

CORONAVIRUS/ LA SITUAZIONE A PARMA

Le auto e la fase 2 Concessionarie: una ripartenza tra mille ostacoli

Mascherina e visite su appuntamento: le regole per tornare negli show room
Monica Zatti (Autozatti): «Garantire la sicurezza dei dipendenti e dei clienti»

PIERLUIGI DALLAPINA

Il arrivo della fase 2 ha rimesso in moto industria e commercio. Certo, alcune attività restano chiuse e molte hanno vincoli pesanti come macigni, ma sono tanti i settori che hanno potuto beneficiare di un primo allentamento della chiusura e tra questi c'è quello dell'auto.

UN MERCATO IN CRISI

Da lunedì le concessionarie hanno potuto riaprire le porte degli show room, ma chi si immagina una ripartenza in quarta è fuori strada, almeno per un paio di motivi. Primo: la riapertura non significa che sia tornato tutto come prima, e a ricordarcelo, anche dentro le concessionarie, ci sono gli ingressi solo su appuntamento, le mascherine onnipresenti, i guanti in lattice, le mani sfregate di continuo con il disinfettante e quel metro di distanza gli uni dagli altri imposto per spezzare le gambe al virus.

Secondo motivo per cui la ripresa è con il freno a mano tirato: il mercato dell'auto, già in sofferenza da diversi anni, a causa della pandemia e dei suoi strascichi rischia di subire una vera e propria maz-

zata, con drastici cali delle vendite. «In un primo periodo prevediamo un calo che si aggirerà attorno al 40%. Ma quanto durerà questo periodo?», si chiede Monica Zatti, marketing manager di Autozatti, un gruppo con 220 dipendenti e cinque sedi sparse fra Parma, Parma di Fontanelato, Reggio Emilia, Brescello e Guastalla. Questa previsione molto cupa purtroppo conferma le parole di Francesco Maldarizzi, componente del direttivo di Federauto che, alla vigilia della riapertura delle concessionarie, ipotizzava un calo delle vendite compreso fra il 35 e il 50%. Una catastrofe per un settore che continua a risentire dell'onda lunga della crisi economica. «Ancor prima della chiusura causata dal coronavirus, il mercato dell'auto era in flessione. Dopo la crisi economica non è più riuscito a tornare ai livelli del periodo precedente», ribadisce la responsabile del marketing di Autozatti citando, a conferma di questa amara constatazione, un calo del 22%, registrano in Emilia Romagna, per quanto riguarda le vendite ai privati nei primi due mesi del 2020.

MILLE PRECAUZIONI

A tirare il freno a mano al settore ci ha poi pensato la pandemia. «Prima della chiusura, per otto o nove giorni in show room non entrava più nessuno, mentre l'officina ha ricevuto tante chiamate per annullare gli appuntamenti. La gente era impaurita, una situazione così non l'avevamo mai vista», confessa Monica Zatti. I segnali di ripresa, seppur timidissimi, c'è però ci sono. «Dopo la paura delle scorse settimane, abbiamo notato che la gente ha tanta voglia di tornare alla normalità. Le persone stanno ritelefonando per prenotare un appuntamento in officina o per acquistare un'auto. I nostri clienti stanno dimostrando di essere sempre pronti a seguirci», fa notare, consapevole però che quella che stiamo vivendo è una quotidianità distante anni luce dalla vita prima del coronavirus, a causa delle mille precauzioni che ognuno di noi ha il dovere di rispettare. «Noi abbiamo adottato delle misure di precauzione in più rispetto a quelle standard, tanto che i nostri dipendenti ci hanno detto: "sembra di essere in una sala operatoria". Per me è un complimento, perché vogliamo tutelare al 100% sia i nostri lavoratori che i nostri clienti». Giusto per capirci: chi oggi vuole vedere un'auto esposta in uno dei saloni del gruppo, per prima cosa deve



PORTE APERTE Monica Zatti nello show room dopo la riapertura al pubblico.

Il mercato Diesel in crisi Piaccono i Suv da città

Il mercato dell'auto è in crisi, ma quando si parla di automobili si apre un mondo e in questa grande famiglia c'è chi sta meglio e chi sta peggio. Chi compra sembra essere più attento all'inquinamento - sarà grazie all'«effetto Greta»? - e questa maggiore sensibilità verso il pianeta si è tradotta in un successo per il mercato delle vetture ibride o elettriche. Anche se non sempre l'interesse iniziale si traduce in una vendita, perché le performance dei motori benzina restano una tentazione fortissima. «Quello che negli ultimi tempi si stava vendendo di meno era il diesel», rivela Monica Zatti. E il motivo di questo calo è lo stesso che ha acceso i riflettori sull'ibrido e l'elettrico: lo spirito ambientalista, unito a una buona dose di pragmatismo. «Tanti si sono fatti scoraggiare dalle voci negative sul diesel, tipo quella secondo la quale non sarebbero state più fabbricate auto a gasolio. Inoltre, c'è chi non lo ha comprato per paura di non poter più circolare in città a causa delle limitazioni contro lo smog», spiega Zatti. Che gli ultimi motori diesel siano più inquinanti dei benzina è però tutto da dimostrare. «Come tipo di auto, ora vanno molto i piccoli Suv da città, perché piace la guida un po' più alta».

P.Dall.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

telefonare e fissare un appuntamento con un venditore - non è possibile presentarsi all'improvviso -, una volta in concessionaria dovrà farsi misurare la febbre e, se passerà l'esame, dovrà poi calpestare un tappetino che sanifica la suola delle scarpe prima di mettere piede all'interno. Una volta entrato, il cliente dovrà indossare la mascherina, dovrà disinfettarsi le mani e indossare i guanti. Non potrà girovagare a suo piacere fra le auto in esposizione, ma dovrà essere seguito dal venditore con cui ha fissato l'appuntamento. «Tutto ciò che vale per la parte commerciale, è adottato anche per la carrozzeria, il magazzino ricambi e l'officina, che non ha mai chiuso. Stiamo anche attenti all'ambiente, perché invece di usare le mascherine monouso, i nostri dipendenti usano quelle lavabili».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Airc L'Azalea della ricerca quest'anno si compra online

Facendo l'ordine su Amazon.it, arriva a casa con il contributo di Banco Bpm

Per la prima volta in 36 anni «L'Azalea della Ricerca» non sarà distribuita in piazza dai volontari ma si potrà ordinare su Amazon.it e riceverla a casa grazie al contributo di Banco Bpm. In occasione della Festa della mamma, torna l'appuntamento di Fondazione Airc e per la prima volta dal 1984, le piantine di azalea, simbolo della ricerca sui tumori delle donne, non coloreranno le piazze delle nostre città ma si possono prenotare, a fronte di una donazione di 15 euro, solo su Amazon.it.

Una scelta dettata dalla necessità di tutelare la salute di volontari e sostenitori della Fondazione dai rischi dell'emergenza Covid-19, possibile solo grazie al coinvolgimento di Amazon che ha raccolto il te-



stimone dalle mani dei 20 mila volontari Airc per portare l'Azalea della Ricerca direttamente a casa. Una scelta che consente di dare continuità alla ricerca oncologica, cardine del futuro della nostra salute: i numeri ci dicono che circa una donna su tre sarà colpita da un cancro nel corso della vita. L'Azalea della Ricerca, 100% italiana, quest'anno amplifica il suo valore simbolico diventando un regalo ancora più speciale da dedicare a tutte le mamme, per far sentire la

nostra vicinanza anche stando lontani. Questo colorato fiore è un prezioso alleato per le ricercatrici e i ricercatori Airc: in 36 anni, attraverso la sua distribuzione, sono stati raccolti più di 270 milioni di euro, fondi che hanno contribuito allo sviluppo di diagnosi sempre più precoci e terapie personalizzate, più efficaci e meglio tollerate per tutte le pazienti. Un impegno eccezionale che non può permettersi battute d'arresto, per contrastare tutti i tipi di cancro che, solamente lo scorso anno, in Italia hanno colpito circa 175 mila donne. Il cancro al seno è il più diffuso con 53.000 nuovi casi all'anno, il che equivale a circa 145 diagnosi al giorno. È però anche il tumore per il quale, negli ultimi decenni, la ricerca ha ottenuto risultati importanti, portando la sopravvivenza a cinque anni dalla diagnosi a crescere fino a circa l'87%.

L.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Protesta «Pedalo fino a Roma e restituisco quei 600 euro»

Tappa parmigiana del singolare «tour» di un sindaco del Novarese

VITTORIO ROTOLO

«Queste 600 euro non sono altro che un'elemosina. Non servono a nulla e non risolvono affatto i problemi di chi ha un'attività da portare avanti. Come me, credo pure che tante altre partite Iva saranno costrette ad inventarsi una nuova occupazione». Non le manda certo a dire Gianluca Bacchetta, sindaco di Divignano, comune di 1.400 anime in provincia di Novara, ma anche titolare di una birreria. Bacchetta è partito dal Piemonte il 1° maggio. A piedi. Anche se poi, strada facendo, ha ricevuto in dono una bicicletta. Obiettivo della sua «spedizione solitaria» è raggiungere Roma, per incontrare il premier Conte. «A lui voglio restituire il bo-



SINDACO Gianluca Bacchetta

nus erogato dal Governo» dichiara il primo cittadino di Divignano, che ha fatto tappa a Parma, accolto da Antonio Palumbo, titolare di uno show room di arredi per interni in via Trieste. Fino a Roma - dove arriverà la prossima settimana - Bacchetta continuerà ad incontrare professionisti, imprenditori della ristorazione, commercianti, parrucchieri ed estetiste. Ma anche amministratori. Nella nostra città, è stato ricevuto dal sindaco Pizzarotti.

«Sono partito dal mio paese con la fascia tricolore, una birra media e un'autocertificazione nella quale dichiaro di dovermi spostare al di fuori della mia regione per comprovate esigenze lavorative. La birra devo consegnarla a un cliente di Roma. Ho tanto di ordine, sono in regola» ribadisce Bacchetta. «La mia è un'iniziativa provocatoria, forte ma al tempo stesso educata e silenziosa. Nella mia birreria bavarese ho sei dipendenti, adesso in cassa integrazione ma che non hanno ancora visto un centesimo. Noi chiediamo solo di lavorare». Al premier, Bacchetta è pronto ad esternare tutto il proprio disappunto anche nelle vesti di primo cittadino. «Noi sindaci siamo stati abbandonati, lasciati a gestire una situazione complessa ed il più delle volte impossibilitati a dare adeguate risposte a cittadini disorientati».

© RIPRODUZIONE RISERVATA