

Cityguru, l'altro Groupon per la Milano da bere

DI GIACOMO GHILARDI

L'iniziativa si colloca in quel mondo che un po' si ispira al commendator Zampetti dei Ragazzi della 3C, quello che «uè, Milano-Cortina due giri di Rolex», e un po' al gruppo de Il Milanese Imbruttito (che ora spopola su Facebook), ovvero il cittadino milanese a suo agio solo sotto la Madonnina ed esperto di locali. Dal 29 ottobre, infatti, è acquistabile sul sito dedicato la card **Cityguru**, che già dal look, metallica e color oro, sta tra il prestige e il bauscia meneghino. Costa 49 euro (poi, a regime, salirà a 79 euro), è personale e non cedibile, dura 12 mesi, e al momento consente di ottenere sconti dal 10 al 50% (in media tra il 25 e il 35%) in un centinaio di ristoranti di Milano. L'obiettivo è di arrivare presto a quota 250 esercizi food e altre 250 vetrine nel mondo del beauty e benessere (centri estetici, palestre, piscine, circoli di tennis, spa ecc.) per arrivare a quota 500 ed espandere il progetto sia verso Expo 2015 (quindi ai visitatori), sia verso altre città italiane, ma pure nelle località di villeggiatura da milanesi. Il plus dell'iniziativa lanciata da tre giovani imprenditori (Federico Talso, Andrea La Loggia e Jacopo Lupi, che prevedono di andare a break even in 12 mesi) è che non occorre prenotare né annunciarsi in anticipo come cliente **Cityguru** al ristorante e negli altri esercizi: si arriva, si usufruisce normalmente del servizio, sia esso di ristorazione o quant'altro, e solo al momento del conto si presenta la card **Cityguru** che darà diritto automaticamente allo sconto previsto in quel giorno su tutto lo scontrino (incluse bevande e coperto, in caso di ristorante) e per tutte le persone che accompagnano il titolare della card.

Il business di **Cityguru** sta esclusivamente nella vendita delle tessere, e non ci sono percentuali sul fatturato prodotto (a differenza di altre iniziative, tipo Groupon). Il trattamento per il cliente, poi, è ai massimi livelli. Per conoscere gli sconti attivi quotidianamente è sufficiente consultare il sito www.cityguru.it o scaricare l'App dedicata. Le difficoltà del progetto? Farsi conoscere e allargare il network: per questo sono state coinvolte le agenzie T2O media, GoodMood Comunicazione, e Limoney che si occuperà di potenziare la rete di esercizi attraverso il crowdfunding.

—© Riproduzione riservata—

