

DIRITTO24

[HOME](#)[AVVOCATO D'AFFARI](#)[CIVILE](#)[LAVORO](#)[PENALE](#)[AMMINISTRATIVO](#)[L'intervista](#)[Mercati e Impresa](#)[News dagli studi](#)[Professione Legale](#)

Orapesce riempie le reti con Mamacrowd

27/05/2020 15:36

[Tweet](#)[Consiglia 0](#)[Salva in MY](#)[A A](#) [🖨](#) [✉](#)

Orapesce, la piattaforma digitale per l'acquisto e la consegna a domicilio di pesce fresco, fondata nel 2018 da Giacomo Bedetti e Alberto Mazza, ha recentemente raccolto 400 mila euro di equity tramite la piattaforma Mamacrowd.

Orapesce ha fatto ricorso all'equity crowdfunding assistita da VALEBO che, con i partner Nicola Agnoli e Martino Zamboni, ha fornito l'analisi sui multipli di mercato dell'Online Food Retail.

CLICCA PER CONDIVIDERE



©RIPRODUZIONE RISERVATA

PAMBIANCO *wine&food*

Orapesce raccoglie 400mila euro con il crowdfunding

29 MAG 2020 ANDREA GUOLO



I moscardini con polenta di Orapesce

“Il nostro progetto aveva un target di 250mila euro... ne abbiamo raccolti 400mila e abbiamo dovuto restituire 80mila euro in eccesso. È andata decisamente meglio delle previsioni”, racconta a *Pambianco Wine&Food* **Giacomo Bedetti**, fondatore della startup **Orapesce**, piattaforma digitale per l'acquisto e la consegna a domicilio di pesce fresco dell'Adriatico. La raccolta è stata gestita attraverso la piattaforma specializzata **Mamacrowd** e con l'assistenza di **Valebo**, che ha fornito l'analisi sui multipli di mercato dell'online food retail.

Il lockdown non ha ancora dato modo a Orapesce di investire le risorse raccolte, perché nel frattempo c'è stato altro da fare... Il giro d'affari della società è decuplicato durante il periodo di isolamento, e la soddisfazione di Bedetti non dipende soltanto dall'incremento degli incassi, ma anche dall'aver superato senza eccessivi affanni uno stress test molto impegnativo. “Il modello di servizio ha tenuto, ora dovremo essere bravi a fidelizzare la clientela acquisita. In tre mesi siamo passati da 450 a oltre 4mila clienti”, precisa. L'accelerazione impressa dalla pandemia ai conti della società è evidente anche in termini di fatturato. “Prima del contagio, viaggiavamo attorno a 10mila euro al mese. A marzo ne abbiamo incassati 130mila, ad aprile 150mila e a maggio siamo attorno a 100mila”.

I progetti post lockdown sono già in cantiere e in parte già avviati. I tre grandi temi di Orapesce saranno: affinare la logistica per tenere alto il livello di servizio; cambiare più rapidamente la proposta ai clienti finali per sostenere gli ordini, inserendo anche materie prime non prettamente adriatiche; collaborare con i ristoranti per lanciare una linea di prodotti già cotti pensati per il consumo negli uffici. Inoltre, Orapesce è diventata partner della catena di supermercati bio a marchio **Bio c' Bon** per i loro punti vendita in Italia, principalmente distribuiti su Milano.

“Lo sviluppo nella fase di emergenza – precisa Bedetti – non ha cambiato la nostra visione del progetto. Ha semplicemente reso più urgente la concretizzazione di quel che avevamo già preventivato. Dobbiamo quindi ricostruire il nostro modello di business come se fossimo già nel 2022”.

Gli investimenti derivanti dalla raccolta di crowdfunding saranno suddivisi tra comunicazione (40%), potenziamento della struttura con nuove assunzioni (15-20%) e perfezionamento della parte organizzativa e gestionale (40-45%) per diventare più attrattivi e preparare Orapesce a un futuro round per gli investitori.