

FEDE E OPERE

Holyart, quando l'e-commerce diventa apostolato

LIBERTÀ RELIGIOSA

29_11_2016



**Andrea
Zambrano**



Le immagini di Steve Jobs e Jeff Bezos sono appese al piano terra, ma senza la mitizzazione che ne fanno i guru di internet come nuova ragione di vita. Servono come modello di studio, in fondo sono i Leonardo da Vinci dell'epoca moderna. Ma non sono tutto. Al piano superiore infatti, per ricordarci sempre chi abbiamo sopra la testa, Stefano Zanni ha collocato i santi della contemporaneità che hanno saputo parlare alle

masse del Dio di Gesù Cristo anticipando i tempi della comunicazione globale: c'è San Giovanni Paolo II Papa, ma c'è anche San Giovanni Bosco, e Santa Madre Teresa di Calcutta, ma anche il beato Piergiorgio Frassati.

Internet è uno straordinario mezzo di evangelizzazione dei popoli. E qui a **Holyart** lo sanno bene. “Se in Namibia un papà vuole regalare un crocifisso a suo figlio, dove va? Chi glielo può consegnare? Noi diamo per scontate tante cose che non lo sono affatto. Eppure in un ordine on line si può nascondere una salvezza”. Come dare torto all'ideatore del primo e-commerce di articoli religiosi che, proprio come il padre della mela, è partito da un garage dove ha iniziato a stivare i primi oggetti religiosi. Oggi al posto di quel garage in provincia di Modena c'è uno stabilimento moderno che è stato inaugurato a Reggio Emilia dal vescovo Massimo Camisasca. Perché la sede di via Monti Urali era ormai troppo piccola per ospitare la quantità sterminata di merci che ogni giorno partono in tutto il mondo.

In 9 anni Zanni e il socio Gabriele Guatteri hanno costruito un piccolo miracolo italiano, un miracolo in tutti i sensi perché oltre agli strabilianti risultati in termini commerciali, quella della Pulcranet, la società che ha il marchio di Holyart.it - Il primo e-commerce di arte sacra e articoli religiosi, è un'avventura fatta di apostolato e preghiera. Il titolare l'ha ricordato proprio giovedì nel corso dell'inaugurazione della nuova sede reggiana mentre ringraziava tutti, dai famigliari ai fornitori e i collaboratori: “Holyart ha iniziato da zero la sua attività 9 anni fa, e in questi anni abbiamo avuto la fortuna di crescere sempre a doppia cifra. Abbiamo a catalogo quasi 30.000 referenze e quest'anno spediremo oltre 40.000 pacchi in circa 110 paesi del mondo. Questi numeri significano che migliaia di cristiani presenti nel mondo, in zone disagiate come sacerdoti e missionari in Africa, o piccole comunità che vivono la loro fede in una situazione di semi clandestinità, oppure i cristiani di nazioni ormai secolarizzate come la Francia ove è raro trovare un negozio che abbia articoli religiosi, o posti sterminati come la Cina ove è difficile rendere visibile la propria appartenenza a Cristo, ebbene, tutte queste persone grazie anche al nostro lavoro hanno potuto ricevere i simboli della propria fede”.

E a riprova di questa nuova frontiera del sacro, Zanni esibisce con orgoglio misto a commozione le fotografie di piccole e sperdute comunità clandestine della Cina che hanno ricevuto chi un tabernacolo, chi un crocifisso dopo aver fatto collette faticose e rischiose. Sono foto che celano un mondo, per dire non solo che la merce è arrivata a destinazione, ma per ringraziare chi come noi, limitandosi a raccogliere un ordine e a spedirlo, ha permesso a chi rischia la vita per Gesù Cristo di toccare con mano i segni della speranza che lo anima. Un tabernacolo impacchettato e spedito dall'altra parte del

mondo, e di là ad attenderlo una comunità cristiana che adesso può custodire dignitosamente la ragione stessa della sua vita.

C'è forse uno spot migliore per far capire come l'ingegno umano possa mettersi al servizio sapientemente dell'opera di Dio? "In fondo – spiega Zanni alla *Nuova BQ* – noi non facciamo altro che spedire merce, ma in quella spedizione c'è un mondo che si apre, ci sono speranze che si accendono, ci sono rosari che arrivano a destinazione e salvano vite intere. Non avrei mai immaginato che la più grande soddisfazione del mio lavoro sarebbe stato il ringraziamento di chi ci benedice per quel che facciamo”.

Zanni e Guatteri lo hanno capito e per questo hanno cercato in tutti i modi di rendere l'ambiente di lavoro bello e ordinato. La stessa bellezza e lo stesso ordine che il vescovo di Reggio Emilia ha notato appena entrato per celebrare la messa nel mega magazzino e benedire i nuovi muri. Perché dietro Holyart non c'è un freddo operatore, ma un essere umano in carne ed ossa, che risponde al telefono, segue gli ordini, fosse anche solo una statuina del presepe. E non serve solo sacerdoti alla ricerca di camici, pissidi, calici, candele e statue, sennò il suo raggio d'azione sarebbe molto limitato. Ma serve chiunque, per un motivo o per l'altro, cerca articoli religiosi: per pregare o anche solo per decorare, ma in molti casi anche per salvarsi. Il tutto lontano dai santuari e dai centri di preghiera della Cristianità, dove maggiore e più allettante sarebbe l'effetto emozionale dell'acquisto. Chi compra on line ha un bisogno, non lo crea.

E poi c'è l'idea vincente di Zanni, che dieci anni fa, mentre lavorava come consulente di direzione alla Teikos Consulting, ha iniziato a studiare il fenomeno dell'e-commerce che nei primi anni 2000 muoveva i primi passi con Amazon, E-bay e gli altri colossi del commercio on line. Per lui sono stati anni di studio, di stage e di consulenza, fino al grande passo: provare a vendere qualcosa in prima persona e non limitarsi a far vendere gli altri.

“Era il 2007 – aveva raccontato in passato ad un giornale locale della sua provincia -. Con Gabriele abbiamo iniziato a stivare in due garage a Sassuolo gli articoli religiosi del suo negozio, che stava chiudendo. Ci siamo fatti venire un'idea. Avevo bisogno di un campo inesplorato, ma di grande diffusione. Però era un mondo che non conoscevo. Così abbiamo passato una settimana intera a Koinè, la più grande fiera di articoli religiosi in Italia, che si svolge a Vicenza. E da lì abbiamo iniziato a contattare i primi fornitori”.

La prima vendita all'estero avviene in Canada: una statua per due sorelle canadesi che avevano un negozio a Cleveland.

A Holyart si trova davvero di tutto: dai rosari da pochi cent a icone russe d'artista da 5000 euro. Di ogni articolo ci sono decine di varietà. "In questo modo la crescita del fatturato avviene grazie al meccanismo della "coda lunga", che ti permette di fare volumi immensi di vendita di 1 prodotto alla volta, sempre diverso". E anche ciò che appare particolarmente costoso da comprare on line non li scoraggia: "Qui entrano in gioco due fattori determinanti. Il primo è l'affidabilità. Il nostro cliente sa chi siamo, ci scrive, può parlarci. Abbiamo un call center apposito. Li accompagniamo. Una volta una signora americana voleva portare una statua comprata da noi a prendere la benedizione dal Papa. Ci siamo attrezzati per portarla a Roma. E' stata un'avventura, ma lei è rimasta contenta. Il secondo è la qualità dell'esposizione del prodotto: le foto che mostriamo sono quelle proprio di quel prodotto, lo puoi vedere in ogni angolatura con una definizione eccezionale. E poi se non sei contento, lo veniamo a ritirare a nostre spese".

Dietro l'aspetto commerciale c'è dunque un apostolato che cresce grazie alla fibra ottica, un tentativo di farsi vicino a chi evangelizza in contesti scomodi o inaccessibili e che può diventare davvero uno strumento per avvicinare i cristiani di tutto il mondo. Per una volta, internet non è la cloaca dove si riversano tutti i mali.