Winelivery chiude il 2020 con +600%

winelivery2-dca838b5

Winelivery chiude il 2020 con risultati ben più alti delle attese: un tasso di penetrazione dell’app sulla popolazione italiana superiore all’1.2%, grazie alle oltre 700 mila app scaricate, e 7.5 milioni di euro di fatturato consolidato, 6 volte quello del 2019. Questo periodo storico ha visto in forte aumento la domanda per i servizi di delivery che, data la situazione socio-economica, sono di grande supporto al cittadino poiché limitato nelle uscite dal proprio domicilio. Winelivery, che dal 2016 si allena per le “Olimpiadi della Delivery”, si è trovata a gareggiare in questo contesto partendo da una posizione di vantaggio: non solo è riuscita far fronte all’aumento della domanda mantenendo gli alti standard di servizio in 30 minuti e in temperatura, ma ha anche ampliato notevolmente la rete arrivando ad oltre 60 store con servizio express in tutte le principali città italiane, dalla Sicilia all’Alto Adige.



Il 2020 è stato un anno importante anche dal punto di vista del funding.

L’ultimo importante round di investimento conclusosi a Dicembre, ha visto la riconferma della fiducia dei sia Soci, tra cui Gellify Digital Investment (GDI) oltre che l’ingresso un pool ristretto di nuovi Soci sinergici al progetto. La raccolta ha consentito all’azienda di reperire le risorse necessarie all’esecuzione dell’ambizioso piano di sviluppo del quadriennio 2021-2024, che porterà Winelivery ad aumentare la capillarità e diffusione del servizio, consolidando quindi la propria leadership in un segmento che, in Italia, ha creato da zero.

“Consideriamo Winelivery ancora una Startup” afferma **Francesco Magro**, founder e CEO dell’azienda *”Questo perché, come tale, abbiamo brama di crescita e ci poniamo obiettivi di sviluppo molto sfidanti. Al tempo stesso ci comportiamo come un’azienda che deve competere sul mercato, e quindi essere capace non solo di crescere a tassi importanti, ma anche di portare redditività agli azionisti”. Così raccontano anche i dati di questo 2020: Winelivery chiude con una crescita superiore*

al 600%, ma allo stesso tempo con EBITDA positivo a dimostrazione della solidità e lungimiranza delle scelte operate dal Management. "Winelivery conquista il mercato e porta redditività perché la sua strategia punta a valorizzare i prodotti attraverso un servizio di consegna eccezionale nei tempi e nella cura" continua Magro *"evitando in assoluto la leva prezzo e lavorando sul differenziarsi dagli altri operatori sul mercato con una value proposition distintiva".*