

gusta *mi*



GustaMi: nuova vita alla storia

Avere successo fino ad aprire una catena di negozi a Milano: una città che pretende tanto e non regala nulla. È questo il piccolo miracolo che è riuscito a Ivana Viola e Mario Rozza. Abbiamo chiesto loro come ci sono riusciti.

di Atenaide Arpone - foto di Carlo Casella

Che Ivana e Mario fossero due persone “toste” l’avevo capito subito fin dal primo incontro nel 2002, quando - accanto al giusto orgoglio per il loro prodotti - avevano tenuto a sottolineare tutte le particolarità del punto vendita, che era stato realizzato in modo che piacesse alla Milano che piace: una bakery quando ancora ne esistevano poche. Mi ricordo che vollero una personalizzazione estrema del punto vendita, che tirasse fuori anche l’anima del centro di Milano: avevano per esempio voluto mantenere, ed anzi, evidenziare i ganci per i cavalli “originali” che avevano trovato nei mattoni dello stabile. Una caratteristica, quella di scovare il dettaglio caratterizzante, che hanno mantenuto in ogni locale successivamente aperto. Un’idea resa possibile anche grazie al rapporto stretto che hanno mantenuto con Spazio Genio. L’azienda di San Giuliano Milenese è stata infatti capace di coniugare la necessità di un tratto comune caratterizzante per tutti i punti vendita, esaltando al tempo stesso i dettagli che distinguono un negozio dall’altro. In questo modo è stato possibile creare dei layout di locali immediatamente riconoscibili e fidelizzanti (anche grazie al logo efficacissimo) pur nella diversità che deriva dalla loro storia (i rosoni di Piazza Piola, il pavimento originale di via Mazzini, i ganci di Porta Venezia, ecc).

Da dove tutto è cominciato

«Il nostro progetto nasce da una considerazione di base importante, che ancora oggi ci contraddistingue: la volontà di produrre e rendere disponibili dei prodotti di tradizione e genuinità». Su questo concetto, semplice ma non banale, improntato sulla qualità, è nato nel 1985 il progetto di Tasty. Inizialmente abbiamo aperto un piccolo laboratorio con nego-

zio a Milano, in via Rubens (Ghirlandaio), ripercorrendo una storia nata nel 1920 con un panificio in Piazzale Cadorna, con il padre di Mario e da lui seguita nel tempo. «La produzione del nostro primo locale era solo di dolci e fornivamo soprattutto bar. Pian piano abbiamo allargato la produzione e siamo arrivati a ‘sforzare’ 5000 pezzi al giorno; abbiamo aggiunto la biscotteria e la pasticceria e abbiamo capito che il progetto era stato compreso e che potevamo crescere ancora. Il locale si chiamava Tasty, il brand GustaMi sarebbe nato qualche anno dopo».

Le tappe della crescita

«Nel 2002 abbiamo aperto il negozio in Corso Venezia, sempre a Milano, dando vita al nuovo concept di locali, con un’offerta di prodotti dolci, salati e pane. Abbiamo investito, sempre finanziando ogni progetto direttamente, con un impegno non indifferente, perché abbiamo intuito che il concetto che aveva fatto nascere il nostro progetto era compreso e apprezzato. Nel 2008 abbiamo registrato il marchio GustaMi, identificando tutti i locali con il nuovo brand che ricorda Tasty, ma risulta più facile e immediato e che, nel logo riprende la silhouette del Duomo, sottolineando il legame con la città di Milano. In questo modo siamo riusciti ad avere un’immagine contemporanea, ma anche genuina, trasmettendo già dall’insegna il nostro messaggio di gusto e tradizione. Sempre nel 2008 abbiamo aperto un nuovo laboratorio a Marcallo, in provincia di Milano. Uno spazio di circa 800 metri in grado di rispondere alle esigenze di una rete di punti vendita più ampia».

Produzione

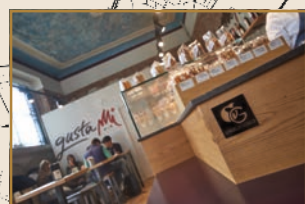
Chi si aspetta l’uovo di Colombo è servito: «Il laboratorio pre-

Ivana Viola e Mario Rozza nel loro negozio di via San Vittore a Milano. Anche in questo locale, come negli altri, sono stati conservati dei dettagli originali che ne hanno tenuto in vita lo spirito: in questo caso (come vedete nell’immagine in piantina) l’insegna è di un panificio-pasticceria dell’inizio del secolo scorso.

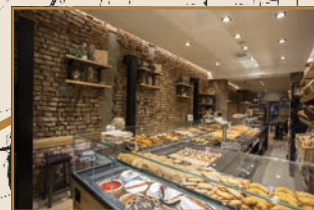


MAGENTA

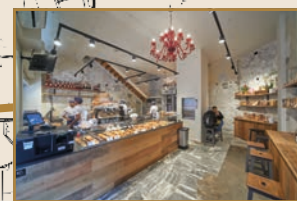
PIAZZA PIOLA



CORSO VENEZIA



VIA BERGOGNONE

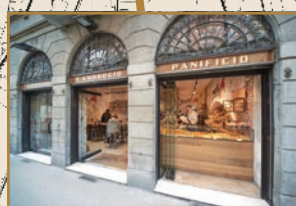


VIA MAZZINI

VIALE SABOTINO



VIA RUBENS



VIA SAN VITTORE

- 2012 Milano Viale Sabotino
- 2016 Milano Corso Venezia (rinnovo e ampliamento)
- 2017 Milano Piazzale del Ghirlandaio (rinnovo)
- 2019 Magenta Via Fornaroli (rinnovo)
- 2022 Milano Piazza Piola
- 2023 Milano Via San Vittore (ottobre)
- 2023 Milano Via Mazzini (dicembre)
- 2024 Milano Via Bergognone (marzo)

Milan

Italy

para le basi per i prodotti, che poi vengono realizzati e terminati direttamente nei laboratori dei singoli punti vendita. La produzione viene quindi gestita con consegne sia giornaliere, sia settimanali, in base ai prodotti, alle richieste dei singoli negozi e anche ai periodi dell'anno di maggiore intensità, come Natale e Pasqua. Lavoriamo con un sistema gestionale creato direttamente da noi per controllare la produzione, attività realizzata insieme al personale, tramite verifiche quotidiane per i rifornimenti necessari». Facile, no? Scherzi a parte,

Ivana e Mario sono l'ennesima dimostrazione che chi cerca la propria strada e persegue il proprio obiettivo personale con costanza e rischiando, ma con lucidità, spesso ottiene buoni risultati. Sì, perché per aprire una bakery all'anno (nel 2023 addirittura due) in location di prestigio, in una città che oltretutto è tra le più care al mondo, implica una buona dose di coraggio e l'assunzione di un rischio d'impresa notevole. Tuttavia, la crescita di GustaMi deve essere presa ad esempio: non sono necessari prodotti mirabolanti (ma ottimi sì) e



ZOOM

IL RAPPORTO CON SPAZIO GENIO DURA NEL TEMPO



«Quella con Spazio Genio è una collaborazione efficace, attiva dal 2016. Lavoriamo bene insieme perché sono capaci di comprendere le nostre necessità e di interpretare gli spazi nel modo corretto per accogliere gli ospiti e per presentare i prodotti. Il nostro successo è dato da un equilibrio tra la scelta e l'offerta di prodotti e lo spazio e il modo in cui vengono presentati, incluse gli arredi e le aree interne ed esterne adibite all'accoglienza dei clienti. Poter lavorare con un fornitore consolidato permette, anche nelle situazioni in cui si presentano difficoltà o modifiche da realizzare durante la fase dei lavori, di individuare ogni volta la soluzione più adatta». per il comparto pizzeria, ma si presta bene anche per qualsiasi altra preparazione, sia dolce sia salata, per impasti a breve ed a lunga lievitazione.

«Siamo cresciuti rapidamente e oggi abbiamo una squadra di circa 50 persone dipendenti, tra il laboratorio di Marcallo e i diversi punti vendita. La selezione avviene sia con agenzie, sia direttamente, anche tramite candidature spontanee presentate nei singoli locali. Ci occupiamo direttamente della gestione del personale di ogni negozio, e definiamo turni e attività in base alle esigenze del periodo. Preferiamo avere persone fisse per ogni negozio, per una migliore gestione degli stessi e per creare un rapporto di fiducia e di fidelizzazione con i clienti. Abbiamo rotazioni solo in situazioni particolari».

L'immagine

L'immagine dei locali nasce proprio dall'insegna GustaMi e dalla volontà di mantenere, come anticipato, tradizione e genuinità. Questo si è tradotto nella ricerca di locali che avessero una storia e nel recupero e mantenimento, in ogni ambito, degli elementi originali. Ecco quindi i rosoni al soffitto e le pitture sulle pareti recuperate in Piazza Piola, la vecchia insegna del panificio precedente e le colonne in sassi del fiume Adda in Via San Vittore, locale che ancora prima era una fornace. O ancora il recupero del locale di Porta Venezia, un tempo stazione di posta per i cavalli. Una ricerca che porta a far vivere a nuova vita il passato.

I locali nel dettaglio

I locali sono realizzati per comunicare continuità e uniformità. Sono quindi simili tra loro, nei limiti del possibile e del recupero degli elementi esistenti. Arredi e stile sono gli stessi e soprattutto la fornitura di prodotti è identica in ogni locale. Il nostro cliente deve poter ritrovare GustaMi nei vari punti della città.

Le nuove aperture

«Per la scelta del locale privilegiamo la zona e la possibilità di trovare che già in precedenza fosse un panificio o una pasticceria. Come detto riportiamo a nuova vita i locali che apriamo, mantenendo però il legame con la loro storia e tradizione e pianificando le aperture in zone di passaggio o in quartieri molto vivaci. La nostra scelta va in genere su spazi di almeno 100 metri quadri e con un laboratorio disponibile».



nemmeno il lusso e la raffinatezza (ma l'atmosfera, quella sì). Basta essere se stessi.

Selezione del personale

Ho visitato tutti i punti vendita e ovunque ho trovato disponibilità e sorrisi. E sì, lo so che quando arriva un giornalista si sta più attenti, ma c'è una differenza tra stare attenti e farti sentire a tuo agio. Come ci sono riusciti, in un periodo in cui tantissimi sono disperati perché non trovano collaboratori all'altezza?