

Riportiamo l'intervista di Ravennanotizie a Roberto Manzoni, nostro Presidente provinciale onorario.

L'uomo che sussurrava ai cappelli. A tu per tu con Roberto Manzoni, storico commerciante di Ravenna

Intervista a tutto campo con il titolare della famosa cappelleria di Via Gordini che chiuderà i battenti fra 50 giorni.



Famiglia originaria della Bassa Romagna, Conselice per essere precisi. Il padre comunista e consigliere comunale a Ravenna. Lui figura storica del commercio ravennate. Per 20 anni Presidente Confesercenti e per una vita titolare del famoso negozio di cappelli, abbigliamento e accessori in centro storico. Stiamo parlando naturalmente di Roberto Manzoni, l'uomo che sussurra ai cappelli. Insieme al fratello Giancarlo ha gestito il negozio per oltre 45 anni, fino all'ormai imminente chiusura per "cessata attività", fra poco più di un mese. E la cosa mette tanta malinconia.

In questi giorni nel negozio sotto i portici di Via Gordini è un via vai di clienti che vogliono approfittare della svendita totale. Ma lui trova il tempo e il modo per rispondere alle nostre domande. Il volto aperto e sorridente incorniciato dai caratteristici baffi, un po' all'antica, risponde senza tanti peli sulla lingua, soprattutto sui temi della politica. Una vita a sinistra, Manzoni non è tenero con il suo partito, che spesso non lo ha ascoltato quando non lo ha "tradito", per inseguire le sirene della grande distribuzione.

Innamorato del suo lavoro e dei suoi cappelli, Roberto Manzoni di questi ultimi possiede una vera e propria collezione, che con orgoglio ci mostra. Un guazzabuglio di copricapi delle fogge più diverse, un caos organizzato nel quale però lui riesce ad orientarsi per ritrovare al volo i pezzi più significativi e più originali. Su tutti le grandi marche italiane, Borsalino, Panizza e Barbisio. E come si dice in questi casi, chapeau!

L'INTERVISTA

Roberto Manzoni, partiamo dalla fine: a quando la chiusura?

"Andremo alla fine di gennaio o ai primi di febbraio."

Qual è lo spirito?

"C'è l'entusiasmo di avere raggiunto finalmente la pensione. Ma temo l'ultimo tratto di strada: sarà quello più duro. Perché è un pezzo di vita che si chiude. Sono 49 anni che vengo qui tutte le mattine. Smettere di farlo sarà un brusco cambiamento di vita."

Lei e suo fratello Giancarlo avete fondato il negozio?

"No. Sono venuto qui a fare il commesso nel 1970, perché dove lavoravo prima non mi trovavo bene. Subito mi sono innamorato dei cappelli e di questo lavoro. Ero ancora giovanissimo, avevo vent'anni, quando rilevai il negozio dai vecchi proprietari nel febbraio del 1973. Per cui chiudo nel febbraio 2019, esattamente 46 anni dopo quella partenza. All'inizio lo gestivo io. Poi, per imparare a vendere, mi sono messo a fare l'agente di commercio in giro per l'Italia."

Chi stava in negozio?

“Una commessa.”

E suo fratello?

“Lui è più giovane di me, è venuto dopo. Se non ricordo male, alla fine degli anni '70, più o meno quando abbiamo rifatto l'arredamento.”

C'è molto rammarico per il fatto di non essere riusciti a vendere o a trasmettere un'attività storica come la sua?

“Io figli non ne ho. I miei nipoti non ne hanno avuto voglia. Vendere non siamo riusciti a vendere. A parte il passaparola, il negozio è rimasto in mano a un'agenzia per più di un anno ma nessuna trattativa seria. Il rammarico c'è.”

Questa cosa della mancata trasmissione delle attività economiche dai padri ai figli sembra un male molto diffuso.

“Sì. Anche dove ci sono i figli. Spesso c'è l'idea che i figli non debbano fare i sacrifici dei padri e quindi si rompe la catena di trasmissione della cultura materiale oltre che di una tradizione.”

Lei è stato dirigente della Confesercenti per tanti anni e conosce molto bene certi meccanismi...

“Sì. Mi sono impegnato nell'associazione nella convinzione che difendendo il mio negozio difendevo i nostri negozi e viceversa. Difendevo cioè il commercio come attività, come categoria, cultura che è parte importante della storia di Ravenna.”

Presidente provinciale per circa vent'anni.

“Sì. Troppi.”

Faceva tante cose: quando stava in negozio?

“Quando capitava.”

Ma suo fratello non si lamentava?

“No.”

Avete mai litigato fra voi?

“L’ultima volta avevo 12-13 anni. No. Mai litigato sul serio.”

Come si fa ad andare d’accordo per 40-50 anni lavorando insieme?

“Basta smussare qualcosa (Giancarlo annuisce, ndr). Ma in fin dei conti che bisogno c’è di litigare? Che cosa si risolve? Quando c’è un problema si affronta, si discute, si bisticcia magari qualche volta, ma senza intaccare l’affetto di fondo. Lui è sempre mio fratello. Il conflitto distruttivo, no, quello non ci appartiene. L’ho imparato da mio padre, quando era consigliere comunale a Ravenna: vedevo che faceva discussioni furibonde sulle idee ma poi, dopo, amici come prima sul piano personale.”

Lei viene da una tradizione di sinistra, suo padre era consigliere comunale del Pci. La sinistra e il Pci in Emilia-Romagna negli anni '50 e '60 del Novecento coltivavano l'alleanza fra operai e ceti medi, commercianti e artigiani. Ora la sinistra del Pd litiga con gli operai e non ascolta i commercianti, sembra piuttosto incline ad ascoltare la grande distribuzione. Che cosa è successo?

“Hanno voluto cavalcare i temi di moda. Quindi la finanza. I poteri forti. I grandi industriali, perché è innegabile che sul mercato funziona meglio così. Lo dico scherzando ma lo penso: quando i Ds fecero segretario Fassino perché era amico degli Agnelli, sperando di portarsi a casa i voti della grande borghesia, firmarono la fine del partito. Agnelli non avrebbe mai votato a sinistra, Fassino o non Fassino. Ci voleva più coerenza rispetto ai propri valori e anche rispetto ai ceti sociali che si diceva di voler rappresentare.”

Quando il suo partito ascoltava di più la grande distribuzione invece di Confesercenti e dei commercianti, lei si è sentito tradito?

“Sicuramente sì. Ho detto per trent’anni le stesse cose, per niente. Ho spiegato ai vari Sindaci e Assessori passati da Ravenna qual era il nostro punto di vista. Ho insistito sul fatto che non c’era bisogno di creare nuovi grandi centri commerciali e che bisognava valorizzare piuttosto il centro storico, perché questo significa qualità della città e della vita, qualità dell’offerta turistica, più socialità e più sicurezza. Eppure...”

Valeva la pena andare in direzione contraria alle vostre indicazioni?

“No. Ma bisogna sentire da loro perché l’hanno fatto. In ogni caso non ha funzionato e si vede dai risultati.”

Si parla spesso di crisi del commercio nel centro storico di Ravenna. A parte il caso specifico che riguarda la sua attività, lei è d’accordo su questa analisi?

“Per forza sì. Perché con la globalizzazione c’è stato un appiattimento verso il basso di tipo culturale, sociale, economico e anche politico. Non si sceglie più la qualità. Nel centro storico di Ravenna i commercianti che puntano sulla qualità sono otto o dieci. Il resto sono tutte catene o commercianti che vendono prodotti di bassa qualità e di basso prezzo realizzati in Oriente. Non voglio parlar male di Zara, per esempio, ma siamo di fronte a un marchio che ha una forte immagine globale ma propone prodotti standard di qualità medio-bassa, coerente con quello che vogliono i giovani oggi. Come fa un negozio che punta sulla qualità a competere con una catena così?”

A proposito di globalizzazione, il nemico dei negozi è il centro commerciale o il commercio online?

“Io non ce l’ho né con gli uni né con l’altro. Anch’io vendo cappelli online. Ma teniamo conto che il volume delle vendite online in Italia è al 6% del totale.”

Però è molto in crescita.

“Andrà al 10% nel giro di qualche anno. Per chi punta sulla qualità è molto più negativo l’impatto culturale della globalizzazione, con questo livellamento dei gusti verso il basso e con queste catene che propongono prodotti standard a prezzi molto bassi: in un sabato sono capaci di incassare quello che io incasso in dieci mesi. È questa diffusione del prodotto con basso valore e basso prezzo che uccide i commercianti che fanno bene il loro lavoro, che vendono un ottimo prodotto, offrono qualità, garanzia di cose fatte come si deve, qui in Italia. Cose fatte con buoni materiali, con grande perizia artigianale, fatte ad arte, il made in Italy di una volta, che ha reso famosa l’Italia.”

Cos’è cambiato?

“È cambiato che si rincorre il marchio, si guarda la firma. Non si presta attenzione al prodotto. Una volta si tastava il prodotto, si valutava fra le mani la sua qualità, oggi è importante solo l’etichetta.”

Oggi è in gran voga la contrapposizione fra popolo ed establishment. Voi commercianti siete popolo? E siete incazzati contro l'establishment?

“Sì. Perché siamo delusi e non siamo tenuti in considerazione. Sono trent'anni che non ascoltano le cose che diciamo. Non so quanto sia giusto, ma di fatto oggi un pezzo della politica è vista come una élite a parte che difende solo se stessa e non più 60 milioni di italiani.”

Confesercenti è stata a lungo l'associazione dei commercianti di sinistra. Ora molti associati votano Lega o M5S. Sbaglio?

“Quella cosa non esiste più da tempo. L'associazione si è sganciata dalle fedeltà di partito tanti anni fa e da allora ha teso solo ed esclusivamente a curare gli interessi degli associati. I commercianti di Confesercenti votano di tutto.”

Tasse e burocrazia quanto incidono sulla vita dei commercianti?

“Tantissimo.”

Più le tasse o la burocrazia?

“Entrambe le cose. Sono due tragedie. Sono vent'anni che in Italia si parla di semplificazione e la fanno certo, ma riducendo il lavoro del dipendente pubblico e scaricando le pratiche sugli imprenditori. Per esempio la fatturazione elettronica obbligatoria dal 1° gennaio sarà una tragedia: sta già incasinando tutta l'Italia, anche perché c'è mezzo paese in cui i collegamenti internet sono difficili. Non funzionerà. È una forzatura priva di senso. Prima dovevano portare la fibra ottica in tutto il paese e poi potevano rendere obbligatoria la fatturazione elettronica. Non ora quando il paese non è pronto.”

E poi le tasse.

“Vado controcorrente. Noi italiani paghiamo qualcosa in più di tedeschi e francesi ma non è una cosa sconvolgente. La cosa più negativa è che i nostri servizi sono molto inferiori a quelli tedeschi e francesi. Ovunque per aprire un'attività commerciale servono due ore qui servono due mesi.”

E quanto brucia ai commercianti, a lei, il fatto che la categoria sia messa sotto

accusa per via dell'evasione fiscale?

“Tanto perché, purtroppo, è un pensiero diffuso ma non corrisponde al vero. Io vado in pensione con una pensione decente, per esempio. Perché ho sempre versato tutti i contributi e ho sempre pagato le tasse. Mi lamento perché in rapporto a quello che ho pagato nel corso degli anni non ho avuto in cambio i servizi necessari. Tasse troppo alte per i servizi erogati.”

Una critica che viene mossa ai commercianti dei centri storici, dei quartieri e dei paesi è di non sapersi coalizzare e consorzare per contrastare la grande distribuzione.

“Ha un fondamento perché la cultura del commerciante è individualista e competitiva. Non c'è la cultura del lavorare insieme. Ma questa critica in fondo non è giusta perché altrimenti anche su questo terreno si rischierebbe l'omologazione, uno diventerebbe la fotocopia dell'altro. Come le grandi catene. Invece il nostro valore è tutto nella differente qualità che proponiamo, nelle singole capacità anche individuali, nella sana competizione.”

Si è parlato a lungo del Mercato Coperto e se ne riparlerà ancora quando a primavera riaprirà. Prima c'erano i commercianti ora ci sarà altro. Perché i piccoli non si sono consorziati per gestire il mercato?

“Perché chiudere e stare fermi due anni per la ristrutturazione era difficile se non impossibile per tutti. E poi perché i commercianti avevano già ricevuto una fregatura, si erano scottati con la precedente ristrutturazione. Stavolta non si sono più fidati.”

Ravenna come è cambiata in questi anni?

“In linea con la globalizzazione di cui parlavo prima, con questo appiattimento verso il basso. Infatti fa molti più visitatori Mirabilandia che non gli otto monumenti Unesco.”

Per il centro storico la ZTL di Ravenna è sufficiente, va ridotta o ancora allargata?

“Va bene così. Semmai servirebbe un grande parcheggio più centrale. Io l'avrei fatto interrato, sotto Piazza Kennedy. Ma lo si potrebbe fare ancora in Largo

Firenze o alla Caserma Gorizia. Invece teorizzare che la gente lasci l'auto al CinemaCity o Pala De André per venire in centro non funzionerà mai. A meno che tu non metta autobus che passano davvero ogni 5 minuti."

Che cosa pensa del nuovo parco commerciale in zona Pala De André?

"Quello che ho sempre pensato: è una puttanata. Non ha senso e non ce n'è alcun bisogno. E poi scommetto che ne arriverà un altro: anche la galleria CMC diventerà un altro centro commerciale."

Lei non ha mai fatto saldi. È vero?

"Poca roba. In qualche occasione. In realtà io non concepisco la logica degli sconti, il prodotto che da un giorno all'altro cambia prezzo. Per me è una mancanza di rispetto verso il cliente."

È un pensiero antico.

"Sono vecchio, è un dato di fatto. Nel '90 feci un secondo negozio per smaltire le rimanenze, una specie di outlet, ma non andò bene. Ci ho rimesso un sacco di soldi."

Un altro "fallimento" che ricorda?

"Beh, quando mi proposero di mettere in vetrina i prodotti di un sarto semi sconosciuto, un certo Giorgio Armani: tastai il prodotto, lo guardai e dissi che non era abbastanza di qualità per me. In realtà, non sono pentito di quella svista. Forse avrei stravolto il mio negozio."

E poi il crack del Gruppo Ferruzzi.

"Sì. Fu un brutto colpo: il negozio perse circa 100 milioni di fatturato da un anno all'altro."

I successi invece?

"Quando veniva ad acquistare Gardini, appunto, insieme a quelli del gruppo che lavoravano qui a due passi. O quando veniva Riccardo Muti. A volte gli attori che erano qui a teatro, o degli ambasciatori. Oppure quella volta che mi vidi davanti il grande Rostropovich. Venne da Parigi con a fianco il suo

inseparabile violoncello. Nel volo andò perduto invece il suo bagaglio. Per cui arrivò qui in negozio e si comprò quello che gli serviva per cambiarsi e fare il concerto la sera stessa.”

Un negozio come il suo, così specializzato su alcuni prodotti, in particolare i cappelli, ha pochi emuli in Italia.

“Sì ce ne sono poche decine. Purtroppo in Romagna non ce ne sono più.”

Quando è cambiato il mercato dei cappelli?

“Quando si è diffuso l’uso dell’auto utilitaria, perché è diventato scomodo portare il cappello con sé. Poi si è diffuso l’uso del berretto o della cuffia di lana, cose più comode. Un’altra batosta è stata l’obbligatorietà del casco.”

Quindi il cappello è diventato un prodotto di nicchia.

“Certo. Di qualità. Per appassionati.”

Che lei vende anche in tutto il mondo.

“Sì. Dal 2005 anch’io vendo i miei cappelli online. È una piccola attività che ha affiancato quella del negozio. E da allora i miei cappelli sono finiti ovunque: in tutti i cinque continenti c’è un mio cappello (mi mostra la mappa, con le puntine rosse che segnalano i luoghi di destinazione dei suoi cappelli, ndr). Parliamo di circa 400-500 spedizioni all’anno, soprattutto in Europa e negli Stati Uniti, ma anche in Cina, Giappone e Corea, in Australia e Nuova Zelanda.”

A proposito di cappelli so che lei ha una collezione personale di qualche centinaio di esemplari.

“Sì, sono cappelli meravigliosi. Ora gliela mostro. Per esempio ho una feluca di Vittorio Emanuele III dei primi del Novecento, che mi hanno regalato dei cappellai di Bologna quando hanno chiuso (la tira fuori e la indossa, ndr). Questa invece è una bellissima paglietta di Borsalino, da impazzire, bisogna sentire la finezza. Qua una bombetta di lapin di Borsalino degli anni Cinquanta. Questo è il cilindro da cerimonia: il grigio accompagna il tait, il nero invece è per lo smoking. Quest’altro è il cilindro da dressage per andare a cavallo, un mezzo cilindro.”

Questo a punta è quello degli univertari e della goliardia?

“Sì e c’è anche quello nero classico di forma quadrata. Qua ecco il cappello della Maremma. Questo invece è della Camargue. E questo è quello tipico dei gondolieri di Venezia.”

Ha anche i famosi panama?

“Certo, il panama è per l’estate, ecco qua alcuni esemplari di una finezza strabiliante. Più è fine l’intreccio più è di qualità il prodotto. Il feltro invece è per l’inverno.”

E poi ci sono il cappello del medico e quello del prete.

“Sì, questo cappello a tre punte che sembra quello di Balanzone è il cappello tipico del medico di una volta. E poi c’è il saturnino del prete, ne ho uno di Borsalino degli anni ’50 molto bello. Non tratto invece i cappelli militari né quelli da cow boy.”

Che ne farà ora della sua collezione? Pensa di esporla?

“Non ho lo spazio e il tempo per curarla personalmente. Però sto pensando di affidarla a dei collezionisti, forse loro potrebbero esporla. Non posso dire altro per ora.”

(Intervista raccolta da Pier Giorgio Carloni)