

Il miracolo "Tippest": sorpassa Groupon

COUPONING In Romagna il sito di shopping ha più clienti del colosso americano

Tippest sorpassa Groupon. Lo fa "giocando in casa", grazie ad un forte legame con il territorio, alla continua innovazione e alla diversificazione dell'offerta. Così oggi in Romagna (province di Rimini, Forlì-Cesena e Ravenna) il sito di social shopping geolocalizzato aperto nel 2012 da un gruppo di giovani imprenditori locali (Luigi Angelini è di Cesena) è riuscito a conquistare più clienti rispetto al colosso americano.

In Italia il couponing (ovvero la vendita al pubblico di prodotti e servizi scontati online attraverso coupon) è in forte ascesa, tanto che per Groupon il nostro paese rappresenta il secondo mercato mondiale. Tippest.it, con il suo forte bacino locale, ha saputo in breve tempo ritagliarsi un ruolo di tutto rispetto ed oggi nella top ten dei siti di social shopping che operano a livello nazionale. «Dalla "roccaforte romagnola" abbiamo creato un modello esportabile in altri territori e aree turistiche - spiega Stiven Muccioli, co-fondatore di Tippest.it - Abbiamo iniziato come quattro soci nel classico scantinato. Oggi siamo in sette e abbiamo appena aperto la nuova sede su 160 mq, con tecnologia

e design 3.0 e stiamo per varare la nuova versione grafica del sito».

Oltre 750 aziende hanno scelto Tippest.it per pubblicare le proprie offerte online. Tippest.it propone principalmente offerte scontate per ristoranti di ogni livello, dalla pizza ai menù più ricercati (i ristoratori rappresentano l'80% dei clienti della società), ma anche servizi benessere come spa, estetica e parrucchieri (circa il 20% dei clienti), viaggi e prodotti vari.

Dopo il periodo di start-up nel 2012, Tippest.it nel 2013 ha raggiunto 1,2 milioni di euro di fatturato, con una crescita dal 15 al 27% ogni mese sia come numero di utenti sia come giro d'affari. «Registriamo un'altissima percentuale di utenti soddisfatti (98%), che frequentemente lasciano anche recensioni positive su TripAdvisor. Il 20% degli utenti ritorna nel ristorante provato grazie ai coupon di Tippest.it, mentre i nostri diretti concorrenti hanno in media un ritorno del 3%. I nostri utenti dimostrano anche un'elevata fidelizzazione, comprando in media 3 volte all'anno, alcuni fino a 7-8 al mese».

La media è di 500 acquisti al giorno. Fra le offerte più gettona-

te vi sono quelle per i locali storici della riviera (per il pub Bounty di Rimini Tippest.it ha venduto 5200 coupon), ma anche i parchi tematici (15000 coupon venduti per entrare allo Zoo safari di Ravenna) e le terme.

Sul sito Tippest.it il traffico è sempre elevato: si arrivano a contare fino a 400 utenti contemporaneamente collegati. Complessivamente sono 200mila gli utenti registrati a livello nazionale, di cui 45mila residenti nelle province della Romagna. Il 50% naviga da smartphone (17mila le applicazioni Tippest installate) e il 60% sono donne di età compresa tra i 25 e i 45 anni, per lo più con un'elevata scolarizzazione e un reddito medio alto.

E' inoltre strategica la diffusione capillare di Tippest.it sui social media: la registrazione tramite Twitter e l'utilizzo di Facebook connect sono preziosi anche per raccogliere dati sui profili degli utenti e perfezionare sempre di più l'offerta.

Numeri importanti che hanno già attirato l'interesse di grandi gruppi, ma i soci assicurano di voler mantenere la loro autonomia. Tra gli obiettivi del 2014 c'è l'espansione del bacino di Tippe-

st.it sia a nord sia a sud, ampliandosi verso l'Emilia e Bologna, dove già vengono proposti diversi ristoranti, e verso le Marche.

Il sito di social shopping e couponing online geolocalizzato è stato fondato nel 2011 dai giovani romagnoli (età media 35 anni) Luigi Angelini (Cesena), Edward Scialfa (Savignano sul Rubicone), Giuseppe Bubani (Milano Marittima) e Stiven Muccioli (San Marino), a cui si sono poi uniti i riminesi Lucio Bonini, Andrea Sacchetti e il savignanese Luca Bertozzi.



Il gruppo dei fondatori di Tippest.it e sotto il cesenate Luigi Angelini



Peso: 36%