«L'e-commerce? Noi investiamo sui nuovi negozi»

Contro corrente. Sergio Longoni lavora a un megastore «Puntiamo su centri che valorizzino la gamma prodotti Il lockdown ci ha penalizzato, poi c'è stato un recupero»

MARIA G. DELLA VECCHIA
LECCO

Per la lecchese Df Sport Specialist è in corso uno degli investimenti più importanti della sua storia, con la realizzazione, a Lissone, di un megastore di articoli sportivi per migliaia di metri quadri all'ex Palazzo del Mobile "100 firme".

Sergio Longoni
Fondatore

Il penultimo investimento, invece, prevede l'inaugurazione, a settembre di quest'anno, di un nuovo negozio multisport a Brescia, nell'area del centro commerciale Nuovo Flaminia. Più il rifacimento, che sarà completato entro quest'anno, del negozio di Desenzano. Sono solo le ultime tappe di crescita dimensionale dell'azienda fondata vent'anni fa da Sergio Longoni, 78enne grande appassionato di ciclismo e montagna e oggi presidente di Bicimania e Df Sport Specialist, aziende che guida con l'energia degli inizi e in cui ha inserito anche le sue due figlie Francesca, che si occupa del marchio Blu Frida, e Daniela, impegnata con lui su Df Sport Specialist.

Storiche

L'imprenditore che per passione ha legato il proprio nome a storiche imprese dell'alpinismo e a grandi campioni e gare di ciclismo è in piena fase creativa e ci dice che «è necessario costruire negozi che rendano immediata la visione completa dei prodotti, perché abbiamo concorrenti temibili, fra cui il mondo e-commerce, che pratichiamo anche noi visto che il mercato lo richiede».

Il progetto di Lissone prevede la realizzazione di negozi su tre piani, più un quarto con destinazione ancora da decidere e probabilmente affittato a una palestra, più un parcheggio per trecento posti auto. La parte commerciale sarà di 3500 metri quadri per vendita di articoli sportivi, «con una sistemazione ampia e moderna, attenta al prodotto. Nella nostra azienda – sottolinea Longoni – abbiamo possibilità di fornitura di 55mila articoli, dalla minuteria di settore fino al prodotto elettronico più sofisticato».

Competenze

Il nuovo progetto ha anche un risvolto occupazionale, visto che in aggiunta al personale già disponibile l'azienda è alla ricerca di una quindicina di nuovi addetti che abbiano, spiega Longoni, «competenze tecniche sul settore. Ci interessano persone qualificate, specializzate sulla montagna, sul running, sul fitness dove manteniamo una qualificazione importante sugli apparecchi elettronici. Non è facile trovarle ma le cerchiamo».

Con 19 negozi e circa 400 dipendenti, l'azienda ha attraversato il 2020 dell'emergenza Covid recuperando sulla flessione importante registrata nel periodo più duro del lockdown. L'anno si è chiuso con una flessione del 15% ma gli investimenti non sono mai stati sospesi. Nel corso dell'anno le riaperture dei negozi hanno contenuto il danno, in aggiunta «al mondo della bicicletta – afferma Longoni – che è cresciuto tantissimo e ci ha dato una mano importante nel mantenere un bilancio sano. Il 2020 è stato complicato, ma ora guardiamo al futuro. Siamo impegnati su tutti i fronti di vendita, anche sull'e-commerce che secondo me sta stravolgendo il mondo commerciale. Comunque facciamo la nostra parte, e da noi tanti clienti vengono in negozio per toccare con mano, avere consiglio dall'operatore commerciale finendo il più delle volte con l'acquisto in negozio e non online, dove non sempre il prezzo è migliore rispetto al negozio. E naturalmente noi siamo molto attenti anche a questo aspetto».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il negozio della Sport Specialist a Sirtori, l'azienda si prepara ad aprire un megastore a Lissone

Il profilo

La passione per la montagna Un intuito commerciale

Quella di Sergio Longoni, classe 1942, è una vita dedicata alle grandi passioni del lavoro, della montagna e del ciclismo. Quando, nel 2002, ha fondato Df Sport Specialist per il commercio di articoli sportivi, l'imprenditore di Barzanò aveva già alle spalle decenni di lavoro.

L'esempio in cui Longoni è cresciuto è quello di un ambito famigliare centrato sul lavoro artigiano, nel suo caso l'esempio prima di un nonno calzolaio specializzato in scarpe per calciatori e ciclisti e poi di suo padre Ambrogio, che ha aggiunto al laboratorio di Barzanò il primo tassello commerciale di una bottega di calzature.

Il solco era tracciato ma il giovane Sergio non lo ha percorso subito. Dopo la scuola ed esperienze di lavoro come tornitore e addetto alle macchine a controllo numerico, si è affermato come straordinario venditore seriale per un'impresa che ritirava stock di calzature in liquidazione, una tappa fondamentale nella sua formazione da imprenditore. Chiusa l'esperienza, ha risposto al richiamo dell'azienda di famiglia. Si dà da fare con i mezzi del marketing dell'epoca, fra pubblicità tradizionale e lavoro "su strada" nei primi anni Settanta con Cinquecento e megafono per distribuire i suoi volantini. Sono gli anni della crescita basata non più solo sulle scarpe ma, da appassionato di montagna, anche sul commercio di articoli per alpinismo. "Longoni Sport" diventa un marchio di alta reputazione nello sport, si afferma con la missione "Longoni Sport Expedition Everest" guidata da Oreste Forno in un format che Sergio Longoni non ha mai abbandonato, abbinando, soprattutto dai primi anni Novanta, l'attività d'impresa a grandi eventi dello sport.

Intanto l'azienda cresce e conta all'alba del Duemila, 13 negozi e 650 dipendenti per un fatturato di 170 miliardi di lire. La storia societaria cambia con la cessione della maggioranza delle quote a un Fondo inglese, per uscire poi totalmente nel 2002. Ma dopo pochi mesi riparte in partnership con Cisalfa e con la nascita di Df Sport Specialist. M.DEL.

LA PROVINCIA