

Casalinghi, Marina Rodeschini alla guida del Gruppo Ascom

written by Redazione

24 Marzo 2017





Da sinistra Oscar Fusini, Marina Rodeschini, Paolo Malvestiti e Giorgio Lazzari

Marina Rodeschini, della Figli di Pietro Rodeschini Spa di Gorle, è la nuova presidente del Gruppo Casalinghi Vetro Ceramiche dell'Ascom. Già consigliere nel quadriennio appena concluso, Rodeschini è stata eletta per acclamazione nel corso dell'assemblea del Gruppo Ascom, che ha definito anche il nuovo Consiglio direttivo, dove sono state confermate le presenze di **Paolo Facchinetti**, del negozio "Idea regalo" di Dalmine, di **Gianni Lenzi** della "Casa dei rasoi elettrici" di Bergamo e di **Pietro Viganoni** dell'omonima "Ferramenta Casalinghi" di Seriate.

Marina Rodeschini, quarta generazione alla guida della Figli di Pietro Rodeschini Spa, oggi presieduta dal padre Ivan, porta in dote l'esperienza in un'azienda forte di 35mila referenze tra casalinghi, ferramenta e giocattoli e che si colloca nella "top five" nazionale delle società di distribuzione di giocattoli. Azienda attiva,

inoltre, nel settore energetico, anch'esso ramo storico dell'attività, che dalla fornitura di combustibili è passata man mano agli impianti (dal teleriscaldamento in giù) e ai servizi di manutenzione, con un forte plus dato dalle certificazioni. È un comparto che registra una fase complessa quello dei Casalinghi Vetro Ceramiche. «Usciamo da un 2016 di transizione - annota Marina Rodeschini - ma stiamo affrontando, purtroppo, un 2017 in salita».

Il quadro, secondo la neo-presidente, è condizionato sia dalla contrazione generale dei consumi sia dai cambiamenti che hanno modificato le modalità d'acquisto dei clienti, spesso "disorientati" dalle troppe offerte. «Paghiamo - rileva la presidente - anche la fine dell'effetto generato dalle trasmissioni sulla cucina, dalla Prova del Cuoco a MasterChef, che hanno spinto tanti privati all'acquisto di attrezzature professionali con le quali cimentarsi ai fornelli. Una spinta notevole ai consumi, ma il mercato alla fine s'è saturato».

A ciò si è aggiunta, come se non bastasse, la mancanza di prodotti traino nel comparto dei giocattoli. «Parliamo dei "fenomeni" dell'anno, quelli in grado di accendere i riflettori sul settore e alimentare i consumi. Quando mancano, ne avvertiamo gli effetti». «Quanto al consumatore - commenta Rodeschini - oggi è bombardato da una miriade di offerte. Sul mercato si registrano dinamiche dei prezzi e ribassi a volte inconcepibili, che influenzano le preferenze dei clienti a discapito di scelte mature e critiche».

Come uscirne? Trasmettendo più cultura. «Dobbiamo "armare" il consumatore, offrirgli gli strumenti che lo aiutino a fare scelte più ragionate e meno emotive. Abbiamo i mezzi per farlo, azionando soprattutto le leve della comunicazione, a partire dai nuovi media».

A livello associativo, tra gli obiettivi della neo-presidente c'è quello di trovare più spazio per momenti aggregativi. «Credo che l'incontro tra operatori non possa che portare benefici. Il confronto aiuta a crescere, a superare momenti di

sconforto e a far tesoro delle esperienze altrui. Un peccato non approfittarne». Nel frattempo, il settore, si conferma in flessione. Lo scorso anno, le aziende attive nella Bergamasca erano 240 contro le 262 del 2012. Di queste 40 in città, contro le 46 del 2012.