

OSSERVATORIO
Sonda
F&B STRATEGY RESEARCH

Ricerca per conoscere,
conoscere per agire.

Sonda Leonardo

LE STARTUP NEL SETTORE
FOOD & BEVERAGE

EDITORIALE

Facciamo rivoluzioni, impariamo a rischiare!

di EMANUELE GNEMMI E FRANCESCA SPADARO

Fare impresa non è mai facile, non lo è né dal punto di vista concreto né emotivo. Perché quando si fa impresa non si investe solo il proprio capitale, si investono sogni e speranze e la paura del fallimento, di non dimostrarsi all'altezza, ha un effetto paralizzante.

E l'Italia, con la sua burocrazia e i suoi "costi di avviamento", ce la mette tutta per alimentare l'ansia iniziale, scoraggiando i futuri imprenditori, in particolare gli startupper che partono per il tentacolare mondo dell'imprenditoria con in tasca solo un'idea innovativa e tanto, tanto entusiasmo.

Un bagaglio spesso inadeguato per sopravvivere.

Per lanciare una startup bisogna essere preparati, non parliamo solo di forza d'animo, flessibilità e resilienza, ma un vero e proprio studio del percorso e delle sue criticità che chiunque voglia lanciarsi in questa impresa deve affrontare.

Allo studio e alla tempra, si affiancano altre due parole chiave per il successo di una startup innovativa: alto contenuto tecnologico e potenzialità di crescita esponenziale. Anche nel mondo Ho.Re.Ca. e GDO.

Infatti, gli investimenti che il settore dell'Agri-Food Tech (termine ombrello riferito a tutte le realtà del comparto agroalimentare esteso con alto contenuto tecnologico) ha raccolto negli ultimi due anni (261 milioni di € nel 2021 e 119 milioni di € nel 2022) raccontano di un settore su cui gli investitori sono pronti a scommettere.

Ma su cosa si scommette? Sulle rivoluzioni.

Fare rivoluzioni significa cambiare il modo di fare e pensare le cose, e cambiarlo al punto che una volta sperimentato il 'nuovo', non si possa più tornare indietro!

Ed è con l'innovazione tecnologica e con la possibilità di diffondere su larga scala (e in diversi mercati) tale innovazione che si possono fare delle vere e proprie rivoluzioni epocali, come è accaduto con il delivery.

Non è un caso che le operazioni di maggior successo del 2022 siano state quella di **EVERLI** (aumento di capitale di 22 mln di €), aggregatore di insegne della GDO per consegnare la spesa quotidiana a domicilio; di **CORTILIA** (20 mln di €) e-commerce che ha reso digitale una filiera di produttori artigiani; di **DELIVERISTO** (7 mln di €) che ha introdotto il delivery nel B2B rifornendo in tempi rapidi le cucine dei ristoranti.

Il delivery, nato ieri, oggi ha già fatto la storia. Ha portato (sia nel B2C che nel B2B) benefici concreti tali da tracciare nel mondo della ristorazione e della distribuzione, una netta linea di demarcazione tra il passato e il futuro. Oggi è uno

degli elementi imprescindibili per chi voglia fare impresa in questi settori. Ma l'innovazione non può e non deve fermarsi. È ora che nel settore Ho.Re.Ca. e GDO si impari a pensare rivoluzionario e soprattutto si impari a rischiare.

C'è un ultimo punto dolente che va affrontato. Perché tempra, studio e idee strabilianti ancora non bastano per avere successo. Ci vogliono soldi, tanti soldi, soprattutto se si nasce con l'ambizione di crescere esponenzialmente: chi sono le possibili fonti? A chi rivolgersi? Con che linguaggio e con che strumenti?

Nella maggior parte dei casi, la risposta a queste domande la si trova sul campo, quando si è già partiti, entusiasti ma troppo impreparati, che per alcune realtà vuol dire troppo tardi.

La **SONDA LEONARDO** nasce proprio con l'obiettivo di darvi risposte, di raccontarvi il percorso tortuoso che ogni startupper deve affrontare per trasformare la sua idea in un business di successo.

Abbiamo deciso di costruire in modo un po' diverso dal solito questa Sonda perché oggi siamo anche noi degli startupper, siamo partiti preparati dal nostro punto di vista ma alcune cose le abbiamo apprese durante il cammino. Abbiamo fatto errori ma ci siamo rialzati e siamo andati avanti, con sguardo fisso sui nostri obiettivi.

Lo abbiamo deciso perché siamo un osservatorio di ricerca, per nostra natura osserviamo, ascoltiamo, apprendiamo. E abbiamo visto, ascoltato e appreso da tutte le realtà e i professionisti con cui costantemente ci interfacciamo. Sonda Leonardo non è solo un report informativo, ma un manuale formativo per chiunque decida di lanciare la propria startup.

Come già accennato, conoscere con anticipo il percorso, i possibili ostacoli e le strategie per superarli è fondamentale per ridurre il margine di errore e di rischio, per ottenere un vantaggio competitivo rispetto a chi parte scervo di ogni conoscenza

Emanuele Gnemmi

**FOUNDER DI OSSERVATORIO
SONDA E RESPONSABILE DELLA
CONSULENZA STRATEGICA**

Restaurant & Hotel Consultant
Direttore Operativo – presso **ERBERT** (insegna
GDO dedicata alla sana alimentazione)
Founder di **BILLO**, Il piatto bilanciato
Docente I.I.S "Erminio Maggia"

Francesca Spadaro

**FOUNDER DI OSSERVATORIO SONDA
E RESPONSABILE DELLA RICERCA**

Market Researcher
Editor e Food Writer
Neuropsicologa

BREVE INTRODUZIONE ALLA SONDA LEONARDO

La **SONDA LEONARDO** affronta il tema delle **STARTUP NEL SETTORE F&B IN ITALIA**, o meglio **DELL'AGRI-FOOD TECH**.

Oggi infatti non si parla più del solo food perché è nella soprattutto **NELLA TECNOLOGIA APPLICATA AL COMPARTO AGROALIMENTARE CHE SI INVESTE MAGGIORMENTE**.

La Sonda Leonardo è uno strumento sia **INFORMATIVO**, perché racconta lo scenario italiano attuale di un settore in forte ascesa, ma questa volta anche **FORMATIVO**.

Siamo partiti da una panoramica per raccontare **CHE TIPOLOGIE DI STARTUP DEL SETTORE AGRI-FOOD** popolano lo scenario odierno (uno scenario in cui la **TECNOLOGIA** è ovviamente **PROTAGONISTA**) e quanto gli investitori credono in questo settore.

In generale, i **TREND DEL 2022** sono estremamente positivi, con un **+68,4% DI CAPITALI INVESTITI IN STARTUP RISPETTO AL 2021** ma il **SETTORE AGRI-FOOD TECH NON FA DA TRAINO** (come invece era accaduto nel 2021). Questo non deve spaventare, restando in tema di F&B, dobbiamo **GUARDARE IL BICCHIERE MEZZO PIENO**: l'Italia inizia a credere nelle sue startup e l'estero inizia a credere nelle startup italiane (i **VENTURE INTERNAZIONALI** hanno raddoppiato i loro investimenti in Italia).

La **SONDA LEONARDO** approfondisce inoltre la **GENESI DI UNA STARTUP E LE VARIE FASI CHE ATTRAVERSA**, le difficoltà che incontra e come farvi fronte. Infatti, nell'ultima sezione dedicata alle Actions da mettere in atto se si vuole lanciare la propria startup, **OFFRIAMO DEI CONSIGLI PRATICI DA SEGUIRE FASE PER FASE**.

BUONA LETTURA!

Prima di addentrarci all'interno della **SONDA LEONARDO**, è importante **FARE CHIAREZZA SUL TEMA DELLE STARTUP**, su cosa le rende tali e su cosa invece gli conferisce l'etichetta di 'innovativa'.

Non tutte le imprese neonate sono startup, ma tutte le startup ambiscono a diventare impresa!

Tecnicamente '*Startup*' indica una fase del ciclo vitale di un'impresa: il suo inizio, i suoi primi ma fondamentali passi.

Nel linguaggio odierno però startup indica una realtà ben precisa:

UNA STARTUP È PER DEFINIZIONE UNA GIOVANE IMPRESA, CON POCHI CAPITALI DI PARTENZA E UNA MINIMA QUANTITÀ DI RISORSE UMANE COINVOLTE, TESA ALL'INNOVAZIONE E CON UNA NUOVA IDEA DI BASE.

Quindi, seguendo questa lettura, non tutte le imprese nascenti possono essere definite delle startup.

Diverso è il caso delle *Startup Innovative* cioè una specifica forma societaria, riconosciuta e prevista nell'ordinamento italiano, le cui caratteristiche sono ben definite e regolamentate dalla legge.

ALTO CONTENUTO
TECNOLOGICO
E FORTI POTENZIALITÀ
DI CRESCITA:

le parole chiave delle
startup innovative

LO DICE IL MINISTERO DELLO
SVILUPPO ECONOMICO, CHE CON
DL 179/2012, ART. 25, COMMA 2,
DISEGNA E DELIMITA I CONFINI
DELLE STARTUP INNOVATIVE.

UNA STARTUP INNOVATIVA È UNA SOCIETÀ
DI CAPITALI, COSTITUITA ANCHE IN FORMA
COOPERATIVA, CHE RISPETTI I SEGUENTI REQUISITI
OGGETTIVI:

- è un'impresa nuova o costituita da non più di 5 anni
- ha residenza in Italia, o in un altro Paese dello Spazio Economico Europeo ma con sede produttiva o filiale in Italia
- ha fatturato annuo inferiore a 5 milioni di euro
- non è quotata in un mercato regolamentato o in una piattaforma multilaterale di negoziazione
- non distribuisce e non ha distribuito utili
- ha come oggetto sociale esclusivo o prevalente lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di un prodotto o servizio ad alto valore tecnologico
- non è risultato di fusione, scissione o cessione di ramo d'azienda

INCENTIVARE I GIOVANI E L'INNOVAZIONE GRAZIE ALLE AGEVOLAZIONI

LO DICE IL MINISTERO DELLO
SVILUPPO ECONOMICO, CHE CON
DL 179/2012, ART. 25, COMMA 2,
DISEGNA E DELIMITA I CONFINI
DELLE STARTUP INNOVATIVE.

1. Incentivi fiscali all'investimento nel capitale di startup innovative
2. Accesso gratuito e semplificato al Fondo di Garanzia per le PMI
3. Smart & start Italia (finanziamenti agevolati per startup innovative localizzate sul territorio nazionale)
4. Trasformazione in PMI innovative senza soluzione di continuità
5. Esonero da diritti camerali e imposte di bollo
6. Raccolta di capitali tramite campagne di equity crowdfunding
7. Servizi di internazionalizzazione alle imprese (ICE)
8. Deroghe alla disciplina societaria ordinaria
9. Disciplina del lavoro flessibile
10. Proroga del termine per la copertura delle perdite
11. Deroga alla disciplina sulle società di comodo e in perdita sistematica
12. Remunerazione attraverso strumenti di partecipazione al capitale
13. Esonero dall'obbligo di apposizione del visto di conformità per compensazione dei crediti IVA
14. Fail Fast (procedure semplificate in caso di insuccesso della propria attività)

SONO DAVVERO AGEVOLATE LE STARTUP INNOVATIVE NEL NOSTRO PAESE?

Per scoprirlo abbiamo analizzato il percorso di nascita e crescita delle **STARTUP INNOVATIVE NEL SETTORE F&B**, attraversandone le varie fasi, dall'idea primordiale alla ricerca di fondi.

L'obiettivo della **SONDA LEONARDO** è individuare standard di successo, errori da non fare e difficoltà intrinseche nel suddetto percorso.

Indice

1
LE STARTUP
INNOVATIVE NEL
SETTORE F&B
P. 14

2
STARTUP SI
NASCE
P. 37

3
STARTUP SI
CRESCE
P. 41

4
NON È SEMPRE
FACILE
P. 55

ACTIONS
P. 65