



REPORTAGE

di by
Marzio Nava

Lavanderie artigianali, guardare oltre la pandemia

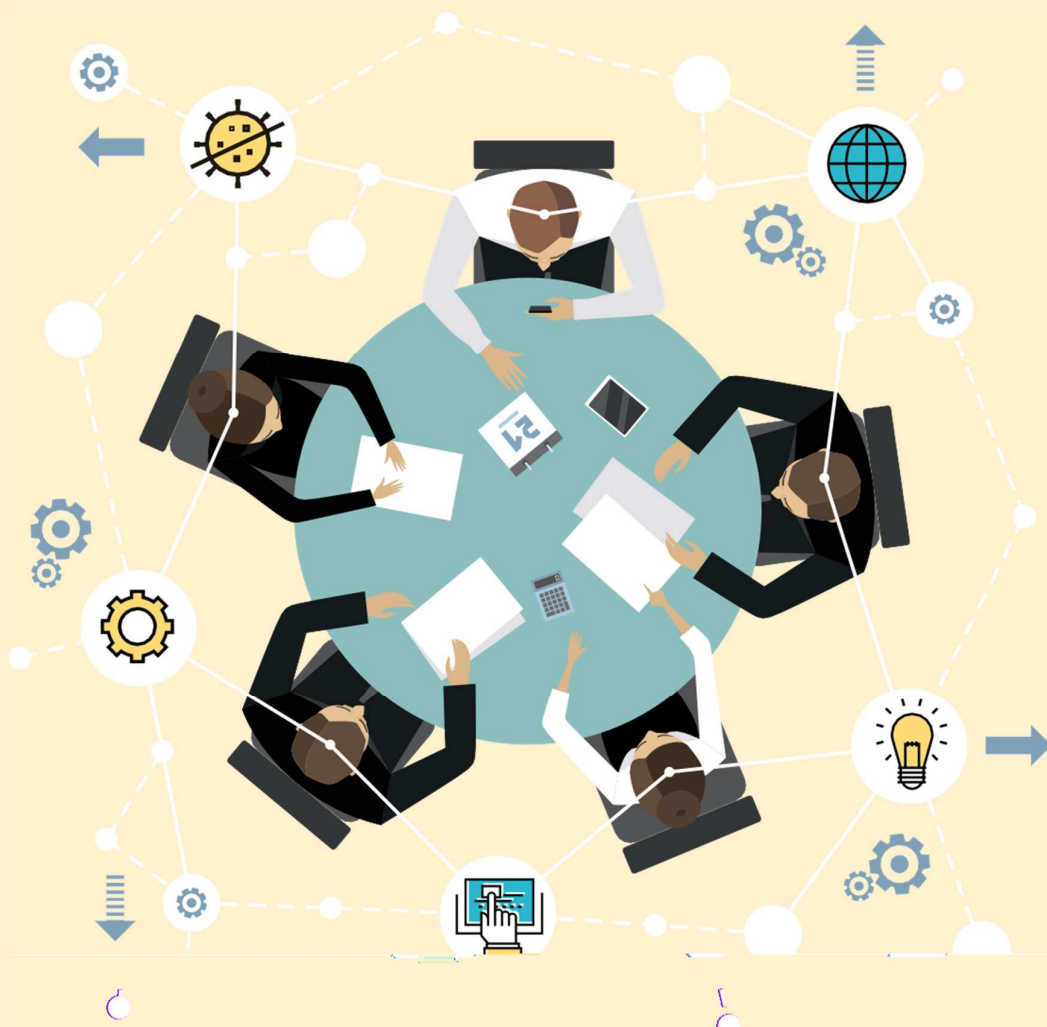
Tavola Rotonda con i rappresentanti
delle Associazioni di settore

Dry-cleaning laundries, looking beyond the pandemic

A panel discussion with the sector
Associations



**ASSOCIAZIONE
ITALIANA
PULITURE A SECCO
TINTORIE**



La pandemia dopo quasi un anno e mezzo ha stravolto i bilanci delle attività, vite personali e lavorative. Oggi la diffusione dei vaccini alla popolazione lascia presagire qualche speranza in più, può fare un primo bilancio ma soprattutto come vede la seconda parte dell'anno? Possiamo parlare di ripartenza?

Gabriella Platè (Assosecco): la pandemia ha generato un radicale cambio nelle nostre vite ma non nelle nostre speranze e sogni che restano fissi, ancorché rimandati. Da un punto di vista pratico, la perdita di fatturato è stata piuttosto generalizzata anche se le lavanderie non rientravano tra le categorie sottoposte a chiusura. Alcune attività, specializzate nei servizi alle imprese o servizi di laboratorio verso terzi, hanno avuto la capacità e possibilità di attutire, se non assorbire, le perdite. Le lavanderie "su strada" e quelle nei Centri Commerciali hanno subito maggiormente le comunicazioni ondivaghe succedute nei vari Decreti e che, duole dirlo, hanno complicato anziché semplificare la situazione. Il cambio di stagione, atteso sempre con grande entusiasmo, nel 2020 è stato più "una rinfrescata" e nel 2021 si osserva ancora una certa timidezza che si spera venga superata in autunno, con il piano vaccinale del Governo interamente consegnato e somministrato. Una parte di questo cambiamento nell'atteggiamento del consumatore, ritengo, sia dovuto al fatto che l'utilizzo dei capi più complicati e "rotativi" da lavare in casa quali abiti, capi spalla e camicie, si sia molto ridotto e, in aggiunta a questo fenomeno, abbia anche imparato a lavare da solo quei capi per i quali si rivolgeva al professionista. Diciamo, una nuova auto consapevolezza che a noi del settore fa male. Il desiderio di tornare "ad una vecchia normalità" e quindi ai consumi, tipo 2019, non è garantita ma fortemente auspicata (forse) da tutti.

Come nuovo trend positivo cito invece la forte richiesta, da parte del cliente, della garanzia di un elevato servizio di igienizzazione/ disinfezione, che veniva già fatto, e forse dato per scontato, mentre ora viene esplicitamente richiesto. In sintesi, rispetto al 2019, il settore ha perso in media tra il 40 ed il 50% del fatturato. Il lavoro agile, le chiusure di bar e ristoranti, dei luoghi di spettacolo e di ritrovo, le limitazioni di spostamento e le chiusure dei Centri Commerciali nei fine settimana, hanno fortemente penalizzato il nostro settore.

Non bisogna tuttavia scoraggiarsi perché questi sono dati medi e quindi la sfida sarà riuscire ad intercettare la fascia di clientela che è ancora disposta a spendere per il servizio di lavanderia e, allo stesso tempo, cercando di offrire nuovi servizi intercettando nuova clientela. Sicuramente, il Comparto delle lavanderie, già in una fase storica di contrazione in atto da tempo è stato messo duramente alla prova dalla pandemia. La crisi, tuttavia, è un'occasione per pensare al "mondo che verrà", alle opportunità che si possono cogliere. Bisognerà approcciarsi al lavoro con modalità e strategie diverse ma soprattutto competenza e ne parlerò meglio nella domanda due.

Per una lavanderia artigianale quali potrebbero essere le opportunità da sfruttare per un proficuo rilancio? In sintesi, quali sono i consigli che si sentirebbe di dare ai colleghi che vogliono e possano investire per avere un aumento dei volumi di lavoro e una maggiore redditività della propria attività? Quale modello di lavanderia è più spendibile? Da dove ripartire per la seconda metà dell'anno ed il prossimo futuro?

Gabriella Platè (Assosecco): in questi ultimi quattordici mesi si è potuto notare come le attività più reattive e che hanno ampliato parte dei servizi siano sopravvissute meglio di altre che, rimaste legate ad un approccio più tradizionale, sono ora in grande difficoltà. È importante sottolineare, tuttavia, che agire sotto pressione, in taluni casi, ha prodotto reazioni più istintive che ragionate e non sempre a conto economico positivo. Certo, non è banale mettersi in gioco e cercare soluzioni, fa sempre bene e rende più flessibili ed adattabili al Mercato, qualità oggi indispensabili.

Con la specifica di "lavanderia artigianale" possiamo definire quelle lavanderie rivolte al privato e che non lavorano con appalti privati o pubblici. A questo tipo di lavanderie il consiglio è quello di investire in tecnologia e cercare di allargare il nostro orario di servizio. Ad esempio, la consegna automatica h24 permette di abbattere i costi fissi.

Del resto, la pandemia ha impresso un'accelerazione a tutti quei processi di cambiamento che già prima si stavano profilando, ma con un orizzonte a tre/cinque anni. Questo spazio temporale oggi è stato azzerato. È molto probabile che l'intero comparto si muoverà verso prodotti "indossabili", meno curati, ma anche più economici ed appetibili alle nuove generazioni ed alle loro tendenze. Pertanto, gli investimenti dovranno essere in sintonia con questo nuovo percorso produttivo/commerciale. Proprio in quest'ottica, diventa fondamentale considerare la produttività e, quindi, la redditività come fili conduttori di una seria analisi dei propri punti di forza e debolezza. Altro elemento molto importante è la ricerca della sostenibilità ambientale, il Mercato è sempre più sensibile a questo argomento e, probabilmente, già in un futuro immediato, disposto a premiare gli sforzi fatti in questa direzione. Un altro punto che possiamo qui solo accennare è quello legato ai diversi servizi resi dalle lavanderie. Per analogia, la domanda da porsi è: come mai nel mondo Horeca Food sono stati così bravi a segmentare l'offerta dei servizi con prezzi adatti alle diverse tasche mentre il nostro Comparto è quasi interamente schiacciato sulla leva prezzo, indipendentemente dai servizi resi?

Ancora una volta, si è cercato di professionalizzare il comparto con la L. 84/2006 ma un sano investimento in formazione consentirebbe di far accedere al Settore solo persone preparate e competenti, con una ricaduta benefica complessiva sull'intero Comparto. Il prezzo non è la variabile unica sulla quale incidere, bisogna lavorare sulla comunicazione e consistenza dei servizi, siamo del resto una categoria di primaria importanza. Pulito, igiene e freschezza devono essere alla base delle nostre azioni.

La vostra Associazione di rappresentanza quali iniziative ha messo in campo per supportare gli associati e quali soprattutto adatterete in questi e nei prossimi mesi?

Gabriella Platè (Assosecco): l'Associazione, attraverso la Segreteria, ha svolto costantemente un lavoro di informazione puntuale, fornendo chiarimenti in merito ai molteplici DPCM che, con frequenza eccezionale, venivano emanati, talvolta anche in contraddizione tra loro, tanto che all'inizio non si capiva se le lavanderie potessero rimanere aperte o no.

In condizioni di emergenza ha rappresentato più che mai un punto di riferimento.

Per i prossimi mesi stiamo sviluppando i contenuti per tenere dei seminari formativi on line e stiamo sondando il terreno per introdurre ottimizzazioni sull'impatto ambientale, tema quanto mai attuale.

Misure a favore delle piccole attività artigianali, defiscalizzazione, crediti d'imposta, incentivi alle assunzioni, cosa avete chiesto (e ottenuto) e cosa chiederete al governo per favorire la crescita delle attività del nostro settore?

Gabriella Platè (Assosecco): bisogna trovare un modello di maggiore sostenibilità rispetto a quello implementato fino ad oggi. Parto da una critica verso il nostro Settore che, in troppi casi, ha distrutto valore inseguendo politiche di prezzi al pubblico nonsostenibili nel medio termine. Da qui, nasce anche una congenita riduzione di liquidità che affligge non solo il nostro mondo.

Dopo questa importante premessa, la defiscalizzazione, anche attraverso la riduzione dell'aliquota IVA, andrebbe accompagnata da crediti d'imposta legati agli investimenti tecnologici a minor impatto ambientale. I crediti d'imposta già esistono ma, dopo questi incredibili quattordici mesi, è necessario reintrodurre liquidità, da qui la richiesta di riduzione, anche temporanea, dell'aliquota IVA. Sostenere che i ristori o devoluzioni una tantum abbiamo lavorato in questo senso, sarebbe quanto mai inesatto.

Per la parte molto rilevante legata al personale ricordiamo che le lavanderie si basano sul lavoro umano ed il peso sul fatturato arriva anche al 40% auspichiamo sgravi per assunzioni a tempo indeterminato ma anche una maggiore flessibilità per le assunzioni a tempo determinato, necessarie durante i cambi di stagione. Con le attuali leggi, una persona assunta una volta, non può essere riassunta se non con contratto a tempo indeterminato e questo produce una continua ricerca di personale stagionale inesperto. Le lavanderie sono un'attività stagionale ma pare non lo si voglia capire. Per accompagnare la fase di ritorno alla normalità, serve mantenere la Cassa integrazione che ha evitato dolorosi licenziamenti. Forse questa occasione offerta da Detergo può diventare un ponte tra le varie Associazioni di categoria che, con una sola voce, potrebbero giungere ai ministeri per istituire tavoli di confronto

Torno in conclusione sul tema della riduzione dell'IVA. Considerando che la nostra attività rientra nella categoria dei servizi alla persona, potremmo avere qualche possibilità se tutte le associazioni di categoria si presentassero unite in questo obiettivo.