

“Conosco un posto”. Anzi un modo per fare di una passione millennial una vera azienda

Già in pre order, che ormai se vuoi fare successo coi libri è tutto (prossimamente basterà l'annuncio?), è stato il più venduto su Amazon. “Conosco un posto” si può leggere per sapere dove andare e cosa fare, a Milano e dintorni; ma è quasi meglio leggerlo come un romanzo: adatto anche a chi, standocene sul divano, vuole viaggiare di fantasia per la città, ma con l'impressione di visitare luoghi sconosciuti. “State per scoprire un compendio di oltre 500 tra i posti più significativi e meritevoli della città”, scrive Caterina Zanzi, l'ideatrice, che ha seguito le tre passioni coltivate fin da piccola: Milano, il buon cibo e la scrittura. Da lì è nato un mondo, ma visto con l'acribia leggera di una millennial milanese. “La mia famiglia mi ha sempre portata in giro per la città fin da piccola, così come si andava in cerca di ristoranti nuovi”, racconta al Foglio. Studi di storia e filosofia, poi una redazione di moda economico-finanziaria, poi ha seguito il cuore. E' partita con un blog nel 2014, oggi “Conosco un posto” (tutto attaccato sul web e sui social) è famosissimo, è un marchio e anche un po' uno stile: 160 mila follower su Instagram, 100 mila su Facebook,

ventimila abbonati alla newsletter e oltre 15 mila sul canale Telegram.

“Mi sono sempre cimentata con blog personali che all'inizio erano un po' dei diari. Una volta iniziato a lavorare non ho smesso di occuparmi di lifestyle e food scrivendo per diversi magazine online”. Pensare di continuare da sola è stato un attimo. “Ho voluto provare a fare quello che facevo per altri, qualcosa di mio, con l'intenzione di aprire un mio spazio”. Dopo pochi mesi, subito positivi, si sono aggiunte due persone che si erano già proposte vedendo il blog partire. “A gennaio 2020, a poche ore dalla pandemia, ho deciso di licenziarmi dal mio lavoro di giornalista in redazione e di portare avanti unicamente questo progetto che nel frattempo era diventato un lavoro a tutto tondo. Grazie al consolidamento di tutto il team il piano B era diventato il piano A”.

“Mangiare e bere all'aperto a Milano, 25 indirizzi”. Oppure: “25 meravigliose cascine a Milano e dintorni”. Ma anche: “10 brunch a Milano buonissimi da provare nel weekend”. Sono i temi e lo stile - molto diretto, molto “milanese” per sicurezza di giudizi

e per antenne sempre in azione - che caratterizzano il blog. Già, ma come trasformarlo in un lavoro? O meglio, come è accaduto che una giovane giornalista, in una città che stava prendendo mazzate e in cui “andare in giro” era diventato impossibile, si sia trasformata in imprenditrice, alla guida di un gruppo che ormai è una azienda? “I brand hanno iniziato a collaborare - racconta - e questo ha fatto sì che diventasse una vera attività imprenditoriale. All'esordio, il mio investimento era il tempo: ci lavoravo la notte e nei weekend”. Non tutti i blog diventano industrie, però. “Abbiamo tanti altri canali di contenuti che sono anche oggetto di investimenti da parte delle aziende, una linea di merchandising con piatti e tazze, cose varie per la cucina; abbiamo sviluppato una serie di eventi prima del Covid con serate a Milano e altre linee di business che seguiamo collateralmente ai contenuti sul blog”. Oggi esce la guida, edita da Magazzini Salani, che ha tradotto in carta l'idea. “Siamo millennial, nati e cresciuti in una cultura che si propagava principalmente su carta. Sono sempre stata

una lettrice appassionata. Volevamo avere un oggetto che rappresentasse noi e il lavoro fatto in questi anni. Volevamo offrire alla community un libro, una raccolta, una guida da cui poter trovare risposte alle centinaia di domande che ci arrivano ogni giorno che ci fanno capire qual è l'utenza e di cosa ha bisogno”. Si parla anche di luoghi magici. “A Milano ce ne sono veramente tanti; una parte è dedicata ai chioschi che si conoscono molto poco e che meritano di essere visitati. Un'altra alle case museo. E' una guida che parte da una solida base tradizionale ma che offre spunti per il futuro”. A esempio? “Di recente diamo più visibilità a dei quartieri percepiti come periferici e che in realtà hanno un buon punto di ripartenza per immaginare una Milano diversa”. Quartieri dimenticati svelati dall'online. “La nostra community è triplicata dall'inizio della pandemia. Ci siamo rimboccati le maniche scegliendo di virare la nostra comunicazione dai posti fisici a quelle di attività che potevano essere utili alle persone. E ci siamo pure fatti compagnia”.

Paola Bulbarelli

