The Spiritual Machine, la startup (italiana) che vuole rivoluzionare il mondo degli spirits

20230117104516spiritualmachinehead-066d52b3

“Siamo davvero i pazzi che credono di poter trasformare il mondo degli spirits”. Stay foolish di Steve Jobs applicato a uno dei comparti economici più tradizionali del nostro Paese. Parola di Matteo Fornaca, Elisa Cravero e Matteo Dispenza, fondatori della startup torinese **The Spiritual Machine**, che si propone di **innovare la galassia del beverage**. Una startup che è anche una community, quella de “I Botanici”, che non sono semplici soci, finanziatori o stakeholder, ma il risultato di un “crowdfunding umanista”, che prima di capitali seleziona persone, idee e valori.

The Spiritual Machine infatti ha scelto un approccio meno tradizionale per la raccolta di capitali, attraverso un **crowdfunding “controllato”**, che avvicina gli investitori, raccogliendo non solo risorse economiche, ma esperienze e intelligenza. *“Il nostro non è solo un processo di raccolta di fondi, bensì di competenze, di attori di mercato, fornitori, professionisti, che possono essere per noi strategici. Miriamo a sviluppare il business unendo esperienze diverse e creando una cultura comune, che ci lega su un piano di idee e valori”*, spiega il founder di The Spiritual Machine **Matteo Fornaca**.

GLI SPIRITS DELLA STARTUP ITALIANA ARRIVANO IN MEDIO ORIENTE

L’internazionalizzazione è uno dei risultati più rilevanti prodotti dal crowdfunding del “capitale umano”, che sta portando The Spiritual Machine **nei mercati dell’America Latina e del Golfo Persico**, dove gli spirits arriveranno in Emirati Arabi, Qatar, Maldive, Seychelle, siglando accordi con grandi catene alberghiere internazionali.

Potrebbe sembrare quasi un paradosso vendere alcol dove c’è la forte percezione che non si possa consumare, ma le analisi di mercato confermano invece che si tratta di aree strategiche, molto ricettive, perché ci sono gli headquarter di grandi corporation di Asia e Middle East, **società di crociere e molte catene di alberghi di brand internazionali**. Maldive e Seychelles sono inoltre grandi hub turistici, che hanno il loro procurement proprio a Dubai.

Un’**espansione internazionale** che guarda anche oltre atlantico, in particolare al mondo Latino americano, mercato in grande accelerazione, con tassi di crescita al 5%. Un continente con una popolazione giovane, che vede Millennial e Generazione X più **attenti a un consumo consapevole di alcol**, che preferiscono sapori più forti, bere meno e meglio: si guarda perciò ai drink su misura, dove lo spirit tailor made può risultare un prodotto di grande impatto.

MIXOLOGY, IN ITALIA CRESCE L’INTERESSE VERSO GLI SPIRITS

In Italia il mondo mixology si sta configurando come una tendenza in crescita, con sempre maggiore interesse sia a livello consumer che del mondo business. Un trend confermato dai numeri della startup The Spiritual Machine, con l’azienda che è **passata dalla cinquemila bottiglie prodotte nel 2019 alle 80mila del 2022**, nonostante l’impatto della pandemia che ha di fatto paralizzato l’intero settore. Il target è arrivare a un milione entro il 2025 e a cinque milioni nel 2027.

*“Il mercato sta prendendo il largo, le **produzioni artigianali crescono del 22,5% anno su anno** (fonte: report Technavio. Previsioni e Analisi 2022-2026). Il premium cresce e vediamo quotidianamente una domanda di formazione, informazione e artigianalità. È un **cambiamento molto veloce** e penso che l'apice verrà raggiunto nei prossimi quattro anni, perché succederà quello che è successo con la birra, nel senso che pochi e piccoli brand vengono acquisiti dai grandi. Oggi la birra artigianale costituisce il 14% del mercato americano e il fenomeno si sta ripetendo allo stesso modo anche sugli spiriti artigianali”*. Parole della Ceo di The Spiritual Machine **Elisa Cravero**, che in un settore ancora molto maschile, d’accordo con i soci, ha costruito un’azienda con un team all’80% femminile.

A confermare la crescita d’interesse verso il mondo spirits da parte dei consumatori - alla **ricerca di nuovi prodotti** per avere un’esperienza del bere sempre più personalizzata - sono anche i dati relativi alle ricette: in tre anni di vita la startup ha creato oltre 150 ricette proprietarie, cui si sommano le oltre 200 ideate nel solo 2022. Un lavoro di ricerca e sviluppo che avrà il suo cuore nel The Spiritual Machine Lab, un laboratorio dove creare le ricette dei prodotti finiti.

COSA BEVI? TE LO DICE L’AI

“Alambicchi” e provette che si sposano con la tecnologia, grazie alla partnership con la startup Vedrai, società che sviluppa **soluzioni basate su Intelligenza Artificiale** a supporto delle PMI, che lo scorso aprile ha chiuso una raccolta di capitali da 40 milioni di euro. Questo accordo permetterà a The Spiritual Machine di poter **ottenere con 36 mesi di anticipo le previsioni dei consumi dei diversi alcolici sul mercato globale**. A partire da questi trend, l’azienda sta lavorando alla creazione di un

algoritmo predittivo che, aggregando dati di vendita, tendenze di mercato, feedback delle community, consentirà di sviluppare ricette sempre più tagliate su misura di un dato pubblico o segmento di mercato.

ZERO EMISSIONI E DISTILLERIE GEOTERMICHE

“Tutti noi founder abbiamo molto a cuore il tema sostenibilità”, afferma Fornaca. *L’impegno per la sostenibilità è uno dei punti fondamentali nella strategia di sviluppo della startup, che si è data una roadmap, con una serie di obiettivi da raggiungere anno per anno. Così nel 2022 The Spiritual Machine ha ottenuto la compensazione di tutte le emissioni di CO2 e punta nel 2023 ad* ***avere il 50% delle produzioni in vetro riciclato****. Nel 2024 l’agenda prevede di lavorare con distillerie carbon negative, come quelle alimentate a energia geotermica che già esistono in altri paesi e su cui si sta studiando anche in Italia.*

"Nel mondo degli spirits - conclude Fornaca - *oggi ci sono enormi opportunità di innovazione e una domanda crescente di novità che, non sempre si riescono a cogliere pienamente. Noi siamo qui per colmare questa mancanza. Quello che noi stiamo attuando è davvero* ***un cambiamento da un modello nel quale ci sono pochi produttori e miliardi di consumatori,*** *a uno scenario nel quale potenzialmente, nel 2030, ogni bar, ogni ristorante stellato avrà i propri prodotti. È la* ***grande rivoluzione degli spirits".***