

Il punto

del presidente FIPE



L'etica del guadagno

SE NE È ANDATO IL
DIFFICILE 2013 NEL
QUALE I MORSI DELLA
CRISI SI SONO FATTI
SENTIRE COME I
DENTI DI UN MASTINO
E SONO AUMENTATI
I COSTI DEL VIVERE E
QUELLI DI GESTIONE

Per il 2014 si parla di ripresa, anche se per ora motivata solo da migliorati indici di fiducia - di consumatori e aziende - e dalla sensazione di un minor rischio di ulteriore scivolamento verso il basso, forse perché già in prossimità del fondo.

Evito però la triste litania del lamento, prendendo fiducia dall'intraprendenza di molti operatori del settore, che aprono e investono all'estero, andando cioè alla ricerca del "guadagno", oggi sempre più difficile da ottenere in Italia.

Non è solo prerogativa di forti e organizzati Gruppi, ma anche di imprenditori più piccoli, che sfruttano il felice momento del "Food in Italy", andando ad esplorare mercati dove è molto facile non avere successo, perché spesso sono mercati saturi. Serve osservare questi mercati e capire il segmento mancante, sul quale impostare una offerta commerciale vincente, come hanno fatto molti dei nostri ristoratori stellati, quasi tutti impegnati in partnership internazionali che danno lustro e nuova ricchezza, oltre che rafforzare il brand italiano. La ricerca del guadagno è propria dell'imprenditore e dietro questo giusto obiettivo c'è spesso del falso moralismo, che lo combatte e lo critica, senza approfondire il sacrificio e il rischio che impone ogni attività imprenditoriale, soprattutto quella di un Esercente.

Basti pensare agli orari di lavoro, alle festività trascorse in servizio, al divieto di malattia, ai riposi non fatti, alle ferie castigate, alle rinunce quotidiane a danno degli affetti, alle mortificanti prospettive pensionistiche, tutti elementi che danno un valore etico al guadagno, anche per le responsabilità che si hanno non solo verso

le proprie famiglie, ma anche verso quelle dei propri collaboratori.

Il guadagno rafforza e consolida l'azienda e dà sicurezza a tutti i suoi stakeholders (familiari, dipendenti, fornitori, clienti, finanziatori, etc.) ed è un fatto meno ovvio di quanto sembri, in tempi in cui i Pubblici Esercizi mancano di solidità economico-patrimoniale.

Il profitto va ricercato, affinando le tecniche di gestione, partendo ovviamente dal presidio puntuale dei costi; non basta, però, più stare dietro al banco o ai fornelli a creare buoni piatti: serve un approccio ragionato alla professione, perché l'attività di esercente è difficile e completa come poche altre, che impone formazione appropriata, perché è la sintesi tra conoscenze, creatività, produzione, programmazione, marketing e pubbliche relazioni.

È un problema anche di prezzi di vendita, che devono adeguatamente remunerare anche le aspettative di profitto, come giusta contropartita al rischio, al lavoro, ai meriti e ai sacrifici dell'imprenditore.

È mortificante essere chiamati, ogni volta che il settore si muove sui prezzi, come ultimamente sul caffè, a dover giustificare aumenti che si impongono, anche per il naturale adeguamento all'inflazione, trovando scarsa considerazione, perplessità e anche pregiudizi.

L'obiettivo del giusto profitto è fattore inderogabile per l'imprenditore, presupposto per consolidare e crescere l'azienda, ma anche per gratificare lavoro e investimento, a cui non tutti riescono ancora a dare il giusto valore. Cordialmente.

Lino Enrico Stoppani