

Nicoletta e la piadina, amore al primo morso



Nicoletta Mafessoni, al centro, con le collaboratrici

Impazza lo street food e la piadina ne è la rappresentante più conosciuta, senza dubbio quella più copiata, a volte anche male. Quando però è preparata con cura, lo si deve ammettere, è qualcosa di irresistibile. Il prodotto è tipico della Romagna, ma – a sorpresa – è la piadina lombarda ad avere maggiore successo. La più grande catena italiana di piadinerie è infatti bresciana, si chiama La Piadineria e conta 115 ristoranti dislocati dal Nord al Centro Italia e una prossima apertura a Nizza. Dal 1994, anno in cui è stata fondata, ha conosciuto un trend di crescita senza sosta. Nicoletta Mafessoni, 49 anni, bresciana, è franchisee di una piadineria a Bergamo in via Borgo Palazzo 100/G e di una a Iseo. Da cliente affezionata si è trasformata in una delle imprenditrici più convinte e propositive del gruppo. «Lavoravo come contabile, l'idea è nata per caso – racconta -. Andavo spesso a pranzo alla piadineria di Brescia con un'amica. A differenza di altre catene i prodotti erano di qualità e trovavo una grande attenzione verso i clienti. Un giorno ho saputo che cercavano imprenditori per nuovi locali. Ne ho parlato con la mia amica, che allora lavorava come meccanico

nell'officina di riparazione di macchine agricole del padre e ci siamo lanciate».



Era il 2003. Nicoletta, giovane mamma di due bambini, aprì i due locali pressoché in contemporanea. Il tempo le ha dato ragione: oggi, dopo due brevi parentesi di gestioni diverse, guida le due piadinerie da sola, affiancata da sei collaboratori, ed è soddisfatta: «Non tornerei più a lavorare in ufficio, ma la mia esperienza in contabilità mi è stata utile: l'errore lo vedo prima che avvenga. La soddisfazione più grande – confessa – è quando i bambini vengono di loro spontanea volontà a dirmi “la tua piadina è buonissima!”». A Bergamo lo staff è composto da quattro ragazze, Nicoletta si divide tra le due sedi. «Rispecchiano il mio modo di essere – dice delle collaboratrici – e ho piena fiducia, gestiscono la piadineria come fosse loro». Il locale in orario di pranzo è molto frequentato, la clientela è fatta di studenti, impiegati e famiglie. Attraverso un barcode possono esprimere il proprio giudizio. La pasta viene fatta al momento e si può avere anche con farina integrale o di kamut. Le varianti sono un centinaio ma con le diverse combinazioni possibili diventano molte di più e ogni giorno ci sono proposte speciali con gli ingredienti di stagione. Una delle piadine più richieste è al crudo, squacquerone e rucola. Nei progetti c'è l'apertura di un terzo locale. «Mi piacerebbe, vediamo – riflette -. Quando ho deciso di affiliarmi avrei preferito aprire in un centro commerciale ma in quegli anni non rientrava nelle strategie del gruppo. Da qualche anno invece sì e chissà...». Alla domanda su quanto sia difficile per una mamma fare l'imprenditrice risponde: «Gestire due locali e la famiglia è impegnativo ma non ne farei una questione di genere. Sono riuscita a creare

un buon rapporto con il co-fondatore del gruppo Antonio Milani e con i miei collaboratori».