



Medagliani: cosa bolle in pentola?

L'azienda storica specializzata nella vendita di oggetti e utensili per la cucina progetta un percorso di formazione professionale per gli chef *di Francesca Zecca*

Un nome che ha fatto epoca, da quattro generazioni al servizio di professionisti e appassionati. Medagliani è specializzata nella vendita di oggetti e utensili per la cucina e la tavola di alta qualità. Fondata nel 1860, è la realtà più antica d'Europa nel suo genere insieme alla parigina Dupoint e Malgat, tanto da essere stata riconosciuta "impresa storica milanese". Dal dopoguerra a oggi l'anima dell'azienda è Eugenio Medagliani, un eclettico che ha fatto tesoro dell'esperienza degli avi e ha trasformato l'antica bottega artigiana in un'impresa in grado di fornire non solo oggetti, ma competenza e servizio. A illustrarci i segreti del successo imprenditoriale dell'azienda e i nuovi progetti per rispondere alle mutevoli esigenze del canale di riferimento è **Simone Medagliani**, figlio di Eugenio. "La costante ricerca della qualità è da sempre alla base della nostra attività. Oggi il nostro portafoglio prodotti conta oltre 7mila articoli per la cucina, la pasticceria e le sale bar. I fornitori sono 300, accuratamente selezionati. Prima di inserire un prodotto nel nostro assortimento, lo testiamo attraverso chef di fiducia, cui lo diamo in prova. Nel tempo abbiamo integrato l'offerta originaria costituita dagli strumenti di cottura, con stoviglie, piatti, porcellane e bicchieri. Siamo pertanto in grado di soddisfare esigenze diverse. Per dare un'idea della completezza del nostro assortimento, entro una settimana dall'ordine, possiamo fornire di tutto il materiale necessario i locali di nuova apertura, sia in Italia che all'estero". Proprio l'espansione del business oltre confine sarà una delle sfide del futuro di Medagliani. Dei 2 milioni di euro di fatturato, attualmente il 15% è realizzato all'estero, una percentuale destinata a salire. "Abbiamo clienti consolidati a livello internazionale – prosegue Medagliani – molti dei quali in Giappone. Ora stiamo cercando di sviluppare la nostra presenza in Brasile e a Dubai". Nel tempo Medagliani si è affermato, grazie soprattutto al passaparola. Sono gli stessi chef che veicolano il nome dell'azienda e la sua gamma. Tanto che una delle peculiarità di Medagliani è proprio la struttura di vendita: un unico agente sul territorio nazionale. "Tranne che per la Lombardia e per i mercati esteri – precisa Medagliani – riceviamo gli ordini direttamente dai clienti, che riconoscono il plus della nostra offerta e continuano a preferire i nostri prodotti anche quando cambiano sede di lavoro". Una gamma per veri intenditori quella di Medagliani, che spazia dagli strumenti di cottura in rame, la punta di diamante del portafoglio prodotti, spesso pezzi unici forniti da artigiani a ogni sorta di

utensili per gli chef più esigenti. Ma tra i clienti non ci sono soltanto cuochi professionisti. Il punto vendita in via Ranza a Milano è frequentato soprattutto da privati, spesso e volentieri personaggi famosi che non rinunciano ad avere il top in cucina. Intanto è ormai imminente l'inaugurazione ufficiale di un'area di quasi 1000 mq, in via Oslavia, zona Rubattino, sempre a Milano, che oltre allo spaccio all'ingrosso prevede una cucina sperimentale, con cui Medagliani intende rispondere alle nuove esigenze del suo target. "Attraverso lo spazio dedicato alla cucina – spiega Medagliani – realizzata da specialisti della ristorazione professionale come De Manicor, Razional e Irinox, ci faremo interpreti della necessità di formazione continua dei nostri interlocutori. Effettueremo la presentazione di nuovi prodotti, ricette innovative, corsi di aggiornamento per professionisti. Tale differenziazione dell'attività ha l'obiettivo di fornire dunque un servizio ulteriore ai nostri clienti, ispirandoci come sempre al perseguimento della qualità". Medagliani, già presente nell'area della formazione, attraverso Bibliotheca Culinaria, una consociata che edita e commercializza libri di cucina e di storia della gastronomia, intraprende quindi un nuovo percorso parallelo a quello originario, per seguire le evoluzioni del mercato, raccogliere le novità dal mondo della ristorazione e trasferirle agli utilizzatori. "Nel nostro futuro – illustra Medagliani – non ci sarà soltanto la vendita, bensì puntiamo a fornire un supporto professionale agli chef. Aumenta la domanda di prodotti specifici, e spesso ai progressi tecnologici non si accompagna lo sviluppo delle competenze per l'uso degli strumenti più innovativi: questa è una lacuna che vorremmo cercare di colmare". Altra area in forte sviluppo è quella delle porcellane: cresce infatti la richiesta di forme nuove, legate alla presentazione dei piatti da parte degli chef. "La propensione all'aggiornamento – conclude Medagliani – è indice di passione e di interesse al rinnovamento. È una caratteristica che non tutti hanno. Spesso i prodotti di alta tecnologia sono utilizzati da una percentuale molto bassa rispetto all'effettiva potenzialità. Il nostro target si identifica da sempre con l'alta ristorazione. E se ciò da una parte snellisce il portafoglio clienti, dall'altra alimenta la soddisfazione di avere contatti con chef selezionati, con i quali costruire un rapporto di fiducia".

