

Mail Boxes, i Fiorelli conquistano le spedizioni

«Ho letto su un quotidiano di Tony De Sio, un americano che negli anni Ottanta aveva lanciato un servizio di grande successo, con cui sbarcare in Europa, e cercava un socio: fu un incontro tra imprenditori e la cosa funzionò». Riassume così il suo incontro con la fortuna Graziano Fiorelli, 70 anni, autore di una manovra che forse nessun altro prima aveva tentato: comperare la ditta che lo aveva affiliato. Se poi questa ditta si chiama Mail Boxes Etc, lavora con crescente successo in 30 paesi del mondo, dove nel complesso registra un

fatturato aggregato di oltre 300 milioni con 1.300 punti vendita associati, la storia dei Fiorelli (a Graziano si è affiancato il primogenito Paolo, 45 anni) diventa un caso da studiare. Graziano aveva 54 anni quando, nel 1992, decise di lasciare la poltrona di ad della Vestro. Firmate le dimissioni, gli capitò sott'occhio l'articolo su De Sio e decise di lanciarsi. Incontrò l'imprenditore, ottenne la licenza per l'Italia e aprì il primo negozio Mbe a Milano nel 1993. I dati di crescita sono sorprendenti: 136 affiliati

dopo tre anni, 250 nel 1998 e 312 l'anno successivo. Paolo incomincia allora a guardare di là dalle Alpi, verso la Spagna. Il primo affiliato è del 2001, ne seguono, a oggi, altri 149. Nel 2002 è la volta della Germania, nel 2003 dell'Austria. Nel frattempo la situazione stava evolvendo negli Stati Uniti dove Ups, il principale vettore mondiale, aveva comperato Mbe Usa. Ma ben presto i manager di Atlanta si accorgono che non è così facile trasferire il modello di business, soprattutto in Europa.

Così, quando Paolo Fiorelli scopre che Ups potrebbe anche accettare l'idea di vendere la controllata, fa partire una trattativa diretta nell'agosto 2008, sfidando il clima generale d'incertezza generato dalla crisi dei mercati finanziari. «È l'articolo 18 del manuale del bravo imprenditore: investire quando gli altri vendono», prosegue Graziano. D'altra parte, i segnali che gli arrivavano da tutte le province della rete erano positivi: fatturati in crescita nei punti vendita (139 milioni nel 2008, +8%) e continue richieste

di nuove aperture (erano state quasi 500 nel 2007 e 550 l'anno dopo). Le trattative si sono protratte fino a maggio scorso, quando i Fiorelli, supportati finanziariamente da Intesa Sanpaolo, attraverso il Mediocredito, hanno chiuso la negoziazione portando in Italia la proprietà del marchio e una rete di 1.300 negozi, dislocati in Russia, Inghilterra, Australia, Messico e Giappone. «In questi paesi, le potenzialità di sviluppo sono enormi», sostiene Paolo, che sta già pensando a trasferire il business anche

in India e Cina. Intanto, i Fiorelli hanno cominciato a giocare su due fronti: dal 1993, al business originario dei servizi postali hanno aggregato quello del money transfer, gestito da Western Union. Nel 1995 hanno consolidato ulteriormente i rapporti, diventando i principali licenziatari per l'Italia. Finint, la società dei Fiorelli (al 70%, il 30% è di Western Union), dal 2005 ha avviato l'attività anche in Spagna e dal 2007 è partita in Gran Bretagna, dove oggi controlla circa il 12% del mercato.

