

Nata tre anni fa, la start up torinese sta stringendo accordi con molte multinazionali del mondo

Vola l'e-commerce lanciato da Letsell

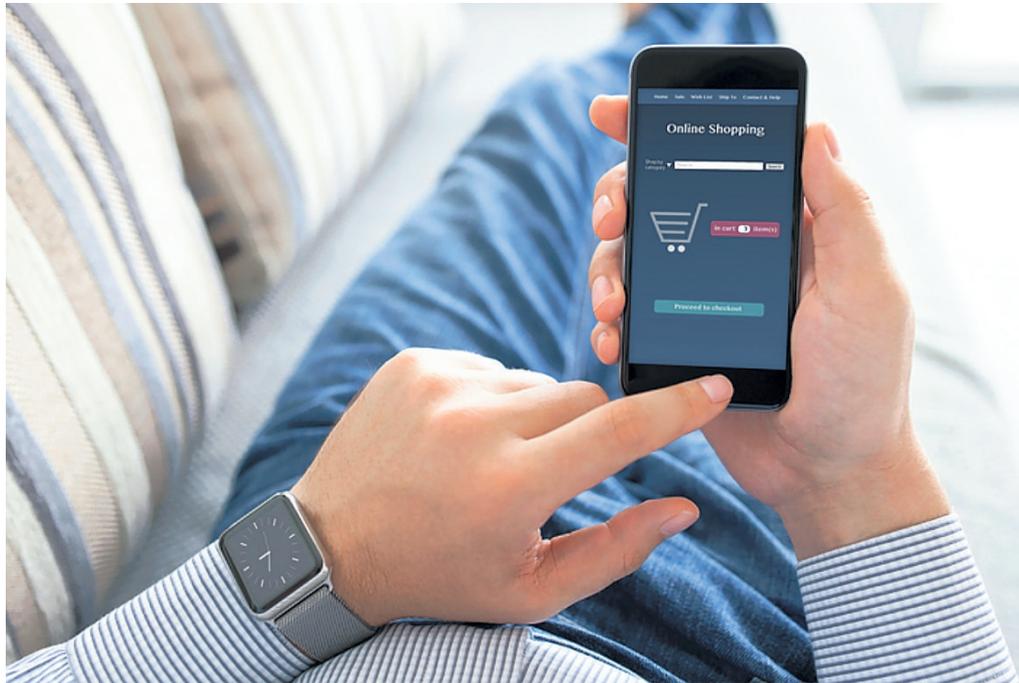
“Ora puntiamo a un milione di utenti”

LA STORIA

LEONARDO DI PACO

L'obiettivo è arrivare a un milione di utenti entro il 2025, grazie ad un piano di espansione che, dopo l'Italia, toccherà Francia e Spagna. Intanto «Letsell», startup torinese che consente a tutti la di creare e gestire una pagina di e-commerce, si gode l'ultimo aumento di capitale: un milione di euro. Metà arriva da Liff, l'ascensore hi-tech nato dall'alleanza pubblico-privato tra la fondazione Links del Politecnico di Torino e Compagnia di San Paolo, l'altra metà da privati.

Nata nel 2017 come spin off di Brandsdistribution, azienda leader della distribuzione online, oggi Letsell vanta una forte presenza nel fashion con oltre 4 mila referenze di prodotti di marca - come Nike, Adidas, Guess, Puma, Superga, Lavazza, Huggies - per un totale di oltre 200 marche e 30 mila articoli.



GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO

Sulla piattaforma si possono trovare 30 mila articoli di oltre 200 marchi

«Questo aumento di capitale, lo utilizzeremo per consolidare l'attuale piattaforma migliorandola tecnologicamente» spiega Luca Ferrero, chief operating officer di Letsell nonché già fondatore di Saldi Privati, altro si-

to di e-commerce poi venduto alla francese Showroomprivè. L'obiettivo è consolidare la posizione portando più aziende a bordo e arrivare ad un milione di utenti entro il 2025. Ma c'è un secondo obiettivo: attirare

l'interesse altre multinazionali. E qualche manifestazione di interesse c'è già. In queste settimane, infatti, Letsell sta perfezionando un accordo con un colosso asiatico dell'hi-tech: che potrebbe quindi aggiungere



LUCA FERRERO
CHIEF OPERATING OFFICER

L'ultimo aumento di capitale lo useremo per consolidare l'attuale piattaforma

alla lista di grandi brand che già si sono rivolti ai servizi della start up.

«Questo ultimo round non è un punto di arrivo, ma uno degli step necessari per proseguire il percorso di crescita che abbiamo

pianificato. Il nostro modello di business prevede una importante raccolta di capitale proprio come è avvenuto con Liff» sottolinea Michele Contrini, uno dei co-fondatori.

Letsell è stata la prima start up italiana a ricevere da Banca Intesa - nel giugno 2019 - un finanziamento convertibile, a seguito del lavoro svolto con l'Innovation Centre della stessa banca.

Tra le caratteristiche che rendono Letsell interessante c'è il fatto che alle aziende produttrici viene offerto un canale di vendita aggiuntivo, senza intermediazioni e assolutamente complementare a quelli già esistenti. Di più. Gli ordini di consegna sono evasi mediamente in meno di 72 ore, e il catalogo dei prodotti è sempre aggiornato.

Secondo Giovanni Tesoriere, ceo di Liff, l'ultimo aumento di capitale, «dimostra la fiducia che gli investitori hanno mostrato verso questo modello di business "disruptive", che punta, tra le altre cose, a valorizzare le potenzialità commerciali determinate dai social. Letsell è stato inserito tra i modelli più innovativi del mondo e-commerce nell'ultimo report di Casaleggio e Associati, che evidenziava come questa start up avesse raggiunto in breve tempo un numero di utenti doppio rispetto ad altri rivenditori professionali che sono presenti su eBay Italia». —