



VOGLIA DI FARE vs CRISI

Grandi visioni, irremovibile determinazione e profonda umiltà

Nel 2014, mentre 15 mila aziende fallivano, nasceva a Roma il Marchio "Mancini il forno". Tre gemelli all'epoca 25enni, con "un budget risicato" e tanta forza di volontà, hanno esportato sul mercato romano una tradizione che da tre generazioni eccelle nell'arte della panificazione.

Nelle storie di successo e ricchezza a livello mondiale si trovano sempre storie italiane.

E chissà che tra qualche decina di anni tra queste storie non possano finirci anche i fratelli Mancini. Non è solo un auspicio; il loro percorso lo conferma, **con un fatturato cresciuto esponenzialmente nel primo quinquennio di attività**, che continua a evolvere di anno in anno.

Era il 2014, l'anno peggiore dall'inizio della crisi: dal 2008 i fallimenti erano stati oltre 82 mila, tra questi 15 mila solo nel 2014. Ma i tre gemelli Mancini, allora 25enni, non si sono persi d'animo. **Da un piccolo paese in provincia di Rieti si sono trasferiti nella Capitale, pronti ad onorare la tradizione di famiglia, che li vede fornai da tre generazioni.**

«Il primo passo - raccontano i giovani imprenditori - è stato la ricerca di un locale commerciale che rispondesse alle nostre esigenze e che fosse economicamente accessibile». **Non avevano molti risparmi su cui contare, tanto che si sono rimboccati le maniche a supporto delle maestranze durante i lavori di ristrutturazione.** «Abbiamo deciso di ideare un laboratorio a vista - spiegano - per permettere al cliente di poter osservare la produzione in ogni sua fase, con trasparenza».

Il secondo ingrediente è stato la freschezza: **«Tutti i nostri prodotti sono preparati e venduti rigorosamente nella stessa giornata.** Una qualità molto apprezzata dai clienti - sottolineano i Mancini - che hanno cominciato a frequentare con fedeltà il nostro punto vendita in via Niccodemi».

Ma il vero ingrediente segreto è stata la forza di volontà: **«Per i primi sei mesi abbiamo lavorato tutti e tre insieme per circa 20 ore al giorno, senza sosta»**, raccontano. Fortunatamente a sette mesi dall'apertura sono cominciate le prime assunzioni di personale. Ed anche in questo i Mancini si sono distinti: **«Abbiamo selezionato solo giovani volenterosi e, soprattutto, senza esperienza specifica così da poter essere formati secondo i nostri standard di qualità, e nel rispetto delle tradizioni di produzione familiare».**

E mentre in Italia, si assisteva al tramonto di grandi realtà di mercato, come Alitalia e le banche venete, ed al trasferimento di altre storiche aziende all'estero, in piazza Carli, a Roma, compariva una



nuova scritta: "Mancini il forno". **Era il 2017, anno in cui i tre gemelli hanno raggiunto il loro secondo importante traguardo: l'apertura di un nuovo punto vendita. In quell'anno il bilancio aziendale è stato chiuso con un +58,2%.**

Siamo nel 2019 quando nel mese di aprile prende vita il primo "esperimento" di adozione del marchio in una nuova società in cui partecipa un socio non direttamente legato alla famiglia Mancini. Si adottano procedure e metodi di panificazione e gestione di Mancini il Forno e "l'esperimento" riesce. **In via Val di Lanzo torna un forno che mancava da decenni.**

Pochi mesi dopo il mondo cambia per sempre. La Pandemia costringe tutti noi ad adattarci alle stringenti misure per contenere l'ondata epidemica. Ma il pane non è solo un alimento e un imprenditore non è solo un uomo dedito al profitto. I forni diventano un punto di riferimento per i clienti. Si promuovono azioni di solidarietà affinché un bene primario non risulti inaccessibile a nessuno.

C'è palmare voglia di reagire e pur nelle difficoltà si supera la fase più critica e **nel settembre del 2021 il gruppo si arricchisce del nuovo punto vendita di via Marco Papio.**

Oggi Mancini il Forno è un marchio affermato sul mercato romano, con un grande potenziale di crescita e strategie di sviluppo che guardano sia al mercato italiano che internazionale.