

ORDINATE E VI SARÀ DATO. ONLINE

Testo e foto di
Damiano Fedeli

La chiamano la Amazon degli **articoli religiosi**. Ma il suo quartier generale è a Reggio Emilia e non nella Silicon Valley. Ci siamo andati. Tra una prece a Padre Pio e una a Bezos

REGGIO EMILIA. Entri e ti accoglie il pantheon della Silicon Valley: Bill Gates, Steve Jobs, Mark Zuckerberg, Jeff Bezos. Dietro le gigantografie sorridenti si estende un magazzino di cinquemila metri quadrati: migliaia e migliaia di santini, icone, rosari, statuette, madonne di Lourdes, paramenti, calici, vino da messa, ostie da consacrare. La Amazon degli articoli religiosi è italiana e ha il suo quartiere generale a Reggio Emilia, in questo capannone a pochi minuti dalla stazione dell'Alta velocità e dal ponte sulla A1, le eteree architetture di Calatrava. Qui ha sede Holyart, una società che in pochi anni si è affermata come leader mondiale nella vendita online di oggetti sacri. Un magazzino di 40 mila articoli, un fatturato che dalla nascita nel 2007 è sempre cresciuto a doppia cifra, fino ad arrivare ai sei milioni di euro dello scorso anno.

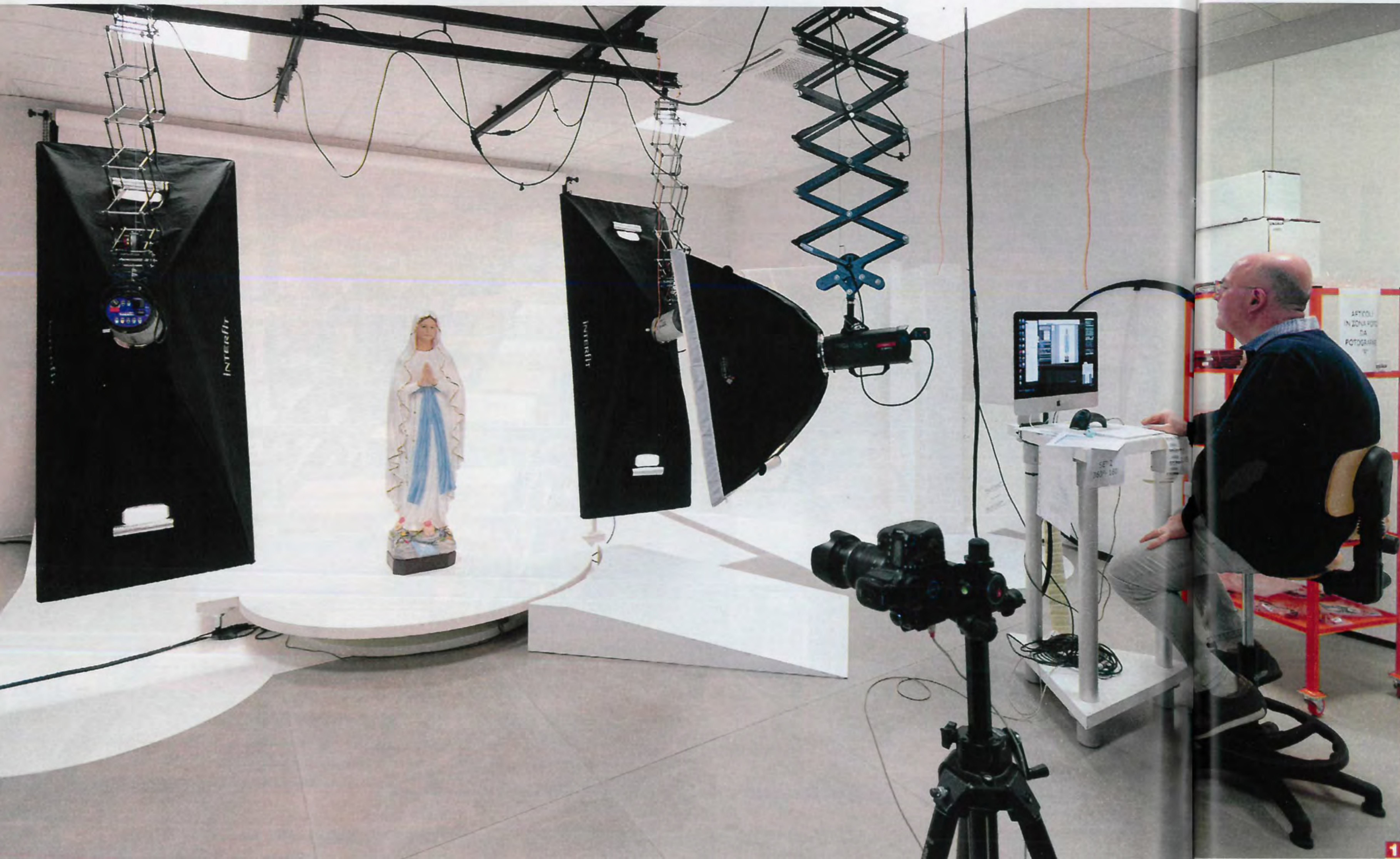


A gestirlo non sono frati o suore ma una srl fondata da due soci emiliani: Stefano Zanni e Gabriele Guatteri. «Le foto al piano terra? Non bisogna stupirsi. Quelli sono i nostri guru. Anche se vendiamo articoli religiosi, bisogna stare nel mondo. Le immagini di Padre Pio, papa Wojtyła, Madre Teresa, don Bosco sono dove meritano: al piano di sopra» sorride Zanni, che è anche l'amministratore delegato della società. «Siamo nati per scom-

1 IL MAGAZZINO IN STILE AMAZON DA CINQUEMILA METRI QUADRI CHE CONTIENE OLTRE 40 MILA ARTICOLI RELIGIOSI. ENTRO GIUGNO, CON LA COSTRUZIONE DEL SECONDO PIANO, VERRÀ QUASI RADDOPPIATO **2** GLI UFFICI DELLA HOLYART, LEADER MONDIALE NELLA VENDITA ONLINE DI ARTICOLI RELIGIOSI **3** CALICI DA MESSA **4** UN GESÙ PRONTO PER ESSERE SPEDITO

messa. Gabriele aveva un negozio fotografico con un reparto di articoli religiosi, qui nel Reggiano. Quando cessò l'attività, mi chiese che cosa fare delle cose nel

magazzino. Allora lavoravo nella consulenza d'impresa e insegnavo alla Profinquest, la business school fondata da Romano Prodi a Bologna. «Vendiamole su internet», gli dissi. Scelta naturale oggi, molto meno scontata allora. «In Italia non c'era ancora Amazon e sapevamo poco di e-commerce: ci siamo fatti fare il sito e abbiamo cominciato». L'avvio ricorda la mitologia delle start up californiane. «Siamo partiti in due garage a Sas-



[1] LO STUDIO DOVE VENGONO FOTOGRAFATI GLI OGGETTI PER IL CATALOGO ONLINE

[2] AL PIANO TERRA CAMPEGGIANO GIGANTOGRAFIE DEI GURU DELLA SILICON VALLEY (BILL GATES, STEVE JOBS, MARK ZUCKERBERG E JEFF BEZOS)

[3] NEL MAGAZZINO CI SONO ANCHE STATUE A GRANDEZZA NATURALE

[4] SCATOLONI DI VINO DA MESSA

[5] FRA I PRODOTTI CI SONO LE PRODUZIONI DEI MONASTERI, COME LIQUORI, BIRRE, MIELE, MARMELLATA E COSMETICI

duecento fornitori sono artigiani italiani, i migliori. Con le specializzazioni: i presepi dalla Valgardena o, ovviamente, da Napoli. I rosari da Loreto. L'oreficeria liturgica da Lombardia e Veneto. Abbiamo viaggiato per tutta Italia per conoscerli e farci conoscere». Sugli scaffali regna un apparente disordine. «Noi facciamo come Amazon: i prodotti sono collocati in modo casuale. Questo velocizza il loro ritrovamento, contrariamente a quello che si potrebbe credere. È un software a guidare gli operatori: se andasse in tilt, ci metteremmo mesi a ritrovare le cose». Holyart ha studiato bene il colosso mondiale dell'e-commerce: «Sia-

mo andati due volte a Piacenza a osservare il modello del centro per l'Italia. Ci accomuna la varietà dei prodotti: noi abbiamo dalla fragile palla in vetro di Murano alle statue in marmo pesanti un quintale».

Quello che stupisce è che Holyart abbia successo vendendo per un pubblico, quello dei sacerdoti e dei credenti, spesso non giovanissimo e poco avvezzo agli acquisti online. «Ormai anche in questo settore si esigono prodotti di ogni tipo, disponibili sempre e ovunque. Dove lo trovi se non qui un magazzino con duecento tipi di stole disponibili immediatamente? Comunque per i clienti meno

tecnologici abbiamo un'assistenza telefonica che li segue passo passo». I dipendenti sono una trentina, venti a tempo indeterminato. In periodi come il Natale si arriva a qua-

«SUGLI SCAFFALI NON MANCA IL MADE IN CHINA MA LA MAGGIOR PARTE DEGLI OGGETTI SONO MADE IN ITALY»

ranta addetti. S'incontrano tutte facce giovani. Come li selezionate, nelle parrocchie? «No, non chiediamo certo se uno va a messa. L'importante è non essere pregiudizialmente contro la religione. La nostra azienda vuole anche essere multiculturale: se devi vendere al mondo, il mondo deve far parte di te. Ci sono ragazzi da Francia, Germania, Polonia, Turchia, India, Ghana, Kenya, ma anche dagli Usa e dal Sudamerica». Il call center, con i suoi operatori madrelingua, copre sei lingue. Per i lavoratori ci sono una cucina con la cantinetta dei vini e una sala relax con il calcio balilla. «Organizziamo pranzi, feste e aperitivi tutti insieme. Qui non si lavora il sabato e la domenica. Diamo un premio di mille euro alle donne che vanno in maternità e le mamme possono avere orari flessibili. Incoraggiamo i nostri lavoratori a fare i loro acquisti o la spesa online e a farsi consegnare gli oggetti qui, così studiamo le confezioni e i servizi degli altri. Di aziende ne ho viste tante, ma da noi il clima fa la differenza». E i clienti si affezionano. «Lei non sa quanti messaggi di ringraziamento riceviamo con scritto "Pregherò per voi"».

Damiano Fedeli



suolo, lavorando fuori orario, di notte. Volevamo arrivare a 100 mila euro in tre anni e poi chiudere. Invece ci siamo innamorati di quest'idea e abbiamo continuato. Dopo tanti cambi di sede, siamo qui dal 2017. E continuiamo a ingrandirci: entro giugno completeremo un secondo piano, arrivando a ottomila metri quadri».

Entrando a Holyart non si respira l'odore di sagrestia che uno si aspetterebbe, ma non si è neanche in un anonimo deposito. Al contrario, gli interni hanno un design colorato, creato da uno studio famoso, l'MpaArchitects di Modena. Uno schermo all'ingresso mostra in tempo reale su un planisfero gli acquisti sul sito. «Vede? Qualcuno in Francia ha appena comprato un'icona russa. L'anno scorso abbiamo mandato 70 mila pacchi

in 110 Paesi», spiega Zanni. I ritmi di crescita sono effervescenti. «Nel 2018 siamo arrivati a sei milioni di fatturato, 37 per cento in più rispetto all'anno precedente. L'obiettivo è di fare otto milioni quest'anno e dieci entro il 2020».

Vista dall'alto sembra davvero una piccola Amazon. «Inseriamo dai tre ai quattrocento prodotti nuovi al mese. Quest'anno vogliamo arrivare a un totale di 50 mila». Ogni articolo viene fotografato da Guatteri, l'altro fondatore, nello studio professionale interno. Sugli scaffali, migliaia di oggetti fra il devozionale, l'artistico e il decisa-

CROCIFISSI, STATUINE, STOLE DI OGNI TIPO, MITRE, MADONNE: SI TROVA DI TUTTO

mente kitsch. «Abbiamo vari tipi di prodotti. Icone, immaginette, statue di ogni dimensione, rosari, ma anche gioielli a tema religioso» racconta Zanni. «Il nucleo centrale sono gli accessori liturgici per parrocchie e conventi: amboni, piccoli altari, tabernacoli, calici e ostensori, ceri e candele. E poi i paramenti da messa. E, ancora, gli articoli per vescovi: anelli episcopali, mitre e bastoni pastorali». Altri settori sono quello del Natale, con diecimila articoli per il presepe, e quello degli eventi particolari come beatificazioni o giubilei. «Infine abbiamo le piccole produzioni dei monasteri. Marmellate e miele, birra e liquori, cosmetici e rimedi naturali».

Sugli scaffali il *made in China* non manca. «Ma più della metà dei nostri

prodotti sono fatti in Italia».

