



E' un'iniziativa del **Corriere Comunicazioni**

STARTUP | INNOVAZIONE | GLOBAL | HITECH | MADE IN ITALY | VIDEO | OPINIONI

HOME » MADE IN ITALY » Italify, una vetrina online per l'artigianato di qualità



0



2



0



0



MADE IN ITALY

Italify, una vetrina online per l'artigianato di qualità

Una grande bacheca virtuale che racconti l'esperienza e il saper fare degli artigiani italiani: è questa l'idea di cinque ingegneri trentenni che hanno deciso di scommettere su un settore schiacciato dalla crisi e dalla globalizzazione. "Perché la qualità vince sempre" dicono

di Francesco Signor



Il team di Italify: da sinistra a destra, Davide, Marco, Alex, Stefano e Fabrizio

Cinque ingegneri trentenni con qualche esperienza all'estero e un'amicizia, nata tra i banchi di scuola, che li lega da oltre quindici anni. Basta un tweet per raccontare la storia dei fondatori di **Italify**, il sito web lanciato all'inizio del 2013 **per promuovere l'artigianato locale italiano nel mondo**. Detta così, sembra una scommessa persa in partenza visto il precario stato di salute di questo comparto schiacciato dalla crisi e dalla globalizzazione, ma quelli di Italify sono convinti che la qualità, alla fine, possa vincere la sfida. Da qui l'idea di una grande vetrina virtuale sul mondo che racconti l'esperienza e il saper fare degli artigiani italiani.

"L'idea è nata intorno a una birra" racconta **Davide Michelis**, uno dei fondatori di Italify. "Subito abbiamo pensato che fosse irrealizzabile, poi ci siamo detti che insieme si poteva tentare. Volevamo costruire qualcosa che mettesse a frutto non solo le nostre conoscenze professionali, ma anche e soprattutto il nostro legame. Durante le nostre permanenze all'estero, abbiamo notato come l'Italia e l'italianità fossero riconosciute per originalità e buon gusto, così ci siamo convinti che potesse valere la pena creare una piattaforma online per coloro che hanno **creatività da vendere**. Così eccoci qui".

Attualmente il sito è disponibile in inglese e francese, oltre all'italiano, e ospita circa 150 negozi. Anche gli utenti stanno crescendo: nel solo mese di dicembre è stato registrato un aumento del 150% di visitatori unici. I cinque fondatori hanno investito fino ad oggi qualche migliaio di euro, contando solo sulle loro forze e sui consigli di amici che hanno messo a disposizione gratuitamente la loro esperienza. Per gli artigiani italify non prevede costi di abbonamento, né provvigioni sulle vendite. **A partire dal secondo semestre 2014 si potranno acquistare banner pubblicitari sulla home page e questo sarà di fatto il modello di business sul quale si reggerà l'iniziativa.**

"Le statistiche parlano chiaro: l'interesse per oggetti di qualità made in Italy in Italia e all'estero è in crescita" continua Michelis. "Siamo tuttavia convinti che il successo di italify dipenda molto dalla nostra capacità di coinvolgere gli artigiani, appassionati del settore e nuovi clienti. Italify infatti non vuole essere solo un sito di vendite online, ma si propone di **diventare una community del made in Italy**, un luogo di scambio di idee e di passioni". Dunque lavorare insieme agli artigiani per promuovere le qualità del made in Italy, per garantire l'unicità e il valore dei prodotti esposti nelle vetrine di italify. Poi, c'è l'ambizione di vendere all'estero che resta però un obiettivo a medio-lungo termine, perché per farlo servono notevoli investimenti non solo di marketing, ma anche per facilitare la distribuzione dei prodotti. "Per questo", conclude Michelis, "siamo alla ricerca di finanziatori che credano al sogno di Italify".

13 Gennaio 2014

TAG: Italify, Davide Michelis, artigianato made in Italy