

MARKETING



ROBERTO RASIA DAL POLO
Giornalista, scrittore,
presentatore, formatore aziendale.

Guarda lontano, c'è il futuro.

Se si vuole tornare a **lavorare bene** nel 2021 bisogna **investire** in modo intelligente **adesso**, ma **guardando lontano**. Solo così si potrà arrivare a dei **risultati positivi**.

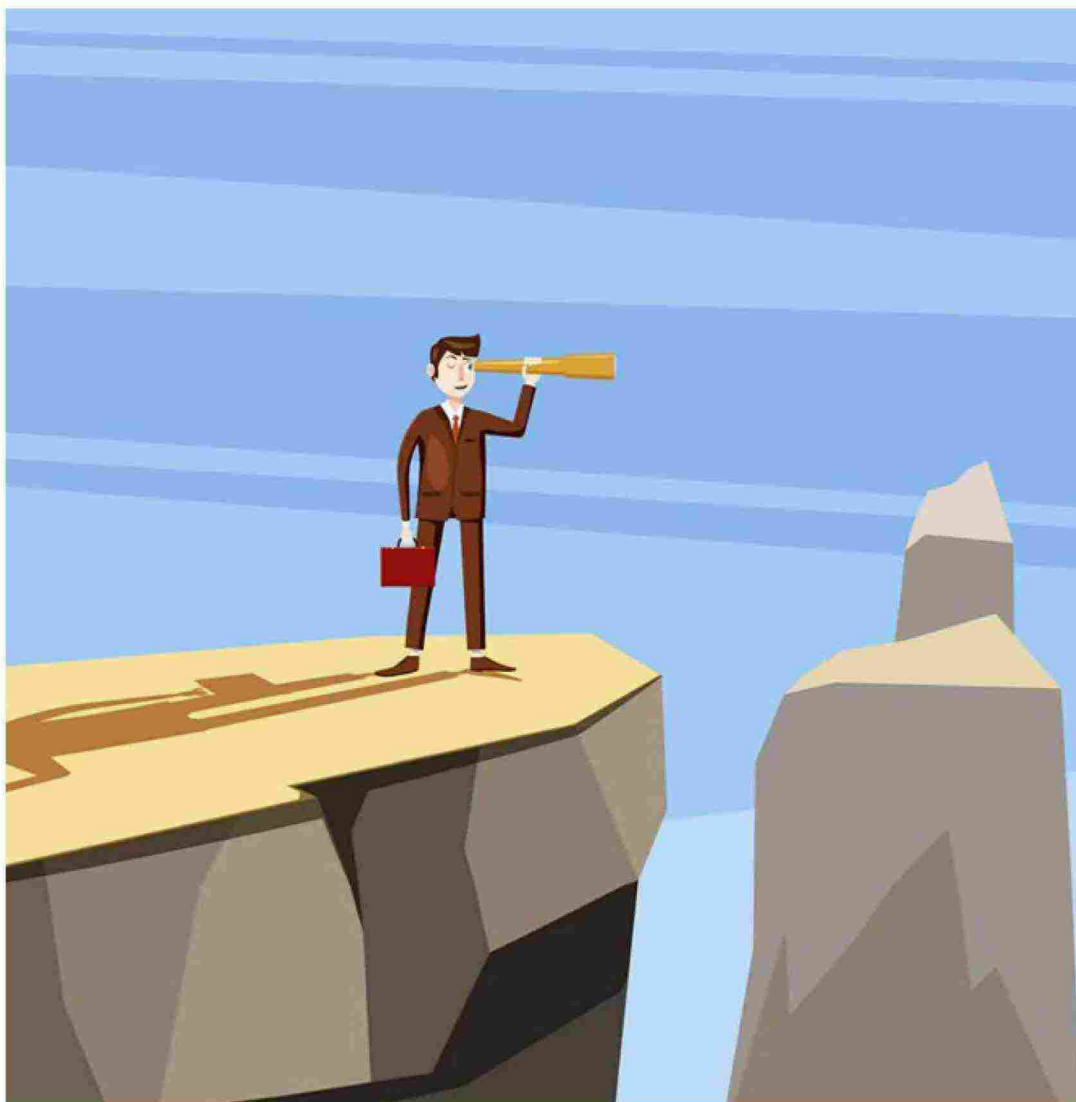
Peggiorano le stime della Commissione europea sul 2020 funestato dal COVID: il Pil 2020 in Italia scenderà dell'11,2%, il peggior calo dell'Unione, per risalire del 6,1% nel 2021. Sono queste le nuove stime sulla crescita secondo le previsioni d'estate della Commissione Ue. A maggio Bruxelles indicava per l'Italia -9,5% e a seguire un rimbalzo del 6,5%, quindi il peggioramento è anche sulla possibilità di ripresa.

Quando un giornalista scrive un articolo su un giornale o su una rivista, pone tendenzialmente più attenzione di quando parla in pubblico, poiché è ben cosciente che scripta manent. E allora approfittiamone, partiamo da una riflessione che coinvolge il nostro futuro prossimo, l'autunno per precisione. Poi, sarà semplice vedere se saremo smentiti.

Grazie al mio amico Nicolò, a fine giugno, ho partecipato con piacere a uno dei tanti seminari via web che hanno intasato le nostre agende negli ultimi tre mesi. Questo, però, mi ha soddisfatto particolarmente. Era organizzato dal Canova Club di Milano e coinvolgeva nomi particolarmente interessanti per via della loro storia imprenditoriale e dei risultati raggiunti. Io vi parlo di ciò che è stato pubblicamente detto da Pietro Salini, visionario manager e CEO del gruppo Salini Impregilo, da maggio 2020 denominato We Build. Per intenderci, è un gruppo con 35.000 dipendenti, che fattura più di 6 miliardi di euro e costruisce grandi strutture in tutto il mondo, da ponti a metropolitane, da palazzi a gallerie autostradali. Per intenderci e farvi capire fino in fondo, è l'azienda che è stata in grado di costruire in 18 mesi (rispettando i tempi di consegna) il nuovo ponte di Genova. E lo ha fatto, in questo caso locale,

senza guadagnarci un euro, per scelta della dirigenza. Possiamo dire, dunque, che il Cavaliere del Lavoro Salini sia uno in gamba? Direi certamente di sì. Gran parte della crescita del gruppo negli ultimi 30 anni la si deve a lui e sentirlo parlare (quasi) dal vivo mi ha fatto capire perché. Mi immedesimo in un piccolo imprenditore, in un titolare di un centro ottico che sente parlare un grande imprenditore, che gli butta in faccia enormi giri di business, rispetto all'economia locale e territoriale a cui il nostro ottico è comodamente abituato. E, invece, il parallelo ha retto. Mutatis mutandis, ciò che il Cavaliere Salini ha raccontato calza a pennello per chiunque abbia in questo periodo storico un'attività imprenditoriale di qualsiasi tipo, che presupponga rischio, impresa, capacità di vedere lontano e di lavorare hard. Salini ha fatto un ragionamento tanto semplice quanto profondo: le stime internazionali per il 2020 dopo la botta

MARKETING



del Coronavirus parlano di un impatto negativo sul nostro PIL di circa il 15%. Se arrotondiamo il PIL italiano a 2.000 miliardi di euro, ciò significa che entro Natale l'Italia perderà circa 300 miliardi di euro di PIL. Ciò significherà circa 3 milioni di disoccupati, crollo dei consumi (anche di occhiali e lenti a contatto, aggiungo io) e conseguente stagnazione di tutti i nostri conti, visto che l'indotto di numeri così importanti

non potrà che coinvolgere tutta la popolazione. Salini concludeva dicendo che per la nota formula di Keynes, se vogliamo non perdere quel PIL, bisogna immettere almeno 150 o 200 miliardi di euro nel sistema. Chi li deve mettere? Lo Stato. Deve spendere. E come? In opere pubbliche: ponti che crollano, strade dissestate, scuole insicure, etc. Il manager chiosava: "Ora, secondo voi, qualcuno dei tanti politici con cui mi

relazione quotidianamente ha pensato a spendere 150 miliardi di euro nei prossimi 3 anni? Sapete quanti ne abbiamo spesi in opere pubbliche negli ultimi 3 anni? 4. Dico 4". Ne è seguito un lungo silenzio, come immaginate. Il discorso non era demolitivo, ci tengo a sottolinearlo, perché da parte sua ovviamente We Build ha portato sul tavolo del Governo 113 progetti di opere pubbliche che è

MARKETING

pronta a realizzare, se lo Stato decidesse di spendere. Ma ciò che mi ha fatto riflettere è che per alcuni lavori non sia solo prudente o furbo guardare lontano, ma (ovviamente) necessario. Pensate al turismo, per esempio. Il mio amico Franco Gattinoni, proprietario del network di agenzie di turismo più numeroso d'Italia e molto attivo anche negli eventi, sa già che il 2020 farà segnare un -80% nel loro giro d'affari. Perché lo sa già? Perché guardano avanti e, se vogliono creare un flusso turistico a settembre, lo devono sapere già ad aprile. Se vogliono creare un flusso turistico serio a dicembre, bisogna saperlo a luglio. Guardare lontano. Stiamo parlando di questo. E voi? Guardate lontano? Io la risposta la so e non colpevolizzo nessuno, poiché mi ci metto anche io fra i colpevoli. Guardare lontano per chi fa altri mestieri, basati sull'oggi, sulla cassa da far quadrare la sera è davvero difficile. Ma, c'è un ma! Oggi è semmai ancora più necessario guardare lontano perché il futuro, in qualche modo, è già scritto. Sulle cifre non sono così pessimista come il Cavaliere Salini: quel 15% ad oggi è stimato dall'ISTAT per un 8,3% ufficialmente, ma non è questo il punto. Ciò che sappiamo è che sarà un autunno caldissimo per tutti, con grande mobilità nelle aziende, chiusure e crollo del potere d'acquisto. Una persona può vivere senza occhiali? Forse no, ma può tenere quelli vecchi, può decidere di cambiarli nel 2021, anziché a settembre 2020 e questo diventa un vostro problema. Allora, facciamo un esercizio intellettuale. Carta e penna alla mano: esercizio di micro-economia. Segnate sulla sinistra il fatturato che avete fatto nel 2017, poi nel 2018 e poi nel 2019. Osservate il trend e traete le prime riflessioni. Poi sulla destra segnate il fatturato di gennaio e febbraio 2020. Sommatelo e moltiplicatelo per 6. Ecco, la cifra che otterrete è la cifra che

NON riuscirete a fatturare quest'anno. Scordatevelo, non vi ci avvicinerete neanche lontanamente. Lo sappiamo già, non lo dico io, lo dicono tutti. E stavolta tutti hanno ragione. Dunque, ha senso adesso lamentarsi e correre ai ripari, andando a fare i salti mortali per salvare il secondo trimestre disastroso fra lockdown e ripartenza di un anno che sarebbe bello saltare a piè pari per partire, come d'incanto, nel gennaio 2021? No, assolutamente no. Nessun senso. Prendete il foglio di carta, tirate la riga sul 2020. Prendete quel valore che era venuto fuori come ipotetico fatturato dell'anno basato solo sul primo bimestre e dividetelo per due. Ecco, se vi ci avvicinate, siete stati bravi, bravissimi. Ovviamente, ci sono e ci saranno sempre le eccezioni, non vale per tutti, etc. Ma questo è il trend. Il settore dell'ottica era dato a metà lockdown oscillante fra un -25% e un -40% a fine anno. Per come si stanno mettendo le cose, direi che la situazione potrebbe peggiorare. Detto questo, vogliamo fare lo stesso errore di molte aziende e alcuni Governi che corrono a tagliare le spese, le risorse umane, cercando illusoriamente di salvare i conti? Neanche per sogno. Già da tre mesi scrivo e predico nei miei corsi che, se volete lavorare, fatturare e incassare nel 2021, dovete investire denaro oggi. Spendere in modo intelligente, ma guardando lontano. Solo così, seguendo le teorie dell'amico Emanuele Buffa, si potrà giungere a qualche risultato utile. Il futuro, in questo caso, lo si sa già. Oggi. Adesso. In questo istante. Cosa volete fare a proposito? Agire o lamentarvi e girare le spalle, dicendo che è solo una montatura dei media mainstream? L'azione è il miglior antidoto alla paura, lo dico da anni. Quando agite, dopo adeguata riflessione e analisi, il vostro cervello è proiettato su un goal da raggiungere, focalizzato al meglio per ottenere

ciò che vi siete prefissati. In questo discorso, ovviamente, conta anche molto la tipologia di centro ottico che gestite. La geografia, per esempio. Le vostre aspirazioni, i tempi. Durante uno dei seminari che ho tenuto per voi a inizio aprile, un vostro collega mi ha raccontato che dall'inizio del lockdown aveva messo una risorsa davanti a un telefono tutto il giorno. Aveva deciso che avrebbe fatto gli auguri a tutti i clienti che non avrebbe visto per chissà quanti mesi. L'ho ricontattato il 15 maggio, a 10 giorni dalla riapertura della Fase 2, mi ha detto che da 10 giorni aveva la fila fuori di gente che attendeva per incontrarlo, per parlargli, per sottoporgli la propria esigenza ottica. Ora sta lavorando con buoni ritmi. La gente ha bisogno di noi, di voi. Ha bisogno di calore, di avvicinamento sociale e fisico, di contatto. E sapete perché? Perché siamo fatti così, per stare insieme agli altri e fra gli altri, non per vivere davanti a un pc in una stanza da soli del nostro bilocale di provincia o di città. I neuroni specchio, di cui abbiamo tante volte scritto, ce lo dimostrano ancora una volta. Siamo connessi, siamo fortemente legati gli uni agli altri. Succedono cose straordinarie e in parte ancora sconosciute quando siamo davanti a una persona. E la mascherina non è affatto un ostacolo, se comunicata bene. Non vi consiglio di fare un passo indietro e di togliervela, come ho visto fare ad alcuni di voi, ma di fare semmai una battuta sulla mascherina con il cliente, sul caldo che provoca, sul fastidio che si sente e un ponte istantaneo sarà costruito fra voi e il cliente. La mascherina probabilmente cominceremo a togliercela già durante questa estate. Nel frattempo, guardate avanti, potreste scorgere il futuro. Sta a voi prendervelo.

**Comunichiamo Amici,
non è mai abbastanza!**

**IL SECONDO LIBRO DI ROBERTO RASIA DAL
POLO "I TRUCCHI DELLA COMUNICAZIONE
EFFICACE!" EDITO DA JOUVENCE EDITORE,
È DISPONIBILE SU AMAZON, IN LIBRERIA E
SU ROBERTORASIA.IT**