



09 Settembre 2016 - 160909

IL CASO PARTITIDUE ANNI FA I GIOVANI IMPRENDITORI ORA FIRMANO UN ACCORDO CON IL COLOSSO ASIATICO

La favola della start up diventata un' enoteca digitale

(g.a.)

DALL'INCUBATORE di Nana Bianca ai magazzini del supermercato online più grande del mondo in meno di tre anni. È la favola di Vino75, la start up fiorentina diventata un' enoteca digitale e la prima azienda italiana di e-commerce ad aver firmato un accordo con il colosso cinese Alibaba. Vino75 avrà il compito di selezionare il meglio del vino italiano, tra cui anche le etichette toscane, e metterlo a disposizione di Alibaba. L' enoteca online è nata a Firenze a fine 2014 all' interno dell' acceleratore di Nana Bianca dall' idea di 4 giovani imprenditori: Diego Di Sepio, Francesco Limberti, Elisa Scapin e Andrea Nardi Dei, attuale Ceo. Nel 2015 la svolta, con Andrea Merloni ex presidente del gruppo Indesit che ha investito 250 mila euro con Nanabianca e Club Italia Investimenti 2 nel progetto. E ora il grande colpo.

Da Firenze a Hangzhou, da Nana Bianca a Alibaba. Andrea Nardi Dei, per ora Vino75 ha anticipato tutti conquistando la Cina?

«Alibaba ci ha scelto come aggregatore, cioè come fornitore di vino italiano. Abbiamo il compito di presentare un assortimento rappresentativo dell' Italia, poi sarà la piattaforma di Jack Ma a scegliere quanto e cosa acquistare».

Siete la prima azienda online italiana a stringere un accordo...

«Siamo nati nel cuore del Chianti fiorentino con un progetto che ha coinvolto diverse persone

del settore. E siamo stati in grado di muoverci prima di tutti, quando ancora non c' era tutto questo eco mediatico intorno ad Alibaba in Italia per cercare di approdare sulla piattaforma».

Il primo affare è già andato in porto?

«Noi gestiamo più di 600 cantine in Italia con 1600 etichette. Abbiamo presentato una selezione di 80 cantine, Alibaba poi ha scelto».

Le bottiglie sono già in viaggio per la Cina?

«Già arrivate, trasportate in un container di vino refrigerato e a temperatura controllata. Ora sono nel magazzino di Alibaba che è pronto a distribuirle ai suoi compratori. Noi ci occupiamo della logistica, dei documenti, delle certificazioni e del trasporto».

Quali sono le aspettative per il vino italiano, e toscano su Alibaba?

«Se i risultati saranno positivi Alibaba continuerà ad investire in questo percorso di crescita che è vantaggioso sia per il colosso ma anche per l' esportazione del vino italiano in Cina. C' è un potenziale di crescita enorme: l' Italia ha superato nel 2015 la Francia per quantità di vino prodotto. Ma sulle piattaforme di e-commerce cinesi attualmente solo il 6% del vino venduto è italiano contro il 55% di quello francese. In Italia però ci sono

eccellenze in grado di far crescere la viticoltura italiana nel mercato cinese».

Per ora Vino75 quindi sarà un fornitore. Ma è prevista anche l' apertura di un flagship store? Cioè di una pagina vetrina interamente dedicata all' enoteca?

«Siamo sul catalogo diretto di Alibaba come partner italiano, le nostre bottiglie vengono comprate e spedite da loro. Ma presto arriverà anche una nostra pagina che aggatherà aziende italiane da tutta Italia. Pensiamo di avere un risultato ottimo non soltanto sui vini di alta qualità ma anche sui prodotti da tavola».

Per quindi Vino75 resta solo online?

«Il nostro focus è quello. Ma siamo in procinto di aprire il nostro primo Wine Bar sui Lungarni, a Firenze. La data però è ancora da decidere».



Il team di Vino75, enoteca online nata nel 2014