

About

Dalla Silicon Valley alla **SILICON BEACH**: la nuova frontiera dell'hi-tech si sposta sulla spiaggia di L.A.

Così Snapchat, Google, Tinder e altre numerose startup hanno cambiato il boardwalk californiano

www.vogue.it/uomo-vogue/news

Il nuovo hub tecnologico? Si chiama Silicon Beach e sorge nella zona Westside di Los Angeles, tra Santa Monica, Venice, Playa Vista e Westchester. È qui, infatti, che negli ultimi due anni oltre 500 aziende – tra cui Snapchat, BuzzFeed, Hulu, JibJab, The Honest Company, TrueCar, Whisper, Tinder, Nasty Gal, Trippy e Dollar Shave Club – hanno spostato i loro quartier generali, senza contare i nuovi uffici satellitari di colossi come Google, Yahoo!, YouTube e Facebook. «Il nostro ufficio non ha né insegna né campanello», spiega Michael Heyward, Ceo e co-founder di Whisper, l'app che ti permette di rivelare i tuoi segreti più intimi sui social media mantenendo l'anonimato. «Abbiamo preso in affitto l'edificio più iconico di Venice Beach, l'ex casa di Anjelica Huston e del marito, lo scultore Robert Graham. Venice per noi è

vita, immaginazione, comunicazione, creazione. Ecco perché la preferiamo a Palo Alto». Evan Spiegel, Ceo di Snapchat e vecchio amico di Heyward e Sean Rad – quest'ultimo fondatore di Tinder –, non ha mai immaginato altra sede se non quella di Venice Beach.

IMMOBILI **Il prezzo delle case**

nella zona è cresciuto del 100 per cento in tre anni

«Mentre frequentavo Stanford ho deciso di fondare Snapchat e non mi sono mai laureato. Ho chiesto a mio padre se potevo vivere con lui finché non avessi trovato investitori che sponsorizzassero il mio progetto». Un progetto che, attual-

mente, vale 15 miliardi di dollari. Kara Nortman, co-fondatrice di Seedling, azienda specializzata in prodotti lifestyle per famiglie con bambini, spiega: «Oltre all'aspetto romantico di L.A. c'è anche un lato pratico: vivere nella Silicon Valley è molto più costoso». Secondo Built In LA – comunità online per innovatori e investitori – nel 2014 le startup hanno portato un business pari a tre miliardi di dollari, il triplo dell'anno precedente. Uno dei veterani di Silicon Beach è Mike Jones, Ceo di Myspace e Science, e investitore di altre 30 realtà tra cui Klout, BetterWorks, Formspring e ShoeDazzle. «Ho sempre avuto un ufficio a Santa Monica, anche quando non era di tendenza. Negli ultimi dieci anni questa zona è cambiata enormemente, nel bene e nel male. Da una parte sono stati creati nuovi posti di lavoro, dall'altra si è verificata una gentrificazione che pian piano sta uccidendo

la comunità hippie degli Anni 60. Comunque sia, Silicon Beach funziona in virtù del forte spirito imprenditoriale; è più facile organizzare meeting con potenziali investitori quando sanno che nello spazio della stessa giornata riescono a visitare 5/6 aziende in un raggio di pochi km e che dopo possono andare in spiaggia». (Accanto. La sede di Snapchat. Foto Gettyimages) **Roberto Croci**

A new digital
BOOM

