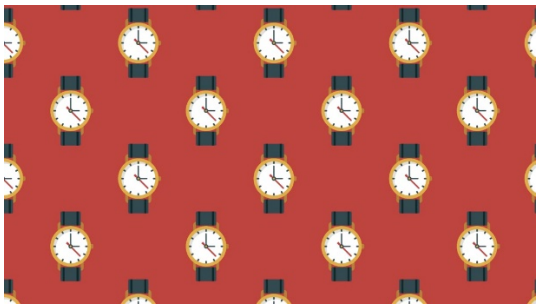
WIRED.IT

Da finto spot dello Zoo di 105 a vera azienda: storia degli orologi Fumagazzi

L'idea di cavalcare l'attenzione sui social network per un marchio inventato di sana pianta si è tramutata un'impresa vera con tanto di e-commerce. Con l'ipotesi di chiudere tutto dopo San Valentino per restare "un vero caso"





di **Michele Chicco**
Contributor
12 DEC, 2019

L'idea è arrivata in autostrada, ovviamente ascoltando la radio e i conduttori dello ***Zoo di 105***. *"Mandavano in onda le* ***finte pubblicità degli anni Ottanta****, quelle che prendono in giro i primi spot delle tv commerciali. Dopo aver ascoltato il claim degli* ***orologi Fumagazzi****, 'solo per bravi ragazzi', ho deciso di agire"*, racconta Giorgio Pertusati, imprenditore e co-fondatore insieme a Riccardo Maria Mantero, bancario con esperienza nel mondo informatico, degli **Orologi Fumagazzi**, tra le pochissime imprese al mondo nate dopo che è andato in onda il loro spot pubblicitario.
Nel giro di trentasei ore Pertusati e Mantero, protetti dall'alias dei fratelli Fumagazzi, hanno messo in piedi **una piccola azienda di orologi**: hanno registrato domini web e marchio, poi hanno contattato degli artigiani veneziani che con gli ingranaggi ci sanno fare e ora mettono tutto in vendita sulla sua **piattaforma ecommerce**.

"I ragazzi dello Zoo" – racconta Marcello Fumagazzi, nickname di Pertusati – "*all'inizio l'hanno presa bene: quando è nato il sito ho scritto alla redazione e quel giorno la trasmissione è stata aperta con noi"*. In onda è continuato ad andare il finto spot e i contatti

sul sito sono schizzati. *“Loro stavano spingendo una giostra della quale solo noi conoscevamo le potenzialità”*, sottolinea Pertusati. ***“Abbiamo intercettato un’onda**, ci siamo accorti di un’opportunità: quando siamo stati contattati dal* **manager della trasmissione** *abbiamo chiesto di lasciarci fare. Fino ad allora, sul nostro sito lo* Zoo di 105 *non era nemmeno citato e nessuno poteva dimostrare che stessimo sfruttando il loro brand”*.

Ora è stato *“trovato un terreno comune di intesa”*, spiega l’imprenditore. Il nome della celebre trasmissione radio compare sulla homepage degli Orologi Fumagazzi e le anteprime dei modelli viaggiano tra le storie di Instagram del team dello Zoo di 105: *“Abbiamo carta bianca sul prodotto, non c’è stato alcun contratto e non sono in società: per Mediaset* (proprietaria di Radio 105 *ndr*) ***Fumagazzi è un esperimento sociale di marketing”.***

A 15 giorni da Natale **sono stati venduti 1.500 Orologi Fumagazzi**, fa sapere Pertusati, ma la sensazione è che sarebbero stati molti di più se solo ci fossero state le giuste scorte di magazzino: *“Saremmo arrivati tranquillamente a 5mila”*, dice. Nel frattempo qualche altro modello è stato aggiunto e sono stanno comparendo nello store i primi modelli da donna, anche se il co-founder lascia trapelare la volontà di **chiudere tutto dopo San Valentino**: *“Un caso resta un caso solo se nasce e finisce in un tempo breve”*.

La lezione di *Cacao Meravigliao*

Non è la prima volta che in Italia un finto spot genera un’idea di impresa. *“Trent’anni fa”* – ricorda Pertusati – *“toccò a* **Cacao Meravigliao*: Renzo Arbore*** *in una delle sue geniali trasmissioni trasmetteva la pubblicità di questo brand inesistente… fino a quando qualcuno non lo ha fatto davvero, senza riuscire però a raccogliere grandi successi”*.

La differenza ora è che gli **orologi possono avere un valore economico molto più alto** rispetto al cacao – listino dei Fumagazzi varia tra i 150 e i 1.500 euro – e che grazie all’ecommerce e alla produzione su prenotazione un’idea di business diventa meno

rischiosa e più remunerativa: già ora il fatturato previsionale potrebbe sfiorare i 500mila euro.

"*Gli artigiani veneziani che abbiamo ingaggiato lavorano per molti brand famosi",* rivela. "*Noi ci affidiamo a loro e ci appoggiamo alla loro* ***piattaforma online per vendere i Fumagazzi****: contiamo già adesso un migliaio di prenotazioni e dobbiamo ancora partire davvero".*

Entrambi i fondatori hanno un lavoro e carriere avviate, il sogno più che guadagnare è *"****fare rumore e scrivere un pezzo di storia del marketing****: speriamo che possa esserci un prima e un dopo Fumagazzi. Così come oggi ci si ricorda di* Cacao Meravigliao*, la speranza è che in futuro si possa pensare alla nostra avventura quando si ascolta uno spot di fantasia in radio o in tv*". Una storia – come da claim – di 'bravi ragazzi' diventati imprenditori e di orologi *Pataaak* o *Topalopa* venduti in tutta Italia per prendersi in giro senza scherzare troppo.