

Borghesi: “Serve un nuovo equilibrio tra dettaglio e grande distribuzione”

Agli Stati generali del commercio, il vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia chiede al futuro governo della Regione di tener conto delle diversità e della pluralità presenti sul territorio. “Va favorito uno sviluppo armonioso tra piccoli negozi e grandi strutture”

“Manifattura Macconi e Mazzoleni” 80 anni al servizio della moda

Da un mondo di sarti e di sartine, in cui si facevano i vestiti in casa, grazie alle sapienti mani di mamme, nonne e zie, o in piccoli laboratori, a una realtà in cui per rimanere sul mercato è necessario rendere un servizio di qualità, in cui contano la personalizzazione e la rapidità nelle consegne. Un cambiamento sociale, in mezzo al quale sta tutta la storia della Manifattura Macconi e Mazzoleni di Bergamo, cominciata nel 1930.

«Sono stati i nostri nonni, Carlo Mazzoleni e Luigi Macconi, soci e cognati, a partire con l'attività di vendita all'ingrosso di articoli di sartoria in via Sant'Orsola» – raccontano i nipoti Nicola Mazzoleni e Luigi Macconi, la terza generazione a tenere il timone dell'azienda di famiglia.

«All'epoca c'erano molti sarti e il lavoro si è sviluppato bene – continua Nicola -. Negli anni Sessanta, con la seconda

generazione rappresentata dai nostri genitori, Giancarlo Mazzoleni e Giacomo Macconi, seguendo lo sviluppo economico di quel periodo, abbiamo trasformato la merceria in centro in un negozio al dettaglio e nell'altro immobile attiguo, già di nostra proprietà, abbiamo aperto il negozio di abbigliamento che si può ancora vedere oggi e che è gestito da mio fratello, Carlo Mazzoleni».

Nello stesso periodo, si amplia l'attività guardando anche all'ambito industriale, in una congiuntura economica in cui, nel nostro territorio, la manifattura tessile e il confezionamento erano forti: «Nasce così la sede di via Borgo Palazzo, che si occupa di produzione e distribuzione di foderame e accessori per l'industria della confezione».

Un settore in cui la crescita di questa attività avviene in una prima fase in modo quantitativo, perché «una volta c'erano pochi articoli standard – spiega Luigi – perciò tenevamo un maggior volume di magazzino e si faceva presto ad accontentare il cliente nelle sue richieste». In una seconda fase, invece, concentrata soprattutto negli ultimi anni, conta di più l'aspetto qualitativo del servizio e la rapidità: «Il tipo di prodotto che ci viene richiesto è più specialistico e personalizzato – precisa Nicola -, per cui anche nella produzione dobbiamo ingegnarci con i nostri terzisti in tempi piuttosto ridotti, massimo una settimana. E non basta, perché bisogna abbinare un servizio altrettanto efficiente che, in uno o due giorni, sia in grado di effettuare la consegna di quanto richiesto».

Il cliente, in sostanza, ordina ciò che serve e, se si tratta di cerniere o foderami, si avvia una produzione specifica, altrimenti ci si rivolge ai terzisti che producono bottoni o altri accessori per soddisfare la richiesta. Un meccanismo in cui produzione e commercializzazione si sono quasi omologate e hanno lo stesso peso, anche se il servizio, sempre più spesso, costituisce un valore aggiunto. Tra i clienti della Manifattura Macconi e Mazzoleni, le poche industrie di confezionamento rimaste – «con la crisi solo una su dieci ha resistito» – e, lungo la filiera del settore, anche grandi

marchi della moda.

«Il cambiamento più forte – considera Nicola – si è visto negli ultimi dieci anni, sia per quanto riguarda la parte industriale sia per la vendita al dettaglio». Per la parte industriale, «il nostro impegno – aggiunge – è quello di sviluppare sempre di più il rapporto qualità e prezzo con il servizio, in modo che sia il migliore e il più competitivo. Perché l'investimento oggi è già il poter dire di essere in grado di continuare l'attività». La filosofia è quella di essere sempre pronti a cambiare, per tenere il passo coi cambiamenti, per questo «stiamo già lavorando per migliorare l'immagine del negozio di via Sant'Orsola – continua -, con una ristrutturazione che porti innovazione, pur mantenendo la serietà dell'esperienza e la qualità dei prodotti commercializzati. Vorremmo riorganizzare la gestione e l'allestimento del punto vendita, per adeguare l'offerta alla domanda attuale».

Il centro cittadino, d'altra parte, negli ultimi anni ha assistito a un rapido e continuo cambiamento delle attività commerciali insediate, con negozi che hanno aperto e dopo pochi mesi hanno anche già chiuso i battenti; e le realtà storiche sono ormai pochissime. «In un negozio bisogna seguire l'evoluzione del cliente nei suoi gusti – chiarisce Nicola Mazzoleni – e il cliente moderno cerca anche un ambiente nuovo, con un'immagine al passo coi tempi».

La speranza è che questi sforzi diano il loro frutto, pur consapevoli della crisi in atto e del ristagno dei consumi, e permettano la continuità di un'attività «bella, un lavoro che ci piace molto – concludono Nicola Mazzoleni e Luigi Macconi -, perché ci permette di avere tanti contatti. Vorremmo mantenere come punto di forza la serietà del servizio e la qualità data dall'esperienza, con l'aggiornamento dell'offerta. Per mantenere la nostra clientela abituale e avvicinare nuovi clienti».

Dal 2005, infine, si è investito anche nel campo immobiliare, per cercare di bilanciare le oscillazioni cicliche del settore tessile.

Bonicelli (Giovani Ascom): «Obiettivo collaborare con l'Università»

Classe 1974, titolare di una salumeria-gastronomia a Villa d'Ogna, Luca Bonicelli raccoglie il testimone di Ettore Coffetti «Credo che il Gruppo possa recitare un ruolo importante per l'evoluzione del settore»

Accesso al credito, «per le imprese sarà un 2013 ancora difficile»

Il responsabile del settore credito e incentivi della Confederazione evidenzia le problematiche del rapporto banca ed impresa, sottolineando il ruolo di "cuscinetto" e "ammortizzatore" rappresentato dai Confidi. E in vista delle elezioni rinnova a chi governerà il Paese l'invito a supportare l'accesso al credito

Affari di Gola, in edicola e on line le news più golose

Cercate un'idea nuova per uscire a cena o per la pausa pranzo? Volete scoprire le nuove tendenze in fatto di gusto o riscoprire le tradizioni? Affari di Gola è la rivista che ogni mese risponde alle curiosità dei buongustai e aggiorna gli addetti ai lavori sulla realtà bergamasca e non solo. Il numero di febbraio è in edicola e on line da domani ed offre, come d'abitudine, servizi tutti da assaporare. La storia di copertina è quella di M1.lle, il locale aperto da poche settimane in viale Papa Giovanni, in città, guidato da Paola e Giampaolo Stefanetti, che si propone come nuovo baricentro di idee golose. Con le interviste ai fornitori si fa il quadro delle scelte di ristoratori e baristi per il nuovo anno in fatto di acquisti alla luce della crisi e se volete sapere che aria si respira ogni mattina tra i banchi del mercato ortofrutticolo alla Celadina risparmiandovi la levataccia basta andare qualche pagina più in là. Nel numero si parla anche di formazione e delle possibilità di lavoro che la ristorazione offre nell'intervista al direttore generale di Abf Luigi Roffia, di come valorizzare le erbe spontanee, delle piccole ma interessanti produzioni di salumi affumicati in Bergamasca e del boom del cibo da strada all'insegna della tradizione. I ristorante visitato è Cucina Cereda a Ponte San Pietro, mentre per il menù fisso di mezzogiorno la tappa è stata alla Trattoria Magetta di Cividate al Piano. Non mancano gli spunti di dibattito e il calendario degli appuntamenti.

Sigarette elettroniche, si accende la polemica

Il fumo "digitale" di e-cigarette è ormai una vera propria moda, cavalcata e confermata dall'apertura di nuovi negozi, per lo più in franchising, in città e in provincia, dai centri storici ai centri commerciali. Le insegne si moltiplicano, ma anche le polemiche

Bombassei: «La vera priorità è creare nuovi posti di lavoro»

Ha scelto di scendere in campo nell'agone politico a fianco del presidente del Consiglio uscente, Mario Monti, nella convinzione di «poter dare qualcosa, più che di ricevere». La nostra intervista a margine dell'incontro promosso nei giorni scorsi da Imprese e Territorio

Lavoro, per sei giovani su dieci la laurea non basta

Sondaggio online del gruppo San Pellegrino. Per i laureati e studenti in carriera referenze ed esperienze valgono più di un titolo di studio per trovare una occupazione. Turnover

bloccati e imprese che non assumono le maggiori difficoltà incontrate. Alle aziende chiesta più meritocrazia e integrazione nei progetti

Expo, sul turismo tutti in cerca di una strategia unitaria

Ai primi Stati generali del Marketing territoriale, lanciati dalla Regione, caccia agli strumenti per rendere più attrattivo il territorio ed accogliere i potenziali 20milioni di visitatori attesi. De Carlo: "Bisogna promuovere le eccellenze attraverso temi e linee di prodotto, vocazioni e passioni". Dallo sport alle terme fino alla cultura, tutto fa risorsa

Perché le corsie preferenziali non possono salvarci dal traffico

Il discorso delle corsie riservate è viziato alla base da opposti preconcetti ideologici.

I problemi del traffico sono causati da un eccesso di mobilità individuale conseguente a sua volta, in buona misura, a un'inadeguatezza del trasporto pubblico...