

LEZIONE 11/10/2022

Marco Rastelli-Simona Silvestri

“**Crowdfundme**” è un portale di crowdfunding.

Il crowdfunding indica una forma di crowdsourcing, cioè una raccolta di capitale che ha come controparte una ricompensa del capitale stesso, a titolo di investimento, che può essere rivolto sia agli investitori professionali e istituzionali che alle persone fisiche.

Questo processo permette di investire in un'idea di business in cui si crede rendendola un progetto concreto attraverso dei micro investimenti.

Ci sono cinque tipologie possibili di crowdfunding: 1. le donazioni, 2. le donazioni e i pre-acquisti, 3. i prestiti, 4. i prestiti e gli investimenti, 5. gli investimenti. Per quanto riguarda le modalità di crowdfunding digitale si può affermare che esso segue il meccanismo delle donazioni in modo tale da permettere ai sostenitori di una business idea di donare il proprio denaro senza aspettarsi un beneficio tangibile.

"Crowdfundme" essendo un portale di crowdfunding ha il compito di sostenere le società, supportando sia l'investitore che l'imprenditore con qualsiasi mezzo necessario per avere buoni risultati sui progetti che sono stati proposti. Lo si può definire come il portale ideale in cui sia gli imprenditori che gli investitori si incontrano per far crescere un progetto vincente e per far ciò è fondamentale ottenere una comunicazione tra imprenditori e investitori di modo da ottenere una collaborazione chiara ed efficiente.

Il brand “**Nonna Rita**”, ideato dal team di Casa Surace nel 2020, (una casa di produzione nata nel 2015 da un gruppo di amici e coinquilini provenienti dal Sud Italia), ha come obiettivo quello di portare la cucina tradizionale italiana (ovvero quella cucina che punta a far riemergere emozioni legate al passato) nelle case di tutte quelle persone che per un motivo o per l'altro o sono lontani dalle proprie famiglie, o non hanno tempo e voglia di cucinare.

I prodotti vengono distribuiti grazie alla presenza di cucine specializzate nella consegna a domicilio denominate “dark kitchen”, dei pick up point in cui poter ultimare la preparazione dei piatti e di altre piattaforme famose di delivery come Glovo o Deliveroo che si occupano della parte finale del servizio mettendo a disposizione dei riders competenti.

“Nonna Rita” ad oggi è presente nelle città di Milano e Monza, ma ha come prossimo obiettivo l'espansione in tutta Europa, tanto che da Settembre il brand è sbarcato anche a Londra .

I motivi per cui investire su questo progetto sono quattro:

- il mercato, perché il food delivery è in costante crescita sia in Italia che in Europa in seguito alla pandemia del Covid-19, periodo in cui non era possibile andare a mangiare nei ristoranti fisici;
- il format, caratterizzato dal binomio qualità-tradizione, facilmente replicabile anche in altri paesi del mondo;
- scalabilità, in quanto la società ha come obiettivo l'ingresso nella GDO nel medio lungo periodo e soprattutto perché “Nonna Rita” è facilmente replicabile in altre città grazie a due fattori: 1. la produzione centralizzata del semilavorato, che una volta arrivato al pick up point garantisce una diffusione del prodotto mantenendo la qualità alta, 2. il coworking Kitchen che ottimizza i costi e rende facilmente controllabile l'operatività nei diversi pick up point.

- partnership, caratterizzata da partner con un'esperienza solida nel settore del food & beverage che permettono al brand di lavorare con modalità ottimizzate e dalla presenza di Casa Surace che con la sua vasta community sui social networks garantisce visibilità e interazioni da parte degli utenti.

Per quanto riguarda i risultati ottenuti si può affermare che dalla commercializzazione alla fine del primo semestre 2022, “Nonna Rita” ha ottenuto oltre 7.000 ordini, prevalentemente attraverso le piattaforme di delivery partner, con un carrello medio di 15€ ed un fatturato complessivo di circa 90.000€.

Questi fondi raccolti verranno investiti su due fronti: il primo sarà destinato all'ampliamento del team che avrà la responsabilità di ottimizzare le attività quotidiane e le prestazioni del business, la restante parte invece sarà utilizzata per investimenti in attività di marketing in modo da espandere il servizio in altre città italiane, in Europa e infine nel resto del mondo.