

## Coronavirus, ABS Group: "Usciremo cambiati da questo periodo, ma non ne siamo spaventati"



L'emergenza Covid-19 ha avuto tra le immediate conseguenze la chiusura di molti negozi fisici non legati a servizi essenziali, con conseguenze su tutta la filiera produttiva legata all'ambito del retail. Se da un lato, il settore dell'allestimento di punti vendita sta vivendo una fase d'arresto, dall'altro non è il momento di perdersi d'animo, ma di rimboccarsi le maniche e provare a trasformare la stasi in un'opportunità. Fare di necessità virtù, in poche parole. È quello che sta provando a fare **ABS Group**, azienda con sede a Vittorio Veneto, provincia di Treviso, specializzata nella realizzazione di sistemi di allestimento destinati alla comunicazione visiva e al retail.

«Nelle ultime settimane gli uffici di pre stampa, grafica, vendite e customer experience hanno lavorato in remoto evitando i contatti – spiega **Giorgio Grando**, responsabile ricerca e sviluppo dell'azienda –. A partire da giovedì 26 marzo i nostri stabilimenti produttivi sono chiusi come da **Dpcm 22 marzo**». Per ABS Group, marzo e aprile sono mesi di intensa attività lavorativa che corrisponde a circa l'11% del fatturato annuo: «Normalmente il ciclo produttivo di una singola commessa richiede 5 giorni – prosegue Grando –. Dato il calo di ordini, abbiamo accorpato quelli esistenti per evadere ogni scadenza. Dopodiché ci siamo dedicati ad attività di progettazione e perfezionamento dei nostri servizi. Quale momento migliore per farlo?».

Tra queste attività rientra l'ottimizzazione del ciclo produttivo, tramite stress test e simulazione di ordini che ha permesso di testare il nuovo software di gestione del workflow, che l'azienda ha introdotto circa un anno fa, per rilevare eventuali criticità e correggerle. Grande attenzione viene dedicata anche alla ricerca e sviluppo attraverso la ricerca di nuovi tessuti, la creazione di nuovi profili in alluminio (che ABS Group utilizza per la realizzazione di lightbox dinamici e interattivi, uno dei suoi prodotti di punta, ndr), l'aggiornamento delle schede tecniche e delle certificazioni legate ad alcuni materiali e prodotti.

Dopo un paio di settimane difficili, inoltre, l'ambito del retail sembra in leggera ripresa. Aziende e agenzie di comunicazione cominciano già a progettare gli allestimenti previsti per il periodo natalizio e per gli eventi che, per forza di cose, sono stati rimandati alla fine di quest'anno o all'inizio del prossimo. «Inutile dire che questa crisi si è rivelata più profonda di quanto tutti noi ci aspettassimo; le nostre priorità sono destinate a cambiare e forse è un bene – conclude Grando –. Nel post-crisi sono certo che tornerà al centro il tema sostenibilità, che è uno dei nostri baluardi da sempre. Da quando 15 anni fa abbiamo introdotto la stampa a sublimazione su tessuto, ci siamo impegnati a produrre nel pieno rispetto dell'ambiente, utilizzando inchiostri base acqua e materie prime riciclabili (come il poliestere) o riciclate (come l'alluminio) utilizzato per realizzare i nostri profili. Come azienda, sentiamo che è giunto il momento di fare un ulteriore passo avanti, andando a diversificare ulteriormente il nostro portfolio prodotti. Abbiamo in cantiere delle novità che speriamo di poter portare al mercato non appena ci saremo lasciati questa situazione alle spalle. Insomma, sappiamo che usciremo cambiati da questo periodo, ma non ne siamo spaventati».

Di Caterina Pucci

**AZIENDE STAMPA E  
MERCATO**  
Marzo 27, 2020

CORONAVIRUS  
EMERGENZA  
CORONAVIRUS  
ABS GROUP

COPIA PERMALINK

IN VIA