



SOCIAL FENARI

A CENA Un invito con Carlo Cracco è stato battuto all'asta per 4.150 euro.

VIP ALL'ORA Mezza giornata con Eros Ramazzotti offerta a 3.745 euro.

AUGURI PREZIOSI Gli auguri di Natale di Tiziano Ferro aggiudicati per 676 euro.

VIDEOCHIAMATE Una sezione nuova: contatti con personaggi famosi da regalare agli amici.

JEANS DA ROCKER I jeans autografati del cantante Ligabue venduti a 400 euro.

CharityStars, la beneficenza viaggia online

L'idea vincente di questo portale è mettere all'asta esperienze da vivere con personaggi famosi destinando i soldi alle buone cause.

Una cena con Carlo Cracco è stata battuta a 4.150 euro. Meglio del tenebroso chef ha fatto il campione Gigi Riva: l'offerta più alta per una sua maglia storica è stata di 6.500 euro. Se il vip chiama i fan rispondono, specie quando il fine è benefico: è l'idea di CharityStars, portale che mette all'asta ricordi tangibili o esperienze con personaggi noti. Da giugno ha raccolto oltre 130 mila euro e li ha redistribuiti tra onlus come Cesvi, Emergency, Save the children. Merito anche dei social network: le proposte sono pubblicizzate dagli stessi cantanti, calciatori nei loro account. Il sito, per sostenersi, trattiene il 15 per cento su ogni inserzione, il resto va alle buone cause.

Per sviluppare il meccanismo, il fondatore Francesco Nazari Fusetti (con due soci under 30) è stato sei mesi in Silicon Valley: 26 anni, è già un veterano del web, con all'attivo il successo di ScuolaZoo, com-

Il fondatore di CharityStars è Francesco Nazari Fusetti, 26 anni. Il suo portale si è aggiudicato un finanziamento di 360 mila dollari.

munity per studenti che su Facebook viaggia verso il milionesimo fan.

A dicembre CharityStars si è aggiudicato un finanziamento di 360 mila dollari al termine di una competizione in cui si è imposto su 400 start-up. Da poco ha inaugurato la sezione Gift, che consente di acquistare un «regalo» (con beneficenza) per amici, amati, parenti: un autografo, un videomessaggio o una telefonata a prezzo fisso con Luca Argentero, Gianluigi Buffon, Luciano Ligabue e altri.

Il prossimo passo sarà esportare l'idea in Inghilterra e oltreoceano, dove il campo è presidiato da colossi come Charitybuzz, che ha messo insieme oltre 100 milioni di dollari. Cifra che non intimorisce Nazari Fusetti: «Facebook non è stato il primo social network, Google non era il primo motore di ricerca» dice a *Panorama*. «È il prodotto migliore che crea la differenza. Vogliamo dimostrare che anche una start-up italiana può arrivare lontano». (Twitter: @MarMorello)

© RIPRODUZIONE RISERVATA