

# IERI, OGGI... MELEGA

Gianluca Stanzani

Foto Garcy e Raffaella Scagliarini

**L**o scorso 15 giugno la storica bottega Melega di Corso Italia, gestita da Luca Melega, ha festeggiato i suoi 100 anni di attività, essendo stata fondata nel lontano 1924 dai nonni di Luca. Vi rimandiamo all'ultima parte dell'articolo per una breve cronistoria, unitamente al consiglio di leggervi un altro pezzo, uscito in occasione dei novant'anni di attività, scritto da Eleonora Grandi e intitolato "Questi primi novant'anni" (Borgo Rotondo giugno-luglio 2014). Non avendo potuto partecipare personalmente ai festeggiamenti, ma consapevole dell'importante traguardo raggiunto e che la testata Borgo Rotondo non avrebbe potuto, né voluto ignorare, ho incontrato Luca all'interno del suo negozio di pelletteria e valigeria. Una chiacchierata per farmi raccontare lo svolgimento della giornata, ma in particolar modo per un inquadramento odierno della sua attività. Se da un lato è stata ricordata l'importante data del centenario, dall'altro Luca ha vissuto in prima persona gli ultimi quarant'anni, superando di gran lunga le due generazioni che lo hanno preceduto. E in questi ultimi quarant'anni molto è cambiato e si è evoluto nel mondo dell'abbigliamento (ad es. un accessorio da uomo come il cappello, articolo che fino agli anni '90 era acquistabile in negozio), per non parlare della società e dello stesso tessuto urbano persicetano.

**Ciao Luca, raccontami un po' come si è svolta e come è stata organizzata questa importante giornata di festa.**

Devo essere sincero, eravamo un po' preoccupati per il periodo vacanziero in cui andava a cadere la giornata, un week end di metà giugno nel quale si potevano prevedere le defezioni da parte di chi si era già organizzato, da tempo, le ferie. In realtà, invece, è venuta tantissima gente ed è stata una bella serata. Avevamo lavorato molto per organizzare l'evento



e la buona riuscita ci ha premiato degli sforzi. Devi pensare che per l'occasione il negozio era stato rivoluzionato, non era come è adesso, vedevi pochissimi oggetti su ogni scaffalatura e le vetrine erano dedicate ai 100 anni con un'immagine che è stata il leitmotiv della serata. Partendo da una mia fotografia in giacca, cravatta e bombetta – Luca mi fa vedere una cartolina<sup>1</sup> pubblicitaria dell'evento – è stata inserita, all'altezza del viso, una famosa borsa di "Orciani" (noto brand di pelletteria marchigiano), ricreando così un'immagine in stile Magritte, e sotto la frase "Cent'anni senza mai andare fuori tempo". Una delle tre vetrine era stata pensata per ricordare il passato con l'inserimento di oggetti vintage e di design ancora in buonissimo stato. A questo allestimento hanno partecipato anche molti clienti, per la precisione le nonne dei miei clienti, riportandomi quelle borse che erano state acquistate quando il negozio era gestito dai miei genitori. Hanno avuto piacere che le esponessimo e anzi, volevano addirittura regalarmele. Qua, invece, era rappresentato

il moderno, in una sorta di passaggio storico. D'accordo che siamo nati 100 anni fa però l'idea è quella di essere sempre molto attuali e quindi una vetrina moderna con delle borse ipermoderne.

Oltre al rinfresco c'era un musicista al pianoforte che suonava arie classiche, mentre in un terrazzino di fronte al negozio, appositamente addobbato e decorato, c'era una ragazza

soprano che cantava quelle arie accompagnata dalle note. Sebbene fosse stato riportato nel programma, i presenti sono rimasti "a bocca aperta", qualcuno letteralmente con "la pelle d'oca", per la piacevole atmosfera in cui venivano accolti. Naturalmente è intervenuto il sindaco, che ha pronunciato alcune parole, mentre io ho ricordato delle situazioni e degli aneddoti che mi sono accaduti in tutti questi anni di lavoro. Voglio farti presente che mio nonno ne fece trenta, mio padre e mia madre ne fecero altri trenta, ma io ho trascorso quarant'anni all'interno del negozio.

Poi sono stato premiato ed è intervenuto anche mio fratello. La serata è infine proseguita tra amici, risate e un bicchier di vino. Mi ha fatto inoltre piacere che siano venute numerose persone, tra clienti e amici vari, anche da fuori Persiceto. Molti i regali floreali e una frase che mi ha colpito: una ragazza che lavora dalla fiorista "Il giardino fiorito", di fronte alla mole di fiori che ci portava e i viaggi che doveva fare avanti e indietro, a un certo punto mi ha detto "Si vede che le persone vi vogliono veramente molto bene, perché ci tengono, anche quelli che non hanno potuto essere presenti, a farvi un omaggio...". Il regalo più bello è stato questo e lei ci ha tenuto a raccontarmi questa sensazione.

**È stato un bel riconoscimento... quasi una sorta di abbraccio collettivo...**

Sì, una sorta di abbraccio da amici, parenti e clienti, gente che potevano benissimo andarsene al mare, invece sono venute e tutto questo affetto mi ha fatto molto piacere.

**In questi ultimi quarant'anni come hai visto cambiare la tua attività?**

Dal mio punto di vista ho potuto constatare che il tempo scorre molto velocemente, quasi di corsa. Io l'ho visto cambiare e a tal proposito posso raccontarti un aneddoto. Quando rientrai dal servizio militare c'era da decidere il mio impegno, se in bottega continuando a mandare avanti l'attività di famiglia, allora si vendevano cappelli, o se lavorare altrove. Però io, sapendo che mio fratello sarebbe entrato a Giurisprudenza, decisi di impegnarmi per il negozio. E verso il '95-'96, dopo che erano trascorsi un po' di anni da quella mia scelta, periodicamente mi vedevo arrivare un si-

gnore di Tivoli, un agricoltore, un certo *dulein* mi sembra; arrivava qua davanti con il cavallo e il suo calesse per acquistare un cappello. Altri tempi. Il negozio... i negozi come questo, le botteghe... è come fermare un po' il tempo, il ritornare a una vita più lenta, al non correre. Ma anche noi ci siamo evoluti, abbiamo acquistato l'altro negozio e siamo passati dai cappelli alla pelletteria; questo è stato il nostro

punto di forza, l'esserci sempre stati ma anche l'aver capito per tempo che era arrivato il momento, merceologicamente parlando, di cambiare il prodotto. Perché al giorno d'oggi quanti giovani vedi portare il cappello? Oggi li vedi indossati alle fiere e alle sfilate di moda, ma poi finisce lì. Già nel 1986 i "Barbisio" e i "Borsalino" costavano delle 200mila lire, figurati adesso cosa potrebbero costare! Quindi il tempo è mutato e con esso è cambiato anche il ruolo del cappello. Se tu guardi le immagini della Partecipanza durante la cavazione delle parti negli anni '70, in tutta la piazza non vedi una persona senza il cappello. Il cappello rappresenta-

va uno status, l'uomo non usciva senza cappello, sanciva un modo di essere e forse anche una certa appartenenza ad un determinato ceto sociale. C'era il "Borsalino", il berretto, il mini pippo... oggi non saprei paragonarti un altro oggetto con la stessa valenza e importanza. Anche perché il cappello come capo d'abbigliamento è forse uno di quegli indumenti che, a livello di moda, ha più storia di tutti; dietro al cappello c'è una sorta di cultura storica e popolare. Hai mai sentito parlare della lobbia come cappello? È stato un cappello molto usato nel Novecento e la sua caratteristica era data dalla spaccatura in mezzo, bene, quel cappello si chiama lobbia perché Lobbia è stato un senatore della Repubblica Italiana che nel 1869, a Firenze, venne aggredito da degli avversari politici e nella colluttazione fu colpito in testa facendo sì che la sua bombetta venisse schiacciata creando un'infossatura centrale, l'immagine fece così venire l'idea a un cappellaio di creare i cappelli "alla Lobbia". Il mondo dei cappelli come attività è un mondo che ho vissuto di riflesso, ma me lo ricordo ancora molto bene.

**In che anni c'è stato il passaggio dai cappelli alla pelletteria?**

Direi attorno agli anni Novanta, per la precisione 1992, 1993.

**Diciamo che tu rappresenti ancora la bottega storica in grado di consigliare il cliente, ed è quello che ti differenzia da altre attività...**

Conosciamo il cliente, siamo in grado di consigliarlo, sappiamo da decenni che prodotto vendiamo, distinguiamo la qualità del prodotto. Naturalmente negli anni ho selezionato



determinate aziende e questo ha fatto sì che da noi vengano ad acquistare anche clienti provenienti dalla grande città (Bologna, Modena e oltre), là dove probabilmente non esiste la presenza di tanti marchi di qualità; nella città vige il monarca qui, invece, puoi trovare almeno quindici aziende famose e tanto assortimento. Inoltre con il cliente viene a instaurarsi, nel tempo, anche un rapporto di amicizia, si chiacchiera, il negozio diventa un po' un centro di storie in cui la gente ha piacere di venire. Ieri ad esempio è venuta una signora di Mezzolara di Budrio e nonostante fossero trascorsi due anni e mezzo dalla sua ultima visita io ricordavo che aveva adottato un ragazzo in Mozambico, che era poi divenuto prete, così le ho chiesto: "Com'è andata la cintura per il don?". Allora lei mi ha guardato e mi ha detto: "Ma come fai a ricordartelo?".

**Da un punto di vista come il tuo, collocato nel centro storico, ti chiedo: San Giovanni come è cambiata?**

Ecco lì, dal mio punto di vista, apriamo un argomento un po' più doloroso. Sul centro storico direi che sono vent'anni che non si interviene. Con questa amministrazione c'è tanto sviluppo attorno (supermercati, Mc Donald's), con molta cementificazione a scapito del verde, ma al di là di quello vedo un centro storico che si sta spegnendo. Ecco, il famoso abbellimento del centro storico di cui tanto si è parlato, anche in sede di elezioni, io questa cosa non l'ho vista. Oggi hanno messo giù due panchine con due fiori, ma sono trascorsi vent'anni dall'ultimo intervento ai tempi di Mazzuca con le fioriere grigie e quell'asfalto dai riflessi rossastri (nda. pallinatura). Siamo rimasti fermi da allora. Che dire invece degli immobili degradati e abbandonati sul Corso? Per non parlare dei padroni dei cani che non raccolgono le feci dei loro animali. Non passa mattina che non abbiamo lo spinello in mano per pulire le deiezioni, manca poco che vengano contro le vetrine e guai a proferire qualcosa che si passa per il cretino di turno. Anche questi atteggiamenti contribuiscono al degrado cittadino e a dare un'immagine del paese non consona alle aspettative di potenziali turisti (nda. Marketing territoriale docet).

**Breve cronistoria<sup>2</sup>**

*La fondazione*

È il 1924 quando mio nonno materno Beniamino Capponcelli apre al civico 111 di Corso Italia a San Giovanni in Persiceto un negozio di cappelli e macchine per cucire. Un connubio merceologico improbabile oggi ma non allora, che riesce a superare le difficoltà della Seconda guerra mondiale.

*Anni '60*

È agli inizi degli anni Sessanta che, insieme al cambio generazionale dietro al bancone – grazie a mamma e papà – si ridefinisce anche l'identità del negozio. Spariscono le macchine da cucire per far posto a qualche oggetto di pelletteria, ma soprattutto per donare maggior spazio al cappello da

uomo, elegante status symbol, figlio del sudore e non dell'ostentazione. Era quella la sua funzione sociale, mettere in mostra il successo che quell'acquisto raccontava.

*Anni '70*

Negli anni Settanta il primo restauro trasformò il negozio in un locale moderno grazie all'intervento di un architetto che a Bologna aveva realizzato un negozio "quasi gemello" lungo una strada del centro cittadino. Ampie vetrine protette da serrande a maglie, una raffinata moquette e arredi color oro, che restarono al loro posto fino a quando affrontai un ulteriore rinnovamento coraggioso.

*Anni '90 (la nuova identità)*

Un rinnovamento che mi portò a ridisegnare l'identità del negozio. Misi a malincuore in soffitta i cappelli, l'accessorio su cui la bottega aveva fondato il suo successo, perché avevo capito che quelle erano le ultime cartoline di una Persiceto in bianco e nero. Ma se la storia dei cappelli da uomo stava finendo, quella della bottega, invece, doveva andare avanti.

*Anni Duemila (al passo coi tempi)*

È per questo che nel 2002 colsi l'occasione per un altro rinnovamento importante, ampliando il negozio e cambiando totalmente il look, contribuendo ad un arricchimento del centro storico, con una emozionante cerimonia inaugurale che segnò ufficialmente la mia impronta nella gestione. Un mestiere, il mio, che nel tempo è cambiato: per la tipologia di merce, per la clientela, per la modalità degli ordini effettuati un anno per l'altro, per il restare al passo coi tempi senza mai smettere di imparare, per il sapersi rinnovare, mettersi in discussione, cambiare linguaggio, stile, e soprattutto per il coraggio di azzardare.

*2014 (90 anni di attività)*

Il buon gusto che contraddistingue il negozio lo ha reso da tempo un punto di riferimento per tutto il territorio, Bologna compresa e nel 2014 ho celebrato con orgoglio i primi 90 anni di attività del negozio, con musica e tantissimi ospiti: amici, clienti, autorità, cittadini.

*Tre generazioni, tre capitoli di storia*

Un momento pulsante del cuore del paese, dove il negozio di quartiere non ha solo una funzione economica, ma investe e coinvolge anche temi importantissimi: sicurezza, ambiente, rivitalizzazione dei centri storici e, non ultimo, la socialità, grazie all'instaurazione di quei rapporti umani che al giorno d'oggi sono sempre più rari. È proprio la ricerca di quel sorriso, quel consiglio e quel servizio, unita alla qualità dei prodotti, la linfa e forza del nostro negozio. Tre generazioni, tre capitoli di storia familiare e locale, e... un quarto restauro in progetto.

<sup>1</sup> - Scatto fotografico di Fabrizio Belardetti, progetto grafico di Simone Ferriani.

<sup>2</sup> - Dal sito del negozio [www.melega1924.it/storia/](http://www.melega1924.it/storia/)