



▲ Ideatrice Alessandra Costa

*Costa (Sfusobuono)*

## “Le mie box rilanciano il vino senza bottiglia”

«Le prime cantine a cui ho bussato mi dissero di no. Consideravano la “bag in box” un passo indietro. Invece è un modo per tornare a un concetto di vino senza troppi fronzoli. Al bicchiere godereccio e quotidiano. È una sfida farlo capire ma ci stiamo riuscendo. Sfida che è diventata duplice quando ho deciso di lasciare il lavoro che mi piaceva e mettermi in proprio. Oggi so che prendersi cura di un business da zero non ha eguali». Alessandra Costa, alessandrina di 30 anni, è la fondatrice di Sfusobuono, lo shop online dedicato al vino sfuso di qualità, prodotto da cantine di tutta Italia e venduto in un packaging sostenibile. Laureata in filosofia, con studi da sommelier all'università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, ha coltivato la sua grande passione per il vino e ha iniziato a scoprire anche una rete di produttori da cui è partita per dar vita al progetto, condiviso con Paolo Vaccarella, che ha ricevuto il premio Food&Wine Awards 2022.

### Perché Sfusobuono?

«Per nobilitare il vino sfuso, quanto di più distante possa esserci dal vino di bassa qualità. Andiamo nelle cantine a conoscere i vignaioli e selezioniamo i vini in catalogo. Certo, le bottiglie di vetro fanno parte della tradizione ma la bag in box permette di conservare il prodotto fino a 30 giorni dall'apertura e abbatte gli sprechi.

Una bag in box di tre litri che forniamo noi, l'equivalente di quattro bottiglie in vetro, ha un'impronta di Co2 inferiore dell'80%».

### Come è nata l'idea?

«È figlia del Covid. Era marzo 2020, un amico produttore del Roero mi chiese se ci fosse un modo per vendere vino sfuso senza deprezzarlo. In quel periodo con l'export bloccato ce ne era molto. Così iniziai a fare un'analisi di mercato e non c'erano aziende impegnate su questo fronte. Il passo successivo fu lo scouting tra i produttori piemontesi conosciuti grazie all'università di Pollenzo, esperienza fondamentale. Ora abbiamo 60 etichette in catalogo e non escludiamo di aprire presto dei punti fisici».

### In Piemonte sono oltre 160 le startup. È la giusta cornice per lanciarsi?

«Per noi lo è stata per la materia prima. Il packaging è 100% del territorio. Ma la risposta dei clienti non è stata ottima, a parte Torino. Il primo mercato è Milano, come regione invece la Toscana».

— **c.pal.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

