

# Zanica, commercianti uniti per il rilancio

Ci sono le attività storiche e chi si è da poco lanciato con un'impresa in proprio, le nuove generazioni che apportano idee ed energia all'azienda di famiglia e chi invece eredi commerciali al momento non ne ha. Tutti però raccontano una storia, un percorso professionale costruito giorno dopo giorno con passione e convinzione. Ed è ciò che può fare la differenza per un cliente, ma anche arricchire il confronto con i colleghi e fornire spunti di crescita reciproci.

Su questi punti ruota l'attività dell'[associazione Commercianti & Artigiani di Zanica](#), che con iniziative e manifestazioni vuole continuare tenere accesi i riflettori sull'offerta del paese, nonostante stili di vita e di consumo portino la gente altrove.

Un giro tra le attività di Zanica conferma la volontà di negozianti ed esercenti di mettersi in gioco, non solo per lo sviluppo del proprio business.



Ha sempre cercato di anticipare il cambiamento **We&Pets**, negozio specializzato in prodotti per animali in via Padergnone, nato come emporio di alimentari e articoli per l'agricoltura nel 1965, nel centro del paese. «Nei primi anni Novanta – racconta

Gabriele Albani, che ha raccolto il testimone dal papà Mario – ci siamo resi conto che eravamo diventati un punto vendita solo per le necessità dell'ultimo minuto ed è arrivata la

svolta. Sulla scorta dei discount che stavano sorgendo a quei tempi, abbiamo creato il primo discount per animali, ossia grande assortimento, libero servizio e prezzi competitivi. Ora che questa formula si è diffusa abbiamo nuovamente cambiato impostazione». La nuova insegna, We&Pets, inaugurata all'inizio di quest'anno, dice di un servizio che si fa consulenza, selezione dei mangimi, ricerca di articoli unici («il meglio di ciò di cui parla il web»), assistenza e soprattutto condivisione della passione per gli amici a quattro zampe. «È cambiata la mentalità di acquisto – evidenzia la moglie Simona, che lo affianca – e la nostra scelta di puntare su qualcosa di diverso, che non si trova nei canali abituali ci sta premiando». Certo non bisogna mai fermarsi e la vulcanica coppia ha già in mente di sviluppare l'e-commerce, «in una forma però più social e coinvolgente».



Pietro Castelli

Anche le **Confezioni Pellicceria Castelli**, nella stessa via, hanno affrontato il cambiamento, passando dal classico negozio di abbigliamento-merceria (dove trovare dallo spillo alla coperta) all'atelier di pellicceria e pelletteria. Aperta nel 1955, l'insegna ha ricevuto il riconoscimento di Negozio Storico da parte della Regione, ma «oggi negozi come il nostro – dice Pietro Castelli – avrebbero bisogno di un nuovo stravolgimento, è un settore destinato a rinnovarsi completamente, un po' perché i giovani non amano certi capi,

ma soprattutto per la crisi. Sono convinto che se ci fosse più disponibilità economica si tornerebbe a farsi conquistare da qualche pezzo pregiato in pelle o pelliccia». «Per quanto ci riguarda abbiamo rivisto l'assortimento e andrò avanti finché i numeri me lo consentono, facendo valere l'esperienza e la serietà, che sono da sempre i nostri valori. In fondo siamo tra i pochi negozi specializzati e i nostri clienti arrivano da tutta la Bergamasca e dal Milanese».



Marco Zampoleri

Chi ha deciso di investire in paese è Marco Zampoleri, parrucchiere di **Donna In**. «Avevo il salone all'interno di un condominio – ricorda – conquistare una vetrina è stato un bel salto di qualità, ma non era così scontato, a 50 anni, rifare tutto l'ambiente. Oggi, a distanza di un anno e mezzo, posso dirmi soddisfatto della scelta». Nato e cresciuto a Zanica, del paese evidenzia il problema della sicurezza dato dalla strada provinciale che attraversa l'abitato, la mancanza di parcheggi («anche se è vero che la gente vorrebbe sempre parcheggiare fuori dal negozio») e la vicinanza dei centri commerciali. «Sono però convinto che con la professionalità si lavora anche nei posti più sperduti e che la concorrenza sia uno stimolo per crescere».



Elisabetta Maffei e Marina Citerio

Se la spesa in paese si fa sempre con meno frequenza, i servizi per l'infanzia invece sono richiesti. È su questo settore che si sono lanciate Marina Citerio ed Elisabetta Maffei, lasciando rispettivamente il lavoro in una ditta di abbigliamento e di igienista dentale. «Nel 2009 abbiamo aperto un nido famiglia, che permette di accogliere al massimo cinque bambini – ricordano -, ma le richieste sono state subito così numerose che abbiamo deciso di ingrandirci». Nel settembre del 2012 hanno aperto nella zona nord di Zanica l'asilo nido **I Batuffoli**. «Non è stata cosa da poco e continua ad essere un'impresa impegnativa – evidenziano -, ci lavoriamo in quattro, ci sono l'affitto e le spese e dobbiamo ancora farci conoscere rispetto ad altre realtà già affermate nella zona. Le soddisfazioni sono però tante, date soprattutto dal bel rapporto che abbiamo con le famiglie». Hanno anche aderito con entusiasmo alle manifestazioni dell'Associazione dei commercianti, curando un gettonatissimo spazio giochi. «Siamo una realtà piccola e queste sono opportunità per farci conoscere».



Francesco Lorandi e Rossana  
Lucato

Nello stesso complesso è aperta l'agenzia di viaggi **Ventiatravel** di Francesco Lorandi e della moglie Rossana Lucato, quarant'anni di professione, a Zanica dal '94 per seguire più da vicino un cliente come la Banca della Bergamasca, per la quale organizzano ogni anno la gita dei soci. «La crisi c'è, ma grazie all'esperienza possiamo distinguerci – raccontano -, in settori come i viaggi di nozze, oppure richieste elaborate, con il plus dell'assistenza e della sicurezza di avere sempre qualcuno a cui fare riferimento». Nel dibattito su come vivacizzare il commercio a Zanica portano la voce di chi è in una zona distante dal centro, che non riceve l'effetto delle aperture domenicali o delle notti bianche, e di un'attività che avrebbe bisogno di iniziative mirate per promuoversi. «Si potrebbe pensare a delle serate dedicate ai viaggi, invitando degli esperti in collaborazione con i tour operator», buttano lì.



La famiglia Rossi

In piazza Repubblica, **“La Voglia Matta”** è un esempio di «fast food all’italiana», come lo definisce il titolare Sergio Rossi, che ha cominciato con la pizzeria e la gastronomia, per poi aggiungere, trasferendo e rimodulando gli spazi e contando sulla collaborazione dei figli, dei posti a sedere e una gelateria. Ultimo nato, il bed and breakfast “La Ca’ del Giopì”, tre camere e un appartamento con tanto di docce idromassaggio. «Il segreto? È dare qualcosa in più – sostiene Rossi -. Noi ad esempio offriamo pizze senza glutine certificate Aic, prodotti per chi ha intolleranze o chi segue la dieta vegana, senza mai derogare dalla qualità e dalla cura nella preparazione. Sacrificarle in nome del prezzo non conviene affatto, del resto basta provare i prodotti per rendersene conto». Con questa attività familiare all’insegna di campioni del made in Italy come pizza e gelato si è anche colorata e animata la piazza.



Giulia Spallino

A Zanica resiste anche un negozio di musica – **Suono 1981**, in piazza Papa Giovanni XXIII – ormai una vera e propria rarità nel panorama commerciale. È stato aggiornato ai tempi da un team di trentenni: Giulia Spallino, erede dell'attività avviata dal papà e dallo zio, Dimitri Sonzogni e Giorgio Gagliano. «Accanto alla vendita di strumenti musicali – dice Giulia, che è anche un'apprezzata cantante – abbiamo ampliato i servizi, a cominciare dalla scuola di musica, per proseguire con workshop, incontri musical culturali gratuiti e aperti a tutti, incontri con musicisti stranieri, laboratori fino ai service audio e luci. Abbiamo puntato anche sul vinile che sta tornando ad essere amato ed è richiesto dai giovani». L'attività è storica e non dimentica il paese. «Ci piace l'idea di poter fare qualcosa a Zanica – prosegue -, la piazza sulla quale ci affacciamo è bella, noi ci abbiamo organizzato un mercatino del vinile».



## Mario Pelis

Il 10 maggio **Mario Pelis** festeggerà 35 anni di attività nel bar, in via Libertà, che ha aperto all'età di 20. «Vado avanti – spiega – perché sono abituato a fare sacrifici da sempre, è certo però che le cose sono cambiate e molto in fretta. Un tempo era il bar il “cellulare” dei giovani, se ci si doveva dire qualcosa era il punto di riferimento. Oggi i ragazzi del paese non si vedono, i miei clienti hanno 60 anni, ci conosciamo da una vita». Pelis è un componente attivo dell'Associazione dei commercianti. «È bello e importante partecipare – afferma –. Sono convinto che l'attenzione si possa smuovere, ma deve partire da noi».



Cinzia Previtali con le figlie  
Melissa e Jessica

Aperto nel '62, ha i requisiti per diventare Negozio Storico **“Il Giardinaggio di Previtali Giulio”** e pure la linfa per allungare la propria carriera, nonostante una discendenza tutta femminile. Melissa, 27 anni, ragioniera, e Jessica, 23, diploma di scuola alberghiera, hanno infatti scelto di affiancare mamma Cinzia e papà Angelo nel negozio che vende macchine per il giardinaggio ed effettua riparazioni. «Pensavo di chiudere – confessa Cinzia Previtali – e invece eccole lì, che consegnano trattori, riparano motori, frequentano i corsi». «Ho lavorato come dipendente – intervieni Melissa -,

poi ho pensato che se dovevo impegnarmi era meglio farlo per l'attività di famiglia». Con il contributo delle ragazze sono state portate avanti alcune novità nella promozione e sono stati inseriti prodotti innovativi come i robottini, che vengono debitamente programmati. «Oggi ciò che è importante è saper portare in negozio il cliente – sintetizza mamma Cinzia –, la differenza del servizio rispetto alla grande distribuzione poi la si capisce subito».



Moira Lenzi e Dario Soldo

Non solo si può resistere, ma si può diventare un'eccellenza. A dimostrarlo è la **Pasticceria Morlacchi**, che poco meno di otto anni fa ha rinnovato la propria struttura dotandosi di un laboratorio a vista e di un'elegante caffetteria che effettua anche il servizio per la pausa pranzo. «Occorre sempre investire, la clientela è sempre più esigente», è il pensiero di Moira Lenzi, socia nell'attività con patron Giambattista Morlacchi, la moglie Miriam Soldo e i fratelli di lei Sergio e Dario. «Quando si crede e si ha passione in ciò che si fa, gli obiettivi sono chiari e si è sicuri di raggiungerli – è la sua formula -. Noi siamo nel settore da anni e la ristorazione faceva già parte del nostro bagaglio, è un passo che ci siamo sentiti di fare». Morlacchi è famoso per il torrone, che spedisce in tutta Italia ed è arrivato anche a Tokio e Hong Kong, la biscotteria è andata a Parigi e in Belgio e le confezioni natalizie negli Stati Uniti. «La nostra non è

un'attività legata esclusivamente alle esigenze di Zanica, abbiamo un bacino più ampio, ma poter lavorare in un'area bella, accogliente e con dei servizi è qualcosa che ci fa piacere – riflette Moira -. Capisco le difficoltà dei piccoli negozi, c'è chi chiude, chi apre solo mezza giornata, il fatto è che la gente dovrebbe tornare a fare la spesa in paese. Io spero proprio che si torni indietro».



Miriam Locatelli

È una famiglia di mobiliari e arredatori quella dei Cereda di Zanica. L'azienda nasce nel '67 e mentre gli altri fratelli hanno aperto altri punti vendita, Giusi e Mario sono rimasti nella sede storica di via Orio, **Cereda Casa**, specializzandosi nell'arredo bagno e nel tessile per la casa, supportati dalla terza generazione, Miriam Locatelli e Francesca Cereda. «Noi figlie siamo un'esplosione di idee – dice con entusiasmo Miriam -, ci stiamo dedicando all'e-commerce per quanto riguarda la biancheria e l'oggettistica, abbiamo puntato su marchi prestigiosi e ristrutturato il piano superiore proponendo delle vere e proprie ambientazioni. In generale cerchiamo di essere sempre più pronti e preparati, spostando maggiormente l'attenzione sugli aspetti progettuali. Richiede molto più tempo e impegno, ma non ci tiriamo indietro». E sono in prima linea anche quando si tratta di fare qualcosa per il Zanica. «Noi resistiamo e crediamo nel paese – sottolinea Giusi -, sono forse gli abitanti che non ci credono, che

sottovalutano le nostre attività. Eppure rappresentano un punto di forza, la possibilità di comprare da chi ti conosce, non da un anonimo».