



# senza filtro

**Q**uelli di noi che ormai guardano più da vicino i 50 che i 40, hanno vissuto la prima parte della propria esperienza professionale ancora sotto il rassicurante emblema della Repubblica Italiana, racchiuso in un timbro tondo che rappresentava l'appartenenza ad una delle Amministrazioni statali più prestigiose, i Monopoli di Stato.

Nei primi anni del 21° secolo, la restituzione formale di quel simbolo, che le nuove generazioni definirebbero il “logo” della Repubblica, fu il momento in cui un'intera categoria si accorse che era arrivata la fine del proprio mondo, così come lo aveva conosciuto e vissuto per decenni, sempre uguale.

Nel giro di un triennio, ci ritrovammo a fare, con un nuovo committente, un lavoro totalmente diverso dal precedente e l'unico legame col passato restava il prodotto da distribuire, il tabacco.

Diventammo delle aziende di servizi e di trasporto. La trasformazione avvenne in un tempo così breve che a guardarlo oggi sembra quasi un miracolo.

A distanza di oltre 10 anni l'immagine dei vecchi Magazzini Vendita dei Monopoli di Stato ci riappare alla memoria come una foto in bianco e nero e la distanza che ci separa da quel tempo sembra di gran lunga superiore a quella reale.

Allora pochi sarebbero stati in grado di prevedere con precisione quello che sarebbe accaduto, ma molti avevano intuito che il cambiamento sarebbe stata la chiave della sopravvivenza di una categoria a forte rischio di “estinzione”.

Da quel momento fino ad oggi le fasi di cambiamento si sono succedute in maniera pressoché continua ed a volte addirittura sovrapposte (come nel 2013, quando alla ristrutturazione della rete si sommò l'introduzione del nuovo modello distributivo e la partenza delle attività commerciali di Terzia), al punto che ormai il continuo cambiamento è diventato la normalità.

E' proprio in questa ottica, e con un occhio al recente passato, che AGEMOS ha il dovere di anticipare ed indirizzare il cambiamento, come ha fatto negli ultimi anni.

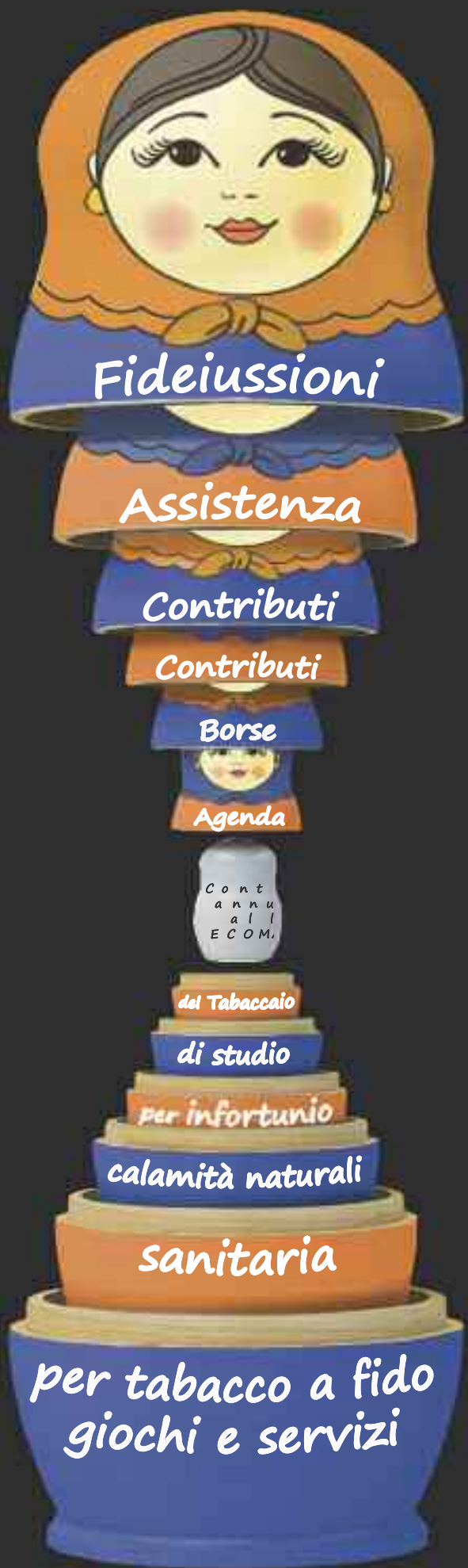


Da queste pagine abbiamo sempre cercato di dare a tutti gli elementi chiave per interpretare il cambiamento, partendo dalla definizione di scenari futuri ragionevolmente attendibili.

Proprio in questa ottica le scelte dell'Associazione che puntano ad una accelerazione sulla strada della diversificazione del business, sono diventate predominanti rispetto ad altri temi che ad alcuni potrebbero sembrare più importanti.

Il tabacco resta e resterà ancora per molto la colonna portante delle nostre Aziende, ma il momento migliore per costruire una nuova colonna è senz'altro precedente al crollo dell'edificio!

*Carmine Mazza*



Un solo  
contributo  
tante  
vantaggiose  
prestazioni



**ECOMAP**

semplicemente  
indispensabile!