

Le webstar diventano merchandising (a Pistoia)

Getapp si inventa un mercato lanciando il negozio virtuale con i gadget degli youtuber

di **Leonardo Testai**

Felpe e magliette dello shop dei Me contro Te, cover per smartphone griffate Chefativaladabomber, tazze ufficiali di Space Valley: al merchandising degli youtuber più in vista ci pensa un'azienda di Pistoia chiamata Getapp, che dopo aver lanciato il servizio Teeser per dare ai microinfluencer la possibilità di vendere prodotti personalizzati, con il nuovo ForStar.shop, adesso punta al più remunerativo segmento delle webstar. La piccola e media impresa innovativa supererà il milione di euro di fatturato nel 2019, sostenuta da investitori istituzionali italiani, business angels cinesi, e ora anche da una campagna di equity crowdfunding (con un primo obiettivo di 150 mila euro, e un chip minimo di 250 euro) lanciata sulla piattaforma CrowdFundMe.

«I primi riscontri di ForStar.shop sul mercato sono stati ottimi, abbiamo trovato tanto spazio», spiega Tommaso Lenzi, fondatore di Getapp insieme a Andrea Manetti e Federico Montagni, evidenziando



Loghi
Una delle tazze del merchandising del gruppo Space Valley

che «il servizio all inclusive che offriamo noi è un qualcosa che ancora in Italia, ma anche in Europa, è proposto poco, e allo stesso tempo le webstar hanno sempre più bisogno di nuove fonti di reddito». Se sulla piattaforma Teeser, progetto nato a fine 2015 e che oggi conta 400 mila utenti registrati in Italia, l'utente crea in autonomia grafiche e prodotti, ForStar.shop aiuta a creare il merchandise dalla A alla Z, creando una grafica e uno shop personalizzato, e andando a chiedere una percentuale sui guadagni da definire caso per caso.

«In pochi mesi ha superato i numeri che con Teeser abbiamo fatto in due anni», afferma Lenzi, rivelando che «a fine settembre abbiamo lanciato una nuova webstar che in un solo giorno ha avuto ben 650 ordini di prodotti». E per attrarre ancora nuovi personaggi, l'azienda ha siglato contratti di licenza in esclusiva con tre agenzie di talent management (Divimove, Studio71,

Greaterfool). Getapp è ancora un'azienda piccola, ma il progetto prevede una crescita impetuosa, con l'obiettivo di 21 milioni di ricavi per il 2023. «Abbiamo chiuso il 2018 con un fatturato di un milione — dice Lenzi — raddoppiando il dato, anno per anno: nel 2016 avevamo fatto 150mila euro, e nel 2017 500mila. In questo 2019 prevediamo di superare di poco il 2018, con 1,2 milioni di euro, in virtù del nostro cambio di modello: i risultati arriveranno a partire dal 2020».

Anche grazie alla nuova campagna

di crowdfunding la società conta di potenziare il servizio di ForStar.shop in termini di gamma di prodotti e capacità di gestione, fare scouting sulle webstar più promettenti, e avviare un percorso di internazionalizzazione partendo da Francia e Germania. Incubata come startup da H-Farm (tuttora partner), l'azienda ha ottenuto la fiducia e gli investimenti di Fabio Cannavale e della sua Boost Heroes così come del re pistoiese del tessuto Maurizio Carrara, nonché di due business angels cinesi (Yao Ping

Liang e Yu Kai). «Getapp — racconta Lenzi — è entrata nel programma di accelerazione Marco Polo di H-Farm nel 2017, per presentare la nostra società a investitori internazionali, soprattutto asiatici: abbiamo trovato due persone molto interessate che hanno investito 200mila euro e sono entrati nel capitale. Noi produciamo abbigliamento e gadget, e avere soci cinesi ci facilita l'accesso al mercato, a condizioni d'acquisto competitive».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tuttieconomisti UNA CITTÀ NEL SECOLO SCORSO



di **David Allegranti**
david.allegranti@gmail.com

La resistenza ai pagamenti con bancomat e carta di credito è altissima persino in una città turistica come Firenze, hanno raccontato Riccardo Congiu e Marzio Fatucchi in un bel reportage sul *Corriere Fiorentino* di venerdì primo novembre. Le motivazioni dei commercianti sono variegate — «costoso», «perdo tempo» — ma il risultato è lo stesso: ci si lamenta di un'opportunità. Il sogno di noialtri che vorremmo utilizzare app per tutto — senza per questo introdurre stravaganti tasse sul prelievo del contante o impedire alla gente di pagare cash somme ingenti — è invece pagare anche il caffè con una carta di credito, come in Svezia. I commercianti lamentano costi eccessivi dei canoni, ma a leggere il reportage si intuisce una certa pigrizia di chi ha negozi e pensa di vivere nel secolo scorso. Ci sono però modalità di pagamento via cellulare che andrebbero diffuse il più possibile. Una di queste è Satispay. Il costo a carico del venditore è zero per transazioni inferiori o pari a 10 euro, mentre costa venti centesimi per transazioni superiori a 10 euro. Sono davvero cifre insostenibili o è solo questione di abitudine? Prendiamo l'esempio di un bar. Quanti clienti la mattina spendono più di dieci euro per fare colazione? E se anche uno spendesse venti euro da Gilli — esagerando con i loro ottimi pasticcini — davvero manderebbe in rovina la proprietà dello storico caffè di piazza della Repubblica? Altro discorso riguarda i taxi. Pagare le corse con il Pos è difficile quanto capire chi sarà il prossimo governatore della Toscana. Epperò ci sono applicazioni che consentono di chiamare i taxi e saldare il viaggio direttamente con quelle. Servirebbe una maggiore diffusione. Altrimenti poi è troppo facile protestare contro Uber.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE DELLA SERA PRESENTA EROI DELLA LOTTA ALLA MAFIA.



Una collana a cura di **Nando dalla Chiesa** dedicata ai protagonisti che hanno combattuto una lunga e difficile battaglia contro l'organizzazione criminale più potente del nostro Paese e del mondo, Cosa nostra. Saggi e inchieste che raccontano l'impegno civile di uomini e donne straordinari in difesa dei valori di giustizia, legalità e libertà.

Ogni venerdì un nuovo volume in edicola

ACQUISTA ONLINE
LA COLLANA
CORRIERE STORE

1A
EDICOLA.IT

Prenota la tua copia su PrimaEdicola.it e ritirala in edicola!

Prezzo di ciascuna uscita €8,90, oltre quello del quotidiano. Collana di 20 uscite. L'Editore si riserva di variarne il numero complessivo. Servizio clienti 02.43797.510

CORRIERE DELLA SERA

La libertà delle idee