



*Il portale torinese Letsell sfida eBay*

# La vittoria di Davide contro Golia nell'e-commerce

di **Massimiliano Sciuolo**

Basta avere il bernoccolo per il commercio, una passione (e una certa dimestichezza) per le nuove tecnologie digitali e la capacità di fare rete unita a quella di promuovere l'acquisto di determinati prodotti. Ecco la ricetta vincente che da Torino ha saputo soppiantare in Italia, nel mondo dell'e-commerce, addirittura un mostro sacro come eBay. Una ricetta che in poco più di un anno è stata realizzata dai fondatori di Letsell (Carlo Tafuri, Luca Ferrero e Michele Contri), che grazie a questa piattaforma digitale hanno dato spazio a oltre 40mila utenti unici. Più di quelli iscritti sul colosso americano.

Ogni utente che abbraccia Letsell indossa i vestiti del venditore e da quel momento in poi si trova in mano tutti gli strumenti necessari per entrare in azione: un catalogo di oltre 120 marchi e 4000 prodotti, una vetrina tutta sua in cui

esporre la merce di cui si sente ispirato promotore e i prezzi che decide di applicare. Di tutto il resto (magazzino, spedizione e incasso) si occupa il portale, che in media riconosce al venditore un 30 per cento del ricavato. Venditore che tuttavia non può superare il limite di 5000 euro di venduto all'anno, visto che l'attività nasce e rimane come uno strumento per arrotondare.

«Il nostro è un caso unico al mondo di social e-commerce - spiega Luca Ferrero, ceo e fondatore di Letsell - che strizza l'occhio al modello di Shopify, che oggi vale 30 miliardi». Ed è un caso che ha già raccolto attorno a sé parecchi consensi: Letsell è stata lanciata da Idt, digital hub torinese con oltre 10 anni di esperienza nel mondo della vendita online, mentre il portale è di proprietà di B4D S.r.l. e nello scorso mese di luglio ha chiuso un importante round di investimento al quale ha partecipato anche Intesa Sanpaolo, che ha punta-

to sulla prima startup non fintech finanziata dalla Banca.

Ma l'intenzione è di non fermarsi qui: dopo il sorpasso a eBay, infatti, l'ambizione è di aumentare ancora i numeri che dalla nascita nel 2017 la stanno portando sotto i riflettori dell'e-commerce. Proprio nelle scorse ore Letsell ha aperto il proprio capitale per un nuovo round di investimento di 1,5 milioni di euro. «I fondi del nuovo round saranno utilizzati per il raggiungimento di nuovi ambiziosi obiettivi - prosegue Ferrero - centomila rivenditori unici entro fine 2019 e l'apertura dei mercati europei, partendo da Francia e Spagna».

**Il fondatore Ferrero  
"Abbiamo raggiunto"**



*40 mila utenti unici  
ma puntiamo ai 100  
mila col nuovo round  
di investimento  
di 1,5 milioni”*

