Rassegna stampa
24 maggio 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

La Provincia di Lecco

MERCOLEDÌ 24 MAGGIO 2023 • EURO 1,50 ANNO 132 . NUMERO 141 • www.laprovinciadilecco.it

IL COMMERCIO

LE CARTO-LIBRERIE AMPLIANO L'OFFERTA

DELLA VECCHIA A PAGINA 10



Focus | Commercio & turismo

# Ogni cliente è una pagina da scrivere

**La carto-libreria.** "Perego Libri" è nata nel 1930 a Barzanò, oggi l'azienda è gestita dalla terza generazione
Andrea Perego: «Il servizio e l'attenzione alle richieste del mercato diventano sempre più importanti»

**MARIA G. DELLA VECCHIA**
LECCO

"Perego Libri" di Barzanò ha radici in un'attività avviata nel 1930 da Ernesto Perego, proseguita dalla seconda generazione, con la gestione di Stefano e Ettore Perego e quindi, a partire dall'anno 2000, dalla terza, con Andrea e Marta Perego (nella foto), figli di Stefano.

I due attuali proprietari hanno messo a frutto le loro diverse esperienze, Stefano con formazione finanziaria e Marta artistico-letteraria, facendo diventare l'attività di famiglia una realtà di 15 persone e un punto vendita di circa mille metri quadri, una libreria e cartoleria specializzata cresciuta con investimenti continui.

**Varietà**

Dai libri all'oggettistica di qualità per la casa, alla sezione "stile" con prodotti di design per la persona e per la casa, a prodotti per la scuola: su come sia arrivato ad ampliare così tanto l'offerta alla clientela, vendite online incluse, sfidando quanto già la grande distribuzione sia concorrenziale fra varietà di prodotti, sconti e promozioni, Andrea Perego spiega che il segreto è stato intervenire «in modo ordinato, graduale, per portare una linea moderna nelle nostre attività. Dire che siamo "cartoleria" non è più esaustivo di tutto ciò che facciamo. Come per altre categorie merceologiche, la denominazione che era stata data a suo tempo via via si è fatta più trasversale, legata più che a un oggetto a uno stile, a un mix merceologico, a un mondo o a un'utenza».

Perego spiega che nel cambiamento e nella crescita è stata centrale la capacità di ascolto del mercato per un servizio sempre più su misura, che coincide con i bisogni del cliente di oggi: «Qualche decennio fa – spiega - bastava mettere prodotti sugli scaffali e pensare alla variabile prezzo, ora non basta più e dobbiamo guardare sempre più al bisogno dei clienti a cui dobbiamo corrispondere un reale servizio. Ma siamo cresciuti anche ascoltando le nostre passioni: se come imprenditore sei vero e originale allora fai qualcosa di ben fatto».

Ascolto del mercato e passione si aggiungono agli investimenti sulle persone e in proposito Perego ci dice che per la quota non digitale «la persona sta al centro con l'empatia, il sorriso, il risolvere insieme un problema: tutto ciò non è questione visionaria fino a sé stessa, è business perché l'elemento umano è il fattore che ci fa crescere».

**Necessità**

Perego continua ad investire sui giovani e anche sulla presenza di diversi livelli generazionali, convinto della necessità di «esercitare verso i giovani quell'opzione del dare fiducia, che viene spesso richiamata retoricamente ma poco praticata. I ragazzi hanno visioni fuori dagli schemi e portano ricchezza. Per chi fa impresa nel nostro settore la vera sfida è creare un gruppo di lavoro che produce quella vibrazione giusta e capace di raggiungere il cliente quando entra in negozio. Un lavoro che si può fare solo se si parte dalla conoscenza di sé stessi».

Il settore dunque si reinventa con investimenti sul team e sulla qualità dei prodotti, in aggiunta a una formazione continua che in Perego Libri, al netto di quella prevista dal contratto di lavoro del terziario, coinvolge ogni collaboratore fin dal primo ingresso, con l'immediato affiancamento, per mesi, di un tutor che redige un diario sulla formazione. Strada facendo c'è la formazione realizzata con i fornitori "che affiancano le nostre persone per un aggiornamento massimo».

In vent'anni il mercato è cambiato radicalmente nelle tecniche commerciali grazie alle vendite online, ma per quanto riguarda la parte di vendita diretta in negozio «siamo in un'epoca in cui non bastano lo straordinario, serve l'eccezionale che significa ripensarsi e questo è ciò che abbiamo fatto in questi vent'anni. Grazie anche a scelte legislative lungimiranti degli ultimi anni il mercato dei libri ha ripreso vivacità. Le librerie si sono riorganizzate aggiungendo alla vendita tradizionale anche eventi e attività con le biblioteche, portando vivacità locali. È un settore esemplare per altri. Online, grandi catene e librerie indipendenti che per causa di forza maggiore si specializzano sempre più sono tre pilastri di mercato che convivono».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Rassegna stampa
24 maggio 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

Un incontro organizzato alla "Perego Libri" di Barzanò

# «Per un giovane è difficile entrare nel nostro settore»

Il gruppo "Librai e cartolibrai" di Confcommercio Lecco include una cinquantina di punti vendita di varie dimensioni, fra cui tante attività di vicinato che fanno un servizio eccellente.

«Siamo rimasti una delle poche tipologie di attività di vicinato che sopravvivono nei paesi dando servizio alla comunità», afferma Andrea Perego, presidente del gruppo.

Le questioni comuni di maggior discussione riguardano i costi della burocrazia e la carenza di strumenti adeguati per aiutare l'inserimento dei giovani al lavoro. E, soprattutto, c'è il fatto che per un giovane aspirante libraio avviare una libreria costa troppo.

«Inserire 3-4mila libri per avere un minimo di disponibilità di offerta – afferma Perego - significa disporre di un capitale importante, mentre l'accesso al credito spesso non è facile. Vogliamo che i ragazzi entrino nel nostro settore. I giovani che lo hanno fatto stanno operando estremamente bene e devono essere stimolo per i coetanei».

Perego assicura che l'associazione è a disposizione per chi ha un progetto. «Chi è interessato e si rivolge a noi trova tutte le risposte: abbiamo uno spirito di corpo molto forte. Quando si apre un nuovo punto vendita, magari e per ovvi motivi non esattamente sulla stessa piazza, noi aiutiamo nei contatti, nello spiegare i principi, come si prezza, come si presenta il prodotto, dove andare quando si presentano specifici problemi». **M. Del.**

Rassegna stampa
24 maggio 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

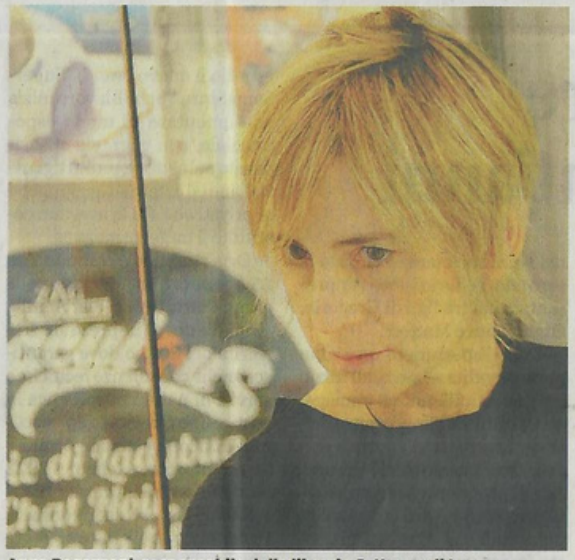
# «Sono gli investimenti continui il segreto per restare sul mercato»

**Attività storica**
Anna Regazzoni è la responsabile della libreria Cattaneo in via Roma a Lecco

«Il segreto del nostro successo sta in sostanza nel non esserci mai adagiati sugli allori. Abbiamo sempre studiato e seguito il mercato, investendo e fidelizzando i nostri collaboratori», afferma Anna Regazzoni, responsabile di Libreria Cattaneo che nelle due sedi storiche di Lecco e di Oggiono ha circa 85mila libri disponibili per ogni segmento di pubblico.

Nella sede lecchese di via Roma alla libreria si aggiunge una grande gamma di cancelleria e un intero piano dedicato alla regalistica, fino al segmento Luxury [illegible] la vendita dei marchi più iconici del settore, da Mont Blanc a Piquadro, e poi Nava, Spalding, Moleskine e diversi altri. Non solo libri, dunque, che a ben guardare non costituivano il core business dell'attività fondata quasi cento anni fa dalla famiglia Cattaneo che nel tempo ha legato la propria storia a quella della città con l'apertura a Lecco nel 1930 della cartoleria nella centralissima via Roma.

Nel giro di un decennio a quaderni e abbecedari per le elementari, primi prodotti della nuova attività, si aggiungono i giocattoli, poi arrivano le stilografiche di lusso e una crescita sistematica che fino ad oggi la famiglia ha perseguito con la lezione tramandata da generazioni e ricordata da Anna Regazzoni, entrata nell'attività di famiglia 15 anni fa.


Anna Regazzoni, responsabile della libreria Cattaneo di Lecco

Segue, negli anni Settanta, l'apertura a Lecco insieme alla famiglia Buffetti di uno dei primi punti vendita nazionali dedicati agli articoli per ufficio. E poi gli anni Ottanta e il boom di oggetti per la scuola griffati fra quaderni, diari, zaini, astucci, uno sviluppo che ha richiesto la relativa riprogettazione degli spazi espositivi in negozio. Cambiano ovunque le modalità di vendita e cambia l'organizzazione degli spazi interni ed esterni, idem per la libreria che, come l'intero settore, vede l'esplosione di titoli e settori tematici. Gli investimenti seguono ogni trend fino ad oggi, con lo sviluppo, per la libreria, della collaborazione con le scuole e delle iniziative editoriali di incontro con gli autori.

Mai adagiarsi, dunque: «Il core business iniziale della cartoleria – aggiunge Regazzoni – si è sviluppato con l'inserimento della libreria e degli articoli da regalo e ciò è stato possibile – sottolinea – grazie alla grande esperienza di cui la famiglia ha sempre saputo far tesoro, quella costruita da sempre con i propri collaboratori. Ora ne abbiamo dodici fra Lecco e Oggiono, estremamente fidelizzati visto che sono con noi da molto tempo. Sono persone cresciute professionalmente al nostro interno, molto esperte e quindi in grado di consigliare al cliente nel modo più accurato possibile i diversi prodotti, che possono essere quelli della cancelleria per la scuola elementare, ma anche per liceo artistico e l'università, indirizzati dunque a diverse tipologie di clienti in una differenza di cui tener conto. Lo stesso criterio vale anche per i prodotti del nostro reparto lusso. E ovviamente anche nella libreria dobbiamo essere sempre al passo coi tempi».

Regazzoni ricorda come la scelta di investire sempre in nuovi prodotti e articoli verso la maggior soddisfazione possibile del cliente sia stata la chiave di volta di un successo ininterrotto. L'offerta al pubblico è cambiata con l'evoluzione di un mercato diventato così ampio da richiedere costanti strategie nel selezionare gli articoli più adatti alla clientela del territorio, senza mai rallentare di fronte alle difficoltà. **M. del.**