

INTERVISTE SIFÀ

SIFÀ: facciamo chiarezza sul noleggio



ABBIAMO INCONTRATO
L'AMMINISTRATORE DELEGATO DI SIFÀ,
UNA DELLE PIÙ GIOVANI SOCIETÀ
DI NOLEGGIO A LUNGO TERMINE ITALIANE
CHE NASCE DA SOLIDE BASI, SIA COME
ESPERIENZA SIA FINANZIARIAMENTE.
PRESENTIAMO SIFÀ E LA VISIONE DI
PAOLO GHINOLFI SUL FUTURO
DELL'AUTONOLEGGIO.

Tommaso Caravani

66
NMI

Multiservice? Meglio specialisti. Il noleggio al privato? Forse, un giorno, quando ci sarà più trasparenza nel mercato. Smart mobility? Solo a Milano, per il resto d'Italia è ancora fantascienza. Sono queste alcune delle pillole del "Ghinolfi pensiero", uno dei pionieri del noleggio a lungo termine in Italia, ex presidente di ANIASA, l'associazione dei noleggiatori auto, e fondatore e amministratore delegato di SIFÀ, Società Italiana Flotte Aziendali.

Abbiamo incontrato Paolo Ghinolfi nella sede milanese di SIFÀ, per capire come una società nata solo nel 2012 possa contare oggi su una flotta di oltre 11.000 veicoli con l'ambizione di arrivare a 25.000 nel 2020 e quale sarà il futuro della riparazione e manutenzione dei veicoli delle flotte.

Iniziamo dalla flotta, da quanti veicoli è attualmente composto il parco auto di SIFÀ?

Entro il 2020 puntiamo a raggiungere l'obiettivo di 25.000 veicoli in flotta. Era il nostro target di un piano quinquennale di sviluppo che abbiamo concordato con il nostro attuale socio di maggioranza (BPER Banca n.d.r.) e posso dire che siamo perfettamente in linea con le previsioni, anzi, forse anche in anticipo sui tempi.

Guardando indietro, invece, posso dire che quando abbiamo superato i 10.000 veicoli in flotta siamo entrati nella fase di "grande maturità" per la nostra azienda.

Oggi i clienti ci conoscono, sanno come funzioniamo e chi siamo, per questo abbiamo continuato e continueremo a crescere.

Insomma, una flotta che inizia a diventare importante. State pensando, come molti altri attori del mercato, di puntare anche al privato?

Per il momento siamo concentrati sul B2B, anzi, direi che SIFÀ (acronimo che sta per Società Italiana Flotte Aziendali) nasce proprio per servire i clienti corporate. È qui che abbiamo la nostra forza, grazie a un'offerta trasversale: non solo auto. Infatti, circa il 40% della nostra flotta, tanto per dare qualche numero, è rappresentata da veicoli commerciali leggeri.

Insomma, questa attitudine a interpretare tutte le sfaccettature del servizio alle aziende è la nostra arma vincente.

Nel B2C, cioè il noleggio al privato, invece, ancora manca chiarezza, non è chiaro il business model e il

mercato è inondato di prezzi civetta. Noi attendiamo di avere il prodotto e il modo giusto per arrivare al mercato, avendo come obiettivo sempre quello della trasparenza. Aggiungo che non concordo su una visione del mercato, che oggi è molto diffusa, secondo cui una società di noleggio debba interpretare tutti i ruoli e tutte le parti: dal noleggio a lungo termine a quello mid term fino al breve. Oggi noi cresciamo sul lungo termine e ci concentriamo a fare solo questo, perché è questo che ci chiedono i nostri clienti. Noi offriamo specializzazione e quindi siamo in grado di erogare quei servizi, spesso sottovalutati, che fanno la differenza nei confronti dell'azienda e del driver.

Eppure oggi in Italia si parla sempre più di formule miste di utilizzo dell'auto, molti indicano car sharing, noleggio e intermodalità come soluzione futura della mobilità, non è d'accordo?

In questa fase è bene tenere i piedi per terra. Le formule che cita vanno di pari passo con un altro concetto, quello delle smart city. Che il futuro sia fatto di città intelligenti e di una mobilità differente da quella che conosciamo oggi è quasi una certezza, poi però bisogna fare i conti con ciò che si ha. In Italia, l'unica città dove questo modello potrebbe funzionare è Milano.

“ **SIFÀ** offre specializzazione ed è in grado di erogare quei servizi che fanno la differenza nei confronti dell'azienda e del driver. Entro il 2020 puntiamo a raggiungere l'obiettivo di **25.000 veicoli** in flotta. ”

Il rischio è che si creino aspettative errate: si pensi a quello che è successo con il Diesel, una comunicazione politica completamente sbagliata che ha danneggiato molti settori dell'economia. Si tratta di scelte politiche cieche, esattamente come il non incentivare il passaggio ad auto meno inquinanti rispetto a quelle che si possiedono, indipendentemente che si tratti di vetture nuove o usate.

Potrebbe sembrare una richiesta di incentivo al mondo del noleggio, in fondo siete i primi "produttori" di usato...

Aiutare il mondo del noleggio significa aiutare il paese. Il noleggio auto rappresenta solo vantaggi per la



PAOLO GHINOLFI, AMMINISTRATORE DELEGATO DI SIFÀ.

comunità: immettiamo sul mercato auto nuove con standard di sicurezza al massimo livello e con le emissioni più basse. Inoltre abbiamo un tracciamento completo di tutta la filiera: dall'acquisto alla manutenzione fino alla vendita. Nel nostro mondo non esistono zone grigie, perché tutto è tracciato.

Tra i servizi potenzialmente più critici per i driver c'è proprio l'assistenza, spesso vero punto debole delle società di noleggio a lungo termine, voi come vi siete organizzati?

Anche in questo caso siamo andati controcorrente, o meglio, siamo rimasti dove era un tempo il noleggio. Per questo, quando è nata SIFÀ, da subito abbiamo richiesto di utilizzare la rete ufficiale dei costruttori, e quindi ricambi originali, per la manutenzione dei veicoli.

Questo per garantire massima sicurezza e qualità del servizio ai nostri clienti.

Eppure le reti di assistenza ufficiali sono sempre meno presenti sul territorio, come si coniuga questa tendenza con la vostra scelta?

Ovviamente c'è sempre la necessità di coprire la territorialità: per questo, a supporto della rete ufficiale dei costruttori, abbiamo un ulteriore network di oltre 6.000

67
NM



ALCUNI COMPONENTI DEL TEAM SIFÀ, DA SINISTRA: LUCA BRAGLIA, ANGELA CHIRICO, SABINO FORT E ALESSANDRO NAPOLI.

officine convenzionate. Cerchiamo partner all'altezza, considerando che la nostra priorità è la sicurezza dei mezzi e la qualità del servizio. Per dare un'idea di quanto teniamo alla qualità del servizio e alla soddisfazione del cliente, basti pensare che abbiamo conferito l'incarico di Chief Customer Officer – direttore centrale, a Roberto Parlangeli, che negli ultimi tre anni in SIFÀ aveva ricoperto il ruolo di CFO.

Un'ultima domanda, quale è il futuro di SIFÀ? Avete ambizione di diventare una multinazionale in grado di competere con i big a livello internazionale?

Siamo quasi allo scadere del nostro piano di sviluppo quinquennale. Appena sarà finito ne faremo



un altro. L'internazionalizzazione è un progetto a cui stiamo già lavorando.

Per mia esperienza le sedi nazionali delle multinazionali non sempre sono sinergiche tra loro: per questo credo che l'internazionalizzazione si possa realizzare meglio attraverso delle alleanze con altre realtà imprenditoriali.

È un percorso più lungo e articolato, però sono convinto che un imprenditore abbia interesse che un proprio cliente riceva l'assistenza migliore quando va in un altro paese e che, parimenti, abbia interesse a fornire un alto livello di servizio alle auto di un partner nell'ambito di un accordo chiaro. ■