

Startup, gli acquisti dei big — P. 11

VENTURE CAPITAL

Come cambia il mercato

Negli ultimi due mesi Poste, Eni e Campari hanno investito 50 milioni in Pmi digitali, spinte dal boom dell'e-commerce innescato dal virus. Con i colossi in campo i prezzi salgono e per i **fondi** è più facile raccogliere

Startup, ora a comprare sono i big di Piazza Affari

Marco Ferrando

Poste, Campari, Eni. Tre colossi, tre **investimenti** in poco più di un mese in **tre startup** digitali, quasi 50 milioni sul tavolo per portarsi a casa un pezzo di Milkman, Tannico e Tate. Qualcosa è cambiato nel mondo del corporate venture italiano. Perché tutto sta accelerando, e anche chi è avanti vede il rischio di essere tagliato fuori. Big compresi.

È uno dei tanti effetti, globali, della pandemia. Negli Stati Uniti, ad esempio, «in otto settimane si è fatto più che negli ultimi dieci anni, con la penetrazione dell'e-commerce balzata dal 16 al 27% degli acquisti complessivi», fa notare Riccardo Monti, managing director e senior partner di Boston Consulting Group in Italia. «In Italia siamo più indietro, ma la direzione è questa con un enorme ritardo da colmare: le grandi corporate lo hanno capito e si stanno attivando. Anche perché pure in Italia il sottobosco dell'innovazione brulica, e così come in giro per il mondo si è rivelato in grado di offrire, chiavi in mano, modelli di business coerenti con quel bisogno di digitalizzare tutto e subito che la pandemia ha espresso».

Lo ha detto chiaramente il ceo di Campari, Bob Kunze-Concewitz, spiegando una mossa inusuale per il gruppo, abituato allo shopping di marchi affermati più che di giovani enoteche online: «Facendo leva sull'esperienza di Tannico, saremo in grado di accelerare i nostri piani di sviluppo nell'e-commerce, canale già in crescita, ma destinato a diventare ancora più strategico a seguito delle probabili durevoli modifi-



L'esperto. Per Riccardo Monti, senior partner Bcg, in Italia le **startup** «si sono rivelate in grado di offrire soluzioni coerenti con quel bisogno di digitalizzare tutto e subito che la pandemia ha espresso»

che nel comportamento dei consumatori indotte dall'emergenza Covid-19». Non a caso, l'operazione ha preso forma proprio durante le prime settimane di quarantena e ha visto la luce non appena ha potuto.

D'altronde l'urgenza è uno dei denominatori comuni delle tre operazioni chiuse negli ultimi due mesi. Non le prime, non le uniche, diverse per taglia e settore ma «con evidenti analogie», fa notare **Andrea Di Camillo**, che le conosce bene perché con il suo **fondo P101** ha partecipato a quelle di Milkman e Tannico, dove ha investito negli anni passati: «L'intervento di soggetti di questo livello con cifre importanti su quote di minoranza rappresenta uno straordinario **endorsement** per tutto l'ecosistema italiano dell'innovazione». Morale: dopo la lunga stagione degli incentivi e dei pionieri, degli incubatori e degli acceleratori, in attesa del piano da un miliardo del **Fondo nazionale** per l'innovazione in gestazione da oltre un anno, forse si sta mettendo in moto il mercato. Quello vero. L'unico che può far definitivamente uscire il **venture capital** italiano da una nicchia che già si sta allargando da sola, come dimostrano i 597 milioni investiti l'anno scorso nei 148 deal censiti dal **Venture capital** monitor insieme all'Aifi.

In tre anni, i volumi sono triplicati. E gli effetti si vedono anche sui prezzi, concetto pur limitativo quando si parla di **startup** innovative ad alto tasso di crescita. A parte Tate, che è un **investimento seed**, le altre operazioni sono avvenute su multipli che valorizzano le **startup** fino a 3 volte il fatturato. Più che nel passato anche recente, ma soprattutto quanto basta a generare exit inte-



ressanti e - a cascata - a tener vivo l'appetito e stimolare nuova raccolta, anche su mercati nuovi.

In questo delicato ingranaggio, soprattutto nella fase iniziale, «il ruolo delle grandi corporate è decisivo», osserva ancora Monti. Perché «oltre alla finanza ci mettono la componente industriale in un'ottica di open innovation». Emblematico il caso di Tate: di fronte agli 8 milioni di clienti di Eni gas e luce, quasi non si vedono i 3 mila della startup. «Ma siamo certi che tra pochi anni dovremo aggiungere alcuni zeri, e poi per noi è una porta sul mercato dei millennials e sui nuovi servizi digitali che Tate sarà in grado di offrire grazie alla sua app concepita e sviluppata internamente» racconta Alberto Chiarini, ad della controllata del Cane a sei zampe. Che ha scelto di comprare solo un 20% «perché vogliamo che gli imprenditori si sentano liberi di camminare sulla loro strada e non soffocarli: per noi già è molto poter vedere, attraverso i loro occhi, il nostro mondo da un altro punto di vista».

Con Milkman, Poste ha fatto la stessa scelta: oltre a comprarsi le attività di consegna ad alto valore aggiunto, confluite in una newco, ha scelto di mettere un piede anche nella capogruppo, una sorta di ticket da 5 milioni per avere il 6% di un puro provider tecnologico. D'altronde, come ha ricordato pochi giorni fa a *Il Sole 24 Ore* l'ad Matteo Del Fante, «il gruppo ha concentrato oltre 150 milioni d'investimenti su startup innovative», una strategia a cui Poste ha dedicato anche l'ultimo investor day di gennaio, a Londra. Perché, al mercato, queste storie piacciono.

@marcoferrando77

© RIPRODUZIONE RISERVATA

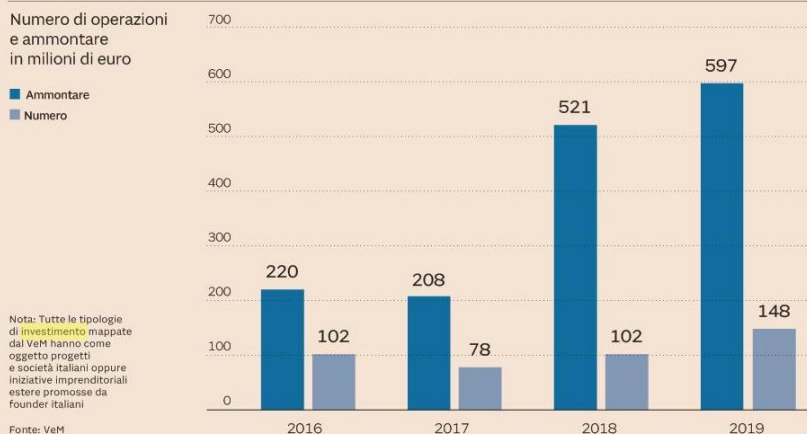


L'investitore.
Andrea Di Camillo (P101) è convinto che «l'ingresso dei grandi gruppi con cifre importanti rappresenta uno straordinario endorsement per l'ecosistema italiano dell'innovazione»



Il manager.
Alberto Chiarini, ad di Eni Gas e Luce, ha scelto di comprare solo il 20% di Tate «perché vogliamo che gli imprenditori si sentano liberi di camminare sulla loro strada e non soffocarli»

Il mercato italiano del venture capital



Nota: Tutte le tipologie di investimento mappate dal VeM hanno come oggetto progetti e società italiani oppure iniziative imprenditoriali estere promosse da founder italiani

Fonte: VeM

LE ULTIME OPERAZIONI

1

POSTE-MILKMAN

La società

Fondata da Antonio Perini, Milkman offre un innovativo servizio di Consegna a domicilio per l'e-commerce, grazie al quale l'acquirente può scegliere la data e l'orario della consegna

L'operazione

Il 24 aprile Poste ha acquistato il 70% di una newco, Milk Deliveries, in cui Milkman ha conferito i servizi di consegna ad alto valore aggiunto: oggi sono disponibili in 6 città, che diventeranno 12 entro l'estate e 16 a fine anno. Poste ha acquisito anche il 6% di Milkman

2

CAMPARI-TANNICO

La società

Fondata nel 2013, Tannico è il leader di mercato nelle vendite online di vini e premium spirit in Italia, con una quota di mercato superiore al 30%: nel 2019 ha realizzato vendite nette per 20,6 milioni.

L'operazione

Il 5 giugno Campari ha annunciato un accordo con tutti gli azionisti-inclusi i principali (il ceo Marco Magnocavallo, P101 SGR e Boox Srl) per acquisire il 49% al prezzo di 23,4 milioni. Campari potrà incrementare la partecipazione al 100% a partire dal 2025.

3

ENI G&L-TATE

La società

Tate è tech company partecipata dai quattro co-fondatori e dallo startup studio Nana Bianca S.r.l., il cui amministratore unico è Matteo Riffeser Monti: ha iniziato nel 2019 la propria attività commerciale, proponendosi quale reseller di energia elettrica e gas su piattaforma esclusivamente digitale, tramite una app proprietaria.

L'operazione

L'8 giugno Eni gas e luce, società controllata al 100% da Eni SpA, ha completato l'acquisizione del 20%.