

17 luglio 2020

Soplaya
fornitura
Amazon
Mauro Germani
Friuli Venezia Giulia

Salva Commenta



STARTUP

Dal produttore al ristoratore, Soplaya accorcia la catena delle forniture alimentari

Per la società nata nel 2018 un round di finanziamento di 3,5 milioni di euro supportati anche dallo strumento pubblico Cdp Venture Capital Sgr

di Gianni Rusconi

È un settore in espansione quello dell'agroalimentare B2B in Italia, lo dicono i numeri degli ultimi anni: giro d'affari nell'ordine dei 20 miliardi di euro e una tendenza crescente a sfruttare il canale digitale. **Gli acquisti online di forniture** da parte dei ristoranti sono cresciuti infatti a un ritmo del 45% nel recente passato e – al netto delle ripercussioni negative dovute al Covid, le cui conseguenze di lungo periodo sono al momento difficilmente calcolabili – dovrebbero arrivare ad incidere su una larga maggioranza delle operazioni entro il 2025.

Si tratta di un settore che diventa strategico per i grandi nomi del comparto food ma anche per gli investitori che scommettono sulle **startup nate proprio per facilitare il processo di digitalizzazione**. Una di queste è **Soplaya**, marketplace che permette ai ristoratori di acquistare le proprie materie prime direttamente dai produttori con pochi passaggi online, a tutto vantaggio della dinamicità e della sostenibilità della filiera.

A credere nella società fondata nel 2018 da Mauro Germani, Gian Carlo Cesarin, Ivan Litsvinenka e Davide Marchesi sono stati in modo particolare i venture capital P101 Sgr (attraverso il suo secondo veicolo P102) e Italia 500, che hanno di recente concluso un **round di finanziamento di 3,5 milioni di euro** supportati (per una quota di 500mila euro) dal neonato strumento pubblico CDP Venture Capital Sgr – Fondo Nazionale Innovazione.

L'operazione, la prima di soggetti istituzionali dopo i primi due investimenti operati da business angels privati, servirà a sostenere lo sviluppo dell'attività e in particolare il lancio dell'app destinata ai clienti (per dispositivi Android e iOS) e la creazione di un sistema basato su algoritmi di intelligenza artificiale pensato per aumentare la personalizzazione dell'esperienza dei clienti stessi.

C'è dunque molta tecnologia nel piano di sviluppo di Soplaya, e lo conferma anche il fatto che una parte della nuova liquidità di cassa verrà destinata ad **ottimizzare la piattaforma di analisi dei dati di acquisto e vendita.**

Quale sia esattamente la sua missione lo spiegano bene i suoi founder: **aiutare i ristoranti a semplificare gli acquisti e a risparmiare sulle forniture**, offrendo ai produttori un accesso diretto al mercato e premiando anche chi punta su ingredienti spesso introvabili tramite i grossisti classici.

La consegna è garantita in 12-24 ore senza un minimo d'ordine e **il risparmio medio rispetto ai canali tradizionali è del 20%**, cui si aggiungono una serie di strumenti come il riordino in un click, il confronto prezzi e l'analisi del food cost. Una startup che risolve problemi strutturali della filiera, dicono gli investitori che hanno sottoscritto l'ultimo finanziamento, ricordando come l'emergenza sanitaria abbia reso ancora più evidente una trasformazione in atto già da qualche anno: il settore del food, trainato dalla crescita dell'e-commerce, sta diventando sempre più digitale e l'intera filiera cambierà in modo radicale per rispondere a modelli di approvvigionamento più trasparenti, veloci e flessibili.

Soplaya opera per l'appunto come abilitatore di questa trasformazione e ogni giorno, come si legge nella home page del sito, sono oltre 250 i ristoranti ordinano online sulla propria piattaforma oltre e 7.500 diverse tipologie di ingredienti.

In valore, la startup ha superato il milione di euro di venduto in due anni e più che raddoppiato nel 2019 il fatturato, confermando il target di puntare ai 10 milioni di ricavi entro la fine del prossimo anno. Se la grande novità di quest'anno è stata infine il lancio di un canale di vendita B2C ([frescoelocale.it](https://www.frescoelocale.it)) per rispondere all'impennata di domanda di consegne a domicilio dettata dall'emergenza Covid-19, l'obiettivo a medio termine rispecchia un piano di espansione sicuramente ambizioso.

L'idea è infatti quella di superare i confini di Friuli Venezia Giulia e Veneto, regioni in cui il servizio è attualmente attivo, e raggiungere altre dieci città italiane entro il 2022, per prepararsi poi all'espansione europea.

«Questo nuovo finanziamento – ha spiegato il ceo Germani – è l'inizio di un nuovo capitolo della nostra storia e ci permetterà di arrivare a un livello di automazione dei processi mai visto prima nel settore Horeca e di poter finalmente offrire il servizio a una buona fetta della ristorazione italiana a condizioni agevolate».

Si parla, nel concreto, di dilazioni di pagamento fino a 60 giorni, sconti fino a mille euro e della possibilità di ordinare piccoli quantitativi molto frequentemente: di questi tempi non è poca cosa.