

MODA E E-COMMERCE

La startup diventa grande e raddoppia i ricavi con le camicie 4.0

—di C.A.F. | 08 marzo 2019



Secondo i dati diffusi da l'Osservatorio del Politecnico di Milano sul mercato e-commerce di servizi e prodotti finiti, l'abbigliamento ha segnato nel 2018 una crescita del 20% sfiorando un giro di affari di circa 2,9 miliardi di Euro. Il dato è ancora più significativo tenendo conto che il totale delle vendite online ha riportato un incremento del 16%.

In questo contesto di mercato si inserisce l'azienda Apposta, ultimo nome individuato dai due fondatori – gli italiani Gianmarco Taccaliti e Gianluca Mei – per l'ex startup digitale nata nel 2010 come Neronote e specializzata nella produzione di camicie. Nel 2015 la società si trasferisce a Londra e nel 2018 assume il nome attuale. L'obiettivo era dare vita a un'impresa in grado di incrociare manifattura, servizi personalizzati fino al "su misura", e digitale. Una sorta di evoluzione 4.0 delle imprese del Made in Italy, sulla scia di altre esperienze simili nate negli ultimi anni nel settore dell'abbigliamento e accessori: da [Lanieri](#) a [Velasca](#) per citare solo due delle esperienze più conosciute nell'ambito moda.



ITALIAN MASTER STARTUP AWARD | 19 maggio 2017
L'e-commerce di Lanieri vince il premio degli incubatori universitari

A quanto pare l'idea di proporre camicie su misura o già pronte, in miriadi di combinazioni possibili differenti – l'azienda cita la cifra di 3mila miliardi di possibilità diverse... – funziona, soprattutto tra gli uomini (sono il 90% dei clienti) con più di 25 anni: Apposta, infatti, conta di chiudere l'anno in corso con ricavi intorno ai 2 milioni di euro, sulla scorta di una crescita che nei primi due mesi del 2019 praticamente "doppia" quella dello stesso periodo 2018.

Si tratta di vendite destinate principalmente al mercato domestico europeo, Italia compresa.



I PIÙ LETTI DI ECONOMIA

- 1. CONSUMI** | 08 marzo 2019
Il biologico? Una favola «bella e impossibile». Intervista a Elena Cattaneo
- 2. GRANDI OPERE** | 08 marzo 2019
Per la Tav Napoli-Bari arriva la certificazione di qualità ambientale
- 3. AGRICOLTURA** | 08 marzo 2019
Scienziati all'attacco contro il biologico
- 4. PROGETTI CONTESI** | 08 marzo 2019
Chioggia, Mise «contro» Consiglio di Stato: in stand-by il deposito di Cpt
- 5. TERRITORIO** | 08 marzo 2019
Le Marche puntano sull'economia circolare

ULTIME NOVITÀ



CASE HISTORY | 30 novembre 2017
Velasca, la start up è pronta per la maturità: attesi 3 milioni di finanziamenti per puntare sui negozi "fisici"

L'incontro tra manifattura e digitale è avvenuto sin dall'inizio. Gianmarco Taccaliti, infatti, è l'erede dell'omonimo e centenario laboratorio di camiciai di Camerano, in provincia di Ancona, mentre Gianluca Mei, è un esperto di marketing e strategie digitali. Il risultato è stato un mix di fast-fashion, produzione made in Italy e sartorialità con l'aggiunta dell'e-commerce che ha aperto i mercati di oltre 80 paesi.

«Siamo riusciti nel nostro obiettivo primario:

coinvolgere il cliente direttamente nella creazione della camicia su misura offrendo una customer experience eccellente, ce lo conferma il 92% dei feedback ricevuti dai nostri utenti» afferma Gianluca Mei. «Il digitale ci consente di proporre un innovativo modello di business in cui il cliente ottiene il miglior prodotto perché realizzato "apposta" per lui, secondo i suoi gusti, creatività, forme ed esigenze di costi».

Sul fronte della materia prima, i tessuti, la società creata da Taccaliti e Mei ha dato vita a collaborazioni con produttori come DJ Anderson, Thomas Mason, il gruppo Albini, Canclini, Monti. «Abbiamo saputo mantenere una forte cultura del prodotto. Made in Italy per noi vuol dire "saper fare bene" – sottolinea Gianmarco Taccaliti – con un know how familiare nel settore della camiceria. Il valore aggiunto sta nella produzione di alta qualità e nell'accogliere le esigenze di personalizzazione del prodotto di ogni singolo utente».

© Riproduzione riservata