CORRIERE DELLA SERA
CORRIERE INNOVAZIONE / NEWS

LA STORIA

L'e-commerce del vino cresce Startup da un milione di euro

Aumento di capitale di 600 mila euro Vino75 sito di ecommerce nato in Toscana. Già 50 mila le bottiglie vendute, solo in Italia, e 55mila iscritti alla piattaforma

di MARZIO FATUCCHI

Nell'anno dell'Expo e del cibo, una startup toscana stappa una bottiglia. O meglio, ne ha fatte stappare almeno 50 mila in Italia e così aumenta il suo capitale di 600 mila euro. Vino75.com non è solo una azienda di e-commerce di vino & similaria. Si autodefiniscono una «enoteca virtuale». Insomma, intorno alla bottiglia c'è di più.

UN SALTO IN TRE ANNI Ideata nel 2011, fondata come società nel 2012, partita nel 2014, in un solo anno Vino75.com ha raccolto 55.000 consumatori iscritti alla sua piattaforma di vendita, con una crescita di circa 5.000 nuovi utenti e 120.000 visitatori ogni mese. Per farlo, però, non ha solo coinvolto ben 300 produttori di vino italiani. Ha cercato di «creare un'esperienza» intorno alla vendita della bottiglia, facendo davvero assomigliare l'acquisto on line ad una enoteca. Appena entrati nel

sito, ci sono i consigli del sommelier, un po' di cultura enologica (a partire dai calici da usare). Si naviga tra le varie proposte in modo agile. Ma soprattutto c'è anche l'assistenza online: hai dubbi, cerchi qualcosa di particolare? Ti rispondono gli esperti. E le bottiglie, una volta scelte, arrivano a casa con un packaging ad hoc, brevettato, che evita rotture (e sbalzi termici, uno dei guai degli acquisti on line di alimenti in genere).

GRANDI MARCHE, GRANDI BOTTIGLIE Il team di 10 persone della start up è guidato da Andrea Nardi Dei, co-founder e Ceo di 3ND Srl. Si definisce proveniente da una antica famiglia toscana storicamente legata al vino e spiega: «Vino75.com sta proseguendo la sua crescita in un mercato fortemente in espansione in Italia e pensa in grande per il futuro con ambiziosi progetti legati al mondo del vino, non solo come enoteca digitale. E' compito nostro di imprenditori italiani, unire all'eccellenza delle nostre terre e dei nostri produttori, le migliori tecnologie informatiche che non hanno niente da invidiare al resto del mondo e vincere la sfida dell'enoteca digitale partendo da Firenze e dalla Toscana patria di alcuni tra i più famosi vini al mondo». Tra le marche a disposizione, i prodotti di Ambrogio e Giovanni Folonari, dei Marchesi Antinori, dei Marchesi Frescobaldi, del Barone Ricasoli, dei Marchesi Mazzei, di Bellavista e Ferrari.

LA VERA FORZA: IL MOTORE DI RICERCA Il tutto con un motore di ricerca multilivello: puoi chiedere una bottiglia sotto un certo prezzo, ma con 4 bicchieri «riconosciuti» di qualità, magari scegliendo anche la regione di provenienza, il corpo, il sentore, il passaggio in botte. E se hai un piatto particolare, anche gli abbinamenti. È il motore di ricerca che è la vera chiave del successo di Vino75.com.

IL CAPITALE NECESSARIO PER DIVENTARE UNA «MAGNUM» Chi conosce l'ecosistema delle startup italiane sa che la principale difficoltà risiede nell'accesso al credito e negli aumenti di capitale. Insomma, parafrasando il vino, nella trasformazione da mosto a bevanda alcolica, di peso. Vino75, nata dentro l'acceleratore di imprese Nana Bianca (fondato da Paolo Barberis, Jacopo Marello e Alessandro Sordi) a Firenze, ora fa un altro salto. Grazie all'arrivo di Club Digitale, il capitale è salito da 400 mila euro a un milione, con un intervento aggiuntivo di da Club Italia Investimenti 2 SpA (già presenti) e di alcuni «business angels». Ah, a proposito: i «best seller» del 2015 sono gli spumanti Franciacorta DOCG Brut Alma di Bellavista, il Trento DOC Ferrari Riserva del Fondatore, l'Amarone Classico della Valpolicella DOCG di Bertani, il Toscana IGT Rosso Cabreo Il Borgo di Ambrogio & Giovanni Folonari ed infine il Bolgheri DOC Guado al Tasso, Il Bruciato dei Marchesi

Antinori.

@marziofatucchi

8 giugno 2015 | 16:02

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Raccomandato da outbrain