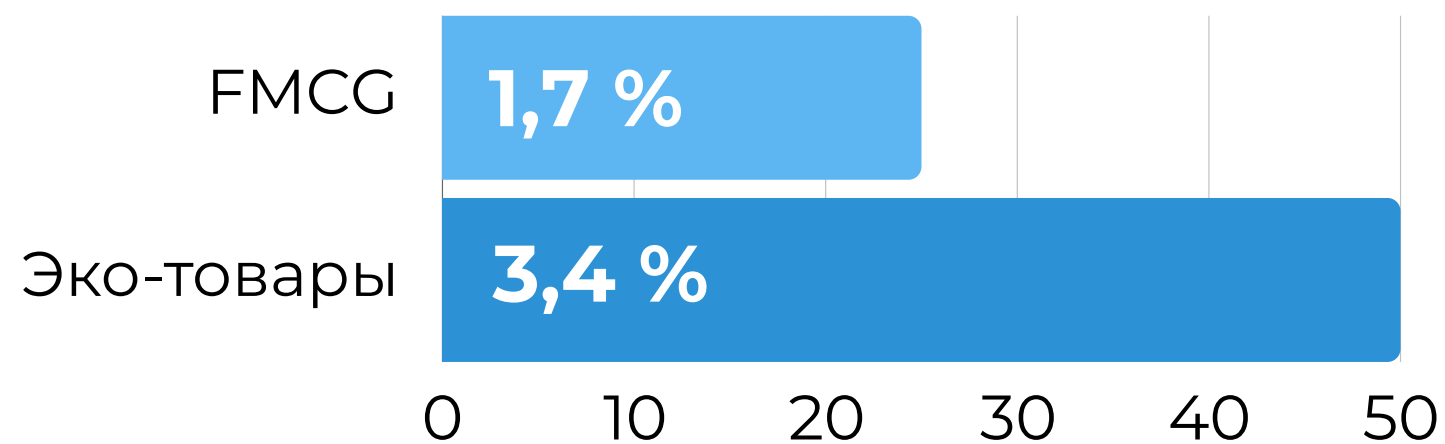
РЫНОК

Рост рынка «зеленой» продукции



114,5 млрд. ₹
к 2030 году

Продажи эко-товаров растут темпами **вдвое** опережающими средние на рынке FMCG



Источник: NeoAnalytics

КОНКУРЕНТЫ

Полный анализ



Наличие экологического просвещения

Нельзя купить эко-товары

Можно купить эко-товары

Отсутствие экологического просвещения



БИЗНЕС-МОДЕЛЬ



ПУТЬ КЛИЕНТА

1 Игнорирование

Обсуждает с друзьями
пластиковые стаканчики



2 Интерес

Ищет в интернете «сдать
пластик на переработку»



одежду на переработку

пластик на переработку



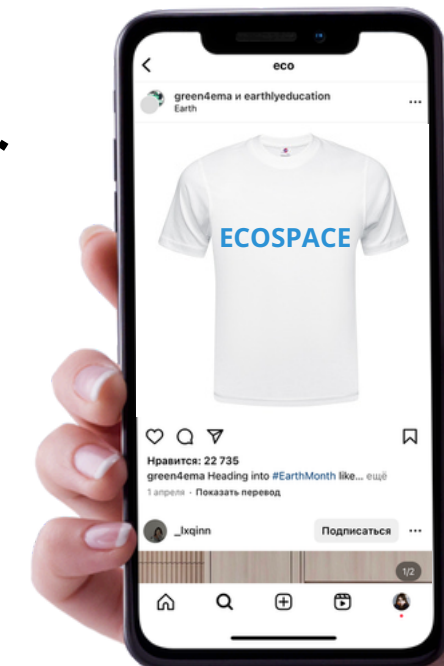
3 Выбор

Скачивает приложение,
регистрируется, изучает



4 Изучение

Смотрит познавательный
контент и вдохновляется
на эко-поступки



6 Сообщество

Ходит на мероприятия,
зарабатывает баллы,
соревнуется в рейтинге



Мой заказ



Подарок. Попкорн "Карамельный", 4fresh
FOOD, 60 г
60 г

0 Р



Топлёное масло ГХИ, без добавок,
жирность 99%
400 г

824 Р +098 Р

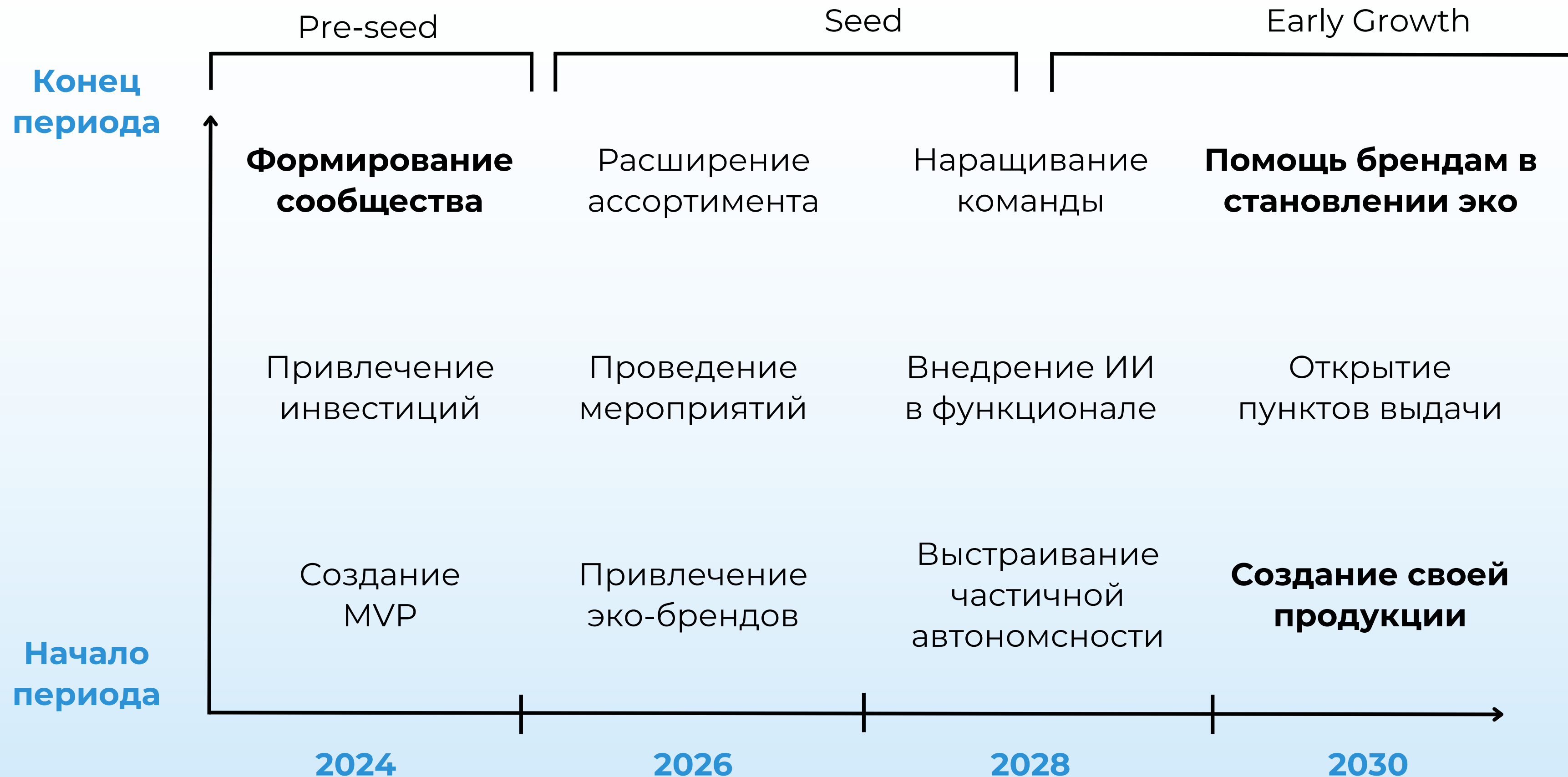
5 Покупка

Складывает в корзину
товары и совершает
покупку

РИСКИ



ЭВОЛЮЦИЯ



ФИНАНСЫ

Необходимая сумма
инвестиций

8 100 000 Р



ROI

29%

WACC

24%

PP

22 МЕСЯЦА

NPV

3,7 МЛН.
РУБ.

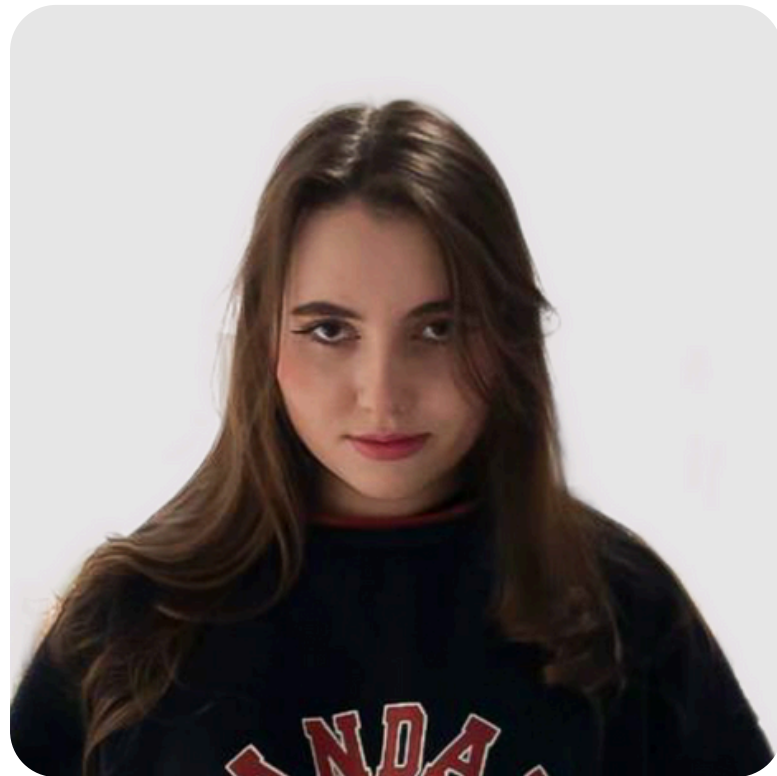
10

месяцев

достижение точки
безубыточности



КОМАНДА



Хабиева Елизавета

юридические вопросы,
взаимодействие с
программистами



Царикаева Алана

ассортиментная линейка,
бизнес-процессы,
привлечение эко-брендов



Купцова Жанна

маркетинг, привлечение
инвестиций, поиск
подрядчиков

КОНТАКТЫ

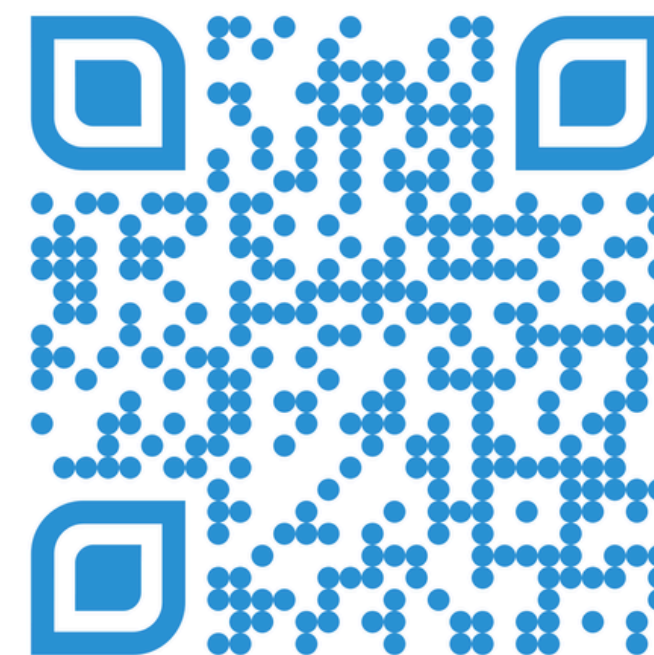


@veta_aa

@AlanaTsarikaeva

@kuptsova_03

Сайт



ИП Хабиева

Елизавета Вадимовна

ОРГНИП

322595800086162