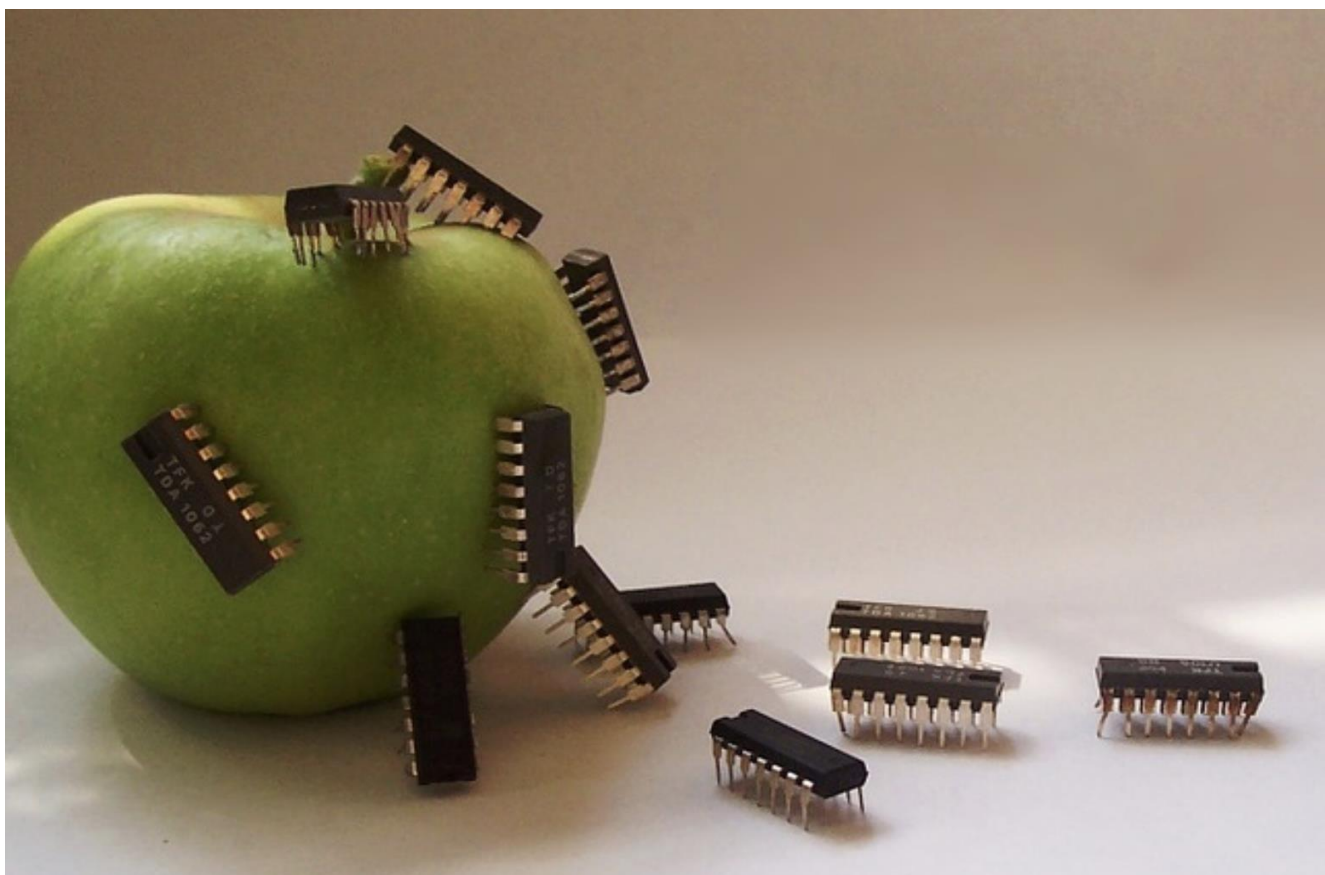


Idea di Impresa nel settore del Food tech



SprecoZero:

**tecnologia e sostenibilità per eliminare lo spreco alimentare
e proteggere il pianeta**

Progetto locale di rigenerazione culturale e sociale "Borghi divini: tra santi, fiabe e megaliti" - CUP H72F22000060006
Linea di intervento: sviluppo e creazione di impresa



Indice

Premessa	Pag. 3
1. Descrizione dell'idea di impresa	Pag. 4
2. I Servizi offerti	Pag. 5
3. Il Mercato	Pag. 6
3.1 Target di riferimento	Pag. 7
3.2 La concorrenza	Pag. 7
3.3 Il Marketing	Pag. 8
4. L' Organizzazione	Pag. 10
5. Analisi Swot	Pag. 11
6. Adempimenti normativi e burocratici	Pag. 12
7. Obiettivi aziendali	Pag. 13
8. Piano Finanziario	Pag. 14
9. Conto economico dell'iniziativa	Pag. 16
Approfondimenti e Siti consultati	Pag. 14

Premessa

Il "food tech" si riferisce all'applicazione di tecnologie innovative e alla scienza dei dati in tutte le fasi del processo alimentare, dalla produzione alla distribuzione e al consumo, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza, la sostenibilità e la sicurezza dei prodotti alimentari.

In sostanza, il food tech riguarda l'utilizzo di tecnologie digitali e scientifiche per innovare il settore alimentare, mira a trasformare l'industria alimentare, rendendola più efficiente, sostenibile e accessibile a tutti

Alcuni aspetti chiave che definiscono le principali caratteristiche del food tech sono:

- **Tecnologie utilizzate:**
includono intelligenza artificiale, big data, IoT (Internet of Things), blockchain, robotica, e tecnologie di stampa alimentare.
- **Campi di applicazione:**
dalla produzione agricola, con l'uso di sensori e droni per monitorare i campi e ottimizzare le risorse, alla logistica e alla distribuzione, con l'uso di sistemi di tracciamento e gestione degli inventari, fino alla ristorazione, con l'uso di applicazioni per la prenotazione e la consegna.
- **Benefici:**
aumento della produttività, riduzione degli sprechi, miglioramento della qualità e sicurezza degli alimenti, personalizzazione dell'esperienza del consumatore, sviluppo di nuovi prodotti e servizi.

Esistono aziende di food tech che sviluppano soluzioni innovative per la filiera alimentare, come macchinari per la lavorazione degli alimenti e sistemi di gestione della supply chain e che accelerano la crescita delle startup nel settore.

1. Descrizione dell'Idea di Impresa

La quantità di cibo che viene prodotta e non consumata in Italia è enorme. Nel 2020 sono stati buttati circa 27 chili di cibo per ogni persona, per un valore di oltre 6 miliardi di euro (solamente per quanto riguarda l'uso domestico). Lo spreco non riguarda solo i consumatori, secondo l'Istat più di 7 milioni e 500 mila tonnellate di prodotti ortofrutticoli sono stati scartati in fase di raccolta e non sono mai entrati nella grande distribuzione. Questi sprechi contribuiscono a creare preoccupazioni etiche e sociali e minacciano l'ambiente. Circa l'8% delle emissioni totali di gas terra sono prodotte dallo spreco alimentare. In questo contesto negli ultimi anni sono nati diversi progetti e strat up per combattere lo spreco alimentare, sia a livello di distribuzione e produzione, sia a livello di riutilizzo degli scarti.

La nostra iniziativa imprenditoriale, denominata “**SprecoZero**” intende collocarsi nel settore Food Tech con l'obiettivo principale di ridurre lo spreco alimentare attraverso l'utilizzo di una piattaforma digitale innovativa. Grazie all'integrazione di tecnologie avanzate, la nostra soluzione consentirà a consumatori, esercizi commerciali e produttori di monitorare e gestire efficacemente l'eccedenza di cibo, contribuendo a una catena alimentare più sostenibile e responsabile.

La nostra sede operativa sarà in Puglia nel Salento, puntiamo a diffondere il nostro intervento su scala nazionale ed internazionale.

Un futuro senza sprechi e un consumo alimentare consapevole e responsabile è la nostra Visione.

Creare soluzioni tecnologiche che favoriscano la sostenibilità nel settore alimentare riducendo lo spreco e il suo impatto ambientale è la nostra missione.

Lo spreco alimentare rappresenta una delle principali sfide ambientali ed economiche contemporanee, causando perdite significative di risorse e impatti negativi sull'ambiente, tra cui emissioni di gas serra e spreco di acqua e terreno agricolo.

2. Il Prodotto.

Lo spreco alimentare riguarda molti aspetti della catena agroalimentare, tra i più importanti:

- la fase della produzione agricola, dell'allevamento e della pesca,
- la fase della trasformazione industriale e della distribuzione,
- tutte le fasi legate al comportamento dei consumatori finali e dei diversi canali di consumo

Il cibo, dunque, può essere sprecato in vari modi: dalle primissime fasi della produzione, già anche nei campi nel caso di prodotti agricoli, sino alla vendita passando da trasformazione, lavorazione e trasporto per arrivare fino al consumo domestico. Molti prodotti vengono scartati già in fase di raccolta a causa di standard estetici rigidi; altri sono danneggiati durante il trasporto e altri ancora rimangono invenduti nei supermercati; infine, molto cibo viene sprecato presso i consumatori finali, perché acquistato in eccesso o perché mal conservato.

La tecnologia può giocare un ruolo molto importante nella lotta allo spreco alimentare. Le soluzioni digitali, possono aiutare a ottimizzare la produzione e la distribuzione, a monitorare le scorte in tempo reale, a prevenire le perdite e a valorizzare gli scarti.

SpecoZero intende offrire soluzioni tecnologiche per combattere lo spreco alimentare nella fase della distribuzione e del consumo, attraverso una piattaforma digitale integrata che consentirà di:

- facilitare una gestione efficiente delle risorse alimentari, coinvolgendo consumatori, esercizi commerciali e produttori,
- migliorare la sostenibilità e ottimizzare l'utilizzo del cibo.

La piattaforma proposta, attraverso sistemi di IA, consentirà il monitoraggio in tempo reale delle eccedenze alimentari, ottimizzando la gestione delle risorse e facilitando la redistribuzione del cibo non utilizzato a consumatori e realtà commerciali interessate.

La Piattaforma di monitoraggio che proponiamo avrà le seguenti funzionalità:

- Monitoraggio in tempo reale,
- Dashboard intuitiva e personalizzabile,
- Supporto multi-utente per aziende

E sarà rivolta principalmente a:

- Consumatori finali
- Produttori agricoli e aziende di trasformazione
-
- Esercizi commerciali alimentari
- Cooperative e associazioni di categoria

3. Il Mercato

Il mercato foodtech, che comprende tecnologie digitali innovative per la produzione, conservazione, lavorazione, confezionamento, controllo e distribuzione del cibo, è in crescita, con investimenti che hanno raggiunto i 238 milioni di euro in Italia nel 2023.

Il settore rappresenta un'area di forte interesse, con il Nord Italia che concentra la maggior parte delle startup

Il settore sta vivendo una crescita significativa, guidata dalla crescente consapevolezza sull'importanza della sostenibilità e dalla necessità di ridurre lo spreco alimentare. In Italia circa il 30% del cibo prodotto viene sprecato, generando un impatto ambientale ed economico notevole. La domanda di soluzioni tecnologiche innovative per ottimizzare la gestione delle risorse alimentari è quindi in forte crescita, sia tra i consumatori che tra le imprese del settore



Le tendenze di mercato nel food tech evidenziano una crescente domanda di alimenti a base vegetale, una significativa presenza di strumenti tecnologici per la tracciabilità della filiera alimentare, l'uso dell'intelligenza artificiale per migliorare la produttività e la personalizzazione dell'alimentazione, lo sviluppo di nuove alternative alla carne (es carne coltivata in laboratorio)

3.1 Target di riferimento

Il target di riferimento comprende diversi segmenti di clientela interessati a ridurre lo spreco alimentare e a promuovere pratiche sostenibili. Questi segmenti, a loro volta, comprendono

- consumatori finali,
- esercizi commerciali,
- produttori,
- organizzazioni non profit e istituzioni pubbliche,

In particolare:

- Consumatori attenti alla salute: Persone che cercano alimenti sani e naturali,
- Consumatori eco-consapevoli: Persone che preferiscono prodotti sostenibili e a basso impatto ambientale,
- Millennials e Gen Z: Generazioni che tendono ad adottare rapidamente nuove tecnologie e tendenze alimentari,

- Ristoranti, bar e catering: aziende che cercano di ottimizzare la gestione della cucina, migliorare la qualità dei piatti e offrire nuove esperienze ai clienti
- Ristoranti e servizi di ristorazione: clienti che cercano soluzioni innovative per migliorare l'efficienza e la qualità del servizio.
- Esercizi Commerciali: Possono utilizzare la piattaforma per gestire meglio l'inventario, ottimizzare le promozioni e ridurre gli sprechi legati alla data di scadenza.
- Associazioni di categoria:
associazioni che rappresentano gli interessi dei produttori e dei distributori.
- Produttori di alimenti:
Possono utilizzare la piattaforma per gestire meglio la logistica, ridurre le perdite lungo la catena di fornitura e ottimizzare la distribuzione.
- Organizzazioni di volontariato: possono utilizzare la piattaforma per organizzare iniziative di recupero e distribuzione del cibo.

3.2. La concorrenza

Sono diverse le imprese attive nel settore, queste possono essere raggruppate in tre categorie: app anti-spreco, marketplace B2B e servizi di recupero alimentare.

Le app anti spreco, come Too Good To Go e Regusto, mettono in contatto consumatori con ristoranti, negozi di alimentari e supermercati che offrono pacchi di cibo a prezzi ridotti.

Le piattaforme B2B, come Soplaya, favoriscono la redistribuzione di cibo, Soplaya collega direttamente ristoratori e chef con produttori, ottimizzando la filiera e riducendo gli sprechi.

Per la redistribuzione di cibo, Associazioni come Foodbusters si occupano di recuperare cibo non venduto per distribuirlo a chi ne ha bisogno.

Altre realtà significative sono Gambero Rosso che ha all'attivo diverse startup che si occupano di contrastare lo spreco alimentare, come Cortilia che connette consumatori e produttori sostenibili.

Per differenziare la nostra offerta pensiamo di concentrarci su:

- **Un target specifico:** una piattaforma per la riduzione dello spreco nei ristoranti, piuttosto che una app per il consumatore finale.
- **Un'innovazione tecnologica:** L'uso di AI per predire la domanda e ottimizzare la gestione delle scorte.
- **Un approccio più personalizzato:** una piattaforma che offre consulenza personalizzata ai ristoratori per la gestione dei rifiuti alimentari, la gestione dell'inventario e la modifica dei menù.
- **Una partnership con i Comuni:** Collaborazioni per sviluppare iniziative locali contro lo spreco.
- **Legge 166/2016** (Legge Gadda): Incentiva la donazione e la distribuzione di prodotti alimentari, limitando gli sprechi.

3.3 Il Marketing

Riteniamo che per la nostra start-up food-tech che combatte lo spreco alimentare, le strategie di marketing devono focalizzarsi sulla comunicazione della missione sostenibile, sull'uso di piattaforme digitali e la creazione di community attive. È fondamentale comunicare il valore dell'innovazione e la riduzione dello spreco alimentare, creando contenuti engaging e collaborazioni con influencer e partner sostenibili. E' necessario far conoscere i vantaggi della piattaforma, sia in termini di risparmio economico che di sostenibilità ambientale, costruire un'immagine affidabile e innovativa.

Per differenziare il nostro prodotto pensiamo di puntare essenzialmente sui seguenti aspetti:

Età degli utilizzatori, la piattaforma è più attraente per le fasce d'età più giovani e digitalmente più attente, successivamente si punterà a raggiungere anche un pubblico più ampio con campagne di marketing mirate.

Localizzazione: La piattaforma sarà adattata a specifici territori in ambito regionale, con la possibilità di integrare i dati locali sulla produzione, il consumo e lo spreco alimentare.

Personalizzazione: La piattaforma sarà personalizzata in base alle esigenze di ciascun utente, con la possibilità di ricevere consigli su come ridurre lo spreco alimentare, gestire meglio gli acquisti e partecipare a iniziative di recupero.

Comunicazione: è fondamentale comunicare in modo chiaro e trasparente i vantaggi della piattaforma, sia per gli utenti che per i partner.

Le principali strategie specifiche che intendiamo adottare:

- Comunicare la missione evidenziando la sostenibilità e gli effetti positivi della riduzione degli sprechi sull'impatto ambientale ed economico,
- Creare contenuti educati attraverso articoli di blog, video e infografiche che spieghino i vantaggi della riduzione dello spreco, i dati relativi al problema e i suggerimenti utili per farlo,
- Creare Testimonianze attraverso Raccolte di storie di successo di utenti che hanno adottato la piattaforma e hanno ridotto lo spreco, dimostrando la sua efficacia e campagne social utilizzando immagini e video di alta qualità che mostrino la piattaforma in azione, i vantaggi per gli utenti e la comunità che la supporta.
- Ottimizzare il sito web e i contenuti per le ricerche online legate allo spreco alimentare e alla riduzione dello spreco.
- Creare profili social e pubblicare contenuti accattivanti che mostrino i vantaggi della piattaforma e coinvolgano gli utenti, creare un Email marketing attraverso newsletter che informino gli utenti sulle ultime novità, offerte e campagne di riduzione dello spreco.
- Rendere la piattaforma disponibile come app, promuoverla in modo efficace nei marketplace e sui social media.

- Creare delle community attraverso gruppi online dove gli utenti possono condividere consigli, informazioni e storie di successo.
- Organizzare eventi online e offline che coinvolgano la comunità, come workshop sulla gestione del cibo, cucine dimostrative e incontri con esperti.
- Collaborare con influencer che condividono i valori di sostenibilità e possono raggiungere un pubblico più ampio, creare partnership con ristoranti, negozi e aziende che promuovono la riduzione dello spreco.
- Utilizzare hashtag come strumento per aumentare la visibilità dei post sui social media.
- Promuovere la piattaforma in contesti di sostenibilità partecipando, ad esempio, ad eventi legati alla sostenibilità, collaborare con organizzazioni non profit e sponsorizzare iniziative che promuovono la riduzione dello spreco.

4. L'Organizzazione

Gli elementi chiave per l'organizzazione della nostra azienda sono essenzialmente:

- **L'infrastruttura IT** che comprende:
progettazione e lo sviluppo della piattaforma, software di gestione dati per raccogliere, analizzare e gestire le informazioni riguardanti lo spreco alimentare (quantitativi di cibo sprecato, tipologie di prodotti, e fattori che influenzano la perdita), dovrà essere facile da usare e offrire funzionalità che ne massimizzano l'efficacia,
Sito web e/o l'app mobile per consentire a ristoranti, negozi e consumatori di interagire con la piattaforma,
Server e cloud storage per ospitare la piattaforma, il software e i dati, garantendo affidabilità e scalabilità,
Software di marketing digitale per gestire le campagne di marketing online e offline, come e-mail marketing, social media e pubblicità online,
Software di CRM per gestire i contatti e le relazioni con i clienti (ristoranti, negozi, consumatori).
- **costruzione di una rete di partnership strategiche**
coinvolgere diversi attori produttori, rivenditori, consumatori, enti non profit e istituzioni al fine di ampliare l'impatto sul mercato e sviluppare soluzioni innovative sfruttando la presenza consolidata e le conoscenze locali e le competenze specifiche di ciascun partner.
- **Personale adeguatamente formato:**
Ingegnere Software per sviluppare soluzioni tecnologiche adeguate e per la successiva gestione della piattaforma,
Esperto della gestione dello spreco,
Esperto di marketing per promuovere l'azienda e le sue soluzioni, raggiungendo tutti i target di riferimento

5. Analisi SWOT

Punti di forza

- Innovazione tecnologica specifica per la gestione dello spreco alimentare,
- Forte impegno nella sostenibilità ambientale, elemento sempre più apprezzato dal mercato.
- Target diversificato che include consumatori, esercizi commerciali e produttori, ampliando il potenziale d'impatto,
- Posizione strategica in Puglia, regione con una forte tradizione agricola e alimentare,
- Piattaforma digitale che facilita il monitoraggio e la gestione efficiente delle eccedenze alimentari,
- Il mercato food tech e della sostenibilità è in forte crescita, offrendo all'azienda buone opportunità di sviluppo.

Punti di Debolezza

- Startup giovane con risorse finanziarie limitate rispetto a competitor più grandi,
- Dipendenza dall'adozione tecnologica da parte di utenti poco digitalizzati,
- Necessità di costruire rapidamente una rete di partner affidabili nel settore alimentare.
- Rischio di complessità nell'integrazione con i sistemi già utilizzati da produttori e commercianti.
- Limitata notorietà del brand a livello nazionale e internazionale, essendo ancora in fase iniziale.

Opportunità

- Crescente sensibilità globale verso la sostenibilità e la lotta allo spreco alimentare,
- Possibilità di collaborazioni con enti pubblici e privati per progetti di responsabilità sociale,
- La legge 166/2016 (Legge Gadda) prevede procedure agevolate per la donazione e la distribuzione di prodotti alimentari al fine di limitare lo spreco.
- Possibilità di attivare una piattaforma di crowdfunding per reperire fondi.

Minacce

- Concorrenza da parte di altre startup e aziende consolidate nel settore Food Tech.
- Cambiamenti normativi che potrebbero limitare alcune attività o aumentare i costi di conformità.
- Resistenza al cambiamento e all'adozione di nuove tecnologie da parte di segmenti di mercato tradizionali.

6. Adempimenti normativi e burocratici

Gli adempimenti normativi e burocratici di base comprendono:

- La Registrazione della start up presso la Camera di Commercio,
- Il rispetto della normativa sulla sicurezza alimentare (regolamento CE 852/2004),
- Il rispetto delle normative sull'imballaggio e sulla etichettatura dei prodotti alimentari (es. regolamento CE 1072/2011),
- Il rispetto della normativa sulla protezione dei dati degli utenti (Regolamento generale sulla protezione dei dati).

Inoltre, è fondamentale conoscere le normative sull'evacuazione delle eccedenze alimentari e sull'uso di tecnologie innovative per la raccolta e distribuzione dei prodotti (es. Legge 166/2016), nel caso in cui la nostra startup fosse coinvolta nell'evacuazione delle eccedenze alimentari

Potrebbe essere necessario ottenere una protezione legale (es. brevetto software) per la piattaforma in uso

La nostra start up startup potrebbe decidere di ottenere certificazioni (es. ISO 9001) per dimostrare il rispetto dei propri standard di qualità e sostenibilità.

7. Obiettivi Aziendali

Obiettivi a breve termine

- Entro 1 anno, attrarre un minimo di 500 utenti registrati sulla piattaforma digitale, attraverso campagne di marketing online e offline.
- Entro 1 anno, stabilire collaborazioni con almeno 10 aziende locali per la promozione di prodotti sostenibili attraverso la nostra piattaforma.
- Entro 2 anni, lanciare un servizio di abbonamento per box di prodotti in eccesso, raggiungendo almeno 100 abbonati nei primi sei mesi.
- Entro 2 anni, implementare un sistema di feedback degli utenti per migliorare continuamente l'interfaccia della piattaforma e l'esperienza del cliente.

Obiettivi a medio termine

- Entro 3 anni, aumentare la quota di mercato al 15% nel settore FoodTech in Puglia, posizionandoci come leader nella riduzione dello spreco alimentare.
- Entro 4 anni, espandere la rete di partnership con aziende locali, raggiungendo almeno 30 collaborazioni attive per garantire una varietà di prodotti di qualità.
- Entro 5 anni, sviluppare e lanciare nuove funzionalità sulla piattaforma digitale, come un sistema di tracciamento del risparmio alimentare per gli utenti.
- Entro 5 anni, raggiungere un fatturato annuale di 100.000 euro attraverso le vendite della piattaforma e dei servizi di abbonamento.

Obiettivi a lungo termine

- Entro 6 anni, espandere la nostra presenza oltre la Puglia, introducendo la piattaforma in almeno due altre regioni italiane.
- Entro 7 anni, diventare un punto di riferimento nazionale per la riduzione dello spreco alimentare, collaborando con istituzioni e organizzazioni non governative.
- Entro 8 anni, sviluppare un programma educativo per sensibilizzare le scuole e le comunità sul tema dello spreco alimentare e della sostenibilità.
- Entro 10 anni, raggiungere un impatto significativo sulla riduzione dello spreco alimentare in Italia, contribuendo a salvare almeno 1.000 tonnellate di cibo all'anno attraverso la nostra piattaforma.

8. Piano Finanziario

La tabella seguente elenca le principali voci di costo (investimenti e costi di gestione) per lo sviluppo della piattaforma e/o dell'app, il marketing e la promozione, il personale e la gestione operativa. Le fonti finanziarie che si prevede di adottare sono sia investimenti propri che finanziamenti bancari, eventuali leggi di agevolazione, crowdfunding al fine di implementare un modello di business sostenibile che possa garantire la crescita della startup.

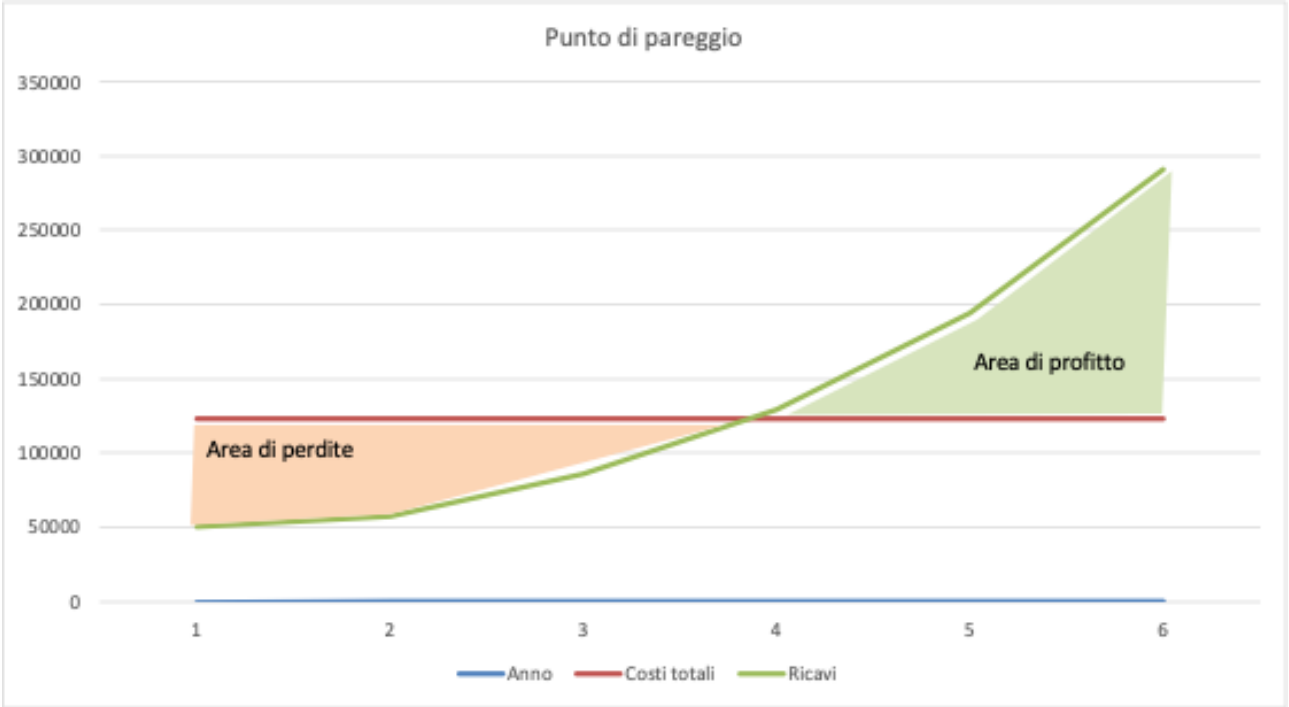
Voce di Spesa	Costo (€)	Dettagli
Sviluppo Piattaforma Digitale	60.000	Sviluppo full-stack, dashboard, gestione utenti, API
Hosting, cloud e infrastruttura IT	5.000	Server, database, sicurezza
Costi legali e amministrativi	7.000	Registrazione, GDPR, consulenze
Marketing e branding iniziale	15.000	Sito web, contenuti, digital ads
Personale	80.000	Team fondatori, 1 dev, 1 marketing
Costi operativi	8.000	Ufficio o coworking in Puglia
Ricerca & sviluppo	10.000	Funzionalità avanzate
Contingenze e riserva	10.000	Flessibilità per imprevisti
Totale stimato	195.000 €	

La Tabella successiva evidenzia:

- l'andamento negli anni dei costi fissi e costi variabili,
- Il Fatturato derivante dai servizi

Anno	costi fissi	costi variabili	Costi totali	Ricavi	Profitti/perdita
1	90.000	33.000	123.000	50.000	- 73.000
2	90.000	35.300	125.300	57.500	- 67.800
3	90.000	36.450	126.450	86.250	- 40.200
4	90.000	38.175	128.175	129.375	1.200
5	90.000	40.763	130.763	194.063	63.300
6	90.000	44.644	134.644	291.094	156.450

Il grafico seguente fornisce una visione chiara del punto di pareggio, evidenziando il momento in cui l'impresa inizia a essere redditizia dopo una perdita iniziale nei primi tre anni.



9. Conto Economico dell'iniziativa

Il seguente Conto Economico riporta i costi e i ricavi dell'iniziativa per un periodo di 10 anni, e il risultato economico di ciascun esercizio.

Anni	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ricavi delle vendite	50.000	57.500	86.350	129.375	194.063	291.094	334.758	384.972	442.718	509.125
Altri ricavi										
Totale Ricavi	50.000	57.500	86.350	129.375	194.063	291.094	334.758	384.972	442.718	509.125
Costi fissi										
- Personale	-80.000	-80.000	-80.000	-80.000	-80.000	-80.000	-80.000	-80.000	-80.000	-80.000
- Servizi esterni (logistica, ecc.)	-7.000	-7.000	-7.000	-7.000	-7.000	-7.000	-7.000	-7.000	-7.000	-7.000
- Spese generali e commerciali	-3.000	-3.000	-3.000	-3.000	-3.000	-3.000	-3.000	-3.000	-3.000	-3.000
TOTALE COSTI FISSI	-90.000	-90.000	-90.000	-90.000	-90.000	-90.000	-90.000	-90.000	-90.000	-90.000
Costi variabili										
- Marketing	-15.000	-16.050	-17.174	-18.376	-19.662	-21.038	-22.511	-24.087	-25.773	-27.577
Servizi	-18.000	-19.250	-19.276	-19.799	-21.101	-23.605	-24.549	-25.531	-26.552	-27.615
TOTALE COSTI VARIABILI	-33.000	-35.300	-36.450	-38.175	-40.763	-44.643	-47.060	-49.618	-52.325	-55.191
Totale Costi	-123.000	-125.300	-126.450	-128.175	-130.763	-134.643	-137.060	-139.618	-142.325	-145.191
EBITDA (Margine operativo lordo)	-73.000	-67.800	-40.100	1.200	63.300	156.451	197.698	245.354	300.392	363.934
Ammortamenti	-5.000	-5.000	-5.000	-5.000	-5.000	-5.000	-5.000	-5.000	-5.000	-5.000
EBIT (Risultato operativo)	-78.000	-72.800	-45.100	-3.800	58.300	151.451	192.698	240.354	295.392	358.934
Imposte stimate (24%)	0	0	0	0	13.992	36.348	46.247	57.685	70.894	86.144
Utile Netto	-78.000	-72.800	-45.100	-3.800	44.308	115.103	146.450	182.669	224.498	272.790

Siti consultati

<https://www.greenplanner.it/2025/02/06/foodtech-italia-settore-ricerca-svolta/>

<https://www.gamberorosso.it/notizie/attualita/food-tech-startup-antispreco-alimentare/>

<https://www.startupbusiness.it/cose-il-food-tech-e-quali-startup-italiane-sono-sul-pezzo/27333/#che-cosa-si-intende-con-food-tech>