

IMPRESA ITALIA - L' INFINITA DOLCEZZA DEL PROSCIUTTO CRUDO.

Il prosciutto crudo Marco d'Oggiono dolce è un noto prodotto di nicchia, riconosciuto dalla regione Lombardia Prodotto Tradizionale Lombardo, che vanta la caratteristica di un gusto tipico, elegante e pulito e una grande dolcezza. E' prodotto ancor oggi come si faceva un tempo...



Sono nati e restano artigiani, amano il loro lavoro che è la prima realizzazione della vita dopo la famiglia; la professionalità si è creata con più di quarant'anni di lavoro e di esperienze a cui si devono aggiungere altri sessant'anni di lavoro ed esperienze dei loro genitori . Il premio assoluto al loro impegno è un cliente che torna, che riordina, che individua il particolare pregio dell'infinita dolcezza del nostro prosciutto crudo : questo insieme alla correttezza ed alla serietà professionale, apprese dai genitori, sono la base della filosofia del loro lavoro. Il tutto condito con una grande dose di umiltà, dote indispensabile per ogni imprenditore che ogni giorno appena mette piede in fabbrica deve essere disposto a imparare sempre con l'umiltà di un apprendista.

1) Qual'è il valore aggiunto del vostro fare impresa?

Forse il vero valore aggiunto del nostro fare impresa non è tanto nella voglia di fare, quanto nell'abitudine quasi innata in noi a non trasferire tutte le incertezze sulla collettività, a non chiudersi in soluzioni preconfezionate . Cerchiamo di essere sempre in prima linea alla ricerca di nuove alternative, di contare sempre e in ogni modo, se pur con grande umiltà, sulla nostra capacità, sulla nostra energia, sulla nostra volontà , inventando e rinnovando ogni giorno il mestiere che da sempre facciamo .

2) In che modo percepite il legame con il territorio?

In modo molto radicato e intenso: siamo orgogliosi che il nostro lavoro sia volto anche a valorizzare la terra in cui siamo nati, che amiamo e che molto ci restituisce in termini sociali, umani e ambientali . Il nome stesso della nostra azienda oltre che un omaggio al nostro concittadino più celebre "Marco d'Oggiono" (allievo prediletto di Leonardi da Vinci) porta insito questo richiamo assoluto al territorio di Oggiono che è uno dei paesi più belli dell'Alta Brianza .

3) In che modo realizzate la fidelizzazione con il cliente?

Con promesse sempre mantenute, con prodotti buonissimi (il nostro prosciutto crudo Marco d'Oggiono è uno dei prosciutti più dolci d'Italia) , con un' estrema cura nel servizio e una grande attenzione al prezzo. Ed è proprio con questi semplici e se si vuole banali accorgimenti che stiamo tentando di vincere anche la sfida con l'e-commerce . Questa parte della nostra attività , iniziata da neppure un anno ci sta dando già grandissime soddisfazioni : infatti è bello vedere i riordini dei clienti , che diventano sempre più corposi man mano che la fiducia aumenta e soprattutto ricevere i loro complimenti e sentire il loro stupore per aver ricevuto in tempi rapidissimi merce di qualità superiore anche alla loro aspettativa . E' bello vedere come anche in questo settore il passaparola crea la clientela.... proprio questa settimana a seguito di una spedizione , abbiamo ricevuto altri ordini a grappolo di amici del primo cliente!

4) Cosa vuol dire oggi essere un imprenditore in Italia?

Innanzitutto un grande orgoglio, poi però si devono affrontare le difficoltà , che crediamo peraltro tutti gli imprenditori del mondo debbano affrontare . Il nostro sistema è certamente gravato da una burocrazia più pesante e farraginoso che spesso non tiene conto dei problemi e quindi dei costi che origina alle aziende.

5) Come dovrebbe essere concepita una politica del lavoro in Italia?

Non conosco la formula della perfezione, vorrei solo che le istituzioni e gli organi di controllo a noi vicini, fossero più snelli e meno costosi specialmente per le piccole aziende come la nostra.

6) L' italianità è un valore o no?

Sì, assolutamente e nel nostro campo lo è ancora di più. Noi produciamo italiano e lo scriviamo su ogni pezzo , utilizziamo perfino i colori della nostra bandiera sia nel nostro stabilimento che sulle nostre confezioni .

7) Si sente molto parlare di crisi, come vivete personalmente questa situazione?

Certo la crisi si sente e con essa la ridotta capacità di spesa della gente ed è impressionante..... Noi la viviamo impegnandoci il doppio , escogitando nuovi servizi più personalizzati ai clienti e nuovi mercati come l'e-commerce ; non manchiamo di fare una rigorosissima analisi dei costi in modo da poter uscire con il miglior rapporto qualità/prezzo. Soprattutto nel campo alimentare, la riduzione dei prezzi se veramente si vuole che abbia una valenza, non deve presupporre una riduzione della qualità. Al contrario il nostro contributo alla crisi è proprio quello di offrire massima qualità ad un prezzo contenuto il più possibile. Forse è proprio per questo che anche il nostro commercio on line viaggia a gonfie vele nonostante la crisi e nonostante la ancor grande diffidenza italiana verso questo tipo di mercato. Nella fattispecie noi con questo tipo di vendita riusciamo ad arrivare nelle famiglie applicando davvero tutti i vantaggi del vecchio detto " dal produttore al consumatore" esattamente come avviene per il cliente vicino che frequenta il nostro spaccio aziendale.

Intervista di Valeria Sulpizii

12-03-2009