



## COSAPORTO CHIUDE UN AUMENTO DI CAPITALE DA 1,8 MILIONI DI EURO

Cosaporto.it, il primo "Quality Delivery" italiano, ha chiuso un aumento di capitale di 1,8 milioni di euro.

La compagine societaria, composta da top manager e imprenditori, si è arricchita, nel tempo, con l'ingresso di Boost Heroes, uno dei più attivi Venture Capital italiani, e di un investitore istituzionale come Lazio Innova.

L'incremento di capitale di inizio 2021 segna l'entrata di nuovi soci qualificati e il *follow on* di tutti gli investitori, Lazio Innova *in primis*, che continuano a credere fortemente nello sviluppo dell'iniziativa; sviluppo che si mantiene costantemente a tre cifre.

Nel 2020 la performance economica ha registrato una crescita rispetto all'anno precedente di oltre il 600%, transazioni per oltre 3M€, destinate a raddoppiare nel 2021, e un aumento di oltre il 30% dello scontrino medio, che si assesta sui 55€.

A questo si aggiunge un sempre crescente numero di partner commerciali altamente qualificati che hanno scelto Cosaporto per affacciarsi o consolidare la presenza su un mercato in ascesa, ma certamente non per tutti, come quello del delivery.

250 partner fortemente selezionati (il 90% delle richieste di affiliazione viene declinato), di cui l'80% in esclusiva, e 10 ristoranti stellati Michelin; nomi di rilevanza nazionale nel mondo del food (tra gli altri Carlo Cracco, Iginio Massari, Ernst Knam, Claudio Sadler, Filippo La Mantia, Davide Longoni, Gabriele Bonci, Francesco Panella), ma anche grandi brand internazionali (LVMH, Rinascente, Giorgio Armani, Peck, MAC Cosmetics) che avrebbero guardato con diffidenza ad altre soluzioni di delivery, ma che invece si sono riconosciuti e ritrovati pienamente nei valori e nel modello operativo e di servizio proposto da Cosaporto, che pone al centro la selezione dei partner, la comunicazione, la soddisfazione del cliente e, in una sola parola, la QUALITA' di tutta l'esperienza.

Il modello di business conferisce a Cosaporto un posizionamento unico sul mercato del delivery, andando a intercettare una domanda (ma anche un'offerta) fin qui ancora insoddisfatta, e una clientela prodiga ed esigente.

Il successo di questi anni motiva il team (attualmente 20 persone) a porsi obiettivi ancora più ambiziosi, che prevedono innanzitutto il consolidamento della presenza in Italia

(imminente apertura su Firenze) con l'aumento della capillarità del servizio e la crescita del segmento B2B; Cosaporto seguirà inoltre i suoi clienti anche in vacanza, offrendo il servizio durante la stagione estiva, anche a Forte dei Marmi, per poi tornare a spingere sull'internazionalizzazione con lo sbarco, dopo Londra, in altre grandi città europee, come Parigi.

Parallelamente partiranno nuove iniziative volte a valorizzare la piattaforma tecnologica proprietaria, da mettere a disposizione come servizio per la gestione degli ordini di consegna a domicilio (Delivery As A Service), e la crescente quantità di dati disponibile, con una consulenza a stores e grandi brand per lo sviluppo del proprio business di delivery.

## COSAPORTO

La storia di Cosaporto inizia a **Roma** nel 2017 da un'idea di Stefano Manili, manager di 49 anni, con una lunga esperienza in consulenza, ex Accenture, per poi espandersi a **Milano, Torino, Bologna e Londra**, prima start up italiana nel mondo del delivery a farlo, dove ha replicato il modello con un particolare focus sul made in Italy.

**Cosaporto.it**, è la prima startup digitale italiana di "Quality Delivery", che seleziona il meglio del mercato cittadino e non solo, proponendo ai propri clienti l'opportunità di acquistare allo stesso prezzo che troverebbero in negozio e ricevere comodamente a casa propria, o del fortunato destinatario, dei prodotti d'eccezione, elegantemente confezionati e personalizzati.

Il ventaglio di opzioni promosso da Cosaporto è in continua crescita e soddisfa tutti: si spazia dal food 65% (pasticceria d'autore, alta gastronomia, vini) a eleganti composizioni floreali, oggetti di design, pensieri per i più piccoli e altre idee per regali originali, il tutto attentamente selezionato in base al comune denominatore dell'eccellenza.

I negozi diventano dei veri e propri partner, che si riconoscono nell'approccio esclusivo e scelgono non solo di essere presenti in piattaforma ma anche di partecipare attivamente, comunicando e promuovendo questo nuovo canale complementare al punto vendita fisico.

In aggiunta al classico servizio di delivery "in town", Cosaporto prevede anche un servizio di e-commerce per spedire in tutto il mondo i prodotti meno deperibili, contribuendo alla diffusione delle eccellenze italiane oltre i confini.

La partnership con le migliori realtà cittadine ha dato modo a Cosaporto di sviluppare un ampio ventaglio di offerte anche per il segmento business (30%): aziende, cui si offrono servizi di catering (coffee break, light lunch e aperitivi), regalistica, e luxury suites o case

vacanze, con una linea di prodotti dedicata agli ospiti, e la possibilità di organizzare eventi virtuali diffusi in tutta la nazione, ad oggi all'ordine del giorno.

Fin dall'inizio di questa avventura, Cosaporto ha dimostrato forte impegno nel sociale e per l'ambiente.

Oggi è l'unica piattaforma di delivery ad avere una categoria *Charity*, nata dalle tante iniziative benefiche a sostegno degli ospedali in prima linea nella lotta al COVID e dalla collaborazione stabile con Fondazione Umberto Veronesi, associazione VIDAS e Istituto Mario Negri; grande attenzione anche alla sostenibilità e ai progetti green: packaging eco-friendly, attività di delivery svolte esclusivamente da aziende specializzate e prevalentemente con mezzi di trasporto elettrici ed attrezzati.

**[www.cosaporto.it](http://www.cosaporto.it)**