

Emergenza coronavirus: impatto sulle aziende Italiane e scenari futuri

Il nostro Partner **Marcello Pasini** condivide il suo pensiero

Dopo il primo disorientamento iniziale e il tentativo di minimizzare l'impatto della pandemia, le aziende hanno progressivamente preso consapevolezza dell'entità e della straordinaria novità della situazione.



Lo stop forzato delle attività, per quasi tutti i settori economici, è stato dapprima vissuto con insofferenza e come se fosse una misura di eccessiva cautela e solo successivamente si è preso atto del cambiamento radicale imposto dalla prevenzione del contagio.

Gli effetti della chiusura e sospensione delle attività sono strettamente connessi al settore merceologico e produttivo e, nell'immediato, prevale l'aspetto di sostegno straordinario al reddito dei lavoratori e agli effetti finanziari sulle aziende.

Gli scenari futuri sono ovviamente incogniti per tutti, nessuno ha elementi per formulare previsioni attendibili o anche solo ragionevoli di ripresa delle attività e dei fatturati.

Nel settore Real Estate dove opero, prevale la speranza che si tratti solo di una pausa forzata di pochi mesi e che la auspicata ripresa possa generare un nuovo slancio e nuova energia per una semplificazione procedurale e per una più spinta concretezza a completare le iniziative in atto.

Quali sono le maggiori criticità incontrate dalle aziende e quali le sfide che si troveranno ad affrontare?

Credo che nel mondo economicamente rilevante contemporaneo - per intenderci quello nato dopo il conflitto mondiale degli anni 40 del secolo scorso - non si sia mai verificata una interruzione totale e globale della produzione per un tempo così lungo.

L'impatto economico e sociale non è solo dettato da termini finanziari, certamente rilevanti e determinanti per la sopravvivenza di qualsiasi attività, quanto dalla acquisita consapevolezza che eventi imprevedibili

debbano essere considerati, che il controllo e la programmazione dell'economia, driver irrinunciabili per la stabilità e la crescita economica e finanziaria e quindi sociale, possano venire meno.

Molte aziende si sono trovate con produzioni azzerate, stock completi ed invendibili che rischiano di continuare ad essere invendibili anche con il progressivo superamento della crisi, perché ci sarà un mutamento strutturale e selettivo della domanda.

Quali le chiavi del successo?

Ritengo che la sfida prioritaria sia quella di comprendere se alcune delle misure di prevenzione e di cautela adottate nella fase emergenziale possano o debbano diventare il nuovo standard di comportamento e prevenzione globale. Pensate infatti alla maggiore consapevolezza di tutti nell'adottare comportamenti di garanzia individuale e collettiva, impensabili prima della pandemia.

Comportamenti apparentemente banali ma che saranno interiorizzati: la distanza come garanzia reciproca, l'interposizione di barriere fra fornitori e percettori di servizi ravvicinati, la maggiore consapevolezza, anche dei popoli più individualisti, che comportamenti fuori standard o "individuali" possano effettivamente andare a nostro danno oltre che a danno della collettività.

L'adattamento della progettazione e della produzione a standard comportamentali più elevati sia nel settore a fruizione collettiva (uffici, retail, centri commerciali, hotel, scuole, ospedali, palestre, ecc.) che in quello privato (abitazioni, studi professionali, ecc.) che in quello di grandi assembramenti (stadi, spettacoli, cinema, ecc.) sarà il fattore sfidante e determinante.

L'importanza dell'intervento manageriale

Come in tutti gli eventi che determinano una radicale discontinuità, anche questo determinerà necessità di cambiamento strutturale di molte abitudini di comportamenti, consumi e priorità che oggi ciascuno comincia ad immaginare a modo proprio, parzialmente, ma che percepisce come ineluttabili.

Ecco, ancora una volta la capacità e la sensibilità di percepire e ove possibile indirizzare il cambiamento, saranno le qualità dei managers di maggiore efficacia.

Duke & Kay Srl

Via Santa Maria Segreta, 6 - 20123 Milano

Tel. +39 02 49759973

www.dukekay.com