

«Così abbiamo inventato l'enoteca online»

Redazione - Gio, 06/10/2011 - 02:10

È proprio vero che il lavoro bisogna anche sapere inventarselo, e se c'è passione e una buona dose di creatività il successo è pressochè assicurato. E, dal momento che gli italiani a tutto fanno rinunciare tranne che alla buona tavola, si moltiplicano nel food le idee all'insegna della massima qualità al minor costo. Ne è una prova l'esperienza di tre ragazzi milanesi che tre anni fa hanno dato vita alla prima enoteca online: ovvero vini dal produttore, anzi dai produttori, direttamente al consumatore finale, cioè le case dei milanesi. Basta cliccare nel sito www.milanovino.it, entrare nel ricco catalogo che contiene un centinaio di etichette di 40 piccole e medie aziende enologiche di tutta Italia e ordinare: un volenteroso motociclista si presenterà a casa con una buona bottiglia volendo già fresca, oppure con un cartone dei vini prescelti. «Il tutto ovviamente a prezzo di produttore, che significa un minimo di 4-5 euro per un prodotto già di ottima qualità», spiega uno degli ideatori, il trentenne Gabriele Giovanelli, che prima di buttarsi nell'avventura faceva il commercialista da qualche anno ma era già stufo; il socio, Alberto Jacini lavorava in portale internet.

«L'idea ci è venuta osservando le esigenze di ragazzi come noi, desiderosi di avere un buon prodotto a basso costo e soprattutto senza perdere troppo tempo a caccia di enoteche». Non essendo intenditori si rivolsero a un sommelier e ad un enologo con i quali hanno visitato centinaia di piccoli produttori in tutta Italia, assaggiando circa 1.600 vini. «All'inizio i produttori ci guardavano con diffidenza e spesso siamo stati costretti ad acquistare i campioni. Adesso invece...». Adesso i tre distribuiscono quasi 400 bottiglie al giorno in tutta la città, nelle case private «ma anche in alcuni ristoranti che, grazie a noi, non sono obbligati a fare cantina. La nostra forza è che, con noi, i clienti saltano un passaggio, quello del distributore e così anche i ristoranti non sono obbligati ad acquistare 10 cartoni alla volta ma possono selezionare solo i vini che effettivamente consumano durante la settimana». I primi tempi erano loro stessi ad occuparsi della distribuzione: 4-5 viaggi al giorno a bordo di motorini in grado di trasportare una settantina di bottiglie. Ora, forti di un magazzino di 350 metri, assumeranno un «pony». L'idea è brillante perchè, nel mare magno di vendite online nell'industria alimentare, «Milanovino» raccoglie in un solo sito un alto numero di cantine di tutte le regioni italiane. «Non solo - precisa Giovanelli - i nostri clienti hanno la possibilità, oltre che di consultare il catalogo, di telefonarci e chiedere consulto con il nostro enologo sulla tipologia e la qualità dei prodotti in lista». Per rinforzare la fidelizzazione, i tre hanno anche ideato la formula dell'«aperitivo itinerante» che, organizzato one shot in vari ristoranti della città, permettono di assaggiare i prodotti e chiedere consigli. Uno di questi eventi avrà luogo proprio stasera dalle 18 alle 22 al ristorante Sant'Eustorgio situato nell'omonima piazza. L'ultima volta sono arrivate 700 persone. «Come abbiamo fatto a farci conoscere? Con il passaparola; all'inizio, mandando una lettera agli amici dei nostri genitori...». Prosit.
giandomenico.dimarzio@ilgiornale.it