

PAOLO GHINOLFI, AMMINISTRATORE DELEGATO SIFÀ

“La crisi sanitaria occasione per ridisegnare la mobilità”

NEL PERIODO DELL'EMERGENZA SIFÀ HA ASSICURATO L'OPERATIVITÀ DI TUTTI I SERVIZI AI CLIENTI GARANTENDO, AL CONTEMPO, LA TUTELA DEI COLLABORATORI CON L'ATTIVAZIONE DELLO SMART WORKING E LA SOTTOSCRIZIONE DI UNA COPERTURA SANITARIA AD HOC. OGGI, L'INVITO DELL'AD PAOLO GHINOLFI A “RIORGANIZZARE IL SETTORE CON NUOVI CRITERI DI MODERNITÀ E SOSTENIBILITÀ” PERCHÉ SIA PRONTO AD AFFRONTARE IL DOPO CRISI.

MAX CAMPANELLA
MILANO

Assistenza garantita ai clienti per tutto il periodo dell'emergenza, riorganizzazione aziendale con “smart working” e dialogo continuo con la clientela per trovare insieme, con un'analisi peculiare caso per caso, il percorso migliore, il più efficiente e sostenibile per supportare la loro attività e star loro vicini durante e dopo la crisi.

È seguendo queste linee di indirizzo che SIFÀ (Società Italiana Flotte Aziendali), player di riferimento nel Noleggio a Lungo Termine con soluzioni dedicate anche ai veicoli professionali, ha proseguito la sua operatività per l'intero periodo della diffusione del contagio. Per farlo, l'Azienda (partecipata al 51 per cento da BPER Banca) ha lavorato da un lato sull'implementazione di piani di business continuity, dall'altro sul mantenimento dell'operatività nell'erogazione dei servizi ai clienti.

IL VALORE DEL NOLEGGIO

Figura autorevole del settore, già presidente di ANIASA (Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici), Ghinolfi non ha mai mancato di difendere la categoria, promuovendo iniziative di sensibilizzazione e di supporto alle esigenze del comparto. Oggi, il numero uno di SIFÀ sottolinea come anche nel periodo difficile dell'emergenza il Noleggio a Lungo Termine abbia dimostrato tutto il suo valore a sostegno delle imprese italiane.

Partiamo dall'inizio.



Paolo Ghinolfi, Amministratore delegato SIFÀ. Società di noleggio partecipata al 51 per cento dall'italiana BPER Banca.

Nessuno poteva prevedere il tunnel nel quale è precipitato il mondo a causa del Coronavirus: qual è stata la sua prima riflessione di fronte al propagarsi del contagio? “Il primo pensiero - afferma Ghinolfi - è stato riorganizzare l'azienda per assicurare continuità a tutti gli stakeholder. L'obiettivo era duplice: tutelare i collaboratori promuovendo il lavoro in modalità smart working; assicurare al contempo la prosecuzione del servizio ai clienti. SIFÀ si è fatta conoscere sul mercato come player che mette al primo posto la relazione con il cliente e la “sartorialità” del servizio: ebbene, nel contesto dell'emergenza sanitaria, pur con le difficoltà del caso, abbiamo mantenuto vivo il confronto con il cliente, sempre con il valore aggiunto del nostro ap-

proccio consulenziale”.

Sul piano operativo quali sono state le decisioni assunte? “Abbiamo adottato tutte le misure ragionevolmente possibili per prevenire, evitare e/o attenuare possibili ritardi nell'erogazione dei servizi di fornitura e anche consegna delle vetture - illustra Ghinolfi. Per quanto riguarda la rete assistenza, abbiamo avviato una mappatura precisa del network per verificare quali centri fossero operativi e quali, invece, fossero chiusi a seguito delle restrizioni governative, in modo da dare risposte immediate ai clienti che ne avessero necessità. La mappatura dei centri assistenza disponibili è in costante aggiornamento e visibile sul nostro sito (www.sifa.it ndr) alla voce Rete Assistenza. Contestualmente, abbiamo deciso di continuare a pagare

in modo puntuale i nostri fornitori, con l'aspettativa che ci sia la stessa attenzione e cura nei nostri confronti da parte dei clienti. Naturalmente valuteremo uno per uno, con l'attenzione del caso, eventuali casi di difficoltà che dovessero palesarsi, per capire come essere vicini ai clienti in questo difficile momento”.

ASSISTENZA ACCURATA

In qualità di Amministratore delegato della sua azienda, quali sono state le raccomandazioni fatte al suo team diretto, agli operatori della rete di vendita e assistenza e ai clienti titolari di flotta? “Ho invitato - spiega Ghinolfi - il nostro servizio clienti alla massima attenzione nei confronti dei singoli professionisti e dei driver, affinché il singo-

lo venisse assistito nella maniera più efficiente e accurata nei suoi spostamenti, per ragioni lavorative o di salute. La stessa cura è stata dedicata ai gestori di flotte, con i quali oggi è aperto un confronto per comprenderne aspettative e necessità nella gestione della situazione attuale. Come ha giustamente sottolineato ANIASA, il Noleggio a Lungo Termine è parte essenziale della filiera della mobilità e non può fermarsi perché i suoi servizi sostengono il lavoro di corrieri, operatori della logistica dell'ultimo miglio, fornitori della GDO, e-commerce, farmaceutica... È evidente il valore aggiunto della nostra categoria, e come Azienda sentiamo forte questa responsabilità”.

Qual è stata la reazione dei clienti piccoli, medi e grandi alla crisi? Quali i problemi maggiori che hanno affrontato? “In questa fase - prosegue Ghinolfi - il cliente di minori dimensioni è portato a chiedere dilazioni di pagamento per avere un momentaneo “sollevio”. Il rischio però, e l'esperienza lo dimostra, è quello di trovarsi, tra qualche mese, ad accumulare un debito cui difficilmente si riesce a far fronte. Il mio suggerimento è quello di rispettare, per quanto possibile, gli impegni assunti, proprio per evitare questa eventualità. Quanto ai gestori di flotte, la loro aspettativa è un'estensione dei contratti in essere: lavoreremo con loro singolarmente per dare una consulenza specifica, con l'approccio tailor made che ci contradd-

distingue, per trovare le soluzioni migliori”.

Quali sono le azioni che intende mettere in atto non appena si potrà riprendere la normale attività per recuperare la competitività della sua azienda e sostenere la clientela nella difficile fase post pandemia? “Manteniamo il dialogo costante con i clienti - conferma Ghinolfi - e andremo a valutare le azioni necessarie caso per caso, pronti a intraprendere qualunque tipo di iniziativa per stargli vicino e aiutarli a recuperare la massima competitività una volta che l'economia torni a ripartire. Nella fattispecie, sulla base delle loro esigenze attuali, stiamo già sviluppando nuovi prodotti consulenziali e servizi orientati alla flessibilità”.

PRONTI ALL'EVENIENZA

Quale insegnamento ci potrà lasciare questa terribile esperienza? “La situazione vissuta - afferma l'Amministratore delegato di SIFÀ - ci insegna che anche le frame dei film più incredibili possono diventare realtà: l'importante è non abbassare mai la guardia, avere sempre piani di prevenzione. BPER Banca ha attivato con molto anticipo appositi piani di business continuity, e il contesto attuale dimostra che questa è la strada giusta. Oggi abbiamo la maturità per dire che è assolutamente indispensabile prepararsi per tempo a ogni tipo di evenienza. Più in generale, quanto accaduto dimostra quanto sia importante mettere a fattor comune le esperienze di tutti, in ambito italiano, europeo e internazionale, per affrontare le situazioni difficili nel miglior modo possibile, forti di un patrimonio condiviso di conoscenze e competenze”.

Ancora una volta il settore del trasporto e della logistica ha dimostrato il suo ruolo fondamentale e determinante nell'economia del Paese. Ritene che, dopo la fine del contagio, la sua immagine risulterà rafforzata al fine di risolvere molti dei problemi che rallentano il suo moderno sviluppo? “Certamente sì, noi stessi - afferma Paolo Ghinolfi - ci siamo sentiti molto coinvolti. L'intero settore non deve perdere l'occasione di analizzare meglio ciò che ha funzionato e ciò che non ha funzionato: la fase storica vissuta può dare, a emergenza passata, l'opportunità per ridisegnare i criteri di sviluppo di una mobilità più moderna e sostenibile”.



SIFÀ ha lavorato sui piani di business continuity e sul mantenimento dei servizi ai clienti.