

La storia/Marinoni

«Il mio business? E' uscito dal forno»

Dalle panetterie-bar ai piatti pronti



Alimenti Maria Marinoni, guida l'azienda di famiglia

Trasformare una panetteria di quartiere in una Pmi di successo. A Milano c'è riuscita la famiglia Marinoni (in attività dal 1903) grazie a una strategia precisa, avviata all'inizio degli anni Ottanta: mettere sotto lo stesso tetto un forno, un bar e poi anche un pub dove sedersi a mangiare. Insomma, la diversificazione del business — forno con caffetteria — è stata una carta vincente. In oltre un secolo i Marinoni hanno aperto (e poi ceduto con utili) un totale di 35 esercizi nel capoluogo lombardo, cercando di sperimentare nuove idee in grado di conquistare i consumatori.

«All'inizio i panettieri consideravano svilente l'innovazione della caffetteria nello stesso ambiente — spiega Maria Marinoni, a capo dell'im-

presa e terza generazione della famiglia —. Adesso hanno capito che nel centro di Milano la formula funziona».

La formula funziona al punto da convincere l'imprenditrice, al momento titolare di quattro negozi, ad aprire due nuovi punti vendita a Milano entro la fine dell'anno. «Con le banche non ho avuto problemi di credito — precisa —: mi hanno sempre appoggiata, conoscendo la mia storia imprenditoriale. L'unica diffi-

coltà sono i prezzi degli affitti dei muri nella zona centrale: negli ultimi anni sono aumentati pure del 50%».

Per la signora, oggi settantenne, il segreto del successo è la continua ricerca di novità da introdurre nel locale per stimolare l'afflusso di consumatori, per cui organizza serate a tema legate agli eventi, ha presentato una nuova serie di dolci al cucchiaino da pomeriggio e da una settimana propone cene pronte da portar via. «Per fare affari è importante la presentazione dei prodotti — aggiunge —. La cura di ogni dettaglio e la gestione dei diversi prodotti nelle varie fasce orarie: per esempio le brioches si sfornano fino alle 11, poi vanno i primi piatti e le pizze nel pomeriggio».

Un'attività di questo genere può essere una buona idea di business per un giovane imprenditore? «Credo di sì, a patto di partire con passione e un discreto capitale iniziale. L'investimento è notevole: soltanto per l'arredamento ci vogliono non meno di 350mila euro». Ha mai considerato di esportare il suo brand all'estero? «Londra potrebbe essere una buona piazza, magari ci penso».

PAOLA CARUSO

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'identikit

Gruppo Maria Marinoni

Sede: Milano

Dipendenti: 56

Fatturato 2010: 4,5 milioni di euro

Settore: alimentare

Pparrà

