

ECONOMIA NORD-OVEST

Il 4 maggio, dopo due mesi di stop completo, ripartono le vendite di motociclette e automobili
Nessun problema per il distanziamento. Per la prova e la consegna finale, le macchine saranno disinfettate

Test drive in solitudine e sanificazioni I concessionari sono pronti ad aprire

IL CASO

CLAIRE BAL

Sanificazione degli ambienti, scrivanie distanziate le une dalle altre, barriere di plexiglass fra cliente e venditore. Le concessionarie auto si stanno attrezzando per la riapertura del 4 maggio, dopo due mesi di chiusura totale. «Per quanto riguarda il distanziamento, le nostre strutture non hanno problemi perché sono molto grandi, non c'è alcun rischio di sovraffollamento», dice Carlo Alberto Jura, presidente del gruppo Spazio, con 9 sedi fra Piemonte e Liguria, 400 dipendenti e 130 milioni di fatturato annuo. «L'aspetto più importante per noi è la messa in sicurezza dell'azienda dal punto di vista sanitario, per garantire serenità a dipendenti e pubblico».

I concessionari non intendono farsi trovare impreparati nemmeno su uno dei punti più critici del processo di vendita, quello della guida su strada della macchina, che avverrà senza il venditore a bordo. «Possiamo portare la macchina a domicilio e avviarla da remoto, in modo che il cliente la guidi da solo, oppure organizzare il test drive all'interno dei nostri spazi», dice Jura.

Firma digitale

«Abbiamo un sistema che in qualche minuto sanifica l'auto, così che il cliente, quando ci sale per il test drive o dopo la consegna, è certo che nessuno l'abbia contaminata», dice Alberto Di Tanno, presidente di Intergea, uno dei primi tre gruppi italiani, con sede a Torino e proprietario dei marchi Autoingros, Forza, Logica e Teorema (80 punti vendita, 300 dipendenti, 500 milioni di fatturato annuo). «Il venditore è in grado di spiegare la macchina attra-



Tre immagini delle concessionarie Autoingros: le scrivanie sono attrezzate con divisori di plexiglass fra clienti e venditori

ALBERTO DI TANNO
PRESIDENTE
GRUPPO INTERGEA

Grazie alla firma digitale, il cliente può venire da noi una sola volta e poi chiudere il contratto da casa

CARLO ALBERTO JURA
PRESIDENTE
GRUPPO SPAZIO

Possiamo portare la macchina a domicilio e avviarla da remoto, in modo che il cliente la provi da solo

verso un video collegamento, se necessario - dice Di Tanno -. E grazie alla firma Otp, il cliente può venire in concessionaria anche una sola volta, e poi chiudere il contratto da casa. Il nostro obiettivo è ridurre al minimo la burocrazia e lo stress».

Per i clienti che vorranno recarsi in concessionaria non ci saranno comunque ostacoli, precisa Gian Franco Soranna, direttore di Federauto, la federazione nazionale dei concessionari. Il codice Ateco 45, quello relativo al commercio di auto e moto, «è stato sbloccato, e quindi è legittimo spostarsi per recarsi in concessionaria - dice Soranna -. Consigliamo ai nostri associati di mandare una conferma dell'appuntamento, via mail o messaggio, in modo che i clienti possano esibirla in ca-



so di controllo delle forze dell'ordine». Una cautela che potrebbe non essere più necessaria a partire dal 18 maggio, dice Soranna, con una più ampia apertura delle attività commerciali.

L'on line non basta

La ripartenza di lunedì prossimo è attesissima dal comparto auto, che ha patito il lockdown anche più di altri settori. «Siamo in attività dal 1927, dopo la seconda guerra mondiale non ci era mai successo di essere chiusi per un periodo così lungo», dice Jura. «Abbiamo costi fissi enormi a causa delle strutture, degli standard che dobbiamo mantenere e degli stock. Le Case fatturano a noi, e noi rivendiamo le auto: avere centinaia o migliaia di macchine, nuove o usate, ferme

sui piazzali è come avere denaro contante immobilizzato». E se l'economia non riparte, mancheranno anche i clienti: «Chi non lavora avrà altre priorità rispetto a cambiare la macchina». Le vendite on line funzionano ancora poco con un bene costoso come l'automobile. «Siamo entrati in casa dei clienti in modo virtuale, ma percepiamo difficoltà», dice ancora Jura.

«In queste settimane abbiamo comunicato che eravamo disponibili a consulenze e vendite on line - dice Di Tanno -. Non siamo stati fermi, perché fra trattative già iniziate e il rinnovo di servizi fidelizzanti abbiamo raccolto ordini. Il volume, però, è circa il 10% di quello di un periodo normale. Ora siamo pronti a ripartire davvero, sono ottimista». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DOMANI ASSEMBLEA

Banca Asti nuovo Cda dopo la fusione con Biver

In altri tempi non sarebbe stato fuori luogo scomodare l'aggettivo «storica» per l'assemblea dei soci di Banca di Asti in programma per domani. Vuoi perché sancisce definitivamente la fusione tra Banca di Asti e Biver-Banca con la nascita di una nuova governace del gruppo con alleate le Fondazioni di Asti, Biella e Vercelli; perché vede Aldo Pia lasciare la presidenza, dopo 16 anni in cui ha portato l'ex Cassa di risparmio di Asti ad essere un gruppo bancario tra i più solidi e forti del Nord Ovest. O perché il bilancio 2019 chiude con un utile di 40 milioni di euro.

L'emergenza sanitaria sposterà invece l'assemblea dai velluti del teatro Alfieri ad una meno scenografica videoconferenza. E i toni saranno necessariamente adeguati a quello che è il clima, anche se la sostanza delle cose per il Gruppo non cambia. «Un buon bilancio dal punto di vista qualitativo e quantitativo - sintetizza l'Amministratore delegato Carlo Demartini - Le risultanze confermano la capacità del Gruppo di individuare linee strategiche efficaci e di realizzarle concretamente. Ovviamente sono risultati raggiunti con la gestione prima della pandemia. Come sarà il futuro? Se ci sarà una vera ripartenza, credo si possa essere ottimisti, pur con tutte le difficoltà. Ma ognuno dovrà fare la sua parte». Demartini conclude ringraziando «Aldo Pia come presidente e come uomo».

Il nuovo Cda

Presidente sarà l'ex sindaco di Asti Giorgio Galvagno, alla vicepresidenza Roberto De Battistini, docente universitario indicato dalla Fondazione di Biella a cui spetta anche un secondo consigliere, Eugenio Zamperone. Tra i volti nuovi, l'ing. Paola Scarpa, manager di Google e Marco Pinto (Fondazione Vercelli). Poi i riconfermati Carlo Demartini (Ad) l'avvocato Roberto Dani, il docente universitario Alain Devallé, il presidente nazionale Cia Dino Scanavino, Roberto Rho (Bpm) Piefranco Marrandino (piccoli azionisti). F.I.A. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Raccolta premi per 5,3 miliardi

Reale Group, 152 milioni di utili nel 2019 “Un anno difficile, affrontato con forza”

COLLOQUIO

CLAUDIA LUISE

Reale Group chiude il 2019 con risultati positivi, raggiungendo 5,3 miliardi di euro di raccolta premi, 152 milioni di euro di utile complessivo e un patrimonio netto di quasi 2,8 miliardi di euro, che attesta il suo Solvency ratio a 276,2%. «Malgrado sia stato un anno difficile perché impat-

tato da eventi socio politici ed economici che destavano preoccupazione, chiudiamo il 2019 con risultati di cui siamo molto soddisfatti. Un anno importante, durante il quale abbiamo delineato il Piano Strategico 2020-2022, che parte dai principi dell'essere mutua e dalla sostenibilità, lavora su quelli che riteniamo essere gli ingredienti del futuro (tecnologia di eccellenza, gestione del capitale rigorosa e centralità del personale) e poi spinge

verso binari di trasformazione importanti come il tema di unire all'offerta assicurativa anche servizi e welfare», commenta Luca Filippone, direttore generale di Reale Mutua. I dati confermano il rafforzamento della solidità del Gruppo, con 11 milioni di benefici e l'1% del risultato destinato alla Reale Foundation.

Per la prima volta in 192 anni di storia oggi l'assemblea sarà fatta attraverso un rappresentante designato verso il

quale convergeranno le deleghe per evitare riunioni troppo affollate. Ma il Covid-19 ha trasformato totalmente il modo di lavorare. «Abbiamo accelerato processi già in corso come lo smart working. Era partito con altri obiettivi ma in questa situazione si è rivelato uno strumento fondamentale. Siamo riusciti a mantenere la piena operatività con il 99% dei lavoratori da casa», spiega Filippone che sottolinea come questo cambiamento si radicherà nelle abitudini aziendali: «C'è stato un balzo complessivo nell'uso delle tecnologie».

Per il futuro la sensazione è che sia aumentato a livello mondiale il bisogno di welfare. «C'è una maggiore richiesta di protezione da parte delle persone. Quando è esplo-



LUCA FILIPPONE
DIRETTORE GENERALE
REALE MUTUA

C'è una maggiore richiesta di protezione, le nostre polizze sulla salute coprono la pandemia

il contagio, abbiamo confermato ai nostri clienti che le polizze sulla salute coprono la pandemia». Reale group è intervenuto stanziando 5 milioni di euro da destinare all'emergenza sanitaria in Italia e 2,5 milioni di euro in Spagna.

«Un anno complesso il 2019, un esercizio superato con la forza che ci caratterizza - dichiara Luigi Lana, presidente del Consiglio di Amministrazione di Reale Mutua -. La mutualità non è un'idea astratta, è un fatto concreto, risultato di anni di storia e di impegno. Siamo intervenuti per tutelare la salute e per agevolare la ripresa delle attività nella convinzione che con il contributo di tutti riusciremo a superare questa grave contingenza». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA