



# Dal furgone di acque minerali a numero uno di Mediamarket

Determinato e passionario dell'hitech, **Pierluigi Bernasconi** ha il commercio nel sangue. Ma sa anche come godersi la vita. Ama la famiglia, le Porsche, la fotografia e Mozart

Umberto Torelli

«**H**o risposto a un annuncio sul giornale, fatto dai tedeschi di Metro Group che cercavano un manager. Ho accettato anche se all'inizio non avevo capito si trattasse di aprire una nuova

catena di vendita per il largo consumo». Così nel 1989 è iniziata l'avventura di Pierluigi Bernasconi, 53 anni milanese, appassionato di Porsche, motociclette e fotografia. E, tempo permettendo, non disdegna la musica classica, Mozart in



**Pierluigi Bernasconi, 53 anni milanese, numero uno di Mediamarket. In apertura, la sede centrale a Curno**

testa. Adesso è il numero uno di Mediamarket, un impero del consumer elettronico nel nostro paese. Oltre 88 i punti vendita con i marchi Media World e Saturn, con un fatturato di 2 miliardi di euro e un esercito di 7 mila dipendenti. «Eppure all'inizio è stata dura. Di mattina come responsabile negozio. Il pomeriggio nel retro a tenere la contabilità e fare piani acquisti».

**Partiamo dall'inizio...**

«Ho cominciato come venditore, con il commercio di acque minerali nella zona sud di Milano.

Un'esperienza interessante che mi ha portato a relazionarmi con il pubblico e le catene della distribuzione. Avevo un furgone, la carta stradale e tanta inventiva. Poi sono passato al mondo tecnologico, approdando in Hitachi, dove ho potuto consolidare la mia esperienza nei rapporti distributivi. Infine, ho risposto al famoso annuncio di lavoro sul Corriere della Sera. Ed eccomi qui».

**Come è nata la sua passione per la tecnologia?**

«Mi è sempre piaciuta, anche se non sono mai stato un "electronic victim". Per esempio utilizzo l'iPod perché è funzionale, ma per la musica d'autore preferisco un impianto valvolare di ultima generazione. Sono inseparabile dal mio BlackBerry, ma solo per necessità lavorative. In realtà per note e appunti rimango ancora affascinato dall'uso ▶



Sopra, il Mediaworld di Fiumicino. In basso, Pierluigi Bernasconi

di carta e penna. Mi ritengo fortunato perché faccio ciò che mi è sempre piaciuto, il retailer di elettronica. Così non ho mai avvertito il peso della fatica».

### **L'idea Media World è stata il frutto di una grande intuizione o un colpo di fortuna?**

«All'inizio nel 1989, con l'apertura del primo punto vendita di Curno, vicino a Bergamo, erano in pochi a scommettere sul successo Media World. Una sfida difficile contro i nomi storici della distribuzione. Mi domandavo se stavamo facendo i passi giusti, anche se non ho mai avuto paura di fallire. Poi sono ar-

rivati i primi successi, l'incremento del fatturato e la capacità di innovare rispetto al modello distributivo tradizionale. Tutto supportato da una gestione attenta delle risorse umane e una valorizzazione delle persone. Da lì ho capito che il successo di un'azienda è merito del team che si ha al fianco. Senza la squadra giusta non si va avanti. Il rapporto umano rimane fondamentale in ogni attività».

### **A che cosa imputa il suo successo?**

«Semplice. Il segreto sono l'amore e la passione per il lavoro, abbinati a tanto buon senso, determinazione e soprattutto la forte volontà di arrivare. Una volontà non fine a se stessa, ma stimolata dal desiderio di gratificare tutti coloro che hanno lavorato al mio fianco».

### **Quando ha capito di essere "arrivato"?**

«Penso che non si possa mai dire di essere arrivati. Ci sono punti fermi, dei traguardi intermedi, ma





ogni meta raggiunta è il punto di partenza per la successiva. Ogni nuova apertura rappresenta per noi lo stimolo a migliorare, a rinnovarsi. È in questa ottica che abbiamo deciso di lanciare l'insegna Saturn e la nostra divisione di vendite online. E così è stato per ogni altra sfida lavorativa, fino ad oggi».

**La prossima sfida?**

«Raddoppiare le dimensioni, del fatturato e dei punti vendita. Una sfida affascinante, viste anche le difficoltà organizzative, burocratiche di un paese pieno di cavilli come il nostro».

**Lavoro a parte, com'è Pierluigi Bernasconi?**

«Sono un uomo che ama stare in famiglia. Vi ritrovo tranquillità, calore, affetti profondi e rispetto. Con i miei cari viaggio spesso – di recente siamo stati in Scozia e al parco di Yellowstone – e ho un debole per le macchine sportive, in particolare per le Porsche. Ne ho sempre avute anche quando non avrei potuto permettermele. Poi amo la fotografia, e mi duole non poterla praticare a livello professionale, come vorrei. Per rilassararmi ascolto Mozart, mentre per tenermi in forma e scaricare le

tensioni pratico jogging e, quando il tempo non me lo consente, corro un'oretta sul tapis roulant che ho in ufficio».

**Che tipo di viaggiatore si considera?**

«Comodo. In albergo voglio trovare tutti i comfort compresa la palestra e l'intrattenimento per i bambini».

**Ci dice i nomi di tre hotel italiani che predilige e perché?**

«L'hotel Exedra in Piazza della Repubblica a Roma per il servizio. A Palermo, Villa Igia, una struttura di fascino dove si respira la storia. E poi a Napoli il Gran Hotel Vesuvio che ospita una delle più belle terrazze italiane». □

Il negozio Saturn a Marcon. Sotto, Media-world di via Lorenteggio a Milano

