

di Franco Pirocchi

Questa pandemia sembra non aver fine, ma come ogni cosa, anch'essa troverà una propria conclusione. E dopo, potremo guardare all'oggi con gli occhi di ieri?

Se l'anno scorso avessimo saputo che le limitazioni e le sofferenze provocate dalla pandemia sarebbero durate fino ad oggi e probabilmente anche di più, ci saremmo disperati. Nessuno poteva immaginare di dover sopportare le diverse ondate, le zone colorate, le chiusure e le riaperture a singhiozzo, le speranze e le delusioni, i DPCM serali, una crisi di governo, i negazionisti, gli aperturisti, i riservisti, gli epidemiologi pro e contro, promesse sbandierate e non mantenute, i Soloni ed i Cretini nei mille talk show, l'iperinflazione di giudizi, di previsioni sbagliate e le persone sbagliate nel posto sbagliato, le parole a vanvera e sopra tutto questo, noi, le nostre famiglie, la nostra sofferenza fisica, psicologica, la crisi delle nostre aziende, i nostri collaboratori abbandonati come scomoda e pericolosa zavorra... Alla fine, come tutto, anche questa "via crucis" troverà il proprio Calvario ed allora dovremo fare i conti con lo sgombero



delle macerie e la ricostruzione, ma qual è il progetto, la visione, la prospettiva da dove partire per intraprendere il percorso di riedificazione e di resurrezione? Rifacciamo tutto come prima, oppure siamo consapevoli che quel mondo è finito e se ne apre uno diverso dal precedente? E quanto diverso? Proviamo ad analizzare ciò che in questo anno ha inciso e segnato profondamente le nostre attività e che, in una certa misura, avrà effetti irreversibili nel futuro prossimo:

- 1) il lavoro agile (smart working) ha rinchiuso la classe media impiegatizia nelle proprie abitazioni e le teleconferenze hanno posto fine alle trasferte, ai convegni (meeting): ergo niente camicie, completi, cappotti, ecc.
- 2) le vendite in rete (on-line) hanno

- beneficiato di una crescita esponenziale, ma per noi ciò si traduce in meno passaggi nei supermercati e nelle gallerie dei centri commerciali;
- 3) il decesso di una certa percentuale di clienti senior, non ha coinciso con una compensazione dalle fasce più giovani;
- 4) la chiusura di molte aziende o la loro ristrutturazione e la conseguente perdita di lavoro, provocherà una contrazione dei redditi, della liquidità e di conseguenza tagli delle spese familiari ritenute non essenziali.
- 5) il cambio di abitudini trasversale in tutte le classi sociali.

Quanto incideranno questi fattori in termini di riduzione dei nostri fatturati? Stabilito che nel 2020 il settore ha perduto circa il 40% del proprio fatturato, possiamo ipotizzare che il post-Covid potrebbe portare perdite consolidate tra un 10% ed un 25%: la differenza dipende da come negli anni abbiamo orientato il nostro lavoro. Chi, ad esempio, aveva puntato tutto sull'articolo "camicia", verosimilmente subirà la perdita maggiore, perché è ormai stabilito che almeno il 25% dei colletti bianchi continuerà a lavorare da casa; tuttavia anche chi ha diversificato maggiormente la propria offerta commerciale non ne uscirà senza ammaccature. Lo stesso vale per coloro che hanno basato la propria offerta esclusivamente su prezzi al limite dell'anti-economicità, contando sui cosiddetti "grandi numeri": la riduzione dei volumi causerà sconquassi in contabilità già segnate da squilibri difficilmente recuperabili. Fatte queste premesse, poniamoci quelle domande che, attraverso le rispettive risposte, ci permetteranno di ricostruire seguendo un progetto logico, realistico, sostenibile, economicamente e commercialmente redditizio.

- 1) Il centro commerciale, con tutti i suoi regolamenti (orari, costi e vincoli) mantiene ancora la medesima attrattiva commerciale di prima?
- 2) Aprire o mantenere un recapito ha



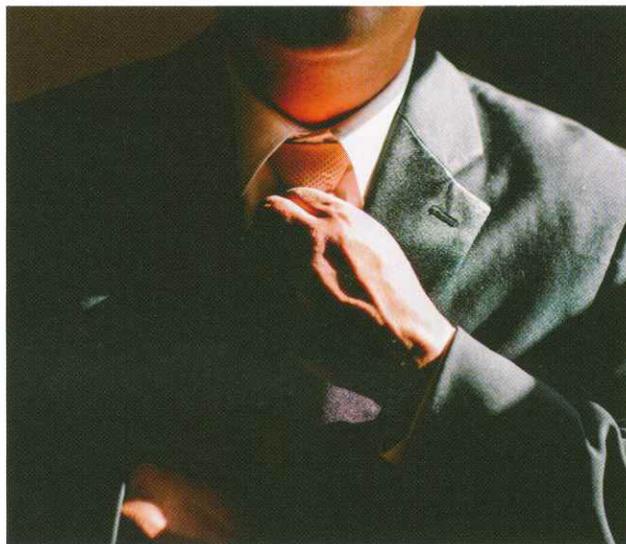
ancora senso oppure è preferibile un negozio autonomo e viceversa? E quali sono, per queste realtà, i limiti di fatturato da rispettare?

3) La vendita del servizio on-line a domicilio può rappresentare un'integrazione delle perdite, oppure un business a sé stante, oppure è solo una moda, un'attività economicamente rischiosa da cui tenersi lontano?

4) La qualità delle lavorazioni è ancora un "dovere religioso" (must), su cui misurarsi e competere, oppure si dovrebbe cedere a lavorazioni più standardizzate, industrializzate e considerare il servizio nella sua accezione più generale?

5) Gli appalti per gli ospiti delle case di riposo o quelli proposti dallo Stato possono rappresentare un'alternativa?

6) Meglio accettare la riduzione del fatturato e dedicarsi a lavorazioni di nicchia oppure lanciarsi nell'investimento di "Megamacchine" ad automazione spinta in grado di produrre grandi



quantità in tempi ridotti e con l'impiego di pochissima mano d'opera?

Assosecco, in questo momento particolarmente difficile, si fa portavoce di tutti i dubbi, le speranze, le intuizioni, degli operatori del settore che potrebbero aiutare ad emergere dall'attuale congiuntura e si propone come interprete

di sintesi di tutti coloro che vorranno collaborare fattivamente. Vi invitiamo pertanto ad inviarci le vostre risposte, le vostre opinioni, le vostre idee che riassumeremo nei prossimi numeri della rivista in articoli mirati e volti a dare contributi e fisionomia al progetto di ricostruzione. •

