



Un punto di riferimento per un'intera comunità

Vivi...la tua cartoleria è un punto vendita situato nella periferia nord est di Milano. Una realtà piccola di dimensioni ma di grande valore, come il cuore della sua proprietaria, Viviana Birollo, che sei anni fa ha deciso di reinventarsi creando un'attività diventata un punto di riferimento fondamentale per tutto il quartiere.

di Arianna Federici

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

La mia cartoleria è nata a settembre 2017 quando, a seguito di un ridimensionamento dell'azienda dove lavoravo, una grossa società del settore oil&gas, ho dovuto reinventarmi. Dopo 26 anni di lavoro impiegatizio, in un ufficio acquisti, ho pensato quindi di "buttarmi" nel mondo della cartoleria, un settore che ho sempre amato. La mia idea era quella di creare un punto vendita in cui affiancare i gadget ai classici prodotti di cartoleria ed offrire tutta una serie di servizi. A posteriori posso dirmi molto contenta della decisione presa e, anzi, forse avrei dovuto prenderla prima. Le difficoltà sono tante ma anche le soddisfazioni. Ci abbiamo messo un po' di tempo a farci conoscere. La svolta è arrivata nel 2019, quando le persone del quartiere hanno imparato a conoscere bene me e la mia attività e il passaparola mi ha portato tanti clienti. Poi naturalmente il Covid e i lockdown ci hanno riportati al punto di partenza. Anche in quel periodo buio non sono stata ferma a guardare. Poiché avevo un contratto di leasing per la stampante ho pensato di utilizzarla per offrire un servizio utile: fotocopiavo i permessi necessari per poter circolare e li lasciavo fuori dal negozio, in omaggio per i passanti, insieme a dei libricini che avevo creato per intrattenere i bambini costretti a restare chiusi in casa. Ho pensato di fare questo "regalo" alla società in un momento di difficoltà ed ho avuto dei feedback molto positivi. Sono piccoli gesti che fanno star bene chi li fa e chi li riceve.



■ Quali categorie di prodotti avete affiancato alla cartoleria per ampliare il vostro catalogo?

Oltre ai classici prodotti di cancelleria propongo tanti articoli particolari e originali, alcuni fatti a mano da me e altri realizzati da artigiani o produttori che ho incontrato visitando le fiere di settore. Parlando inglese ho trovato anche ditte straniere che mi forniscono dei materiali, il tutto cercando sempre di contenere i costi perché vedo che gli articoli più costosi faccio molta fatica a venderli nella zona in cui sono. Per arricchire e diversificare la proposta della mia cartoleria ho pensato di impegnarmi in prima persona, provando qualcosa di nuovo: a 50 anni ho frequentato dei corsi per realizzare a mano dei biglietti d'auguri, che piano piano sto andando a sostituire a quelli tradizionali perché vedo che stanno piacendo. Costano poco di più rispetto a quelli stampati ma sono tutti pezzi unici. Ho frequentato anche un corso per lavorare la resina per poter proporre og-





gettistica e bigiotteria sempre fatta da me. Realizzo inoltre book fotografici, segnalibri e altri prodotti interamente fatti a mano che stanno conquistando i clienti, mi occupo della grafica e della realizzazione di inviti per compleanni, Cresime e altri eventi. Infine, abbiamo una stampante 3d con cui realizziamo prodotti personalizzati su ordinazione.

■ Quale prodotto/servizio/ caratteristica vi distingue dalle altre cartolerie e dalla concorrenza degli altri canali distributivi?

Io sono una persona molto creativa e cerco sempre di inventarmi nuove iniziative. Organizzo in cartolerie feste di Halloween, Carnevale, Natale, ecc. per coinvolgere i clienti o semplicemente i passanti. A Natale ad esempio invitiamo i bambini a portarci le loro letterine per Babbo Natale, i miei figli mi aiutano travestendosi da elfi e coinvolgiamo anche il nostro cane, il labrador Loki, che è praticamente la mascotte ufficiale del negozio. Cerco di proporre iniziative che possano coinvolgere il quartiere, anche grazie alla collaborazione di altri negozianti della zona, con cui ho un bellissimo rapporto. Le nostre iniziative ci hanno reso popolari e benvenuti in tutto il quartiere e questo affetto mi dà la forza di continuare con la mia attività anche nei momenti più difficili. Avendo lavorato tanti anni in ufficio e studiato informatica da giovane sono brava con il computer e questo mi aiuta sul lavoro. Tante persone anziane si rivolgono a me anche solo per due

chiacchiere o per avere un aiuto dal punto di vista tecnologico, ad esempio se hanno dei problemi con l'utilizzo del telefono. Si è creato un rapporto di grande fiducia e questo per me è molto bello. È ciò che caratterizza i piccoli negozi, che purtroppo stanno via via scomparendo dalle nostre città. Un'altra caratteristica della mia cartoleria è quella di supportare iniziative di beneficenza. Siamo in collegamento con il programma QuBi di Viale Monza che aiuta le famiglie in difficoltà del quartiere. Ho iniziato a donare dei miei prodotti, ho coinvolto anche i miei fornitori e insieme siamo riusciti a regalare articoli come zaini, astucci, pennarelli, ecc. I miei clienti quando hanno saputo questa cosa hanno voluto fare delle donazioni. So che di recente sono cambiati i responsabili e devo ancora conoscerli ma penso che non avremo problemi a proseguire la collaborazione. E se non sarà con loro troverò altre realtà da aiutare!

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

Il Carnevale mi sembra sempre meno sentito, vedo anche in giro pochi bambini travestiti, se ne vedono di più il giorno di Halloween ormai. Anche in occasione di altre ricorrenze come la festa della mamma o del papà tengo pochi prodotti dedicati perché vedo che ormai non interessano più di tanto alla clientela. Come tutte le cartolerie lavoro tantissimo a settembre con la scolastica, anche perché propongo delle promozioni speciali. Organizzo delle lotterie mettendo in palio dei premi per i miei tesserati e cerco di tenere i prezzi contenuti anche per quaderni, penne e altri articoli utili per la scuola. Molti clienti hanno capito che conviene rivolgersi ad una cartoleria per acquistare gli articoli scolastici perché così sei sicuro di non sbagliare e hai la possibilità di un contatto umano. E oltretutto non è sempre vero che acquistando online o nella grande distribuzione si vada a risparmiare, bisogna valutare il singolo prodotto.

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

Come accennavo, mi piace andare alle fiere di settore e a questi eventi ho trovato anche i miei rappresentanti. Quello della cartoleria me l'ha presentato la cartolaia da cui mi servivo anni fa come cliente che quando ha saputo che volevo buttarmi in questa avventura mi ha aiutato tantissimo, insegnandomi il mestiere e dandomi consigli preziosi. Ho tre rappresentanti di riferimento che sono molto validi, credono tanto in me e capiscono le mie esigenze. Sono stata chiara dall'inizio: la mia cartoleria è piccola e quindi io ho bisogno di poter acquistare quantità limitate di articoli altrimenti non so dove metterli e non riesco a venderli.

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

Ai colleghi cartolai vorrei dire di essere sempre molto flessibili, pronti a cambiare, a studiare qualcosa di nuovo e sempre col sorriso sulle labbra, nonostante le difficoltà. Un messaggio alle case produttrici può essere quello di non insistere nel proporre prodotti che la cartoleria ha già detto più volte di non voler acquistare e di essere più elastici sul discorso delle quantità minime da acquistare, tenendo conto del fatto che esiste la grande distribuzione, esistono i grandi centri ma esistono anche le cartolerie piccole, di periferia come la mia. Ai clienti dico di provare a dare maggiore fiducia non solo alle cartolerie ma in generale ai negozi che sono realtà fondamentali all'interno delle nostre città, anche dal punto di vista umano.

<https://www.facebook.com/viviatuacartoleria>

■ Come costruisce il suo rapporto con i clienti? Quali strategie e canali di comunicazione utilizza?

Abbiamo le pagine Facebook e Instagram che purtroppo non riesco a seguire come vorrei per ragioni di tempo. Quando mi arrivano delle novità le pubblico e poi posso contare sui contenuti messi a disposizione dal marchio Tinta Unita ma devo dire che nel mio caso il canale di comunicazione che funziona maggiormente rimane il passaparola. Io sono nata e cresciuta in questa zona, la conosco molto bene. Cerco di tenere i prezzi contenuti, pur offrendo prodotti di qualità, perché la mia cartoleria si trova in periferia, in una zona multietnica e mi rendo conto che le persone possono avere delle difficoltà economiche. Non ho clienti di passaggio, sono quasi tutte persone che abitano nel quartiere o amici di abitanti della zona che arrivano con il passaparola. Ho clienti stranieri che quando tornano dai viaggi nei loro Paesi d'origine mi portano dei regali e questa è una grande soddisfazione per me. È come se fossimo una grande famiglia, una comunità come quelle "di una volta".