

la cartoleria del mese



Bella da vedere, perfetta per acquistare

Nel quartiere PratoCentenaro di Milano c'è pentafoglio.milano, una cartoleria che si fa notare, dall'esterno, per bellezza e modernità. La cura per i dettagli la si ritrova anche all'interno, dove alla fornitura per la scuola e per l'ufficio e ai servizi più classici, la nuova gestione ha aggiunto un reparto libreria, adeguando l'offerta per gli articoli da regalo alle necessità delle nuove generazioni.

di *Simonetta Bianchi*

Dopo 25 anni come impiegata, Silvia Bozzoli nel corso di quel 2020 che ha cambiato le vite di tutti noi decide di dare una svolta alla sua. Si dimette e inizia a cercare una nuova direzione da seguire. La sua ricerca la conduce ad una storica cartoleria del quartiere di Milano in cui vive che sta per cedere la gestione. Il resto ce lo racconta direttamente lei...

■ **Come è nata la cartoleria e come si è sviluppata?**

Da tempo avevo l'idea di portare "del bello" nel quartiere. Avevo preso in considerazione tante op-

zioni per portare valore aggiunto a una zona che, come tante, ha subito l'effetto negativo della globalizzazione e dell'egemonia della grande distribuzione. Quando nel dicembre del 2020 ho saputo che un negozio ben avviato, con ampia esposizione e con una posizione strategica rispetto alle scuole primaria e secondaria stava cedendo la gestione dopo oltre 30 anni di esercizio, ho pensato che finalmente la mia necessità di creare valore aggiunto aveva trovato un terreno fertile dove crescere e mettere radici. Così il quadrifoglio della gestione precedente si è sviluppato nel pentafoglio.milano: l'evoluzione della specie e del servizio al nostro quartiere.



■ **La vostra offerta è molto ampia. Qual è il vostro core business? Quali categorie di prodotti avete affiancato alla cartoleria per ampliare il vostro catalogo?**

La gestione del negozio ha saltato due generazioni ed ha cambiato genere, l'offerta ha seguito lo stesso impulso. Il negozio offre il materiale necessario per le scuole del quartiere e intanto strizza l'occhio agli alunni e alle loro mamme, per giocattoli, idee regalo, libri di ogni genere, oppure per una semplice coccola, un oggetto che possa appagare il bisogno di bello e di nuovo: così, per esempio, abbiamo ottenuto la fornitura delle mitiche borse Naj Oleari, della Zeugo (l'erede del Subbuteo in Italia),





ESSENZA
DEL
M
E
S
E



low Tree, le candele Yankee Candle, oltre ai marchi storici della fornitura scolastica Seven, Eastpack e Invicta.

Non nascondo che è difficile descrivere in un'istantanea la mia offerta, perché cerchiamo ogni giorno nuove opzioni da proporre e accettiamo le proposte di nuovi fornitori che, col passare del tempo, ci cercano per la distribuzione dei loro prodotti. Sinceramente questo aspetto mi riempie di orgoglio.

■ **Oltre all'ampia gamma di prodotti, quali servizi offrite alla clientela?**

Nel settore ufficio ed aziende garantiamo la fornitura di materiale di cancelleria di prima qualità oltre al servizio di produzione di timbri di vario tipo ed uso. Il servizio di stampe a colori e in bianco nero, in vari formati e su diversi tipi di carta è sempre garantito, insieme a quello di rilegatura, anche a fini universitari, ed alla plastificazione di documenti, foto o opere d'arte dei clienti che frequentano il negozio. Sono felice di spendere due parole per il nostro "angolo" libreria: dal primo giorno di apertura, in aggiunta rispetto alla precedente gestione, abbiamo sempre dedicato un'intera vetrina ai libri, con le novità della settimana, approfondimenti tematici come il premio Strega, la città di Milano, la musica, libri per ragazzi e per la prima infanzia. L'idea mi è venuta perché qui in zona non ci sono librerie e chi vuole acquistare un testo in negozio deve spostarsi verso il centro o andare in un centro commerciale. Se non abbiamo "in casa" il titolo che il cliente cerca, grazie ai contatti con il principale distributore di libri nel Nord Italia possiamo garantire la consegna entro una settimana dall'ordine.

■ **Quale prodotto/servizio/caratteristica vi distingue dalle altre cartolerie e dalla concorrenza degli altri canali distributivi (e-commer-**

ce, grande distribuzione)?

In tutta franchezza non possiamo confrontarci con la grande distribuzione dell'e-commerce, vorremmo creare un servizio di acquisti on line per il materiale scolastico, per i libri e poi per tutto il nostro materiale ma penso che sia necessario fare un passo alla volta per garantire sempre e comunque un servizio adeguato.

■ **Come costruite il vostro rapporto con i clienti? Quali strategie e canali di comunicazione utilizzate?**

I clienti ci stanno scoprendo (o ri-scoprendo) giorno dopo giorno grazie al contatto diretto garantito dal negozio su strada. Abbiamo aggiunto degli indirizzi e-mail per la prenotazione dei libri scolastici e per l'invio di documenti da stampare, oltre ad un numero Whatsapp per gestire gli ordini e le conferme di disponibilità e consegna dei titoli di libri. Abbiamo creato un sito internet ed un profilo Instagram dove comunichiamo gli aggiornamenti di tutte le novità.

■ **Nel corso della sua esperienza ha visto cambiare le abitudini di acquisto della clientela? Quanto ha pesato l'avvento di internet?**

Ho iniziato la mia attività ampiamente dopo l'arrivo di internet, quindi la mia attività non ha subito gli effetti del web, piuttosto ho colmato alcune lacune della precedente gestione relative ai vari canali di comunicazione. La mia clientela ha avuto un'evoluzione sulla spinta del cambio dell'offerta che ho introdotto.

■ **Quali sono i periodi dell'anno che attraggono un maggior numero di clienti? Quali sono i vostri prodotti best seller?**

Nel primo anno di attività, inevitabilmente il periodo della scolastica è coinciso con il massimo carico di

lavoro: tutti gli alunni residenti nel quartiere si sono riversati nel negozio per soddisfare le necessità della scuola e degli insegnanti. Anche il periodo natalizio è stato molto intenso, ma per certi versi molto più gratificante: in quel periodo ho potuto fornire il valore aggiunto che mi aveva spinto ad iniziare l'attività: ho potuto proporre tante novità con un tasso qualitativo maggiore.

■ **Che rapporto ha con i fornitori e i loro rappresentanti? Si sente adeguatamente supportata e informata sulle novità di prodotto?**

Ho selezionato in questi mesi i fornitori più affidabili e quelli che riuscivano ad offrirmi un panel di prodotti in linea con le mie aspettative. Ovviamente ho dedicato attenzione anche ai termini ed alle condizioni di consegna. Nell'ultimo periodo, per fortuna, sempre più fornitori stanno abbassando le richieste per quel che riguarda le quantità minime di prodotti da acquistare e questo ci sta sicuramente aiutando ad arricchire la nostra offerta e a fare anche alcuni "esperimenti" per introdurre articoli nuovi. Se si diventa un punto di riferimento per la zona il fornitore poi ti aiuta, ti viene incontro.

■ **Se potesse dare un messaggio/fare una richiesta al mondo della cartoleria (collegli cartolai, case produttrici ecc.), cosa direbbe?**

Ho vissuto sulla mia pelle il peso dello scetticismo nei confronti delle start up. Ho constatato che purtroppo una buona idea, in un'ubicazione strategica con una base di investimento "minima" potrebbe non essere sufficiente per garantire la crescita e il mantenimento di una nuova realtà. Grazie all'ottimo riscontro della clientela e al supporto dei fornitori la mia attività si è opportunamente avviata e sviluppata, ma non nascondo che lo scetticismo iniziale di fornitori ed enti finanziari ha rallentato la crescita della mia realtà.