

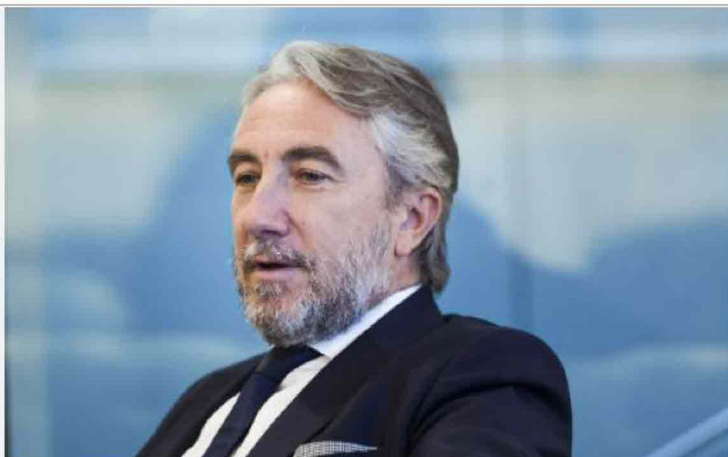


AZIENDE

Flotte aziendali

La nostra intervista a Paolo Ghinolfi (Sifà)

Emilio Deleidi | Pubblicato il 21/12/2017 | **0** commenti



Flotte aziendali - La nostra intervista a Paolo Ghinolfi (Sifà) 1 / 2



PROVE SU STRADA

Seat Arona

L'abbiamo provata (ad Arona), con un occhio molto speciale...



Nata nel 2012 come azienda di consulenza nella gestione di prodotti di mobilità innovativi e di soluzioni per il noleggio a lungo termine, Sifà ha oggi la sede legale a Trento e uffici a Milano, Reggio Emilia, Bologna e Roma. Dal dicembre 2017, Bper Banca, capogruppo della Bper che raccoglie quattro banche territoriali (Bper Banca, Banco di Sardegna, Cassa di risparmio di Bra e Cassa di risparmio di Saluzzo, per un totale di circa 1.300 filiali e due milioni di clienti), già partner finanziario di Sifà, ne detiene il 51%. Oggi il parco auto dell'azienda ha raggiunto le 6 mila unità, con un trend di crescita costante: nei primi nove mesi del 2017 l'incremento è stato del 107,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Ecco la nostra intervista a Paolo Ghinolfi, amministratore delegato di Sifà.

Che primo bilancio potete tracciare del 2017?

PROSSIMO ARTICOLO

AZIENDE



FLOTTE
La nostra intervista a Paolo Manfreddi (Leasys)

Abbiamo triplicato i valori e raggiunto il break even, dimostrando al mercato di essere un player credibile e innovativo nel settore del noleggio a lungo termine di veicoli e flotte aziendali. L'azienda, del resto, è giovane, visto che è nata nel 2012, ma, di fatto, è diventata pienamente operativa dal luglio 2015. Il recente accordo dimostra come Bper Banca creda fortemente nel nostro progetto e desideri diventarne parte sempre più attiva: questa operazione ci consentirà di allargare ulteriormente il nostro raggio di azione e di aumentare i volumi.

Com'è cambiata negli ultimi anni la domanda di auto e di servizi delle grandi flotte?

È cambiata moltissimo l'offerta, ma sulla domanda ho qualche perplessità. I clienti esprimono soprattutto l'esigenza di un rapporto di prossimità col fornitore, qualcosa che si è un po' perso negli ultimi anni. Chiedono vicinanza, attenzione, ascolto, che erano propri del noleggio a lungo termine di qualche anno fa, ma che le grandi aziende del settore, attente soprattutto a proporre prodotti nuovi, hanno finito per trascurare. È qui che ci siamo collocati noi e i clienti ce lo riconoscono: la capacità di ascolto, giorno per giorno, di tagliare soluzioni su misura specifiche per loro, e non pensate da noi. In verità, c'è qualcosa di interessante nelle nuove proposte, nelle quali si sostituisce il noleggio a lungo termine ad altre categorie merceologiche. Però il cliente vuole sentirsi curato nel "nocciolo duro" del servizio, non solo badare al prezzo.

La clientela small business ha capito le opportunità del noleggio a lungo termine ed è in crescita?

Sì, perché tutti ne parlano. Ma tante piccole realtà, spinte da rate basse e leasing, continuano a comprare le auto; questo accade anche perché la rata resta l'unico fattore comune facilmente confrontabile sul mercato. Chi, però, si mette a fare realmente i conti, finisce per essere attratto dalle diverse proposte di noleggio. E se questo accade anche solo per una piccola percentuale delle piccole e medie imprese e delle partite Iva, i numeri finiscono per essere alti.

C'è richiesta da parte dei vostri clienti di sistemi automatici di ausilio alla guida (i cosiddetti Adas)?

C'è interesse, c'è domanda, ma qualche volta bisogna spiegare bene le cose ai clienti che inseguono solo l'importo della rata. Serve una vera consulenza. Molto, poi, dipende anche dal target. Se l'auto è un benefit, certe cose sono utili: le aziende ci ascoltano, sono propositive. Per i veicoli commerciali, invece, è ancora presto: eppure, per chi viaggia in città, effettua consegne, ha più sinistri e corre più rischi, i benefici sarebbero maggiori...

Qual è la vostra politica in merito alle scatole nere?

Non abbiamo rilevato una grande richiesta da parte della clientela. Anche questa cosa potrebbe essere importante per alcuni clienti, però, in generale, la spinta arriva più dai noleggiatori, visto che i big data sono molto più utili per loro e per le case automobilistiche che per i clienti stessi. Questo con l'eccezione di alcuni target specifici, come la pubblica amministrazione o grandi aziende come Enel, Poste, Telecom. La richiesta sta crescendo, ma non in maniera così ampia come si potrebbe pensare.

Il direttore marketing e business development traccia un bilancio del 2017

di **Emilio Deleidi** 1 0

NOVITÀ vedi tutti >



CONCEPT
ACURA RDX
 Primo teaser del prototipo

1 0



NUOVI MODELLI
FIAT
 La gamma Mirror su tutta la famiglia 500

6 1



NUOVI MODELLI
AZNOM SERPAS
 La nuova sportiva estrema Made in Italy

11 1

Ed è cresciuta la richiesta di modelli ibridi o elettrici?

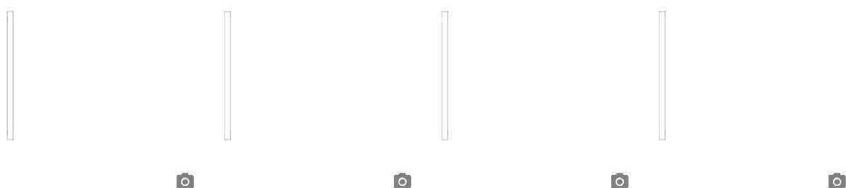
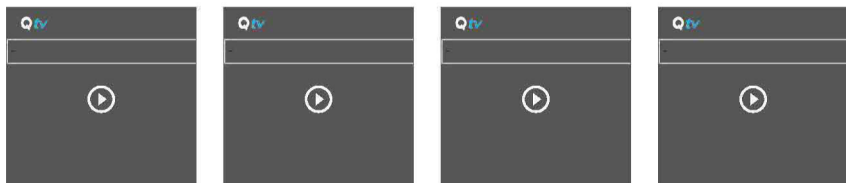
Ce le chiedono, ci sono grossi progetti in corso, molti si avvicinano al tema. Il 2018 potrebbe far registrare un trend positivo importante per le ibride.

La guerra al diesel di alcune amministrazioni locali e il clima di ostracismo per le auto a gasolio che si è creato in alcune città italiane sta in qualche modo condizionando la car policy delle aziende?

Ci saranno dei cambiamenti, ma tardivi: me li aspettavo più rapidi. Il 95% delle immatricolazioni di vetture di fascia media, non di quelle piccole, è a gasolio. Nel 2017 non si sono visti grandi spostamenti della domanda, anche perché credo ci sia ancora una scarsa conoscenza dei piccoli motori turbo a benzina, dei 1.200 sovralimentati in grado di garantire potenze nell'ordine dei 115 CV. Sono certo che, negli anni a venire, ci sarà un'impennata della richiesta di questi modelli, rispetto ai quali ci stiamo strutturando.

TAGS: FLOTTE AZIENDALI

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[COMMENTA](#)[LEGGI TUTTI I COMMENTI](#)**FOTO****VIDEO****RIVISTE E ABBONAMENTI**

Scopri Quattroruote digital edition >