

La ricetta di Paolo Ghinolfi, Ad di SiFà

"Siamo rapidi e affidabili così possiamo sfidare anche le multinazionali"

Con un partner motivato come il Gruppo Bper la Società Italiana Flotte Aziendali offre proposte mirate e molto italiane

INTERVISTA

GIANNI ANTONIELLA
MILANO

Come si fa a reggere la sfida delle grandi multinazionali e del noleggio e non farsi travolgere? «Noi - attacca Paolo Ghinolfi, Ad di SiFà e guru nazionale del noleggio a lungo termine, ex Ad di Arval ed ex presidente Aniasa - abbiamo lanciato la sfida. Il Gruppo Bper (5° istituto bancario italiano per attivo, n.d.r.) ha creduto in noi e dal 2015 è il partner principale di SiFà. Soprattutto, è l'unica banca italiana che agisce su questo mercato e sfida i colossi europei come Bmp Paribas o Société Générale. Le altre banche italiane, anche quelle più importanti, avevano tentato negli anni scorsi di trovare spazio in questo busi-

ness, ma si sono dovute ritirare dopo cocenti delusioni».

E quali sono le vostre carte vincenti?

«SiFà è l'acronimo di Società Italiana Flotte Aziendali e nel nome c'è la nostra peculiarità. Ovvero di essere italiani, di conoscere bene la nostra realtà che è molto diversificata e necessita quindi di un approccio sartoriale calibrato sul territorio. In questa logica, lo stesso approccio va applicato a ciascun cliente per fornirgli un servizio personalizzato. La nostra forza è anche quella di concentrarci, come core business, sulle flotte aziendali: le multinazionali applicano format poco flessibili e si disperdono su altri fronti. Insomma fanno fatica a capire lo specifico italiano... noi no».

E quindi SiFà punta soprattutto sulle aziende?

«Grazie al nostro azionista di riferimento Bper Banca, offriamo solidità e affidabilità. Siamo partner robusti e puntiamo senza dubbio sulle flotte aziendali, sui commerciali fino a 60 quintali e facciamo dell'assistenza, della velocità

e della qualità del servizio i punti cardine del nostro business. Soprattutto la velocità: rispondere rapidamente alle esigenze del cliente è l'obiettivo. Siamo in grado di far avere al cliente la nostra proposta in sole 24 ore. E, in prospettiva, lavoriamo perché i nostri prodotti siano sicuri nel tempo e restino competitivi quando il mercato si assesterà».

Mercato che continua a crescere, anche in assenza di stimoli come ai tempi del "superammortamento".

«Sono convinto che i numeri positivi del noleggio, soprattutto a lungo termine, siano l'effetto di una mancanza di denaro e di una difficoltà di accesso al credito degli italiani. Pagare un canone mensile può compensare sul breve e medio periodo la mancanza di contante. E poi ci sono le cosiddette "offerte civetta", apparentemente molto interessanti ma spesso non del tutto trasparenti. Credo sia giusto spiegare bene ai clienti tutti i risvolti del contratto, come ad esempio l'anticipo da versare alla stipula, che spesso non

viene valutato in modo opportuno. Noi di SiFà, al momento, non puntiamo sul segmento retail. Certo, abbiamo in listino offerte interessanti caratterizzate da costi competitivi e trasparenti. Ma non è ancora il momento di affrontare il mercato dei privati. Attualmente i "clienti non aziende" che serviamo arrivano dal mondo Bper Banca».

I privati, quindi, non sono fra i vostri obiettivi?

«No, direi di no. Vediamo che cosa succederà, ma per il momento restiamo aderenti al core business: le flotte aziendali. Lo sviluppo di questi anni ci ha portato ad aprire filiali anche nel sud del nostro Paese, perché noi siamo una realtà nazionale e non solo lombarda o emiliana. La capacità di offrire veicoli specializzati e adatti alle esigenze più disparate dei clienti rientra nelle nostre carte vincenti. E poi, per il 2019, stiamo studiando come espandere le nostre offerte per i commerciali anche al di sopra dei 60 quintali. Gli spazi, anche normativi, ci sono e noi ci stiamo preparando». —

© BY NENNO ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Paolo Ghinolfi, amministratore delegato di SiFà, è stato anche Ad di Arval ed ex presidente Aniasa

