

Centralità del cliente è il claim con il quale il manager di origini brianzole, romano di adozione, dal 1° gennaio scorso è chiamato a ricoprire il ruolo di Responsabile del Canale Veicoli commerciali. La Business Unit Truck & Go specializzata nei veicoli commerciali entro e oltre 60 q si colloca nella strategia avviata dall'Amministratore Delegato Paolo Ghinolfi sin dal 2015, anno dello sbarco di SIFA nel noleggio a lungo termine.

di Massimiliano Campanella  
Milano

Nata nel 2012 per la consulenza nella gestione di prodotti di mobilità innovativi e soluzioni per il noleggio a lungo termine, a partire dal 2015 – anno di ingresso nell'azionariato di BPER Banca – SIFA (Società Italiana Flotte Aziendali) negli anni si è consolidata come realtà italiana in grado di sviluppare progetti ad hoc per una mobilità personalizzata, a partire dalle esigenze uniche e irripetibili di aziende e professionisti. Sin dall'inizio della sua nuova sfida a capo di SIFA, l'Amministratore Delegato Paolo Ghinolfi individuava tappe precise dello sviluppo aziendale. Tra queste la costante implementazione della gamma di veicoli disponibili per la clientela professionale: chi utilizza i mezzi come strumenti di lavoro necessita di competenze verticali e adeguate caratteristiche in termini di allestimenti, portata, capacità di carico, equipaggiamenti ecc. Focus di SIFA era ampliare il raggio d'azione,

MASSIMILIANO VIGANÒ Head of Business Unit Truck & Go

# E ORA SIFÀ... ANCHE NEI PESANTI

partendo dal veicolo leggero in tutte le sue declinazioni e allestimenti per arrivare al pesante. Lo sviluppo annunciato da Ghinolfi non si è mai fermato, a dispetto di contingenze tutt'altro che semplici da affrontare. Le più recenti la pandemia da Coronavirus, con la crisi che ne è seguita, e la scarsa disponibilità di prodotti, con la contestuale impennata dei costi delle materie prime: se i veicoli nuovi mancano per le Concessionarie, le aziende di noleggio non possono che vivere il medesimo scenario; al momento i dealer non hanno veicoli da vendere, quindi neanche da noleggiare. Pianificazione e programmazione di nuovi ordini slittano persino di 12 mesi. Ciò malgrado, Ghinolfi e il suo Team hanno continuato a investire sull'organizzazione strutturale di SIFA, in parallelo con l'aumento dei volumi, anno dopo anno, raggiungendo, nei veicoli da lavoro, anche il 40% di quota rispetto alla flotta complessiva. Il 2022 è l'anno della naturale prosecuzione dello sviluppo del business anche nei pesanti oltre i 60 q, mantenendo la promessa annunciata nel 2015. Anche in questo caso, la Società – al 100% del Gruppo BPER Banca – punta a proporsi come Partner professionale e qualificato per le esigenze specifiche dei clienti, andando innanzitutto a completare l'offerta di noleggio a lungo termine per le aziende e i professionisti già serviti con i veicoli leggeri, per poi ampliare il proprio raggio d'azione ai veicoli industriali. A rappresentare i riferimenti della nuova sfida sono gli Spe-

“ IN QUESTI ANNI SIFÀ HA COSTRUITO SOLIDE FONDAMENTA: OLTRE AL 40 PER CENTO DEL PORTAFOGLIO ORDINI RELATIVI AI VEICOLI COMMERCIALI, IL TARGET È IL 5 PER CENTO DEL CIRCOLANTE SUI VEICOLI PESANTI. ”

Oggi SIFA è organizzata in tre macro aree territoriali, al cui interno Specialist si occupano di veicoli commerciali. Con l'ingresso di Massimiliano Viganò, in qualità di Responsabile del Canale Veicoli Commerciali, nasce una Business Unit interamente dedicata al mondo dell'autotrasporto.



cialist Vans presenti nelle tre Macro Aree in cui è suddivisa SIFA sul territorio (Nord, Centro e Sud), al cui coordinamento Paolo Ghinolfi dal 1° gennaio 2022 ha chiamato un manager competente, con comprovata esperienza nei settori Van e Truck e una genuina passione per il veicolo industriale. Il prescelto è Massimiliano Viganò, che con SIFA ha avuto modo di interfacciarsi negli anni di lavoro in Mercedes-Benz Vans: “Il rapporto era tra due partner consapevoli della reciproca importanza: la collaborazione ha consentito la crescita di entrambi i brand. Oggi ci ritroviamo allo stesso tavolo, studiando insieme un progetto che si colloca pienamente nel solco di quanto è stato realizzato negli anni passati: l'obiettivo è consentire a SIFA di rappresentare un player di riferimento a 360 gradi nel trasporto professionale, in tutte le sue declinazioni, anche in termini di peso totale a terra”.

**Cosa cambia in SIFA con il suo arrivo?**

Oggi SIFA è organizzata in tre macro aree territoriali, al cui interno Specialist competenti si occupano di veicoli commerciali. Con il mio

ingresso, in qualità di Responsabile del Canale Veicoli Commerciali, nasce una Business Unit interamente dedicata al mondo dell'autotrasporto. Ad affiancarmi, è stata chiamata Stefania Baldi Forti, già Responsabile della Direzione Territoriale Centro di SIFA e con un'expertise importante nei mezzi professionali, che in Truck & Go ricopre il ruolo di Responsabile Commerciale. E' necessario che vi sia continuità nel segmento, dal leggero al pesante. In questi anni SIFA ha già costruito solide fondamenta e avviato la struttura: oltre al 40 per cento del portafoglio ordini relativo ai veicoli commerciali, il target è raggiungere il 5 per cento del circolante sui veicoli pesanti. Quando ci arriveremo? Dipende da quando si scioglieranno le incognite esistenti: stanti gli attuali problemi di produzione e di approvvigionamento prodotti, è difficile fare una programmazione numerica, visto che ogni giorno si presentano nuove situazioni, dalla pandemia alla situazione bellica.

**In questi anni SIFA ha caratterizzato il suo approccio al mercato con uno stile "sartoriale". Accadrà lo stesso nei pesanti?**

Certo che sì: abito sartoriale,

come dice il nostro Amministratore Delegato, è il focus di SIFA nel suo complesso. Intendiamo costruire, attorno al cliente e alle sue necessità, ogni servizio essenziale, dal veicolo più idoneo alle sue esigenze fino a definirne insieme le caratteristiche per costruire una tariffa adeguata: dal trattore stradale classico ad ogni tipologia di cabina e ralla passando per questioni estetiche o optional particolari. La relazione con il cliente è la base su cui costruiamo la Business Unit, aperti a operazioni di carattere commerciale e non solo: altro elemento che gira intorno al cliente è il rapporto con gli allestitori. Come nel caso del furgone di serie, esiste il trattore stradale di serie, ma l'impegno di SIFA è avere una gamma completa di veicoli a noleggio.

**Quali saranno i segmenti di maggior interesse?**

Il nostro azionista unico è BPER Banca: la valutazione di quali saranno i segmenti di maggior interesse, anche per il supporto ai clienti in termini di credito e business strategy, sarà effettuata dal Gruppo. Il trattore non rappresenta il nostro core business: dare le giuste attenzioni al cliente, in

## BIO Massimiliano Viganò

Classe 1972, nato a Desio, la città di Papa Ratti, cresciuto in Brianza, vive a Tivoli con la moglie Valentina e i figli Riccardo, 18 anni, e Matilde, 13. Dopo gli studi tecnici, inizia giovanissimo nel credito a consumo. Nel 2000 entra in Mercedes-Benz Financial Services come Key Account Manager prima in Lombardia, poi occupandosi di Vans e Trucks Centro Sud Italia. Nel 2007 entra nella squadra dei Key Account di Mercedes-Benz Vans Italia, dedicata a flotte e grandi clienti LCV. Il background finanziario lo porta ad avere anche la responsabilità del business delle società di noleggio a breve e lungo termine e incrocia Paolo Ghinolfi. Dopo aver ricoperto il ruolo di Fleet Manager Vans di Mercedes-Benz Italia, nel 2020 completa la carriera professionale sviluppando le conoscenze del pesante stradale in Ford Trucks, dove struttura la Rete vendita e la direzione commerciale dell'ovale blu che, nella sua avanzata in Europa Occidentale, inizia da Italia, Spagna e Portogallo. Dal 1° gennaio 2022 è in SIFA.





## Raben Sittam Ottimizzazione logistica L'HUB DI CORNAREDO SI RIFÀ IL LOOK

di **Valentina Massa**, Cornaredo

Una catena di distribuzione efficiente è il primo passo per essere competitivi sul mercato. Lo sanno bene gli operatori della logistica che, quotidianamente, s'impegnano per migliorare la supply chain, incrementando la produttività e, di conseguenza, il loro vantaggio competitivo. Lo sanno bene anche in Raben Group, multinazionale olandese, da oltre novant'anni impegnata nella ricerca e nell'adozione di soluzioni in grado di apportare benefici tangibili e misurabili per i clienti. Il Gruppo ha avviato un processo di ottimizzazione e modernizzazione della filiale italiana Raben Sittam che ha coinvolto, in particolare, il warehouse di Cornaredo, nella città metropolitana di Milano. Il magazzino è stato oggetto di un'analisi dei flussi e degli spazi volta a migliorarne qualità e efficienza, attraverso la modifica del layout. "La progettazione di un nuovo magazzino o la ristrutturazione di uno esistente - commenta Wojciech Brzuska, Ceo di Raben Sittam - è un'attività che viene troppo spesso sottovalutata e affrontata con metodi e risorse inadeguate. L'efficienza di un magazzino, invece, è un fattore determinante ai fini della competitività nel settore: incide direttamente e in modo significativo sui costi complessivi e sulla qualità del servizio al cliente". Tra le prime azioni



Case costruttrici del mondo del veicolo industriale in modo aperto. Come già accade nei veicoli commerciali, alle relazioni con i Costruttori si affiancherà una rete di officine indipendenti convenzionate SIFÀ, per dare maggiore capillarità d'intervento sul territorio nazionale.

Sin dall'inizio della sua nuova sfida a capo di SIFÀ, l'Amministratore delegato **Paolo Chinolfi** (foto a sinistra) individuava tappe precise dello sviluppo aziendale. Tra queste la costante implementazione della gamma di veicoli disponibili per la clientela professionale.

### Con quale criterio saranno scelti i fornitori?

Il cliente è al centro: questo il claim che farà da traino alla Business Unit. La nostra idea è soddisfare le sue esigenze: viene richiesto un camion di ciascun brand? Cercheremo di soddisfarlo. Intende effettuare con noi un'analisi dei pro e contro di ciascuno? Valutiamo con lui le differenze. Non ci chiudiamo sulla definizione di partnership, anche perché le Case con cui abbiamo avuto contatti si sono dimostrate tutte aperte a costruire business congiunti.

### La Business Unit è già pronta a operare in autonomia o sta valutando la possibile partnership con player già presenti sul mercato?

Sono allo studio progetti diversificati. Come dicevo, parliamo dall'esperienza dei veicoli commerciali per essere da subito pronti anche nel mercato dei medi e pesanti, con la flessibilità che ci contraddistingue per customizzare qualsiasi tipo di richiesta. Siamo quindi aperti alla collaborazione con i player specializzati del settore. Resta chiaramente da valutare - un tema questo che riguarda non solo noi, ma l'intero comparto - se e quale prodotto sarà effettivamente disponibile.

termini di servizio, passa dalla scelta dei partner giusti per assicurare il massimo della copertura delle richieste possibili. Nella prima fase escluderemo i veicoli cava cantiere e i quattro assi, perché meno richiesti, e i semirimorchi, puntando su temperatura controllata, GDO e ultimo miglio con motrici allestite.

questa necessità e credano in un progetto che dia loro servizi di gestione del parco. Il noleggio SIFÀ non è un'alternativa al leasing, non è un modello finanziario, ma una serie di strumenti utili allo sviluppo del proprio business e all'ottimizzazione dei costi di gestione.

### Come sarà organizzata la Business Unit?

Per il momento SIFÀ costruisce lo scheletro. Quando questo sarà definito, intorno questo sarà definito, intorno andremo a posizionare i "muscoli", ovvero ulteriori risorse competenti che, in maniera capillare sul territorio, saranno dedicate al pesante. Non parlo solo di forza vendita: l'esperienza m'insegna che il primo veicolo è consegnato dal venditore, il secondo dal capo officina: l'attenzione al service è determinante nei pesanti.

### In ambito post vendita come si muoverà la Business Unit?

L'obiettivo è relazionarci con

### Quale sarà la tipologia di cliente SIFÀ nel veicolo industriale?

Clienti dalle medie dimensioni in su, con core business legato alla propria mobilità: flotte attente al servizio oltre che ai costi, con un'idea innovativa della propria azienda, che credono in una nuova visione del mondo del trasporto e dei servizi correlati. Per il moderno trasportatore la mobilità è qualcosa di indispensabile: intendiamo proporre un sistema di servizi che gli consentano di non stare mai fermo. Ecco, il nostro obiettivo è raggiungere tutti quei clienti che abbiano

**NELLA PRIMA FASE ESCLUDEREMO I VEICOLI CAVA CANTIERE E I QUATTRO ASSI, PERCHÉ MENO RICHIESTI, E I SEMIRIMORCHI, PUNTANDO SU TEMPERATURA CONTROLLATA, GDO E ULTIMO MIGLIO.**