

Il commercio "racconta" Milano

La storia della città attraverso le imprese che hanno saputo rinnovarsi arrivando ai nostri giorni senza perdere la propria identità.

(Iniziativa realizzata in collaborazione con il Centro per la cultura d'impresa)



Quadro che raffigura Roberto Viel con il carretto di gelati davanti all'Istituto Cattaneo in piazza Vetra



Celso Viel vende le castagne in piazza Diaz (1945)

La storia dei Viel



La famiglia Viel a Belluno. In piedi da sinistra: Alfredo, Nina, Celso, Maria, Tarcisio e Roberto. Seduti: Carolina, Lucio e Domenico (foto dell'inizio degli Anni Quaranta)

Oggi *Viel* è un nome che fa parte della quotidianità milanese tanto da costituire una tappa obbligata per chi abita o giunge nella nostra città per motivi di lavoro o di svago. Anche nel caso dei Viel, tuttavia, si è in presenza di una cittadinanza acquisita e la nostra storia inizia dunque con un viaggio.

Verso l'inizio degli anni '40, Celso Viel partì da Quantin, paesino del Bellunese alle pendici dell'altopiano del Nevegal, richiamato a Milano dalla presenza di altri conterranei già stabilitisi in città. Iniziò a lavorare come garzone in una gelateria e, di lì a qualche anno, si mise in proprio come ambulante vendendo caldarroste d'inverno e gelati nella bella stagione. Con l'arrivo dei suoi fratelli – Alfredo, Roberto, Tarcisio e successivamente Lucio – l'attività si ampliò con l'utilizzo di una decina di carretti ambulanti che percorrevano la città stazionando davanti alle scuole (a ricordo di quel periodo pionie-

ristico, negli anni successivi fu commissionato un quadro che ritraeva Roberto Viel alla guida del carretto di gelati davanti all'Istituto Cattaneo in Piazza Vetra). Appena finita la guerra, i fratelli



La volontà di novità e tradizione: un vecchio sacchetto Viel (in alto) e uno attuale

Viel colsero l'occasione per il salto di qualità: i negozi del centro erano gravemente dan-

segue alla pagina successiva

neggiati dai bombardamenti (la Galleria sconvolta, il Duomo lesionato), ma erano anche liberi e disponibili per chi avesse spirito d'iniziativa. Affittarono allora un locale in via Marconi (non esattamente dove lo vediamo oggi, ma più sull'angolo con piazza Diaz). Il piccolo negozio di via Marconi cominciò a costituire per Milano un punto di riferimento per la novità del modo di considerare la frutta: non più un complemento - più o meno ricco - del pranzo, ma un prodotto che, elaborato con cura artigianale, poteva competere con il dessert. I frullati, le macedonie e i sorbetti preparati dai Viel utilizzavano



Celso Viel riceve il Carrettino d'oro (1983)

una rava con il ghiaccio - indispensabile complemento per la preparazione e la conservazione della materia prima - dai cui blocchi si ricavano sculture che facevano rivela e mostra di sé sul bancone; si decoravano i tovaglioli e i sacchetti che rimandavano, attraverso il motivo servizi o rimandavano, attraverso il motivo ornamentale della palma, alla ricerca dei gusti esotici; si decorava, infine, esponendola in vendita, la frutta stessa come testimonianza della qualità dei prodotti, ma anche



Giancarla - moglie di Roberto - con il piccolo Maurizio davanti alla vetrina del negozio di via Marconi. Il frullato veniva venduto a lire 90 (1954).

anche le banane della Somalia - generalmente introvabili nei negozi dei fruttivendoli del dopoguerra - che Celso andava in treno ad acquistare presso il porto di Genova. La frutta fresca, secca o esotica divenne, grazie ai Viel, un prodotto prestigioso che poteva ben figurare come dono di Natale sulle tavole dei milanesi: sotto le festività il negozio preparava grandi quantità di cesti natalizi che portavano nelle case colori e profumi di paesi lontani.

Gli elementi decorativi rappresentarono sin dall'inizio



Il negozio di Largo Cairoli

come segno estetico di un'abilità tutta artigianale.

Al termine del primo decennio, l'attività del piccolo negozio di via Marconi non era più in grado di sostenere l'ampliamento degli affari né la crescita delle famiglie cui i fratelli avevano dato vita. Agli inizi degli anni '60 aveva perciò inizio una diaspora economico-familiare che prese avvio con l'apertura in via Crema del negozio di Alfredo. A questo primo, seguirono in rapida successione l'apertura di altri punti vendita in corso Buenos Aires (aperto da Roberto), in piazzale Istria (aperto da Tarcisio) e soprat-



In alto Roberto Viel (a sinistra) e Michele – primo dipendente assunto – davanti al negozio di via Marconi. Alle loro spalle i caschi di banane acquistati a Genova. Dentro il negozio, il fratello Alfredo

A sinistra: Giancarla e Rosita con due dipendenti all'interno del negozio di corso Buenos Aires 21

continuità dell'impegno costringerebbero altrimenti a smettere") ma anche dal desiderio di caratterizzare in senso personale il servizio e il prodotto offerti. Nel corso degli anni, la separazione dei negozi dei Viel ha significato anche la rinuncia all'uniformità dei prezzi e dei prodotti e ciò era considerato un dato inevitabilmente connesso alla diversità dei negozi e alla tipologia degli avventori.

Il tipo di taglio della frutta (per quantità e dimensione dei pezzi) è l'importante operazione che si svolge di prima mattina e prelude alla preparazione dei prodotti. Essa dipende dalle dimensioni del banco, dalla natura del prodotto finale e dal livello di concentrazione delle vendite nell'arco della giornata. Anche le modalità del servizio (la coppa o il bicchiere in vetro, o ancora il bicchiere in cartone) derivano dalle dimensioni del locale e dalla possibilità di ospitare il cliente senza rallentare la rotazione complessiva degli avventori.

La rete di negozi aperti in tutta la città ha funzionato anche come scuola di formazione per una seconda generazione dei Viel: Domenico e Carolina, figli di Celso; Maurizio, Silvia e Roberta, figli di Roberto; Agostino e Ivano, figli di Lucio. Assieme, essi hanno dato vita a una generazione di cugini che ha ereditato l'attività dai propri genitori mantenendo vivi i legami segue alla pagina successiva



tutto in largo Cairoli (aperto da Roberto e Lucio), quest'ultimo negozio destinato a divenire uno dei più affollati e caratteristici locali della città. Infine venne aperto da Alfredo il negozio di via Torino in sostituzione di quello di via Crema. La dimensione familiare era il perno di questa espansione: l'apertura di un nuovo punto vendita nasceva dalla presenza di una forte solidarietà familiare intorno all'attività economica del gestore ("non è un lavoro che si possa fare da soli: occorre il coinvolgimento del coniuge perché gli orari e la



Il negozio gestito da Carolina (figlia di Celso) e da suo marito

parentali.

A distanza di 60 anni dall'inizio dell'avventura dei fratelli Viel, questa nuova generazione sta valutando l'utilità di un raccordo operativo, anche in considerazione del fatto che i clienti riconoscono di fatto nei negozi Viel un comune denominatore caratterizzato dalla cura artigianale, dall'attenzione al cliente, dalla naturalità dei prodotti. La presenza di una sorta di stile Viel ("ogni tanto dobbiamo spiegare ai nostri clienti che non siamo una catena di negozi", "i clienti spesso ci dicono che nei nostri negozi si trovano bene e noi troviamo che la percezione di un'identità collettiva sia un fatto molto positivo") spinge gli attuali proprietari a individuare strategie di sviluppo fondate sulla ricerca di linee comuni nell'arredo dei negozi, nell'immagine coordinata e, ove possibile, anche nell'individuazione di fornitori e servizi comuni.

È questa una scelta strategica che nasce anche dalla considerazione che la domanda si è molto diversificata grazie alla moltiplicazione dei servizi aperti nelle ore serali e notturne. La trasformazione del gusto giovanile, oggi orientato verso gli alcolici in misura maggiore che in passato, il calo verticale delle vendite che da un certo tempo si verifica alla fine della bella stagione, rappresentano elementi di novità con cui i negozi Viel si devono confrontare.

Ecco allora la decisione di aprirsi a un ventaglio più largo di prodotti oltre a quelli tipici fondati sulla frutta come la birra naturale, i panini, il vino. Ma sempre mantenendo attenzione alla freschezza e alla genuinità dei prodotti, il tutto accompagnato dalla disponibilità a dialogare con il cliente per educarlo a riconoscere le caratteristiche dei prodotti e la specificità delle lavorazioni artigianali. Oggi i negozi Viel rappresentano una sorta di rete della qualità destinata a caratterizzare ancora il centro milanese: chiusi i negozi di via Torino, di piazzale Istria e, non per volontà della famiglia, di largo Cairoli, i nuovi punti vendita di via Manara e viale



Interno del negozio in corso Buenos Aires 15 gestito da Roberto e Giancarla Viel e dalle figlie Silvia e Roberta



Qui sopra, interno del negozio in viale Abruzzi aperto da Maurizio, primogenito di Roberto, e da sua moglie. Sotto: lavori in corso per il negozio di corso Garibaldi

Abruzzi si affiancano a quelli storici di via Marconi e corso Buenos Aires mentre uno nuovo sarà



prossimamente aperto in corso Garibaldi.

L'ultima considerazione riguarda la prossima ristrutturazione dell'Arenario che determinerà la riorganizzazione degli spazi sotto il colonnato di via Marconi e la chiusura degli esercizi commerciali che ora vi trovano sede: sarebbe sconcertante che un progetto essenziale di riqualificazione degli spazi culturali cittadini determinasse la dispersione di attività che sono entrate a far parte di diritto del patrimonio di tradizioni della città.

Giuseppe Paletta



Un passato che è ancora presente: una recente immagine del negozio di via Marconi