



**IPRE semplifica la vita delle persone**

## +15 anni nel dentale: da rappresentante a imprenditore nell'healthcare

- Ex titolare di deposito dentale e società di distributori automatici oral care
- Tra i top 4 italiani nella rigenerazione ossea odontoiatrica (da solo)
- Gestito 5 divisioni e rete vendita nazionale (Mentadent, Lysoform Medical, Fissan etc)
- Inventato TriUniq con centro R&S interno, ottenendo 3 brevetti.
- Consulente e formatore aziendale per studi dentistici
- CEO di IPRE Srl startup innovativa– integrata con oral care, software, formazione e consulenza
- Sviluppato piattaforma AI non generativa (DentalDAI e VetDAI)

Quello che vi presento nasce da chilometri percorsi a vendere, da errori fatti sul campo, da intuizioni logiche e da **migliaia di relazioni costruite una per una negli studi dentistici.**

Quello che faccio è dato da alta reputazione nell'ambiente, metodo, perseveranza e conoscenza reale del mercato.

**Ogni numero che vedrete non è astratto perchè conosco il significato di ogni azione e di ogni risultato.**



**SIMONE PICCI**

Founder, Inventor & CEO  
International PR Enterprise Srl Startup Innovativa

# Un cambiamento necessario per la salute di tutti

Cure odontoiatriche evitabili nel mondo:

**544 miliardi \$/anno nel 2024**

II

**PROBLEMA**

è la

**SOLUZIONE**

+ FREQUENZA NEGLI STUDI DENTISTICI  
+ IGIENE DENTALE DOMICILIARE



# PROBLEMA INTERDENTALE

Un cambiamento  
necessario per la salute  
di tutti



## 1. La prevenzione orale è insufficiente

- Lo spazzolino copre solo il 60% delle superfici dentali
- Il restante 40% è trascurato senza strumenti interdentali adeguati

## 2. Conseguenze economiche e sociali enormi

- Oltre il 50% degli adulti soffre di malattie gengivali e carie evitabili
- Costo medio pro capite in Italia per cure odontoiatriche evitabili: 18.000 € nella vita
- La sola prevenzione potrebbe far risparmiare in Italia oltre 9 miliardi €/anno

## 3. Il mercato non risolve

- Prodotti frammentati, difficile scelta (misure, strumenti poco pratici) che scocciano gli utilizzatori
- Mancanza di cultura di prevenzione continua
- Tecnologie lente ad arrivare, spesso importate dall'estero

Lo spazzolino pulisce solo il  
60% delle superfici dentali.

**Il restante 40% resta scoperto  
= sporco**

Cure odontoiatriche evitabili  
nel mondo: **544 miliardi  
\$/anno.**

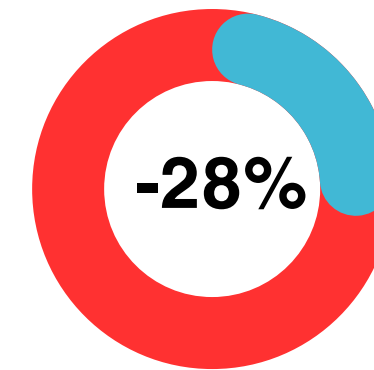


# La **placca** orale è il PROBLEMA!

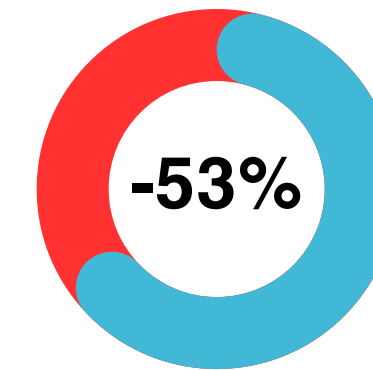
Inoltre, se eliminiamo la  
placca orale, eliminiamo  
l'**80%** delle malattie  
orali.

E abbassiamo l'incidenza di molte  
altre malattie **direttamente collegate**

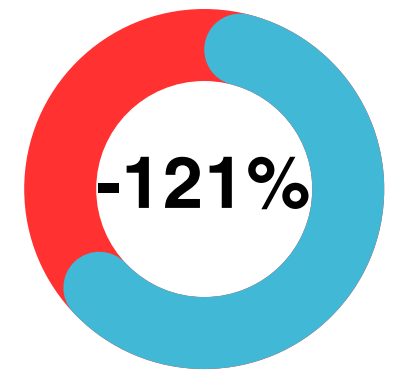
Esempi di patologie il cui rischio aumenta  
a causa di problemi orali o gengivali



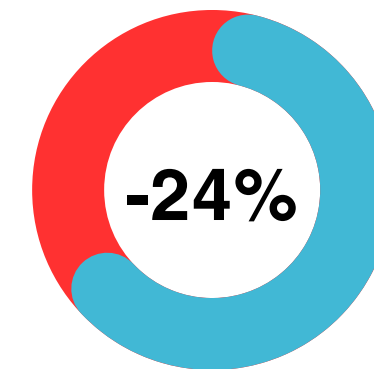
Infarto



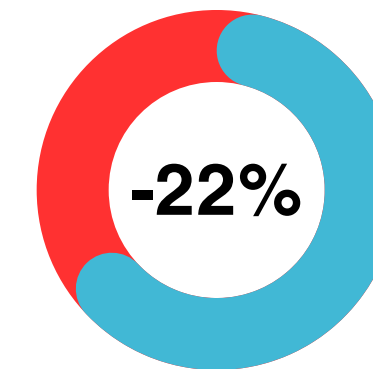
Diabete



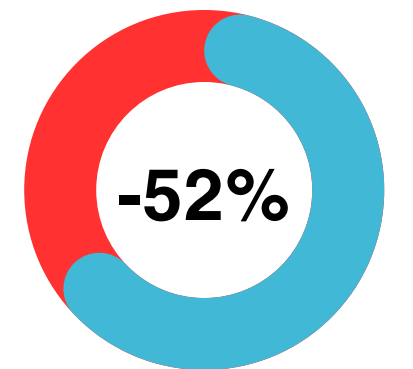
Pneumonia



Cancro ai  
Polmoni



Cancro al  
seno



Cancro allo  
stomaco



## È il momento di cambiare l'igiene interdentale

Il mercato della pulizia interdentale è frammentato e caratterizzato da prodotti complessi e poco efficaci, che non soddisfano le reali esigenze degli utenti:

- Gli scovolini disponibili richiedono la scelta tra misure diverse (ISO 1-7), causando difficoltà, discontinuità e insoddisfazione.
- Questi problemi rappresentano una barriera all'adozione di routine di igiene interdentale efficaci.



## AMAZON CI AMA



La mancanza di soluzioni universali porta a un alto tasso di resi : **48,95% in Italia**  
(fonte Helium 10 su Amazon Italia)

TriUniq

**Pulizia perfetta.**

**In un solo gesto.**



[WWW.TRIUNIQ.IT](http://WWW.TRIUNIQ.IT)

# LA SOLUZIONE: TRIUNIQ



- **Presca ergonomica brevettata**
- **Intuitivo**
- **Setole Helix brevettate**
- **Setole gentili con le gengive**
- **Misura Multi-taglia da 1 a 7 brevettata**
- **30 secondi contro 2 minuti**


**>95%** Rimozione  
placca orale

**+75%** Routine più  
veloce

**100%** Ripetibilità  
dei risultati

Triuniq ha completato i cicli di test su 123 scansioni TAC di arcate dentali superiori e inferiori (come-bean TAC)



Parametro	Scovolini tradizionali / Piks	TriUniq 
Tempo di utilizzo per una bocca normotipo	2:10 minuti	31 secondi
Numero di misure necessarie	3-4	1 (adattabile ISO 1-7)
Cambi di scovolino a settimana	5-7	1 (riutilizzabile per 7 giorni)
Facilità d'uso	Complessa	Intuitiva e immediata
Percentuale di placca rimossa	Variabile	Oltre il 95%

Vai su [www.triuniq.it](http://www.triuniq.it) e prenota anche tu il tuo TriUniq

Parametro	Competitor tradizionali	TriUniq 
Numero di scovolini per 2 mesi	60 (3 misure x 20 pz/cad.)	8 (1 unico prodotto)
Numero di scovolini per 1 anno	360 (3 misure x 20 pz/cad.)	48
Costo bimestrale	€35,49 (€11,83 x 3 confezioni)	€36 prezzo medio €65 a listino (2 confezioni)
Costo annuale	€ 212,94	Primo anno € 135 Quinto anno ~ € 273
Tempo totale per 2 mesi	390 minuti	93 minuti
Tempo risparmiato in 2 mesi	297 minuti (5 ore e 35 min)	-

# Qual è il vantaggio competitivo di TriunIQ?

- Niente più scelta complicata di taglie = un solo dispositivo universale
- Non si deforma, non crea fastidio = comfort per il paziente ed utilizzo quotidiano
- Made in Italy con 3 brevetti depositati
- Già 171 professionisti interessati a testarlo nei propri studi



# PERCHÉ FUNZIONA

- I brand non vivono di belle idee, ma di un sistema di vendita collaudato
- Ogni brand è focalizzato e autonomo, ma collegato come in una partnership
- **L'obiettivo è semplice: vendere e aumentare il LTV, solo così possiamo aiutare più persone possibili**



## TAM

Il mercato globale dell'igiene orale nel 2024 è stimato a 53,25 miliardi di dollari, con un CAGR del 4,25%. La crescita prevista porta il mercato globale dell'igiene orale a circa 62,73 miliardi di dollari entro il 2030

【Fonte: Statista Research Department, Fortune Business Insights】 .

## SAM

Il SAM globale per gli strumenti di pulizia interdentale è 3,24 miliardi di dollari nel 2023

【Fonte: Business Research Insights】 .

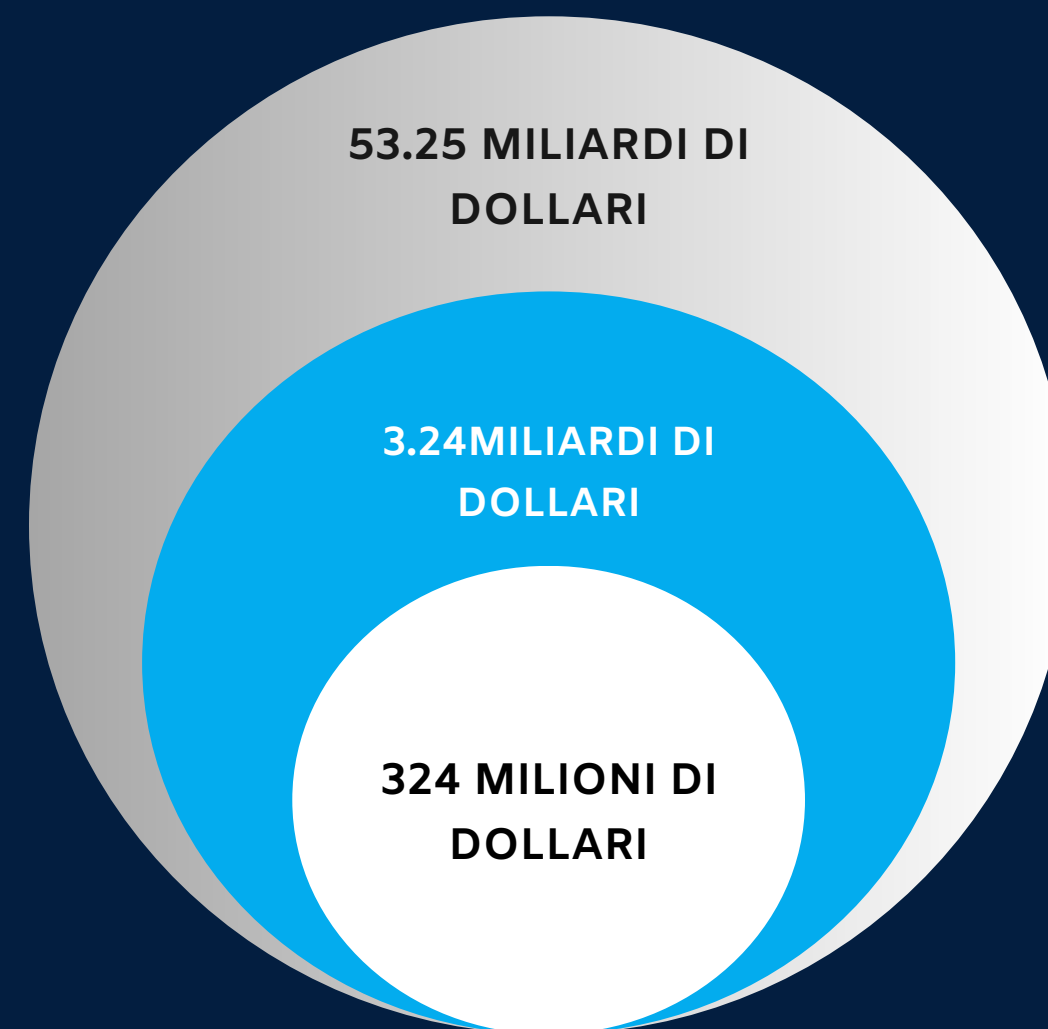
## SOM

CONSIDERANDO UN TASSO DI ADOZIONE DEL 5-10%

Il SOM globale è 324 milioni di dollari.

Il SOM Italia è stimato a 37,5 milioni di euro nel 2025.

Il SOM in 5 anni è di 26,8 milioni di euro.



# SOLO CON TRIUNIQ

SENZA CONSIDERARE LE ALTRE LINEE DI BUSINESS E I NUOVI PRODOTTI CHE USCIRANNO NEGLI ANNI

Secondo un rapporto di Exactitude Consultancy, il mercato globale dell'igiene orale è stato valutato a 47,20 miliardi di dollari nel 2020 e si prevede che raggiungerà **67,17 miliardi di dollari entro il 2029**, con un **CAGR del 5,90%** durante il periodo 2022-2029.



# REVENUE MODEL

Vogliamo raggiungere i consumatori finali anche grazie ai professionisti ma soprattutto con il nostro sistema vendita

## Fonti di ricavo:

Vendita diretta al consumatore (e-commerce+ Amazon) (D2C + B2C)  
Vendita a studi dentistici (B2B)  
Abbonamenti e riordini programmati

## Frequenza d'acquisto:

Ricorsiva / ricorrente : mensile\ trimestrale\ semestrale \ annuale

**Scalabilità e duplicabilità internazionale**



## 1. Mercato reale (Italia)

- 65.000 dentisti (9.000 igienisti inclusi, stesso studio = restano 65k)
- In media uno studio gestisce 1.000–1.200 pazienti
- Target immediato: ~200 pazienti stabili nei piani di igiene
- **171 studi partner già attivi = ~34.200 pazienti potenziali immediati con acquisto mensile**
- Categoria già validata: 10M italiani usano scovolini competitor

## 2. Marginalità unitaria

- Costo vivo: < €1 (produzione + packaging)
- Prezzo medio vendita: €12 (solo primo anno, esclusi accordi DP Valley e Associazioni nazionali)
- Margine lordo: >90%

## 3. Break-even

- 15–20.000 clienti attivi ricorrenti per coprire costi fissi
- Oltre questa soglia = ogni confezione diventa profitto netto

## 4. Metriche chiave

- Retention: garantita da abbonamenti + prescrizione odontoiatrica
- Churn:
  - B2C: 30% (Y2–Y3) → 25% (Y4) → 20% (Y5)
  - B2B: 20% costante
- Conversioni: più alte del retail grazie al consiglio diretto del dentista
- Marketing budget: €150k (Y1) → €759k (Y5)

## 5. Proiezioni di ricavi (Italia + B2C/B2B)

- Y1: €1,08M
- Y2: €3,42M
- Y3: €9,40M
- Y4: €17,57M
- Y5: €26,83M

### Mix ricavi:

- Transazionali B2C: €400k (Y1) = €8,93M (Y5)
- Abbonamenti B2C: €600k (Y1) = €13,40M (Y5)
- Transazionali B2B: €80k (Y1) = €3,13M (Y5)
- B2B Fedeltà: €0 (Y1) = €1,37M (Y5)

## 6. Volumi & Clienti

Confezioni vendute:

- Y1 = 109.744
- Y2 = 182.230
- Y3 = 601.936
- Y4 = 1.083.954
- Y5 = 1.539.724

Clienti attivi:

- Y1 = 48.760
- Y2 = 104.410
- Y3 = 80.287 (“pulizia della base clienti per aumento di prezzo”)
- Y4 = 374.938
- Y5 = 728.651

## 7. CAC (Customer Acquisition Cost)

- Y1 = €21,27
- Y2 = -€4,95 (effetto joint venture/referral)
- Y3 = €1,15
- Y4 = -€0,27
- Y5 = €0,06
- CAGR = 123%

## 8. LTV (Lifetime Value)

Scenario conservativo:

- 3 confezioni/anno × €12 = €36 annui
- Durata media cliente (churn 30%): 2,5 anni
- LTV = €90

Scenario realistico (abbonamento annuale):

- Abbonamento minimo: €98,16/anno
- Durata minima: 10 anni (uso continuativo + prescrizione odontoiatrica)
- LTV > €981

## 9. Abbonamenti

- CAGR: +117,4%
- Driver di fidelizzazione e stabilità di cassa



**Collaboriamo con dentisti ed igienisti dentali con tutorial, editoria e info-prodotti multimediali.**

**Canali distributivi diretti B2C**

**Esclusivo canale, solo diretto, con odontoiatri e igienisti dentali per B2B.**

**NO - GDO / farmacie**

**Oltre 170 professionisti pronti ad iniziare la partnership in tutta Italia.**

# BUSINESS MODEL

Vogliamo essere  
il sistema leader nella  
prevenzione dentale



## PRODOTTO CORE

Triuniq - Scovolino Dentale

DentalDAI - Software AI non generativo di consulenza aziendale per studi dentistici

## PRODOTTO COMPLEMENTARI

- Editoria
- Consulenza e Formazione per Dentisti e Veterinari
- Infoprodotti
- Nuove soluzioni Oral Care umano e animale
- AI & HealthTech SaaS

## ESPANSIONE

Healthcare/ healthtech umano e animale

## SERVIZI

Co-marketing con i professionisti



# TRACTION

## Mercato (Italia)

- 65.000 dentisti + 9.000 igienisti dentali, stesso studio = restano 65.000
- In media uno studio gestisce 1.000–1.200 pazienti
- **Target immediato: ~200 pazienti convertiti**
- **171 studi partner già attivi = ~34.200 pazienti potenziali immediati con acquisto mensile**
- Categoria già validata: 10 Milioni italiani usano scovolini competitor
- **30 studi pilota DentalDAI**





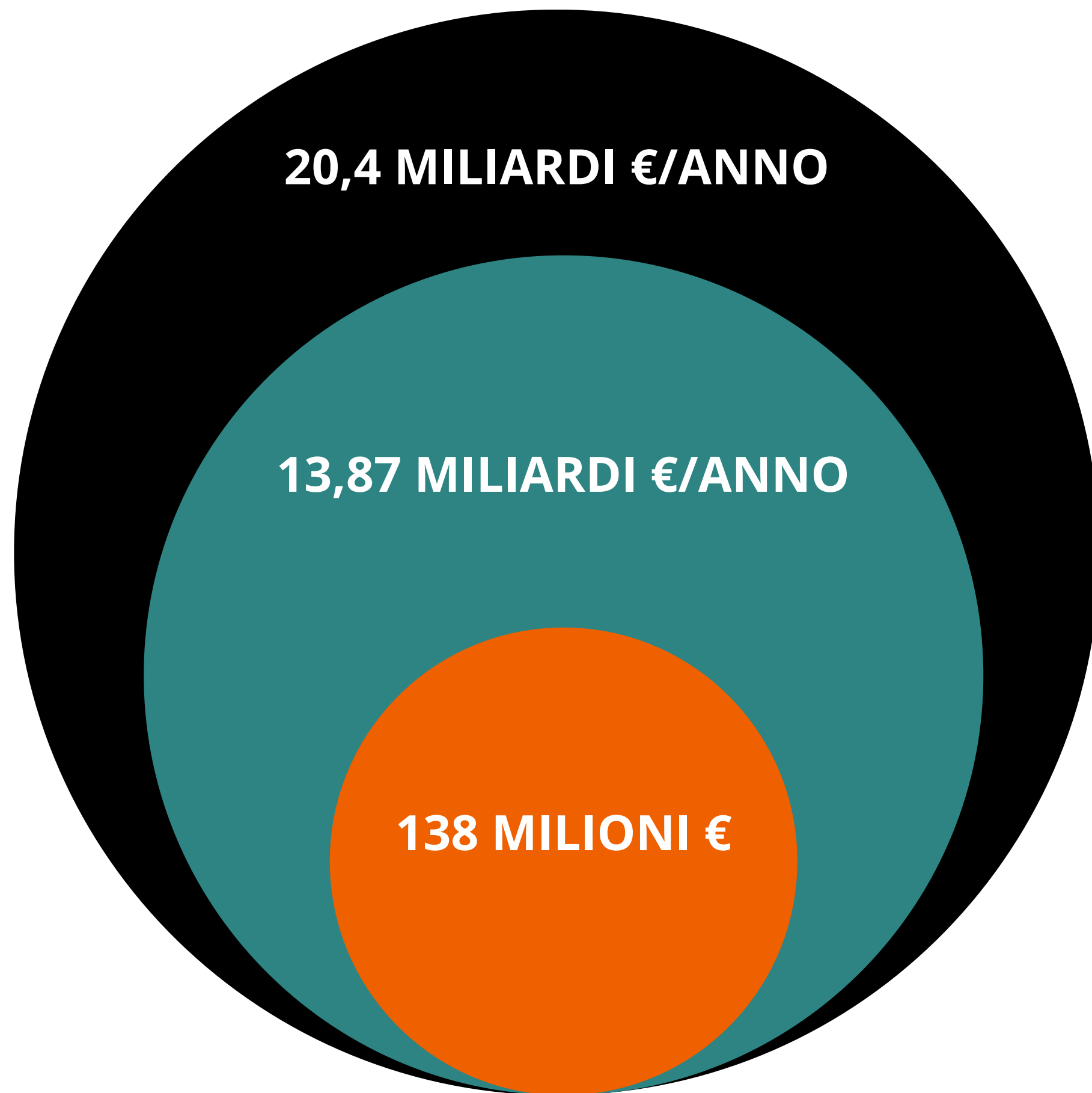
# IPRE semplifica la vita delle persone

Nel mondo : Oral Care, AI & HealthTech SaaS, Infobusiness ed Editoria





**DentalDAI**



# TAM

Mercato complessivo globale costituito da:

Circa 1,6 milioni di studi dentistici nel mondo  
Circa 1,4 milioni di studi veterinari nel mondo  
Totale: 3 milioni di studi professionali privati

Valore economico potenziale TAM:

Prezzo medio annuo stimato per cliente, considerando up-sell:

6.800 €/anno TAM = 3.000.000 studi × 6.800 € = **20,4 miliardi €/anno**

# SAM

Studi realmente servibili oggi, ovvero già digitalizzati, con software gestionale, propensione alla consulenza aziendale e apertura verso l'uso dell'intelligenza artificiale:

75% degli studi dentistici = 1.200.000 studi

60% degli studi veterinari = 840.000 studi

Totale SAM = 2.040.000 studi

Valore economico potenziale SAM:

SAM = 2.040.000 studi × 6.800 € = **13,87 miliardi €/anno**

# SOM

Quota realistica raggiungibile entro 5 anni, ipotizzando penetrazione prudente pari all'1% del SAM:

1% di 2.040.000 = 20.400 studi

Valore economico potenziale SOM: SOM = 20.400 studi × 6.800 € = 138,72 milioni €/anno

**Grazie alla partnership tra Oravox e DecidoAI, ci posizioniamo strategicamente in due settori globali in rapida digitalizzazione — studi dentistici e veterinari — con una proposta verticale, specializzata nella risoluzione dei problemi gestionali, e con un modello altamente scalabile.**



## DentalDAI

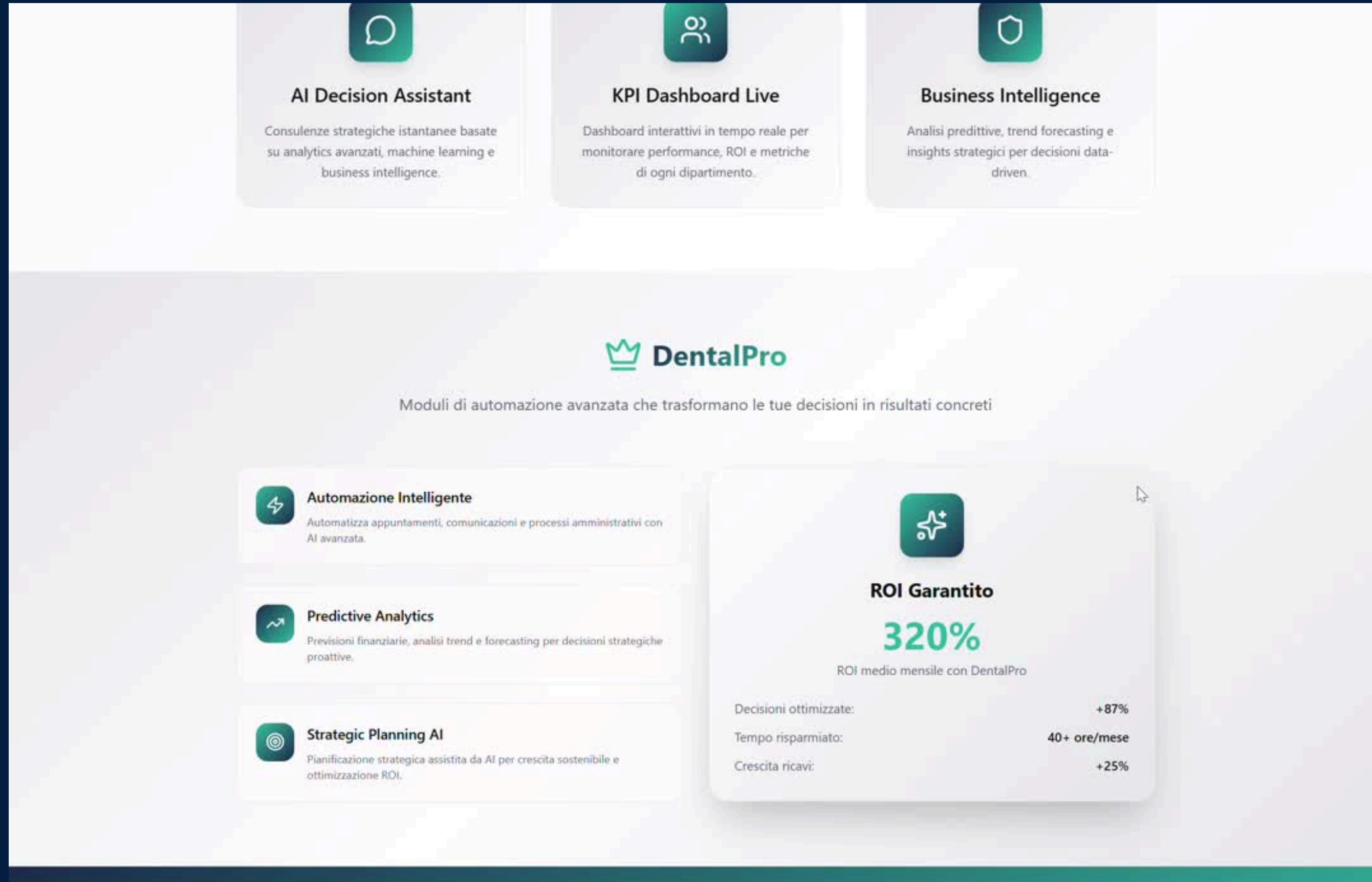
# CAGR

Il mercato globale Dental Practice Management Software (PMS) cresce a un ritmo stimato 10–11% CAGR annuo (2024–2033).

Il mercato Veterinary Software cresce a un ritmo stimato 10–12% CAGR annuo (2024–2033)



# VIDEO MOCK-UP DENTALDAI



# International PR Enterprise srl startup innovativa TOTALE

## 1. Ricavi aggregati (5 linee di business)

- Y1 = €1,82M
- Y3 = €25M
- Y5 = €133M

## 2. Marginalità ed EBITDA

- Y1 = €49k (2,70%) (seppur minimo già in positivo)
- Y2 = €1,55M (27%)
- Y3 = €8,99M (36%)
- Y5 = €30,1M (23%)

## 3. Utile netto (Net Profit)

- Y1 = €31k (positivo subito)
- Y3 = €6,47M (26%)
- Y5 = €21,7M (16%)

## 4. Cash flow

- Y1 = €685k
- Y5 = €21,7M

## 5. Valutazione

- Pre-money: €2,1M (metodologia Berkus/Scorecard)
- Post-money: €2,52M con l'investimento richiesto
- Metodi VC/Multipli/DCF = range €23M–€55M (mid-case)
- 

## 6. ROI per Business Angel & Venture Capital

- Investimento €420k per 20%
- Exit a 5 anni (base case €150M, mid €617M, high €752M)
- Montante finale: €30M – €150M
- ROI: 7.000% – 35.000%

## 7. Exit strategy pianificata

- SOTP (Sum of the Parts): ogni business line valorizzabile separatamente → flessibilità per M&A mirati.
- Consolidated exit: valore complessivo come ecosistema → €431M (base) fino a €1,04B (bull case).

**L'azienda è progettata per funzionare senza Simone Picci.**





Simone Picci

• CEO

TEAM

# Le persone saranno sempre la forza dell'impresa

**Are globali 5**

**Area Europa Occidentale 9**

**Area Italia 58**

COLLABORAZIONI ATTUALMENTE ESTERNE CON PIANO DI INTERNALIZZAZIONE



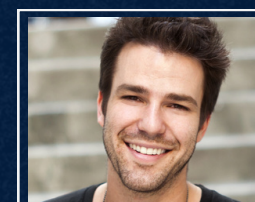
**STAFF DI 11 PERSONE**

• MEDIA BUYER SU TUTTE LE PIATTAFORME



**STAFF DI 3 PERSONE**

• VIDEO EDITING, SPOT, COPYWRITING



**STAFF DI 7 PERSONE DECIDOAI**

• SOFTWARE HOUSE



**PRODUZIONE**

• A MIRANDOLA (ITALIA)





Simone Picci

• CEO

# Team già selezionato, attivabile in 90 giorni e inserito progressivamente in base alla crescita

Essendo già occupati, ed essendo molti inseriamo solo le iniziali. Tutti già pronti a lavorare

## Aree globali

V. • Country Manager. Sud-est Asiatico e Oceania

J. • Referente America Latina. Odontoiatra

D. • Referente. Cina

M. • Referente. USA

G. • Manager. Brasile

## Area Europa Occidentale

C. • Manager. Olanda

C. • Manager. Belgio

R. • Manager. Romania

I. • Manager. Moldavia

I. • Manager. Gran Bretagna

E. • (CTO) Lead Web DeveManager/ Head of Digital Strategy

F. • Programmatore

A. • CFO Europa Occidentale

A. • Segretaria per relazioni internazionali



# Area Italia

G. • B2B. Puglia

S. • B2B. Lazio

A. • B2B. Veneto

M. • B2B. Sardegna

C. • B2B. Marche

F. • Formatrice B2B Italia

R. • PR

G. • Manager divisione Kids& Family Italia

D. • Amministrazione

L. • Logistica

D. • Confezionamento

V. • Confezionamento

S. • Confezionamento

V. • Confezionamento

M. • Confezionamento

E. • Responsabile call center

A. • Customer care. Call center

L. • Customer care. Call center

S. • Customer care. Call center

F. • Customer care. Call center

G. • Customer care. Call center

S. • Customer care. Call center

S. • Customer care. Call center

L. • Customer care. Call center



- V. • Responsabile produzione e controllo qualità
- L. • Responsabile LE-TA-BR. Sales Force.
- G. • Sales Force. D2C offline
- F. • Sales Force. D2C offline
- S. • Responsabile eventi
- G. • Content marketing
- A. • Media Buyer
- E. • Copywriter
- N. • Copywriter offline
- A. • Giornalista

## COLLABORAZIONI ATTUALMENTE ESTERNE CON PIANO DI INTERNALIZZAZIONE



### STAFF DI 11 PERSONE

- MEDIA BUYER SU TUTTE LE PIATTAFORME



### STAFF DI 3 PERSONE

- VIDEO EDITING, SPOT, COPYWRITING



### STAFF DI 7 PERSONE DECIDOAI

- SOFTWARE HOUSE



### PRODUZIONE

- A MIRANDOLA (ITALIA)

# Business Roadmap

1

## Q4 2025

Finalizzare raccolta capitali (420k)  
Finanza agevolata con moltiplicazione del capitale  
Inizio marketing acquisizione clienti  
Completamento pilota dei 30 su DentalDAI

2

## Q1 2026

Produzione stampi e stampaggio  
Assunzione prime risorse e formazione  
Sede operativa  
Lancio sul mercato con Focus Group

3

## Q1 2026

Prime vendite pilota  
Primi 5.000 clienti con testimonianze  
Assunzione Sales B2B  
Pilota VetDAI  
Contratti con distretti ed associazioni nazionali

4

## Q2 2026

Prime vendite pilota  
Assunzione progressiva  
Break-even 20.000 box

5

## Q3 2026

Reparto customer attivo  
Preparazione reparto sales force  
Reparto Oravox formato  
Prime 300 vendite DentalDAI

6

## Q4 2026

Fasa Pilota VetDAI completato  
40.000 clienti da D2C B2C Triuniq  
50 libri con co-autore  
Completamento trattive con Amazon

7

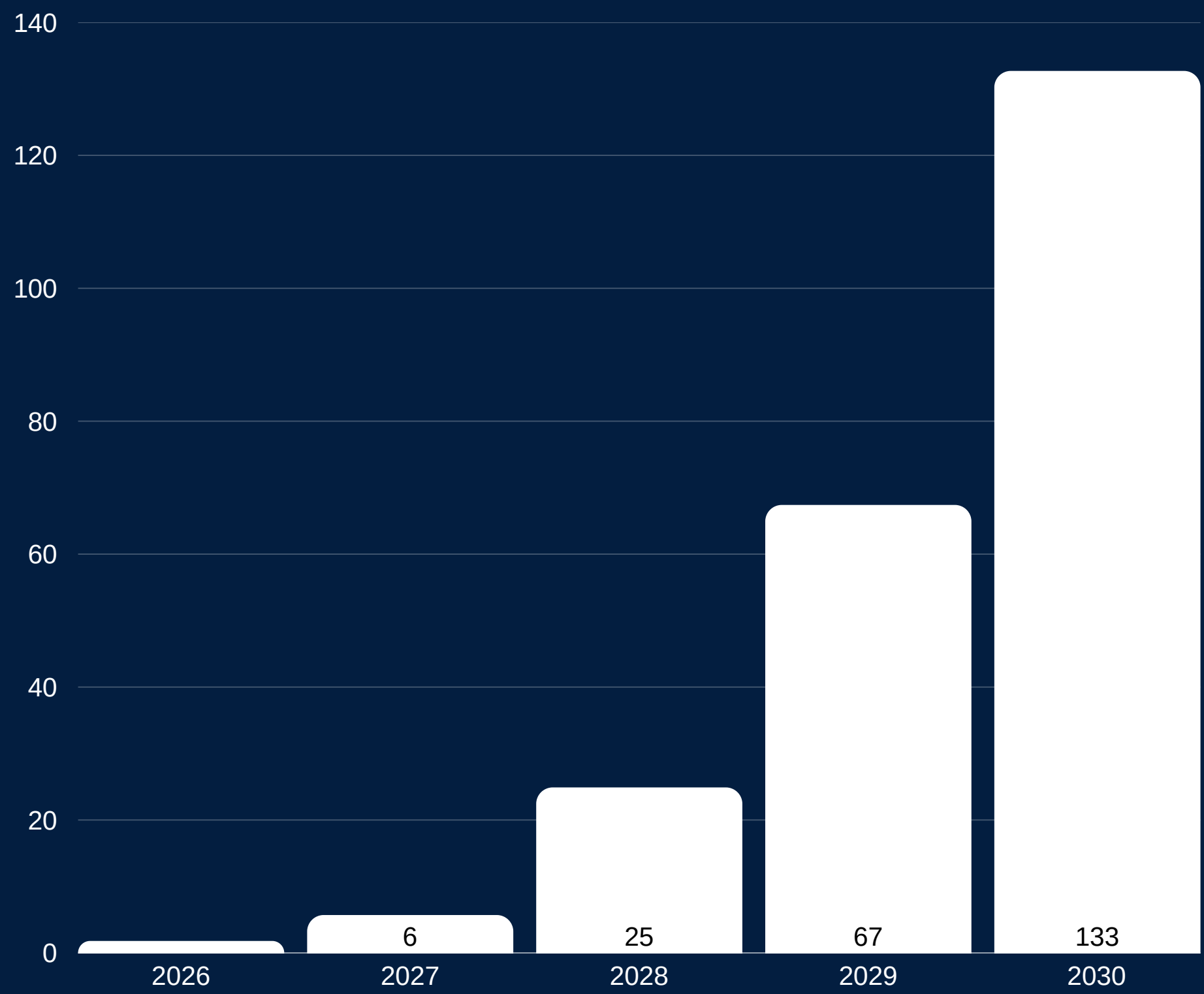
## Q1 2027

Obiettivo di fatturato: € 1M Triuniq  
Obiettivo di fatturato: € 700k DentalDAI

# Proiezioni ricavi basate sui test di mercato

- Triuniq
- Infobusiness Oravox
- DentalDAI
- VetDAI
- Infoprodotti ed editoria
- Nuove soluzioni Oral Care

€ 21,00 CAC  
DA SMOKE TEST DIC 24



# Un solo investimento che apre l'accesso a:

ORAL CARE (TRIUNIQ) INFOBUSINESS HEALTHCARE B2B (ORAVOX CARE)  
AI & HEALTHTECH SAAS (DENTALDAI, VETDAI) EDTECH & EDITORIA  
(SCOVOLINO DENTALE PROJECT, LIBRI, GUIDE, ORAL IMPACT)

ESPANSIONE:

HEALTHCARE/ HEALTHTECH UMANO E ANIMALE

PERCHÉ SONO QUI OGGI:

STO CERCANDO 420.000 €  
IN CAMBIO DEL 20% DI EQUITY IN UNA SRL STARTUP  
INNOVATIVA,  
FONDATA NEL 2023, CON:

3 BREVETTI DEPOSITATI, ASSET PROPRIETARI, BRAND ATTIVI E  
SINERGICI



**Equity Round Pre-Seed: 420.000 € per il 20% della società**  
**(che verranno moltiplicati con la finanza agevolata)**

**Valutazione attuale (pre-money): 2.100.000 €**

## Come verranno spesi?

**Marketing TriUniq €150.000 31.13 %**

**Marketing DentalDAI €120.000 24.9 %**

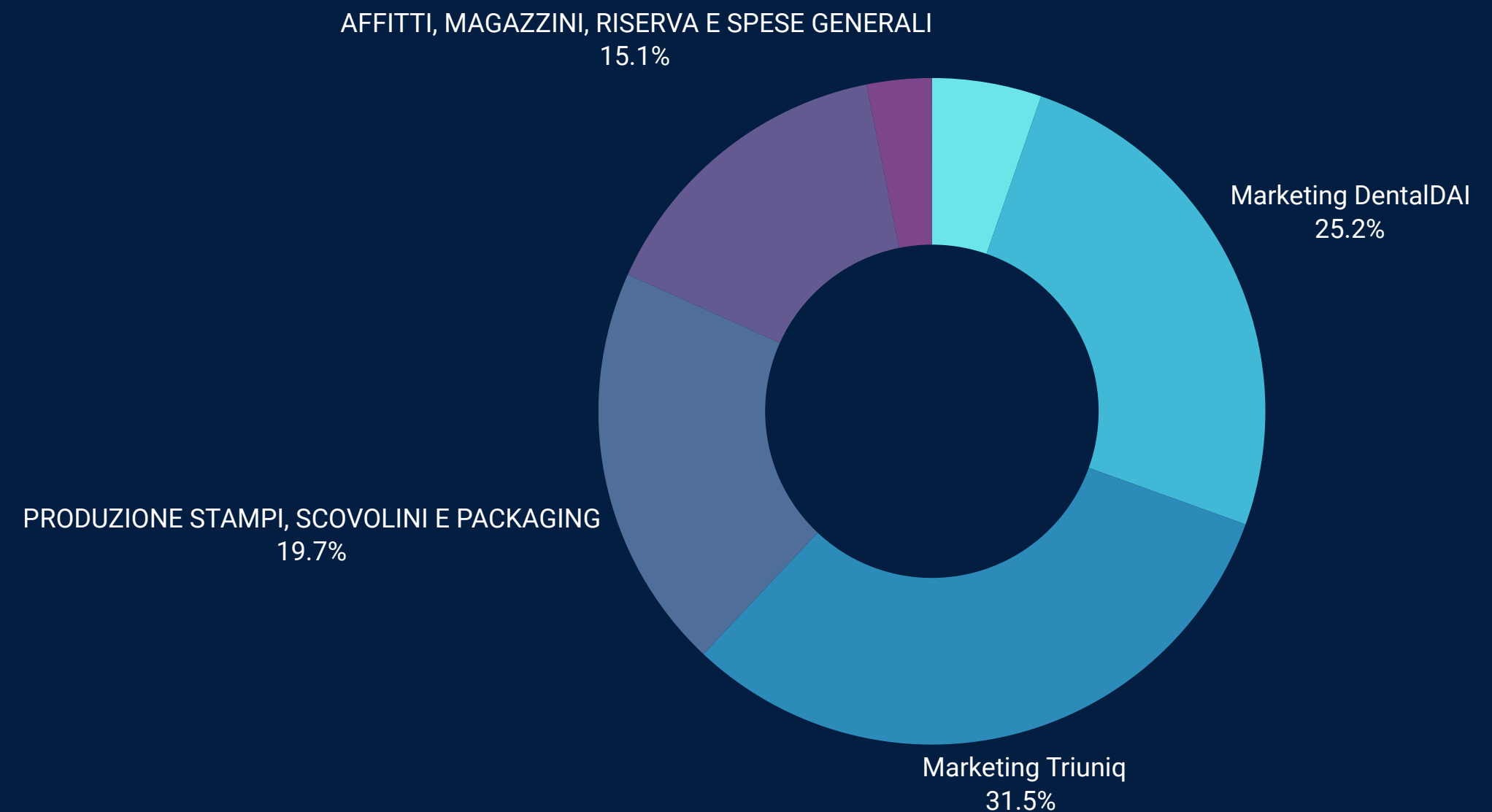
**Produzione stampi/scovolini/packaging €93.940 19.49 %**

**Affitti, riserva e spese generali €72.000 14.94 %**

**Logistica e Infrastruttura IT €25.303 5.25%**

**Certificazioni e Compliance €5.000 1,03%**

**Costi del personale € 15.600 3,11%**



# Testimonianze che trovate su Oral Impact



**Dott.ssa Pina Fornarelli**  
Igienista Dentale, Bari



**Giacomo Evangelista, odontoiatra**  
Studio Evangelista, Campobasso

Tra gli studi pilota di DentalDAI in Italia



**Dott. Federico Emiliani, odontoiatra**  
mininvasiva Roma/Frosinone

## La voce degli investitori: perché IPRE

Ho conosciuto Simone Picci diversi anni fa in ambito professionale e da allora ho avuto modo di seguirlo da vicino. So come lavora: è metodico, concreto, e ha una capacità rara di passare dall'idea alla realizzazione. Quando mi ha parlato di questa società, ho voluto analizzarla come faccio con ogni investimento: senza entusiasmo, ma con attenzione ai dati.

Quello che ho visto mi ha convinto.

IPRE non è una startup mono-prodotto: è un ecosistema ben strutturato che abbraccia più settori ad alta crescita: prodotti di igiene orale, education, tecnologia applicata, mondo pets. Tutti connessi da una logica chiara e da modelli scalabili.

**Con un solo investimento, entro in più mercati, ciascuno con leve operative forti e potenziale di ritorno.**

Ho valutato i margini, i costi di acquisizione, la strategia multicanale e il posizionamento. TriUniq, il primo prodotto lanciato, ha 3 brevetti e risolve un problema reale e diffuso. Oravox aggiunge valore educativo e autorità. DentalDAI, infine, apre una verticalizzazione tech con intelligenza artificiale dedicata al mondo degli studi dentistici — un unicum.

Il team non promette hypergrowth. Costruisce valore. E questo, per un investitore è fondamentale.

La International PR Enterprise è il tipo di operazione in cui credo: solida, ambiziosa, concreta.

Non ho investito per simpatia. Ho investito perché ho visto potenziale, metodo e ritorno.



Sabrina Marasco  
Angel investor e consulente

**Dott.ssa Rebecca Oreggia, odontoiatra – Cairo Montenotte (SAVONA)**

**Relatrice in implantologia dentale e investitrice**

Nel mio lavoro clinico e formativo, valuto ogni soluzione con occhio critico: deve risolvere un problema reale, essere applicabile nella pratica quotidiana e generare valore per il paziente e per lo studio.

Quando ho conosciuto IPRE, ho riconosciuto una struttura solida, costruita da chi vive davvero il settore odontoiatrico. Non solo prodotti innovativi, ma un sistema che unisce prevenzione, tecnologia, formazione e modello di business, parlando il linguaggio di noi dentisti. Pur non avendo ancora utilizzato i prodotti in studio, li ho analizzati a fondo.

TriUniq, ad esempio, è uno scovolino progettato per superare un vero blocco nella prevenzione quotidiana, con una semplicità che può davvero fare la differenza nell'aderenza dei pazienti. Lo stesso vale per DentalDAI, un sistema gestionale basato sull'intelligenza artificiale sviluppato direttamente dall'azienda, che — se confermerà le sue premesse — potrà risolvere quei nodi operativi che ogni studio affronta quotidianamente.



Dott.ssa Rebecca Oreggia  
Odontoiatra

*Ho scelto di investire perché so riconoscere una struttura che può funzionare. IPRE ha concretezza nel nostro settore e una strategia pensata per durare nel tempo. Conosco personalmente Simone Picci da anni e so bene cosa sta costruendo — e soprattutto, con quale metodo e direzione.*

Io stessa sono il target naturale di questa azienda: come dentista, come formatrice, come imprenditrice. E quando chi lavora davvero sul campo decide di investire, è perché ha riconosciuto un'opportunità che risponde a un bisogno ancora aperto nel mercato.

# Italia

# GRAZIE



INTERNATIONAL PR ENTERPRISE SRL STARTUP INNOVATIVA

Stati Uniti

India

Iran

Kenya

谢谢 (Xièxiè)

Asante

ขอบคุณ (Khob khun)

Regno Unito

Pakistan

Obrigado

شكريه (Shukriya)

Gracias

Köszönöm

America Latina

Polonia

Bielorussia

Canada

Terima kasih

Corea del Sud

Francia

Egitto

Giappone

Cảm ơn

Dziękuję

Thank you

شكراً (Shukran)

Cina

Brasile

Germania

Austria

Kazakistan

Danke

ممنون (Mamnoon)

Mulțumesc

Spagna

Arabia Saudita

Filippine

Indonesia

Ungheria

Merci

Спасибо (Spasibo)

Portogallo

Emirati Arabi

Romania

Salamat

ধন্যবাদ (Dhonnobad)

Russia

Australia

Belgio

감사합니다 (Gamsahamnida)

ありがとう (Arigatou)

Egitto

Bangladesh

Congo

Svizzera

Teşekkür ederim

धन्यवाद (Dhanyavaad)

Tanzania

Vietnam

Thailandia

Turchia



SCOVOLINO DENTALE PROJECT

Guida Completa allo Scovolino Dentale

Tutto quello che devi sapere per un'igiene orale perfetta



Simone Picci

Il nuovo della Scovolino Dentale: come un Fluido Strutturale Per Trattare la Seta Dura e il Baccaro



Sorridi senza dolore

