

Lecce: Salento come New York, ma 37 anni dopo e ...al contrario «Il mio futuro comincia con una maglietta»

Mette in piedi una start up con 47 euro e ne guadagna più di 800 in pochi giorni

Antonio Monaco diplomato da una settimana si inventa imprenditore spende 14 euro per i campioni, 8 in cancelleria e 25 in carburante

Lecce - Antonio Monaco è di Trepuzzi, un piccolo paese alle porte di Lecce, ha 19 anni, si è diplomato appena una settimana fa presso l'indirizzo informatico dell'Istituto "Galilei - Costa" di Lecce e oggi può già definirsi uno "startupper", ossia un giovane che ha avuto un'idea imprenditoriale e l'ha messa in atto. Quello che fa più notizia però è che ha del geniale, è che per la sua idea ha dovuto investire solamente 47 euro e in pochi giorni ne ha incassati oltre 800. Ancora una volta una dimostrazione concreta che creatività, impegno e voglia di fare possono tradursi in business e lavoro. Antonio è sempre stato affascinato dall'idea di mettersi in proprio e creare dal nulla una impresa che potesse avere successo, un po' sulla scia di quelle storie straordinarie che sentiva arrivare dagli Usa, come quelle di Jobs, Gates, Zuckerberg, etc., e che da qualche anno sente avverarsi anche in Italia. L'idea gli è venuta nella seconda metà dell'anno scolastico, sull'onda del grande consenso che il Salento sta riscuotendo negli ultimi tempi, ha pensato di creare un nuovo "concept" che rafforzasse ancora di più questo consenso e ha pensato di invertire uno slogan che esiste da 37 anni e che è stato "indossato" da milioni di persone. Parliamo della frase "I love NY" ideata nel 1977 dai creativi del comune di New York con lo scopo di incrementare il turismo in città e che è stata in seguito ripresa da ogni città del mondo. Antonio ha quindi pensato che il Salento poteva essere il primo territorio al mondo che, appunto, potesse incrementare il turismo invertendo questa formula e dichiarare che è un territorio che sa amare le persone (oltre ovviamente ad essere amato). Da lì la creazione di un marchio grafico con la scritta "Salento loves me" (il Salento mi ama). Ha chiamato la sua start up "Landwear – il territorio addosso", ha creato una pagina web e ha sfruttato al massimo le potenzialità di Facebook (materie principali del suo indirizzo di studio) per la promozione e la vendita on line. Del ricavo ottenuto sta ora pensando di reinvestirlo in pubblicità o in una nuova idea da lanciare.

«Ho speso 14 euro per farmi stampare due campioni della mia t-shirt – racconta Antonio – ho chiesto ai miei amici di farmi da fotomodelli, ho poi comprato una cartella in cui inserire le foto pubblicitarie e i moduli per fare gli ordini spendendo altri 8 euro. Poi ho speso 25 euro per un giro delle maggiori località del Salento proponendo ad alcuni negozi di acquistare e rivendere le mie magliette. Quindi, a fronte di una spesa di 47 euro, alla fine della giornata avevo raccolto ordini per circa 800 magliette e 750 euro che i negozianti mi hanno dato in acconto. Con quei soldi ho dato a mia volta l'acconto per acquistare le magliette grezze e per la stampa. L'altro giorno ho fatto il giro di consegne delle t-shirt presso i 16 punti vendita che hanno accettato di rivenderle a Lecce, Otranto, Gallipoli, Maglie, Porto Cesareo, Leuca, Nardò, Galatina, Alliste, Torre Suda, Torre San Giovanni. Devo confessare però che mi è stato di grande aiuto, essenziale direi, il lavoro realizzato negli ultimi anni dagli studenti che mi hanno preceduto con le loro attività in nome di "Repubblica Salentina" in quanto mi bastava menzionare che facevo parte di quel gruppo per avere credibilità e vedere negli occhi dei miei interlocutori una sorta di rispetto. Ora spero solo che le mie t-shirt possano piacere tanto al pubblico e non vedo l'ora che i rivenditori inizino ad effettuare riordini»

Scritto da Pro Salento

Lunedì 21 Luglio 2014 09:21 -

Gli aspetti finanziari e fiscali di questa nuova giovane impresa sono ancora una volta rispettati grazie all'intervento di Arianoa, la società cooperativa che funge da incubatore e acceleratore delle start up dei giovani salentini.

Forse è ancora troppo presto per dirlo, ma molto probabilmente Antonio Monaco rappresenta un altro "cavallo di razza" della scuderia griffata "Repubblica Salentina / Pro_Salento", dopo le importanti esperienze di Vincenzo Rubano, il ragazzo non vedente che ha creato il servizio di denuncia "Ti tengo d'occhio", e del giovanissimo Antonio Scarnera, startupper informatico inventore del sito/servizio "Island of host".

Alcuni collegamenti utili:

Sito web delle t-shirt: www.prosalento.org/landwear

Pagina Facebook "Il Salento ti ama": <https://www.facebook.com/ilsalentotiama>

Concorso "Il Salento addosso e ...dentro":

<https://www.facebook.com/events/1445054159112803/>

Pro_Salento • Giovani

Lecce - Tel. 368.7869686