



*La tendenza*

# In corso Garibaldi un'enoteca riservata ai condomini

di **Jacopo Fontaneto**

È in corso Garibaldi la prima e unica "enoteca di condominio" dove l'acquisto delle bottiglie è riservato in chi nello stabile ha residenza o domicilio. «L'abbiamo pensata in primis per coccolare i clienti con un servizio unico». La passione ha fatto il resto: oggi Roseto Wine conta 500 referenze e 4.000 bottiglie stoccate bene in vista.

● a pagina 9

Quattromila bottiglie  
e cinquecento etichette  
Il fondatore Pasquali  
"Condividiamo una  
passione con chi abita  
nei nostri immobili"

► **Il locale**  
Un'immagine  
dell'enoteca  
Roseto Wine, con  
le sue bottiglie



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



140067



LA TENDENZA

# In corso Garibaldi l'enoteca riservata agli inquilini del palazzo

di Jacopo Fontaneto

È probabilmente la vineria più esclusiva della città. Per molti ma non per tutti, come recitava un'antico claim del mondo delle bollicine. Il perché è presto svelato: si tratta della prima e unica "enoteca di condominio" dove l'acquisto delle bottiglie è riservato in chi nello stabile ha residenza o domicilio. Accade in zona Moscova, «e la cosa l'abbiamo pensata in primis per coccolare i clienti con un servizio unico». La passione ha fatto il resto: oggi Roseto Wine conta 500 referenze e 4.000 bottiglie stoccate bene in vista nello stabile in corso Garibaldi 95, a due passi appunto dalla fermata di Moscova della metropolitana.

Gaetano Mirabile in questi giorni è impegnato a impacchettare bottiglie: i clienti-locatari vanno in vacanza e fanno scorta. «Non c'è una linea guida fissa, le richieste sono davvero molto diverse: ora sto inscatolando un cartone di vino di altissima gamma, valore totale 18 mila euro. Ieri invece è partito un ordine di trenta bottiglie di Franciacorta, poco più di 20 euro l'una: accontentiamo tutti, e fa piacere che chi frequenta la winery scelga di far rifornimento qui prima di partire per le ferie: per loro sarà come ritrovare sul posto la cantina di casa».

Un sacello nascosto e difficilmente accessibile, dove si trovano munizioni enoiche utili ad accompagnare qualsiasi tipo di piatto, anche per risolvere le

emergenze dell'ultimo minuto, quando arrivano ospiti inattesi a casa e serve la bottiglia "importante".

Di fatto è stata sicuramente un'idea originale per creare qualcosa di unico: del resto Andrea Pasquali, fondatore di Roseto e Harves, è figlio d'arte nel mondo immobiliare (il padre Oreste ha fondato il gruppo Tecnocasa nel 1979). «Quando abbiamo pensato a questa winery - spiega - abbiamo pensato di mettere al centro la condivisione di una comune passione per il vino. Non si tratta di business che, nel nostro caso, ha un focus diverso: il Roseto acquista immobili di proprietà e li mette a disposizione dei propri clienti in locazione». Circa 300 appartamenti in tutto su Milano e provincia, con altrettante famiglie che possono avere accesso all'enoteca.

«Il vino collega tante passioni - aggiunge Gaetano Mirabile, property and hospitality specialist di Roseto - e qui il lavoro è divertente anche per chi lo svolge: cercare prodotti nuovi, provarli con i clienti, stimolarli in maniera diversa, andando molto oltre rispetto ai classici blasoni. Di fatto, l'enoteca è un club dedicato a clienti e amici». Dove, con il caldo di questi giorni, si dispensano tante bollicine: «E non solo in estate», precisa Mirabile nel suo ruolo di wine expert. «Champagne, ma anche etichette italiane: le bolle sono una scelta immediata e versatile. Poi dipende tutto dai clienti: con ognuno di loro si crea un rapporto persona-

le e il servizio diventa su misura. Il tempo aiuta a individuare quelle che sono le preferenze dei nostri interlocutori, la conoscenza diretta e la frequentazione assidua sono due assi nella manica: di fatto si crea un percorso comune che dura anni».

Come funziona? «La winery è un luogo di ritrovo, chi la sceglie ama frequentarla di persona. Un altro punto di forza sono gli orari: ci si accorda al telefono, anche per tarda sera, con estrema flessibilità. I clienti vengono qui anche a provare e bere un bicchiere insieme, magari di un piccolo produttore difficile da reperire altrove. È il frutto di rapporti costruiti negli anni: parlando anche di vino a domicilio, questo è un vantaggio che nessuna piattaforma d'acquisto può dare. Esperienza replicabile? Tutto è sempre relativo alla passione di chi la cura e chi ci lavora. Se troveremo le persone giuste e se possibile, perché no?».