

Crederne nel valore delle proprie idee: il successo del caso Enosocial®

Intervista ad Andrea Bianchi, CEO e co-fondatore dell'app Enosocial®



Non è la prima volta che parliamo dell'app Enosocial® e dei vantaggi che il suo avvento ha portato alle aziende vitivinicole italiane e agli utenti che l'hanno scaricata. Ciò che molti non sanno però è che questa wine app innovativa nasce da un progetto nel quale il suo creatore, Andrea Bianchi, ha creduto molto fin dal principio. Non siamo i primi però ad aver notato la grandezza del prodotto che ha sapientemente creato. Andrea, infatti, grazie al suo spirito visionario, è stato recentemente premiato con il Premio Speciale VINOVISIONI dalla Guida Vini Buoni D'Italia al Merano Wine Festival, proprio relativamente alle funzioni della sua app. Enosocial® era il suo sogno, l'idea alla quale ha dato valore e non ha rinunciato, nemmeno di fronte alle difficoltà. Da dove è nata l'idea di Enosocial®? Ci racconti la storia di questo progetto? L'idea nasce dalla semplice osservazione di una esigenza, quella di poter acquistare un vino nel preciso istante in cui lo si degusta e direttamente da chi lo ha prodotto e riceverlo a casa senza l'incombenza di doverlo trasportare. Appassionato di vino e lavorando nel settore mi capitava spesso di andare per cantine o a fiere del vino e di



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

apprezzare vini che mi emozionavano durante la loro degustazione non solo per la loro bontà ma anche perché raccontati dalla voce del loro produttore in un momento per me di serenità o di vacanza. Ma dopo essermi fatto dare il biglietto da visita dal produttore con lintento di acquistarli una volta rientrato a casa, mi ritrovavo a non richiamarli quasi mai. Semplicemente perché nel frattempo svaniva leffetto emotivo ed esperienziale che porta invece ad acquistare un vino nel momento in cui lo degustiamo, proprio là dove lo assaggiamo e, aggiungo, perché raccontato con passione dalla viva voce di chi lo ha prodotto. Volevo una app che fosse totalmente dedicata al turista del vino, che gli desse la possibilità di ricercare le cantine, le fiere, gli eventi del vino intorno a sé ma anche di acquistarne i vini con facilità senza doverli caricare in macchina. Volevo che fosse social ovvero che i contenuti relativi alle cantine, agli eventi, alle fiere, ai wine tasting fossero inseriti direttamente dalle cantine stesse e dagli enoturisti in modo facile e diretto rendendoli così fruibili e visibili tramite lapp gratuita. Non volevo creare unaltra delle tante applicazioni dove la descrizione delle cantine era il risultato del lavoro di una redazione o la sintesi di una guida. Ce ne sono già molte e anche ben fatte che io stesso utilizzo. A tuo parere, come si sta evolvendo il mondo del vino, in quale direzione pensi stia andando? Osservo con piacere, partecipando alle fiere, molti giovani che si stanno riavvicinando con passione al mondo del vino, dopo anni in cui forse lapproccio troppo tecnico con cui venivano descritti i vini li aveva allontanati a vantaggio di altri settori più easy come ad esempio quello delle birre artigianali. Oggi i giovani sono curiosi, si appassionano e vogliono apprendere le cose essenziali da sapere su di un vino. Non amano affatto i tecnicismi e si iscrivono ai wine tasting, ai corsi di degustazione, vanno per cantine a conoscere direttamente i produttori e soprattutto lì fanno i loro acquisti. Che tipo di rapporto cè oggi fra applicazioni smartphone e settore enologico? È indubbio che si stiano aprendo scenari nuovi dove la tecnologia è e sarà determinante per il successo delle vendite online di vino. E questo è dimostrato dal moltiplicarsi dei siti di e-commerce online e di App. Ma cè un aspetto che molti hanno trascurato ed è quello dellacquisto esperienziale che spinge una persona ad acquistare un vino nel momento stesso in cui lo degusta ad una fiera o in una cantina. La tecnica georeferenziata ad esempio (che sfrutta anche la sezione Clicknbuy dellapp Enosocial®) è una forma di vendita innovativa, che sta esplodendo nel resto del mondo e che permette alle cantine di vedere i propri volumi di vendita online aumentare significativamente. Tecnicamente è il cosiddetto D.T.C. ovvero Direct To Consumer sistema di vendita online che bypassa tutte le intermediazioni e consente ai clienti di acquistare direttamente il vino da chi lo produce al prezzo di cantina. Credi che il modo di vendere il vino possa cambiare ancora e migliorarsi? Come in tutti i settori è sempre



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

possibile migliorare e così sarà anche per il mondo del vino. Sono stato di recente ad un convegno dove esperti della GDO evidenziavano un calo continuo di vendite di vino dagli scaffali al quale le catene di supermercati cercano di far fronte attraverso piccoli tasting-table in cui far degustare i vini in vendita tentando così di ricreare l'esperienza di degustazione che è la leva amplificatrice delle vendite di vino in cantina o nelle fiere. Si tratta di un calo avvenuto con tutta probabilità a seguito dell'avvento di app come Enosocial®, in grado di velocizzare i passaggi, rendendo la vendita un concetto più intimo. Quali sono le caratteristiche che rendono vincente un imprenditore oggi? Una su tutte la velocità di adattare i propri processi di vendita alle continue evoluzioni della domanda. Faccio un esempio: se apro un enoteca che offre anche la possibilità di degustare piatti veloci e vedo che molti clienti entrano principalmente per mangiare sarà proprio attraverso i piatti scelti che cercherò di condurre gli avventori anche all'acquisto del vino, proponendo loro abbinamenti con offerte e promozioni vantaggiose e certamente mirate. È ciò che è successo anche con la nostra app, sviluppata inizialmente per l'enoturista che va per cantine, ed evolutasi velocemente per il turista che va nelle fiere di settore. Che messaggio vuoi dare ai giovani che, come te, sognano di realizzare la propria start-up? Di credere fermamente nelle loro idee. Di non farsi influenzare da chi, non capendole, le sottovaluta, magari semplicemente perché troppo futuristiche. Di non abbandonarle mai e di non rinunciare a svilupparle con determinazione e sacrificio perché, come capitato a me, prima o poi le idee possono incontrare i favori di un imprenditore lungimirante che ne coglie l'essenza e le potenzialità e che decide di investirvi. Chi entra in ufficio da me trova affisso sulla porta un cartello con la scritta ATTENZIONE: stai entrando in una stanza dove le idee hanno ancora valore. Ecco, il messaggio che suggerisco ai giovani è proprio questo: ricordatevi che le vostre idee hanno sempre un valore e che non dovete mai rinunciare a svilupparle. Per scoprire di più sul funzionamento di Enosocial® guarda il video.