
InBici

InBici

Rivista per ciclisti, InBici Magazine, Passione sui Pedali

LUCA CELLI (NOT ONLY BIKE): “BISOGNA CAMBIARE LE REGOLE DEL MERCATO”

Maurizio Rocchi · Tuesday, April 21st, 2020

a cura di Luca Pellegrini per iNBiCi magazine

La crisi vissuta dai negozianti di biciclette, un'emergenza delle piccola imprese del mondo bike.

L'emergenza **Coronavirus** ha colpito l'Italia dal punto di vista sanitario ed economico. Tante aziende, a causa del lockdown imposto dal Governo, sono state costrette a bloccare per un periodo la propria attività, con conseguenti problemi nel capitolo bilancio.

Scenario che ha inevitabilmente coinvolto le aziende del comparto ciclismo, la cui situazione è stata resa ancor più complessa dall'impossibilità per gli appassionati di uscire in strada ad allenarsi. “Noi siamo chiusi dal 12 marzo. Abbiamo lavorato con gli acquisti online, ma il risultato è stato quasi di zero”. E' la testimonianza di **Luca Celli del Centro Polifunzionale Not Only Bike** in Romagna, che in queste settimane ha dovuto fronteggiare nella sua totalità la crisi legata al Covid-19. “Abbiamo adeguato la preparazione di alcuni nostri clienti per gli allenamenti sui rulli, ma poco altro. Immagino che fino a quando gli appassionati non potranno tornare ad uscire in strada, sarà tutto fermo”.



Uno scenario complesso che apre a riflessioni su quello che sarà il futuro delle attività legate al comparto vendita di biciclette. **“Al momento è difficile fare previsioni**, ma si dovrebbe aprire un discorso complesso – ci ha spiegato Celli – I nostri fornitori guardano il bicchiere mezzo pieno. Secondo loro nel momento della riapertura le persone sfogheranno tutta la loro voglia di andare in bicicletta. Molti, tra l’altro, hanno fruito delle ferie in questo periodo e verosimilmente in estate non potranno viaggiare. Questo elemento potrebbe incrementare la loro voglia di allenarsi”. Una dinamica che appare plausibile, ma che non risponde al dubbio di molti rivenditori circa la possibilità di rilanciare il mercato. “Nel mio caso, ovvero la vendita di biciclette di alta gamma, il cliente medio è il piccolo imprenditore, l’albergatore della riviera romagnola – afferma Celli – Vedendo la situazione, penso che siano le categorie che hanno subito colpi più duri da questa crisi. Penso che il loro potere di acquisto possa essersi ridimensionato”.



La totalità della popolazione italiana guarda al 4 maggio come data del possibile ingresso nella cosiddetta fase 2. Un momento storico che sarà accompagnato da tanta incertezza, anche in merito alle strategie da perseguire. “In questi giorni abbiamo avuto numerosi confronti con i fornitori. Nel corso delle call abbiamo vagliato gli strumenti da poter utilizzare – ha raccontato Celli – E’ chiaro che **nell’immediato c’è bisogno di liquidità per poter ripartire**. Al contempo bisogna anche guardare avanti e analizzare la situazione del mercato delle biciclette, **regolamentato da dinamiche totalmente sbagliate**.



La scelta di presentare le biciclette per il nuovo anno a giugno fa sì che l'arco per la vendita dei modelli dell'anno corrente si riduca tra i mesi di settembre e febbraio. Gli appassionati ad aprile non investono su un modello, sapendo che due mesi dopo ne uscirà uno nuovo. Tempistica che ci impedisce di lavorare al meglio e che spesso ci porta a svendere". Per quest'anno i grandi marchi produttori hanno deciso di posticipare la presentazione dei nuovi modelli al mese di settembre, per lasciare più margine ai negozianti per rilanciare l'attività. Tuttavia l'appello che arriva da Luca Celli è di una riforma strutturale. **“Questa deve essere l'occasione per poter cambiare delle regole – ha detto – Se guardiamo solo al breve periodo, il prossimo anno ci ritroveremo a discutere delle stesse cose. La crisi può essere un punto di partenza per un'organizzazione migliore, ma bisogna essere lucidi e avere la voglia di cambiare. Bisogna dare al mercato delle tempistiche diverse, altrimenti ci troviamo dentro a una trappola.** La spinta deve arrivare proprio da noi negozianti: i produttori hanno bisogno di noi e della nostra 'buona salute', per poter avere un mercato”.



Qualche feedback è arrivato dalle aziende produttive che hanno mostrato, come racconta Luca Celli, sensibilità alle argomentazioni dei negozianti. **“Stanno emergendo tante idee, c'è voglia di mettersi in discussione,** cosa che prima non avveniva – racconta – Un tema emerso è quello di far vivere ai clienti esperienze che vanno oltre il semplice rapporto nel negozio. Organizzare test in alcune località, ad esempio, può essere un modo per movimentare l'economia dell'azienda e

sostenere anche altre piccole imprese. Questo può contribuire alla fidelizzazione del cliente e farci uscire dalla dinamica del prezzo che in una fase di crisi può diventare l'unico fattore di scelta. **Dobbiamo essere lungimiranti, altrimenti rischiamo solo di farci del male.** Non pensare alla svendita, che può portare immediata liquidità, ma saturare il mercato, bensì ad attività collaterali che possono portare degli utili. Sarebbe un messaggio positivo anche per l'economia italiana. La direzione deve essere quella, ma temo che si guardi solo al brevissimo periodo. In tal caso dobbiamo prepararci, poiché rischiamo di subire colpi duri”.



La fase 2 dell'emergenza Coronavirus potrebbe essere un volano per il rilancio dell'immagine della bicicletta. Molte amministrazioni comunali hanno parlato della possibilità di usare le due ruote come principale mezzo di spostamento ed è una notizia che, naturalmente, è stata ben accolta dagli appassionati del settore. “Secondo me è un'idea praticabile – ha affermato Luca Celli – Penso che nelle grandi città possa essere auspicabile e mi aspetto un incremento delle vendite delle biciclette da passeggio dopo questa ‘clausura’.



La gente vorrà trascorrere del tempo all'aria aperta. Bisogna però fare qualcosa in più, trovare strumenti per sostenere questo tipo di proposta. **Rispetto all'Europa siamo decisamente indietro, non basta nascondersi dietro il fatto di non avere piste ciclabili.** Bisogna tornare a considerare la bicicletta come un mezzo di trasporto. All'estero sono più organizzati, ma c'è una mentalità che al momento a noi manca”.

Dal mondo del ciclismo emergono tanti spunti e proposte. La quarantena imposta ha aperto a riflessioni sul futuro di molte attività imprenditoriali. L'auspicio è che si possano realmente sfruttare quelle occasioni che, seppur in un momento difficile, stanno fiorendo per poter fare dei passi in avanti.

This entry was posted on Tuesday, April 21st, 2020 at 10:08 am and is filed under [News](#)
You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.