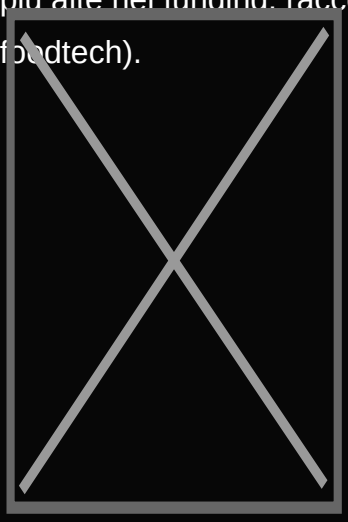
Feat Food cresce: fatturato triplicato e +240% nuovi clienti

piatto2-a6b234df

2.000 nuovi clienti in un anno (+240%), un fatturato triplicato rispetto al 2019 e un piazzamento al 168° posto (3° italiana) tra le 500 migliori startup food tech al mondo entrate a far parte della FoodTech 500. Sono alcuni dei numeri che descrivono il 2020 di Feat Food che confermano il trend positivo del Food Tech registrato dal "The state of global Foodtech report" di Talent Garden, che ha evidenziato numeri in crescita per tutto il comparto. In 10 anni il tasso di crescita del settore è stato del 42%, con oltre 5.300 nuove imprese e 65 miliardi di investimenti. L'universo al suo interno è molto variegato e spazia dall'agricoltura al delivery, un ambito quest'ultimo che ha registrato le performance più alte nel funding, raccogliendo investimenti per 31,5 miliardi di euro (il 48% dell'intero settore foodtech).



Nata nel 2015 a Lecce da un'idea di Andrea Lippolis, classe 1992, e trasferitasi a Milano l'anno successivo dove oggi conta due laboratori di produzione attivi e uno in costruzione, Feat Food ha messo a punto un sistema che fornisce agli utenti che utilizzano la sua piattaforma digitale una dieta tagliata su misura delle caratteristiche fisiche di ciascuno e degli obiettivi di forma prefissati. Lo speciale Chef che studia i menù di Feat Food è l'intelligenza artificiale: così, mentre gli algoritmi di Machine Learning, che diventano più precisi con l'aggiornamento costante dei

dati inseriti nel sistema, preparano le combinazioni di alimenti sani con le giuste grammature, la brigata di cuochi in cucina assembla i piatti nelle box che vengono poi consegnati in tutta Italia entro 24/48 ore, conservandosi fino a 10 giorni. Nel 2020 Feat Food ha consegnato al domicilio degli italiani 50.000 mila pasti, per un totale di 200.000 nei suoi primi sei anni di vita.



Il 2021 di Feat Food

"Nel 2020 determinante è stato il nostro ecommerce, dato che gli altri canali come la distribuzione negli smart fridge all'interno di palestre e aziende o il nostro punto vendita a Milano, non hanno potuto lavorare a pieno regime. L'ecommerce nel 2020 ha quindi determinato il 100% del fatturato e sarà il canale trainante nel 2021, anche se stiamo cercando di ampliare il nostro bacino di utenti non solo al fitness ma anche al wellness. A fine 2020 abbiamo infatti acquisito la startup Diet To Go proprio con l'obiettivo di scalare il mercato sia online che offline, aprendoci anche alla GDO - afferma **Andrea Lippolis**, fondatore e CEO di Feat Food. *Feat Food fa parte della nicchia del meal planning market che si inserisce nel mercato dei servizi di meal kit delivery, sempre più utilizzati soprattutto dai Millenials e dalla generazione Z che apprezzano il cibo homemade: i piatti o tutto l'occorrente per cucinare arrivano già pronti nelle giuste quantità, senza dover fare una spesa ad hoc e, sicuramente, una cena del genere è più economica di una al ristorante. A questi aspetti, Feat Food aggiunge gli ingredienti sani e bilanciati, semplificando la vita di chi desidera seguire una dieta personalizzata per un certo lasso di tempo".*

I membri del team di Feat Food sono quasi raddoppiati nel 2020, diventando 21 e si sono già aperte nuove posizioni: *"Presto saremo 25* - continua Andrea Lippolis - *Le sfide per il 2021 sono molte e vogliamo essere pronti per affrontarle al meglio. Stiamo facendo tutte le valutazioni opportune per sbarcare anche Oltremanica ed esportare il nostro servizio di meal kit nel mercato anglosassone che, da una prima analisi, appare il più maturo ad accogliere il nostro modello".*