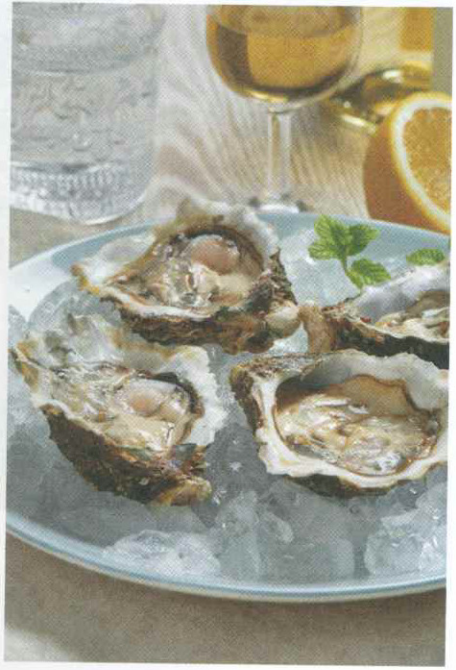
Le ostriche da McDonald's!

a

di FRANCO PIROCCHI

Chi di noi non è entrato almeno una volta in uno dei 700 store McDonald's sparsi sul territorio italiano? Sono più o meno tutti uguali e con pochi euro ti offrono un menù a base di panini, hamburger e patatine: avete mai provato a chiedere ostriche, caviale e champagne? La domanda potrebbe sembrare surreale, tuttavia, se questa domanda fosse rivolta ad uno delle oltre 15.000 lavanderie italiane, probabilmente la risposta potrebbe essere affermativa.
Per carità, non fraintendiamo: non è che in lavanderia sia possibile somministrare alimenti o bevande, ma un servizio "stellato" certamente sì, ad un prezzo non sempre congruo o adeguato all'impegno ed al costo sostenuto, in nome di una "qualità" spesso non richiesta e neppure percepita dallo stesso cliente.
Compito di questa associazione è, tra gli altri, quello di divulgare, informare, formare, aggiornare i propri associati e più in generale tentare di sensibilizzare anche coloro che semplicemente operano nel settore e che, quindi, ne influenzano (e non di rado ne inquinano) il mercato.
Facciamo un esempio: se la lavanderia ROSSI adotta un listino prezzi estremamente scontato, le lavanderie vicine dovranno tenerne inevitabilmente conto, adeguare il proprio listino, riducendo il proprio margine e rischiando poi di non riuscire a quadrare il proprio bilancio.
Assosecco, come le altre associazioni di categoria, gode di un osservatorio privilegiato, operando ad ampio spettro e su una platea piuttosto vasta, per cui fornire delle "istruzioni d'uso" è fondamentale per consentire ai nostri associati (e non solo) di poter lavorare in serenità, con margini e redditi accettabili.
Proviamo allora ad entrare nel merito, come già abbiamo fatto in passato e indichiamo le azioni che non si dovrebbero mai adottare:

1. sottovalutare l'esercizio del controllo di gestione;
2. vendere il "prezzo" del proprio lavoro, o quello dei propri dipendenti, a meno di € 40 l'ora (V. altre categorie artigianali);
3. vendere qualsiasi altro articolo sottocosto, come, ad esempio, la camicia lavata e stirata ad un prezzo inferiore ai 2.50 euro;
4. vendere il solo "stiro" scontandolo oltre il 5% del prezzo di listino;
5. vendere gratuitamente il servizio di ritiro e consegna a domicilio;
6. vendere le lavorazioni effettuate da terzi (tappeti, piumoni, giacche a vento, capi in pelle, interventi sartoriali ecc.) a meno del doppio del prezzo pagato al terzista;
7. pagare un affitto di importo superiore al 10% del proprio volume di affari;
8. accettare capi a "rischio" (abiti da sposa, capi di arredo, tipo tende, copri divani ecc.) senza documento di manleva sottoscritto dal cliente;
9. non avere una polizza assicurativa che copra i danni ai capi trattati;
10. non mantenere in efficienza con periodici tagliandi di manutenzione i macchinari e soprattutto l'impianto di lavaggio a secco.

Più in generale, in estrema sintesi, non si dovrebbe MAI vendere il proprio servizio sottocosto, cioè ad un prezzo di parecchio inferiore alla media di mercato, altrimenti è davvero come offrire ostriche al prezzo di un Hamburger e patatine.
Perché Assosecco continua ad insistere sulla quadratura dei conti?
Perché, purtroppo, nel nostro settore, spesso manca la percezione dei costi sostenuti e del margine che da essi si vuole ricavare; si guarda piuttosto al concorrente, ai suoi prezzi, spinti dall'impulso atavico di volerlo battere a tutti i costi (nel senso letterale del termine), a considerare i clienti come una "proprietà esclusiva" da dover "accontentare" a prescindere, a ritenere di possedere il "brevetto" del marchio di "qualità", convinti che il cliente sia legato ad esso ecc. ecc. disposizioni

mentali, queste, dalle quali, se vogliamo continuare ad esistere, dobbiamo riscattarci e sdoganarci, pena l'estinzione!
Purtroppo il nostro settore sconta un "peccato originale": prima della legge 84/2006, infatti, chiunque poteva aprire una lavanderia, senza che gli fosse richiesta un qualsiasi tipo di competenza, di formazione, di attestato, a differenza di altre figure artigianali, come i parrucchieri, gli estetisti, gli elettricisti o gli idraulici; questo ha provocato l'ingresso di molte persone impreparate sotto il profilo imprenditoriale, in un tempo in cui gli aspetti burocratici, fiscali ed amministrativi erano meno incombenti, pressanti e soffocanti di adesso.
Oggi non basta più sapere lavare e stirare, occorre saper fare molto bene i conti, destreggiarsi nelle controversie pubbliche e private, sapere di marketing, capire ed intuire gli spostamenti del mercato, investire, aggiornarsi, innovarsi e tutto questo, in un moneto di flessione, di contrazione del mercato, non si può fare senza una specifica preparazione di base: il tempo dell'improvvisazione, dell'empirismo è finito!
Occorre rispettare dei parametri ben precisi, adottare comportamenti virtuosi, visioni lungimiranti, non è più sufficiente sbirciare il concorrente e scimmiottarlo; è indispensabile dare un valore non casuale al nostro lavoro: solo così ci salveremo e potremo crescere, senza doverci accontentare di sopravvivere!
In tal senso Assosecco è da sempre al vostro fianco per aiutarvi a migliorare e crescere: noi abbiamo gli strumenti per farlo e sono tutti a vostra disposizione! •