

Cortilia: nuovo round da 8,5 milioni. Come vuole crescere la **startup** food tech

LINK: <https://www.ilssole24ore.com/art/cortilia-nuovo-round-85-milioni-come-vuole-crescere-startup-food-tech-ACLuFik>



0Commenta 2' di lettura
Cortilia, **startup** ormai molto nota nel food delivery di prodotti freschi e artigianali, ha chiuso un nuovo round di finanziamento da 8,5 milioni di euro. A partecipare sono Five Seasons Ventures, il primo **fondo** di **venture capital** paneuropeo specializzato nel foodtech, e Indaco Ventures I, gestito da Indaco SGR, il più grande gestore di **venture capital** in Italia. Le due realtà entrano così nel capitale di Cortilia unendosi a **P101** Ventures, già azionista di riferimento, e al fondatore e ceo Marco Porcaro. L'operazione include anche un ulteriore coinvolgimento da parte di Primomiglio, già azionista. «Per noi si tratta di un round B» dice il ceo Marco Porcaro al Sole 24 Ore in anteprima. Ovvero un **investimento** per consentire alla **startup**, già di medie dimensioni, di fare un significativo salto dimensionale. «Quando siamo nati nel 2012, a

Milano, lavoravamo con 4 aziende agricole e avevamo solo la formula in abbonamento - racconta Porcaro -. Facevamo consegne in 72ore. Oggi siamo in grado di prendere un ordine online la sera fino alle 23 e consegnarlo tra le 7 e le 8 di mattina con 180 aziende agricole». Marco Porcaro, ceo e fondatore di Cortilia. A frutta e verdura fresca di stagione si sono via via affiancati pesce fresco, carne e salumi, formaggi e latticini, uova, pane, vino e birra artigianale, piatti pronti e altro. Tutto tracciato nella sua provenienza. «Investiremo innanzitutto in tecnologia, implementando soluzioni software di intelligenza artificiale, in larga parte sviluppati internamente, per una pianificazione degli ordini più efficiente e condivisa con il fornitore. E nell'automazione dei magazzini. Inoltre, continua il ceo, vogliamo aprire entro fine 2020 i primi negozi fisici di Cortilia, che si

combineranno in maniera **innovativa** con l'e-commerce, che resta la nostra dimensione principale». Cortilia è nata come spinoff di Viamente, azienda che forniva un servizio software as a service per l'ottimizzazione della gestione di flotte aziendali, il che ha fornito un vantaggio iniziale nella organizzazione della logistica. Tecnologia da un lato, artigianalità e territorio dall'altro. L'azienda nel 2018 ha registrato ricavi per 9 milioni di euro. Ha 30 dipendenti diretti e un centinaio indiretti. Non è ancora profittevole, «non è questa la nostra priorità al momento - risponde il manager -. Potremmo esserlo, ma il nostro obiettivo è aumentare in maniera importante la nostra presenza in Italia. A partire dalle nostre aree di presidio, ovvero 500 comuni distribuiti tra Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna. E poi andando in altre grandi città, a partire da Roma».

Più del 50% delle consegne viene fatta in Comuni medi-piccoli, «la densità abitativa è importante per la sostenibilità del servizio. Per questo vogliamo aumentare la penetrazione». La consegna di prodotti freschi è un processo oneroso. Cortilia ha deciso di farla con furgoncini propri e brandizzati, per un maggiore controllo del processo e in particolare della conservazione del fresco tra 0 e 4 gradi. Nei piani futuri c'è anche l'estero, «ma non nel breve». Riproduzione riservata ©