



INTERVISTA CON MASSIMO TRAPLETTI CEO di Bianchi Industry SpA

Qual è stato l'impatto dell'emergenza sulla vostra attività, considerato che la vostra sede è nel cuore del bergamasco?

Per quanto riguarda l'organizzazione dell'attività, devo dire che l'impatto non ha avuto grandi ripercussioni. In azienda abbiamo imparato a muoverci e a proteggerci in modo diverso, utilizzando sin dall'inizio i protocolli di riferimento. Noi abbiamo lavorato fino al 14 marzo e poi abbiamo deciso spontaneamente di interrompere l'attività per la sicurezza dei nostri dipendenti, poiché qui a Bergamo il rischio era alto. Lo abbiamo fatto per tutte quelle persone che avevano paura di venire al lavoro o che stavano soffrendo perché in famiglia avevano avuto qualche caso, anche se noi, fortunatamente, in azienda non abbiamo avuto nessun contagiato. In Italia siamo stati i primi a fermarci, anche se avevamo importanti commesse da consegnare e ordini da spedire all'estero in mercati che erano ancora aperti. Abbiamo riaperto dopo 4 settimane, consci che quello che avevamo messo in atto prima di fermarci era già sufficientemente sicuro per far ripartire l'attività. Abbiamo dovuto solo integrare alcune procedure in accordo con le RSU, i sindacati e i medici di fabbrica, poiché nel frattempo i protocolli erano cambiati ben 6 volte.

A metà aprile siamo ripartiti a tutti gli effetti e la mia sensazione è che la situazione non sia così drastica come si temeva. Si lavora normalmente, anche se alcuni comparti, come lo sviluppo tecnico, il marketing, l'amministrazione, il commerciale, sono ancora in smart working. Sicuramente, molti mercati sono ancora chiusi e questo incide sull'attività, mentre i mercati che sono ripartiti, come l'Asia, lo hanno fatto al rallentatore.



Eppure, io credo che questo sia il momento giusto per investire, perché si ha meno stress, la mente è più scarica e si ha più tempo per riflettere, per analizzare il proprio parco macchine e pensare di upgradarlo con innovazioni, con nuove tecnologie. Bisogna approfittare di questo momento, perché quando si tornerà alla normalità, i gestori verranno presi dal ritmo della quotidianità e avranno meno lucidità e meno tempo per riflettere.

In che modo intendete supportare i vostri clienti per la ripartenza?

Per sostenere la ripartenza, noi non vogliamo lavorare su offerte di prezzo o promozioni, ma proprio sull'innovazione delle tecnologie e della gamma. Stiamo lavorando in modo diverso e intendiamo proporre nuove idee e nuovi prodotti. Stiamo lanciando in questi giorni una linea nuo-

**CREDO CHE QUESTO SIA
IL MOMENTO GIUSTO PER INVESTIRE.**

va di macchine a 10 spirali, antivandaliche e non, con e senza le colonne che aggiungono autonomia di scorta. E questa per Bianchi è una novità perché non abbiamo mai avuto le 10 spirali e la protezione contro i vandalismi sulle macchine del misto.

Stiamo lanciando tutta la gamma dei moduli per la vendita dell'acqua gasata e liscia, che possono essere in Master/Slave, in modo da abbinarli alle altre macchine master e risparmiare sui sistemi di pagamento.

Abbiamo convertito tutta la nostra gamma spirali per la vendita di DPI, dando al cliente la possibilità di richiederci la personalizzazione a seconda dei dispositivi e dei prodotti che vuole inserire. Questo lo abbiamo fatto sia per la linea standard per le locazioni indoor, che per la linea antivandalica da mettere nei luoghi pubblici.

In definitiva, ci stiamo muovendo di più sullo sviluppo tecnologico, sulle opportunità di mercato che sulla vendita promozionale di un bene che normalmente il gestore finanzia a 5 anni e ha un'incidenza bassissima sul costo della battuta. Preferiamo offrire al mercato delle tecnologie nuove, che permettano al gestore di aumentare il prezzo di vendita della consumazione, piuttosto che ridurre l'incidenza dell'investimento sulla singola battuta. Se il gestore ha bisogno di aiuto, magari glielo si dà concedendogli termini di pagamento più comodi, ma non svendendo la tecnologia.