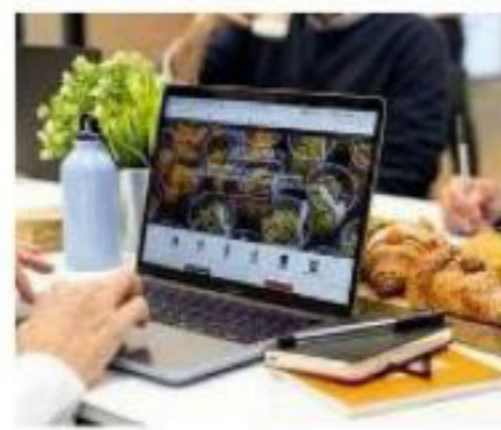


TOP DEI TOP Cosaporto



RADIOGRAFIA DI UNA CRESCITA

**Fatturato a 2 milioni
in crescita del 35% nel 2023
numero di clienti in ascesa
quando il resto del delivery
è crollato del 40 per cento**

Il founder Stefano Manili e la scommessa (vinta) in Italia:
una Gift company verde solo di prodotti di altissimo livello
Dove la tecnologia e la logistica sono al servizio del cliente

La consegna ecosostenibile e di qualità nata da un sogno



Il fondatore di Cosaporto, Stefano Manili; a destra, la bag 100% riciclabile già affrancata che può essere restituita dai clienti della Gift (e green) tech

MILANO

Hai una cena da amici, sei in ufficio e non sai ancora cosa portare? Sei invitato a un compleanno e procedi a tentoni fra tante ipotesi di regalo e nessuna ti convince davvero? Sei un'azienda che vuole gratificare per un anniversario, una promozione, per Natale o per un bel risultato aziendale il tuo collaboratore? Ecco, l'alleato c'è, è ipertecnologico, a portata di clic, ecosostenibile e vuol renderti la vita il più facile possibile: si chiama Cosaporto. E la formula segreta del suo successo, tanto segreta non è: la facilità di utilizzo, la linearità della logistica, la sostenibilità della formula. Le tre stelle polari sono selezione, servizio, tecnologia. Il tutto si traduce in oltre mille proposte e idee regalo, con servizi a Milano, Roma, Torino, Bologna, Firenze, Santa Margherita Ligure - Portofino, Forte dei Marmi e Londra. Ogni mix and match è possibile per l'alchimia del regalo perfetto: da torta & champagne più fiori, a candele più food e rosso d'autore. Fino al panettone e alle dolci creazioni dei maestri più in voga tra laboratori e tv.

I numeri. Cosaporto è un "marketplace" che seleziona i migliori brand per occasioni speciali di privati e aziende. Un'idea sulla quale nel 2017 il founder Stefano Manili ha investito la svolta della sua vita. «Avevo un lavoro di livello in una compagnia prestigiosa, posto fisso e auto aziendale, una bella famiglia, la vita a Roma, gli amici - racconta, senza una punta di autocelebrazione ma semplicemente raccontando una storia, la sua storia -. Ma a un certo punto mi sono reso conto di volere altro, di voler inseguire un sogno. E, con l'aiuto della mia famiglia, l'ho inseguito». I risultati sono arrivati. Dopo l'alta marea della pandemia che ha fatto salire il mare degli ordini di colpo («E lì ci siamo resi conto che la start up funzionava, dopo che ha retto alla moltiplicazione improvvisa degli ordini»), il vascello di Manili naviga su un fatturato che nel 2023 ha segnato più 35%, fino a toccare il livello dei 2 milioni di euro, in un mercato delivery che nello stesso periodo ha perso il 40%. Un vascello capace di risalire la corrente contraria, dunque.

«Perché il nostro modello è diverso da tutti gli altri - specifica Manili -. Noi puntiamo solo a prodotti di assoluta qualità, anzi uno dei lavori fondamentali è proprio quello di cremare, selezionare verso l'alto». Niente multinazionali alfiere dell'omologazione dei gusti, vade retro catene commerciali di massa. E il mercato premia l'idea, se è vero come è vero che il giro d'affari (fatturato di Cosaporto più fatturato dei partner grazie a Cosaporto) assomma ormai a 4 milioni di euro. E lo scontrino medio è salito da da 60 a 73 euro tra 2022 e 2023, con 12.000 panettoni venduti sulla piattaforma nell'anno appena trascorso e oltre 100.000 clienti con Customer Satisfaction dichiarata che ha toccato 4,6 punti su scala di 5. Perché la prima Gift Tech Company propugna l'uso intelligente e sostenibile della tecnologia, abbattendo tutte le difficoltà tipiche dell'acquisto di un regalo: al cliente resta solo e soltanto il piacere di rendere memorabile un'occasione con le persone più care. Ogni ordine viaggia con mezzi elettrici, a conferma dell'impegno per l'ambiente. E c'è una specifica linea di servizio denominata "Cosaporto4Business", dedicata alle aziende per la gestione di servizi di catering e per lo sviluppo di tutta la regalistica aziendale. Con la possibilità di farsi organizzare chiavi in mano qualsiasi tipo di evento, dalla festiciola con pochi invitati alla celebrazione con centinaia di persone. Così non si può solo trovare

il cadeau perfetto dell'ultimo minuto, ma anche e soprattutto pianificare con un certo anticipo rispetto alla data segnata sul calendario. Lo sanno bene le aziende che utilizzano ormai Cosaporto come riferimento per pianificare la regalistica.

Tanto per fare un esempio, quest'anno il 20 per cento delle imprese che hanno commissionato regali di Natale su Cosaporto ha giocato d'anticipo, selezionando i doni tra luglio e settembre per poi concludere il processo d'acquisto a ottobre. Il canale azienda è talmente importante che si è consumato il sorpasso nella quota di fatturato rispetto al canale privati. Tanto da meritarsi uno spazio ad hoc per gli ordini.

Senza mai tralasciare la grande sfida della sostenibilità. Basti pensare che i clienti sono sempre incentivati a scegliere una logistica più green a costo di aspettare qualche minuto in più. E funziona. L'ultima tappa, nel percorso di crescita, è una borsa totalmente riciclata usata per le consegne e già affrancata. Il cliente, se vuole, a fine uso può ripiegarla facilmente e rispedirla al mittente. Risultato? La stragrande maggioranza dei clienti Cosaporto lo fa, anche se non ha in cambio nulla. Ma spende volentieri pochi minuti per fare un gesto utile alla società e all'ambiente. Perché spesso una filosofia, idee e valori chiari valgono più di tutti i soldi del mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

