

Brivio_1976: articoli di cartoleria e creazioni artigianali

Dalla passione per il mondo della grafica, del disegno e delle belle arti è nata a Monza (MB) nel 1976 l'Eliotecnica Brivio. L'attività si è poi evoluta in Brivio dal 1976, fino alla creazione, vent'anni fa, di Hobby&Papers, divisione che unisce abilità e sapienza artigianale all'amore per la carta e che trova massima espressione negli articoli per le cerimonie, acquistabili su un sito di e-commerce dedicato. In questa intervista le titolari ci raccontano i dettagli della loro attività.

di Arianna Federici

■ Come è nata la cartoleria e come si è sviluppata nel corso degli anni?

Brivio nasce come Eliotecnica nel 1976, dalla passione dei titolari per il mondo della grafica, del disegno e delle belle arti. Nel corso degli anni si è evoluta ed adeguata alle esigenze del mercato spaziando in un vasto assortimento di prodotti e servizi. Dal 2003 la tradizionale attività di cartoleria viene arricchita da un nuovo progetto: nasce Hobby&Pa-



pers, giovane azienda tutta declinata al femminile, espressione di uno stile semplice ed elegante, dove l'attenzione per una manifattura di qualità elevata si unisce alla cura del particolare e dove la tradizione della lavorazione a mano della carta viene reinterpretata con linee essenziali e contemporanee. Oggi le nostre creazioni raggiungono tutta Italia grazie al sito e-commerce hobbyandpapers.com.

■ 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?

Come cartoleria puntiamo molto sulle belle arti, proponendo un'ampia gamma di prodotti per il disegno tecnico e artistico. Offriamo tutti gli accessori necessari per dipingere, disegnare e modellare con un vasto assortimento di carte, album e tele oltre a prodotti specifici per i piccoli artisti. Per quanto riguarda le idee regalo, disponiamo di articoli di pelletteria ed ufficio come agende, porta blocchi, portadocumenti e piccola oggettistica, accanto ad un'ampia scelta di prodotti per la scrittura. Non manca naturalmente tutta l'offerta per l'office, come cancelleria con supporti ed accessori per la stampa. Una delle declinazioni più riuscite della nostra creatività, in particolare come Hobby&Papers, trova espressione negli articoli per le cerimonie con le innumerevoli proposte per partecipazioni, inviti e coordinati per eventi, ognuna studiata e realizzata seguendo il fil rouge di un tema o di un colore prescelto. Abbiamo recentemente ampliato i nostri servizi inserendo a catalogo bomboniere e confetteria artigianale.

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

Oltre alla linea wedding offriamo prodotti dedicati al mondo del business come depliant, porta documenti, biglietti da visita e flyer.



■ **Quale prodotto/servizio/caratteristica vi distingue dalle altre cartolerie e dalla concorrenza degli altri canali distributivi (e-commerce, grande distribuzione)?**

Nel nostro catalogo offriamo un vasto assortimento di carte naturali, molto richieste per tutti i prodotti legati al *wedding*. Da questo è nato il progetto Hobby&Papers con un ricco ventaglio di idee per partecipazioni e coordinati nozze, carte e accessori per la stampa e il confezionamento, packaging personalizzato e prodotti su misura come album foto e scatole.

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

La nostra cartoleria è un negozio storico, conosciuto a Monza e frequentato in prevalenza da clienti fidelizzati. Facciamo poi ricorso ai canali social (Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube) e alle campagne scolastiche per farci conoscere ed attrarre nuovi clienti.

■ **Nel corso della vostra esperienza avete assistito all'evoluzione delle abitudini di acquisto della clientela. Quanto ha pesato l'avvento di internet? Pensate di poterne trarre benefici per la sua attività?**



La diffusione dell'e-commerce ha indubbiamente rivoluzionato la vendita a distanza, ci ha consentito di lavorare con sposi in tutta Italia.

Per contro, Amazon ha sicuramente complicato la situazione già precaria del mercato ma una piccola fetta di acquirenti resta fedele al contatto diretto con il negoziante.



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

Sicuramente i momenti maggiormente *impegnativi* per la nostra attività sono l'autunno con la vendita dei prodotti per la scuola e la primavera per tutti i prodotti legati al *wedding* e più in generale agli eventi. Come cartoleria possiamo dire che ormai feste come il Carnevale o la festa della mamma e del papà non incidono praticamente più sulle vendite.

■ **Che rapporto avete con i fornitori e i loro rappresentanti?**

Abbiamo un nucleo di fornitori storici a cui ci rivolgiamo per prodotti continuativi e siamo sempre alla ricerca di nuove proposte e soluzioni da proporre ai clienti. Purtroppo alcuni dei fornitori a cui ci rivolgevamo hanno chiuso durante e dopo la pandemia da Covid-19.

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

La nostra scelta è quella di mantenere qualitativamente alto il livello dei prodotti con un giusto rapporto qualità/prezzo e ci auguriamo che anche i nostri concorrenti siano sulla stessa linea. Secondo noi non è giusto fare battaglie sul prezzo o abbassare la qualità dei prodotti perché altrimenti non avrebbe senso l'esistenza di negozi e servizi specializzati come il nostro.

