



Il punto

del presidente FIPE

Lino Enrico Stoppani

Mercato e le sue stranezze

Il Mercato è la determinante di ogni affare e una parola così semplice racchiude una complessità di fattori e variabili, spesso anche inspiegabili, che determinano l'esito (successo o fallimento) delle iniziative economiche dell'uomo.

Non definisce, cioè, solo il luogo o il momento in cui avvengono gli scambi economico-commerciali di prodotti, servizi, denaro o strumenti finanziari, ma anche i comportamenti e i percorsi decisionali. Saperlo interpretare o anticipare non è cosa facile e sufficiente, perché impone ai protagonisti che lo frequentano il possesso di pre-requisiti di competenze e di capacità, abbinati ad altri valori, tra cui l'intraprendenza e la propensione al sacrificio.

Spesso fotografa anche situazioni paradossali o in apparente contraddizione, come si registra nel Fuoricasa.

Infatti, da tempo il settore soffre di perdita di competitività, di marginalità nelle gestioni, di inefficienze organizzative, di ritorni economici degli investimenti e, contemporaneamente, cresce in termini di imprese. Basta vedere la trasformazione dei centri storici, con l'invasione di attività di pubblico esercizio, diversificate nella tipologia (bar, ristoranti, pizzerie, gelaterie, piadinerie, paninoteche, cioccolaterie, yogurterie, birrerie, pub, catene internazionali, etc.) che danno animazione, sicurezza e decoro a luoghi altrimenti destinati alla desertificazione e al degrado, per capire l'esplosione di un fenomeno che sembrerebbe non avere giustificazioni di natura economica.

Conosciamo, infatti, il livello degli investimenti necessari per l'avvio di una attività, dei costi conseguenti, dei modesti margini castigati dalla crisi e dalla spietata concorrenza, i sacrifici richiesti, anche collegati ai tempi e alla qualità della vita dei nostri imprenditori.

Eppure queste attività si stanno moltiplicando, stra-

volgendo lo stesso mercato, sviluppando e alimentando nuove tendenze e stili di vita, con le conseguenze (positive o negative) sul fronte commerciale, urbanistico, sociale e occupazionale.

Ci devono essere delle ragioni, che non sono solo quelle delle catene commerciali o dei brands internazionali, che cercano sinergie ed economie di scala, ma anche quelle che fioriscono (e spesso appassiscono) senza grandi ragionamenti su business plans o su modelli commerciali.

Sono le attività avviate da nuovi imprenditori, espulsi dal mondo del lavoro, che trovano nel settore una alternativa professionale, investendo risparmi e coinvolgendo tutte le risorse della famiglia in un nuovo progetto (anche) di vita, oppure da immigrati che sul lavoro rafforzano coesione e integrazione sociale, oltre che indipendenza economica, oppure ancora di tanti altri soggetti che non aspettano l'aiuto divino, ma cercano la soluzione ai loro problemi, con coraggio ed intraprendenza.

Tra questi, ci sono eccellenti imprenditori che sulle necessità hanno costruito e sviluppato virtù professionali, con storie di successo.

C'è a volte molta improvvisazione, che spiega la precoce mortalità del settore, grande spirito di adattamento, non solo ai sacrifici, ma anche a modellare l'attività, e le relative aspettative, secondo nuovi modelli di business.

C'è soprattutto l'intuizione ad accompagnare nuovi comportamenti dei consumatori che, nonostante la diffusione di tecnologici strumenti di comunicazione, hanno bisogno di parlare, ascoltare e stare insieme. Il Pubblico Esercizio rafforza, cioè, il suo ruolo sociale, combinando sul valore della convivialità, nuovi format commerciali e funzioni di ammortizzatore sociale.

È un altro merito di un settore, capace di compensare dinamiche sociali e offerta commerciale.

Cordialmente.