

## La cresta sulla crisi

Enrico Bertolino

“Fare la cresta” in gergo significa speculare, trarre profitto, più o meno indebitamente, da una situazione, da un affare o da una semplice negoziazione tra venditore e acquirente. In questo contesto, intendo dire che la crisi che il nostro Paese, in buona compagnia con il resto d’Europa, sta attraversando ha colpito molti di noi e molte aziende, ma qualcuno ne ha approfittato sicuramente, traendone vantaggio o quantomeno addebitando alla crisi le proprie manchevolezze o, peggio ancora, l’inefficienza. Per fare degli esempi, evitando digressioni teoriche, l’Italia è un Paese a forte vocazione turistica e si sa che il turismo, se ben organizzato e promosso, è una delle ultime voci che gli italiani tagliano dalle loro spese, anche in tempo di crisi. Ma la nostra classe dirigente, a mio avviso con una certa ottusità, ha pensato più al marketing del prodotto che non alla confezione e al contenuto. Il sito del ministero sulle bellezze dell’Italia, con una grafica aggiornata e accattivante, decanta bellezze che spesso si trovano in condizioni diverse da come vengono presentate. Rifiuti abbandonati, spiagge premiate con bandiere blu, ma con un accesso a pagamento o con una carenza storica di infrastrutture a riva, abusivismo selvaggio nell’attesa del ciclico condono edilizio e altre pericolose distonie tra il dire e il fare.

Per non parlare del servizio, che in tempi di crisi, fa la differenza tra prodotti e proposte sempre più simili. La qualità del servizio è uno dei pochi antidoti gratuiti alla disaffezione del consumatore e del cliente. Chi viene trattato bene e con competenza di solito torna e viene, per usare un altro termine che non piacerà agli esegeti, fidelizzato.

Sempre restando sull’esempio del turismo, dal grande albergo a cinque stelle all’agriturismo in campagna, dal ristorante rinomato in città a quello estivo aperto la sera nei bagni in riva al mare, il personale deve, o meglio dovrebbe, accogliere i clienti stranieri con una buona conoscenza della lingua inglese (come minimo). Ciò accade ancora troppo raramente e così anche la splendida cornice di un tramonto a Firenze come a Tropea può diventare un incubo per un turista straniero che non trova interlocutori in grado di capire le sue sacrosante esigenze. Albergatori, proprietari di negozi, agenzie o semplici operatori del settore ora stanno facendo la cresta sulla crisi, dicendo che non si può investire in formazione perché ci sono altre priorità ben più urgenti. E così, restando nel campo del turismo si arriva alla richiesta di sostegno governativo, di incentivi economici e poi si arriva a fallire senza appello (due tour operators, uno inglese e l’altro italiano, falliti in luglio lasciando in crisi e a casa migliaia di turisti). Non so che senso abbia parlare di sviluppo sostenibile oggi, con persone e istituzioni che pensano

solo a sostenere unicamente il proprio sviluppo e soprattutto il proprio tornaconto economico-finanziario, oppure la propria rendita in termini di carriera o rielezione. Fare la cresta sulla crisi dunque significa, secondo me, rifiutarsi di investire e pensare solo a raccogliere e conservare il possibile (guadagni, privilegi, agevolazioni e incentivi), motivando le proprie scelte con la necessità di salvaguardare il lavoro e il profitto per sopravvivere alla crisi e per poi ripartire subito dopo con nuove energie e assetti. Conosco molto bene questo tipo di discorso, era lo stesso che molte aziende o molti commercianti fecero durante la crisi degli anni 70 (shock petrolifero e conseguenze sui consumi), e da molti di loro si stanno ancora aspettando tutti gli investimenti, soprattutto quelli sul capitale umano, promessi in quei giorni difficili per il post emergenza.

Inutile parlare di uscita dal tunnel se poi si corre dalla parte opposta della luce. Più del terziario avanzato, si dovrebbero sistemare gli avanzi del terziario, tutte quelle strutture di servizio e infrastrutture di sostegno che costituiscono la base di ogni progetto di crescita e consolidamento. Più della crisi economica delle imprese e del sistema commerciale, temo la crisi valoriale degli individui, siano essi dirigenti, imprenditori, manager o semplici lavoratori. La vera emergenza nazionale non penso sia il varo dei Ddl sulle intercettazioni o la legge salva-processi (che vanno comunque affrontati e risolti con discussioni e non con monologhi, arroccamenti o fiducie parlamentari), e nemmeno il Tfr, bensì il Trc, ovvero il Tasso di rassegnazione dei cittadini. Dalle crisi economiche solitamente si esce addirittura più determinati e forti di prima - l'America del '29 lo ha ampiamente dimostrato - dalla rassegnazione, invece, è facile passare all'atrofia del pensiero, soprattutto di quello libero e indipendente. In un clima del genere probabilmente non si parlerebbe più di crisi globale, ma soltanto di "nubi passeggero" o di "semplice temporale estivo" per cui nessun problema, anche se gli uragani e i tifoni spesso iniziano così. Vedremo allora se i soliti noti saranno in grado di fare la cresta anche su quelli.