

MOOVENDA CHIUDE UN ROUND DA UN MILIONE.

[Moovenda](#), azienda italiana leader del food delivery, annuncia di aver chiuso un round d'investimento per un valore complessivo di un milione di euro con una valutazione di pre money di 7,5 milioni di euro.

«E' una cifra importante se si considera che si tratta di capitale quasi interamente raccolto tra investitori privati – **dichiara Simone Ridolfi, CEO di [Moovenda](#)** – e sta a significare che Moovenda è considerata oggi un investimento di grande prospettiva». Importanti le dichiarazioni di **[Jacopo Paoletti](#), CEO di [Comunicatica](#) e CMO di [Moovenda](#)**, uno degli imprenditori che più ha creduto nella startup nata nel 2015: «In poco meno di un anno, con un pool di manager e imprenditori, abbiamo raccolto direttamente circa mezzo milione di euro, che si aggiungono agli oltre 2 milioni di euro che Moovenda è riuscita ad ottenere dal mercato nei suoi vari round d'investimento; credo basti questo a dare un'idea della portata di questa iniziativa, e di quanto crediamo in questo progetto fin dai suoi esordi. Oggi Moovenda sta cambiando pelle, perché si avvia ad essere un'azienda matura, articolata e complessa, con voci ed anime diverse; con tanti soci (in molti casi provenienti da realtà industriali più strutturate) e con expertise interne multidisciplinari, da qui anche la scelta di istituire un CdA più rappresentativo della compagine societaria, dove ho l'opportunità, insieme ad altri stimati professionisti, di ricoprire il ruolo di membro non esecutivo. Moovenda non è più la startup romano-centrica di 2 anni fa, ma un'impresa che punta alla leadership nazionale nel food delivery: la serie di acquisizioni fatte in questi mesi, l'espansione in nuove città, la nuova strategia di comunicazione, e il nostro primo round serie A, sono tutti passi che vanno in questa direzione. Continueremo ad unire le forze con chi ha la nostra stessa visione: abbiamo già dimostrato con il nostro track record che è possibile pensare e fare grandi cose anche nel nostro Paese.»

In questa rosa di investitori spicca il nome di **[Ciro Immobile](#)**, attaccante della S.S. Lazio e della Nazionale italiana, il quale ha deciso di puntare sull'azienda romana e di legare la propria immagine ad alcune iniziative promozionali del brand.

Tra le ultime novità di Moovenda:

- Il **[servizio Prime](#)** che — tramite abbonamento — prevede la consegna gratuita su tutti gli ordini sopra ai 15 euro. Pensato per i tanti affezionati di Moovenda, è valido per tutti i ristoranti, senza limite di distanza.
- La partnership con **Smart**, che ha offerto la possibilità di “ordinare” a domicilio un amico o un'amica con cui condividere il pranzo o la cena.



Con questo aumento di capitale Moovenda, già presente a **Roma, Viterbo e Napoli**, oggi è operativa anche a **Torino e Cagliari**, grazie alla recente acquisizione di **Delivery Sardinia** per **250 mila euro**. «Siamo collegati ad oltre 700 ristoranti in tutta Italia – continua **Simone Ridolfi** – siamo operativi in 5 città con una copertura di **5 milioni di Clienti**. Abbiamo l'obiettivo di **arrivare a 10 città entro il 2018** e di migliorare sempre di più il servizio per offrire il massimo ai nostri Clienti». Numeri impressionanti se si aggiungono al fatto che nel 2017 Moovenda ha generato un indotto per i ristoranti di **2,5 milioni di euro**, crescendo decisamente di molto rispetto al milione dell'anno precedente.

Grande merito di questo successo è dovuto al particolare algoritmo sviluppato e brevettato proprio dall'azienda romana, in collaborazione con docenti e ricercatori dell'**Università di Tor Vergata**: Moovenda è, infatti, l'unica azienda di food delivery al mondo che consegna in tutta la città **senza limiti di distanza**. «Brian (questo è il nome del sistema logistico di Moovenda, NdR) è la nostra arma in più. Grazie a questo sistema di logistica riusciamo a ridurre al minimo i tempi di consegna e ad ottimizzare l'impiego dei moover, permettendoci di essere da una parte gli unici che consegnano senza limiti di distanza, dall'altra anche gli unici a poter contrattualizzare i nostri collaboratori, questo si traduce nell'equazione: lavoratori più felici, clienti più soddisfatti» conclude Ridolfi.