

di FRANCO PIROCCHI

Tutti più o meno conosciamo il mito di Narciso, il giovane bellissimo, del quale tutti si innamoravano e che per orgoglio egli costantemente rifiutava, finché, un giorno, specchiandosi in uno stagno, vide la propria immagine riflessa nell'acqua e preso dalla passione si tuffò per raggiungerla, morendo annegato.

Il nostro settore soffre parecchio di questo fenomeno: tutti sono più o meno convinti che il proprio lavoro sia migliore di quello svolto dagli altri colleghi/concorrenti e per questa ragione si isolano, rifiutando spesso collaborazioni, che invece potrebbero rivelarsi utilissime se non, in certi casi, addirittura risolutive, di quella crisi che da anni investe il contesto delle lavanderie, specie dopo la pandemia e l'aumento trasversale dei prezzi causato dal perdurare dell'inflazione.

In un recente video, pubblicato da Assosecco su Instagram e riferito in particolare al "caro energia", si suggeriva, alle piccole imprese, di trasformare il proprio negozio in un recapito, avvalendosi, per le lavorazioni, di un laboratorio/centro lavaggio che potesse esprimere caratteristiche simili, se non migliori alle proprie. Questo tipo di organizzazione, infatti, per lavorare grandi numeri, deve ottimizzare i vari processi produttivi, per cui è strutturata con impianti semi-industriali ed automazioni, in grado di offrire un servizio efficiente a costi sostenibili e al passo con le esigenze mercato.

Il rifiuto di prendere in considerazione la collaborazione con queste strutture, discende, il più delle volte, dalla convinzione che il prodotto offerto da esse sia qualitativamente inferiore al proprio e piuttosto si arriva alla chiusura, piuttosto di valutare questa alternativa.

Se, invece, si osservasse con obiettività ed oggettività l'evoluzione del mercato, in



termini di offerta e soprattutto di rapporto qualità/prezzo, si potrebbe facilmente capire la percezione che il cliente medio ha del nostro lavoro e cioè, come egli valuti il nostro prodotto/servizio in modo molto diverso dalle nostre convinzioni: in generale il primo aspetto che viene considerato è il prezzo, la comodità, poi la puntualità ed il tempo di lavorazione, l'approccio al cliente (gentilezza, immagine del negozio, servizi integrativi offerti ecc.); in realtà, la qualità è forse l'ultimo di questi aspetti ad essere valutato, perché nel proprio immaginario, tutte le "tintorie" lavano con acqua (il lavaggio a secco nessuno sa cosa sia effettivamente), stirano, appendono ad una gruccia, riconsegnano la busta dei capi chiusa in un film di plastica, apparentemente senza una vera differenza tra una e l'altra. Eppure, fatte queste semplici, quasi scontate, considerazioni, quante volte abbiamo sentito dire: "se lavorassi come Tizio, perderei tutti i clienti", salvo poi scoprire che quando Tizio offre una promozione, tutti corrono da lui! Non solo, ma capita che alcuni clienti portino i capi che usano abitualmente alla lavanderia del centro commerciale ed i capi "di riguardo" alla piccola lavanderia e questo non rappresenta certo un vantaggio, perché quest'ultima, non solo perde i passaggi settimanali, ma è costretta a lavorare

su capi costosi, ai quali il cliente tiene in modo particolare, aumentando così la propria esposizione al rischio: quindi qualità percepita, uguale boomerang. Per contro il "caro bollette" ha messo a rischio in particolare le piccole attività, che hanno scarsa capacità finanziaria, fatturati ridotti, scarsa capacità di investimento, a fronte di un "caro tutto" che, ancora oggi, mantiene invariato il trend negativo, perciò non ha veramente senso insistere fino al suicidio nel voler perseguire a tutti i costi un obiettivo che alla maggior parte dei clienti non interessa e non riesce nemmeno a percepire.

Allora, cosa occorre chiedere al laboratorio col quale si potrebbe stabilire una partnership?

Anzitutto il prezzo richiesto che non deve mai essere superiore al 55/60% del listino prezzi adottato dalla propria lavanderia; poi consegne nei tempi ai quali sono abituati i propri clienti, quindi, la possibilità di rifatti gratuiti e delle garanzie precise sui reclami, sui danni subiti, il tutto scritto e sottoscritto in un contrattino di appalto che specifichi diritti e doveri di entrambi le parti.

In conclusione, sebbene laviamo in prevalenza con l'acqua, evitiamo di annegarci, come Narciso, perché convinti di essere i migliori: tutti lavano con l'acqua! •