

**Automotive.** MotorK ha chiuso un round series A da 10 milioni di dollari, cifra record al primo giro di funding

# Digitalizzare l'automotive può valere 125 milioni di ricavi

**N**on aveva ancora raccolto, dall'anno della sua fondazione (il 2010) ad oggi, alcun finanziamento. E questo perché ha via via supportato la propria crescita con capitali propri e propri ricavi, raddoppiati anno dopo anno. MotorK è salita agli onori della cronaca di recente per aver chiuso un round series A da 10 milioni di dollari, cifra record per le startup italiane al primo giro di funding. A scommettere sulla realtà milanese, specialista nel campo dei servizi digitali per il mercato automotive, due importanti fondi internazionali, 83 North (ex Greylock, grande venture capital anglo israeliano che ha investito fra gli altri anche in Just Eat) e Zobito, fondo svedese fra i cui soci figurano diversi ex manager di Qlik Tech, software house di riferimento nel campo delle soluzioni di data analytics.

«Abbiamo condotto personalmente la campagna di fund rising - spiega al Sole24ore uno dei fondatori (e attuale Ceo) di Mo-



Ceo. Marco Marlia

torK, Marco Marlia - avvalendosi solo della collaborazione di un esperto come Mauro Pretolani (Senior Partner del Fondo Italiano d'Investimento Sgr, ndr) e partendo da una situazione di solidità societaria che ci ha sempre visto a break even». L'idea di lanciare MotorK non è quindi arrivata per caso ma, eravamo nel 2009, da un'esperienza di anni maturata nel campo della consulenza. «Abbiamo puntato sull'automotive - ricorda Marlia - perché era un settore ancora indietro in ter-

mini digitali e abbiamo sfruttato in tal senso le risorse economiche e tecnologiche che avevamo a disposizione». La piattaforma che ha decretato la fortuna della startup, DriveK, è quindi stata sviluppata "in house" e oggi è uno dei più grandi marketplace per la vendita di auto nuove in Europa (è attivo in Italia, Spagna, Francia, Germania, Regno Unito e presto lo sarà in altri tre Paesi).

Si tratta dunque di un portale di comparazione che offre l'accesso immediato alle informazioni sui modelli e i listini di 48 diverse marche e gli strumenti per chiedere direttamente online un preventivo. E il cui business model è facilmente intuibile: per ogni preventivo realizzato (la stima per il 2017 è di un milione) e per ogni vendita "suggerita" dai consulenti MotorK e conclusa in concessionaria (parliamo di circa 100 mila auto l'anno con un prezzo medio di 21 mila euro), la società riceve un fee dalla casa automobilistica. Proprio l'abitudine

all'acquisto fisico dell'auto dimostrata dai consumatori ha spinto Marlia e soci a sviluppare una seconda piattaforma software "as a service" e basata su cloud, DealerK, con la quale offrire ai dealer applicazioni per la gestione in formato digitale delle attività di marketing, assistenza e customer engagement. Il mercato in cui cerca spazio la società, che oggi ha un organico di circa 190 persone in continuo aumento, rimane enorme e solo in Europa vale complessivamente 100 miliardi di euro. I numeri fin qui esibiti da MotorK sono più che incoraggianti e vedono l'ultimo bilancio (l'esercizio 2016) chiuso con circa 10,6 milioni di euro di fatturato. L'ambizione dichiarata è quella di arrivare, come recita il piano industriale, a quota 125 milioni nel 2020. Anche grazie ad acquisizioni. «Gran parte del fatturato - conclude Marlia - lo faremo in Europa, mentre la quota restante arriverà dall'Asia Pacific. Niente sbocco negli Usa? No, perché quello americano è un mercato completamente in mano alle concessionarie, a differenza di quello europeo dove sono direttamente le case automobilistiche a dettare le regole del gioco».

G.Rus.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

