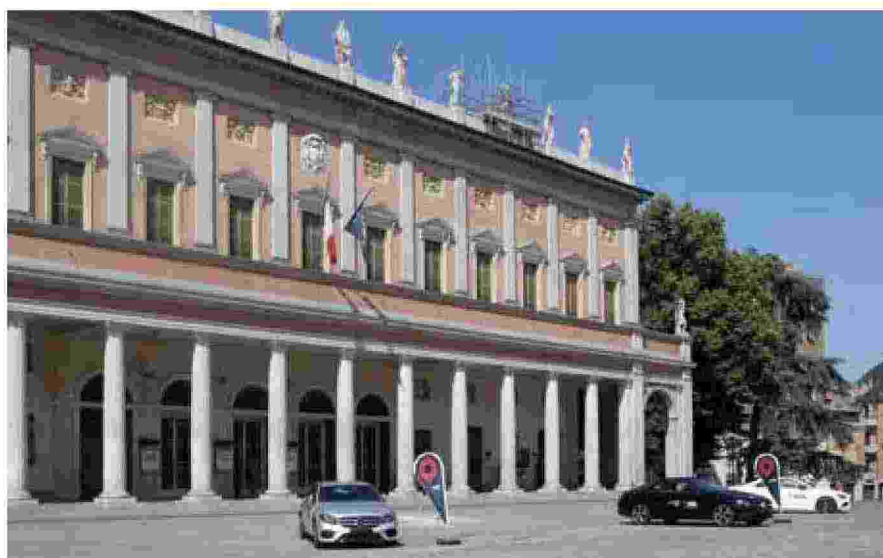


> MOBILITY

La flotta diventa un asset che unisce banca e impresa

A fine 2020 Bper Banca ha acquisito il 100% delle quote della Società italiana flotte aziendali. Oggi Sifa gestisce oltre 25mila veicoli. «E cresceremo ancora», sottolinea l'a.d. Paolo Ghinolfi. Ecco perché

di Franco Oppedisano



L'HA FONDATA ED È L'AMMINISTRATORE DELEGATO, ANCHE SE DAL 2020 È STATA ACQUISITA AL 100% DA BPER BANCA. Perché Paolo Ghinolfi è l'anima di Sifa, il cui nome è l'acronimo di Società italiana flotte aziendali, con un accento sull'ultima lettera che vuole far intendere la capacità e la volontà di fare le cose. «Siamo il più piccolo tra i big player del mercato del noleggio a lungo termine di veicoli. In pochi anni abbiamo superato quota 25 mila veicoli gestiti e cresceremo ancora», racconta Ghinolfi a Economy.

Come ci siete riusciti?

I quattro leader storici del mercato sono, per la più parte, multinazionali con la testa all'e-

stero e logiche da grande azienda internazionale. Per carità, logiche normali che hanno però creato degli spazi per aziende come Sifa per entrare sul mercato in modo customizzato, sartoriale. Quindi, attraverso una attività di prossimità con il cliente, di vicinanza e di servizi, siamo stati in grado di crescere rapidissimamente.

È il vantaggio di essere giovani.

Nasciamo, di fatto, meno di dieci anni fa, nel 2015, quando Bper Banca ha deciso di entrare all'interno di questa azienda creata un paio di anni prima dal sottoscritto.

Troppo difficile continuare da solo?

Avevo sbagliato un po' i tempi. C'era una crisi di liquidità sui mercati che ha bloccato la

possibilità di fare uno start up abbastanza veloce. Poi Draghi ha messo i soldi sul mercato. Il famoso "Whatever it takes".

Esatto. Tutte le banche italiane, allora, hanno preso in considerazione questo tipo di business. Bper Banca, che era entrata in contatto con Sifa ha deciso di farne una società prodotta all'interno della sua struttura bancaria. All'epoca era la Banca Popolare dell'Emilia-Romagna. Poi, con la nuova legge è diventata una società per azioni. Più di recente, con l'acquisizione degli sportelli di Ubi Banca e Intesa è diventata oggi uno dei principali istituti di credito del Paese. La banca è cresciuta e noi siamo cresciuti con lei. La crescita più veloce che si sia vista sul mercato italiano del noleggio a lungo termine.

Perché una banca si occupa di noleggi?

Le nostre sono attività capital intensive, ovvero servono tanti soldi per comprare le automobili che sono oggetto dell'attività d'impresa: la nostra azienda ha più di mezzo miliardo di euro di asset in pancia completamente finanziati da Bper Banca. Inoltre, il noleggio di veicoli è un'ottima attività per l'impiego di capitali con rendimenti che generalmente superiori a quelli finanziari.

In che modo?

Il leasing, ad esempio, è una operazione solo finanziaria. Tra il costo del denaro in acquisto e quello di impiego, c'è uno spread che rappresenta il margine di guadagno. Nel noleggio, invece, l'automobile, in un certo senso, è il pretesto al quale affianchiamo non solo l'attività finanziaria, ma anche quella assicurativa, manutenzioni, assistenza stradale, gomme, gestione carburante. Insomma, creiamo una società di servizi accanto a quella finanziaria arricchendola di redditività che sarebbe, altrimenti, dispersa su altri operatori.

Perché il cliente sceglie una società di noleggio invece della concessionaria?

Quando si va da un concessionario spesso vengono offerte solo le soluzioni finanziarie della società captive del marchio. Se si va da un noleggiatore è perché si cerca un professionista e si vuole dimenticare tutte le pro-

blematiche legate all'autovettura. Esistono, però, ancora molte differenze tra i clienti privati e quelli business. I primi, fino ad oggi, sono sempre andati in concessionaria. E il noleggio a lungo termine si rivolgeva quasi esclusivamente alle aziende dove i nostri consulenti avevano la capacità di spiegare sia le caratteristiche commerciali e tecniche dei prodotti, sia i vantaggi del noleggio a lungo termine. Oggi l'avvento del digitale sta cambiando tutto perché il web sostituisce l'esperienza fisica del vedere, toccare e avere informazioni sulla macchina.

Stanno arrivando anche i privati?

Il noleggio a lungo termine nasce perché le aziende hanno bisogno di vetture diverse. Un furgone di una marca, due utilitarie da un'altra o una berlina da un terzo. E il corporate resta il settore predominante. Oggi, però, il privato rappresenta già il 25% dei nostri noleggi e questa percentuale è destinata a crescere enormemente. Anche grazie alla collaborazione con Bper Banca.

Vi fa pubblicità?

In tutte le agenzie ci sono delle campagne mirate per i privati, mentre nel mondo corporate lavoriamo con i Centri imprese della banca per poter andare direttamente nelle aziende insieme ai nostri colleghi per fare consulenza sulle flotte.

Cosa vi differenzia dalle altre aziende di noleggio?

Siamo più attenti alle esigenze del territorio e alle sue peculiarità nell'erogazione dei nostri servizi, prestando attenzione alla



PAOLO GHINOLFI

puntualità degli interventi e alla facilità di contatto, rispetto a strutture multinazionali che per loro verticalismi sono un pochino più complesse. Poi siamo in tutta Italia, in controtendenza rispetto a quello che stanno facendo grandi aziende del settore che si stanno concentrando in alcune zone. Noi siamo dappertutto e in ogni Regione ci sono i nostri consulenti commerciali.

DUE ANNI FA SIFA HA AVVIATO IL PROGETTO "CIRCULAR MOBILITY" PER AGGREGARE INIZIATIVE SULLA MOBILITÀ SOSTENIBILE

Sifa noleggia qualsiasi tipo di auto, di qualunque fascia, di qualunque costruttore?

Compriamo ancora centinaia di autovetture in stock direttamente dai costruttori per poterle consegnare immediatamente al cliente, ma non ci occupiamo solo auto. Ora nolegiamo qualsiasi tipo di veicolo fino a 60 quintali perché la legge ce lo consente. Da gennaio 2022 potremo anche noleggiare anche sopra questo peso. Quindi, oltre ai furgoni, forniremo anche camion per i trasferimenti delle merci o qualsiasi veicolo pesante.

Se il cliente avesse dei gusti, diciamo, un po' più "raffinati"?

Se è una macchina un po' particolare la ordiniamo e la compriamo direttamente per il cliente. Anche perché entriamo in specifiche di prodotto, optional e motorizzazioni che sono scelte personali. A volte succede anche per flotte quando, magari, si desidera avere un optional normalmente non presente sulle

vetture. Mentre tutto quello che è standard, spesso e volentieri, è in pronta consegna.

Auto elettriche?

La richiesta c'è. Ma, da parte di tutti, è il "vorrei" che si confronta con la realtà.

Cioè?

Tutti vorrebbero spostarsi verso vetture elettriche. Ma, in tutta Europa, la realtà è che i conducenti che hanno le auto ibride plugin non sono così disciplinati da caricare la vettura tutte le sere quando arrivano a casa e quindi vanno sempre a benzina o gasolio con costi dei carburanti che sono esplosi e stanno facendo fare marcia indietro alle aziende. L'ibrido classico, invece, ha la caratteristica di essere molto parsimonioso quando viene utilizzato in città, ma di fuori dalle aree urbane perde tutta la sua competitività. Le nostre vetture fanno tra i 35 e 42 mila chilometri all'anno. Con queste cifre è difficile far quadrare i conti per un fleet manager. L'elettrico, poi, non pone solo problemi di autonomia e di carenza di infrastrutture di ricarica.

In che senso?

Chi deve fare delle scelte ha degli enormi problemi perché non è facile comprare un'auto elettrica quando si sa che tra due anni le batterie si ricaricheranno in metà tempo, permetteranno un'autonomia maggiore e la vettura costerà meno.

In ogni caso la direzione sarà quella di una mobilità più sostenibile.

Ne siamo certi. Per questo due anni fa abbiamo avviato il progetto Circular Mobility (www.circularmobility.it), un grande aggregatore di iniziative nell'ambito della mobilità sostenibile e innovativa che si ispira ai principi dell'economia circolare per un uso più efficiente e sostenibile delle risorse. Ad oggi hanno aderito i principali costruttori di auto, aziende come Barilla e molte aziende del settore. La logica dell'iniziativa è quello di mettere in comune le best practice su tavoli di lavoro che vorrebbero portare alle istituzioni degli elementi di analisi per prendere delle decisioni.



SUSTAINABILITY & CIRCULAR ECONOMY