Il successo di The Gin Way

theginway-box-in-cucina-800px-04b84e05

The Gin Way cresce e si consolida. La start-up lanciata nel maggio 2020 da tre ragazzi bresciani con l'idea di selezionare e spedire in abbonamento ogni mese un gin premium italiano ha registrato, forse anche grazie alla complicità dei diversi lockdown, numeri inaspettati. Ricapitolando: su www.theginway.com il consumatore può selezionare (a 49,00 euro/mese e con spese di spedizione gratuite) un abbonamento per ricevere una box, il cui contenuto rimane misterioso, nella quale trova, oltre alla bottiglia di gin, le giuste toniche, i garnish o le decorazioni, gli snack e qualche originale gadget. L'abbonamento, che può essere mensile, bimestrale o trimestrale, non prevede vincoli di durata o frequenza, nel senso che può essere interrotto o modificato dall'utente a seconda delle esigenze.

Quello che fin dagli esordi è stato definito "il nuovo modo di bere gin" non è nato con l'intento di creare un'alternativa al cocktail preparato da un professionista, ma aiuta a far cultura e a guidare anche chi non se ne intende di gin nella scoperta di tante etichette poco conosciute (in Italia se ne contano oltre 500). Ecco quindi che, abbinando all'idea un business plan e supportando il tutto con un attento lavoro di comunicazione e promozione affidato all'agenzia Shots.it, si è passati dalle poche decine di box spedite nei primi mesi alle 2.000 del mese di dicembre.



Veniamo quindi alle novità. *«Perché vogliamo rendere sempre più un "club" chi ha aderito ai nostri abbonamenti e perché ci teniamo a fidelizzare il rapporto con i clienti che abbracciano il progetto*– hanno spiegato **Alessio Maccione, Cesare Zavattaro e Sabrina Sinigaglia**, i fondatori di The Gin Way - *abbiamo creato uno shop dedicato esclusivamente agli abbonati dove poter acquistare singolarmente tutto il contenuto delle box precedenti, dai gin alle toniche senza tralasciare i gadget»*. Nelle prossime settimane lo shop sarà inoltre accessibile, a condizioni differenti,

anche ai non abbonati.

Da gennaio 2021 ha invece preso vita un concorso che durerà tutto l’anno: ogni mese, in una box estratta casualmente, verrà inserito un golden ticket che dà diritto a ricevere un premio esclusivo. Il primo è stato un mobile bar, ad uso casalingo, dalle linee pulite e dalle forme funzionali, disegnato dagli architetti milanesi Luca Benassai ed Evgeny Xytop.