

IL PERSONAGGIO

Paolo Ghinolfi

A tu per tu con il maggiore imprenditore italiano nel settore del noleggio a lungo termine: le prospettive di sviluppo del business e i punti di forza di SIFÀ, l'azienda da lui fondata nel 2012, della quale è Amministratore Delegato



Paolo Ghinolfi, emiliano, 53 anni, Amministratore Delegato di SIFÀ, Società Italiana Flotte Aziendali, è uno dei pionieri del Noleggio a Lungo Termine di veicoli e flotte aziendali in Italia. Ha seguito l'evoluzione del settore sin dai tempi della fondazione della società Company Service negli Anni Ottanta. Nel decennio successivo, ha fondato la filiale italiana di una delle grandi multinazionali del NLT, ricoprendo diversi incarichi fino a diventare Amministratore Delegato. Conclusa quest'esperienza, nel 2012 Ghinolfi ha deciso di intraprendere la sua sfida più importante, fondando la nuova azienda SIFÀ, Società Italiana Flotte Aziendali, a capitale interamente italiano, per cambiare le regole della mobilità, ridefinendo gli standard di qualità del Noleggio a Lungo Termine in Italia. Nel triennio 2011-2013, Paolo Ghinolfi è stato inoltre Presidente di ANIASA (Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici), dopo aver ricoperto diverse cariche all'interno dell'Associazione a partire dal 2003.

Ci può presentare SIFÀ in sintesi?

SIFÀ è l'acronimo di Società Italiana Flotte Aziendali, Azienda che ho fondato nel 2012 e per la quale ho voluto porre l'accento sulla "a" per sottolineare la determinazione che mettiamo io e i miei collaboratori nel nostro lavoro. Rappresentiamo una realtà italiana che fa da contraltare nazionale nel mondo del noleggio automotive detenuto per lo più da banche straniere come Société Générale (ALD), BNP Paribas (ARVAL), mentre il nostro azionista di riferimento italiano è BPER, Banca Popolare dell'Emilia Romagna. E al tempo stesso, con il nostro presidio sul noleggio a lungo termine, rappresentiamo - orgoglio nazionale - una testa pensante in alternativa alle multinazionali finanziarie estere.

Quali ritiene siano i punti di forza di SIFÀ?

In primo luogo l'enfasi sul servizio "sartoriale" al cliente calibrato su misura delle sue esigenze, anche in funzione della territorialità. Inoltre le flotte aziendali rappresentano il nostro focus: la nostra organizzazione è orien-

tata a questo specifico target, mentre molti dei nostri competitor si rivolgono adesso al mercato dei privati, coltivandolo però in modo a mio avviso non del tutto etico (pubblicità ingannevole, comunicazione poco trasparente al cliente). Secondo me, per essere efficaci, le operazioni devono essere ripetibili in un'ottica di medio-lungo termine.

Quindi non guardate e non guarderete al noleggio a lungo termine per i privati?

Direi piuttosto che vogliamo proporre al privato prodotti trasparenti e sostenibili nel tempo. Un piccolo anticipo, una rata più alta magari rispetto ai competitor, ma questo a garanzia della sostenibilità per il cliente finale.

Come coltivate la qualità del servizio?

Le aziende clienti si aspettano servizi e qualità. Non un concetto astratto di perfezione ma la capacità di risolvere i problemi. C'è ancora la possibilità di andare dal cliente a vendere qualità a prescindere dalla riduzione dei canoni o dalla fascia di mercato dell'auto. Per esempio, uno dei nostri punti di forza è l'utilizzo della rete ufficiale dei costruttori, e quindi di ricambi originali, per l'assistenza; un altro è sicuramente il cambio gomme: a differenza di altri, noi effettuiamo il cambio rispettando il codice di velocità riportato sul pneumatico e che indica la velocità massima alla quale il pneumatico stesso può viaggiare: questo per fornire sempre un servizio di altissima qualità e garantire massima sicurezza al cliente.

Dove colloca il potenziale di crescita di SIFÀ

Come azienda italiana ci stiamo sviluppando in tutte le regioni. La recente apertura della nuova filiale commerciale di Napoli, cui si aggiungeranno a breve quelle di Cagliari e Pescara, segna il potenziamento della nostra struttura al Sud. Resta ovviamente fondamentale il ruolo di BPER Banca, nostro azionista di riferimento. Guardiamo con attenzione al mondo delle auto elettriche, e in particolar modo ai progetti in ambito car sharing. Servono anche immaginazione e creatività per rafforzarci sul mercato con proposte di servizio uniche. ○