

**NOLEGGIO** A un lustro dal suo arrivo intervista al Sales Manager Sabino Fort

# I cinque anni vincenti di SIFÀ

di **Massimiliano Campanella**  
Reggio Emilia

**S**ono passati solo cinque anni, ma di "acqua sotto i ponti" ne è passata da quel 2015 che vedeva Paolo Ghinolfi avviare un player nel Noleggio a Lungo Termine completamente nuovo. SIFÀ (Società Italiana Flotte Aziendali) nasceva su basi decisamente solide, con l'ingresso di BPER Banca - che oggi è azionista unico - nella compagine societaria. Al suo fianco, dal 2017 c'è Sabino Fort, che con il ruolo di Direttore Commerciale ha accompagnato la crescita di SIFÀ.



*Classe 1970, cinque anni fa il manager milanese affiancava l'AD **Paolo Ghinolfi** accompagnando la crescita di **SIFÀ** sia in termini di quote di mercato, in aumento anno dopo anno, sia in termini di organizzazione, assegnando alla direzione Sales struttura e capillarità sul territorio.*

Servizio da pagina VI ►

**INTERVISTA ESCLUSIVA Sabino Fort, Direttore Commerciale SIFA**

Classe 1970, cinque anni fa il manager milanese affiancava l'AD Paolo Ghinolfi nel costruire un nuovo player nel Noleggio a Lungo Termine. Ai tempi era una sfida, oggi raccoglie con soddisfazione i frutti della passione e dell'impegno spesi insieme alla sua squadra e a tutta l'Azienda.

# “UN LUSTRO DI SUCCESSI E CRESCITA”



Nel 2015 Paolo Ghinolfi, intrepido manager con un'esperienza maturata nel settore e riconosciute doti di leadership, costituì una squadra ai tempi snella, "smart" come si direbbe oggi. Al suo fianco, dal 2017 c'è Sabino Fort, che con il ruolo di Direttore Commerciale ha accompagnato la crescita di SIFA sia in termini di quote di mercato, sia in termini di organizzazione, assegnando alla Direzione Sales struttura e capillarità sul territorio.

di Massimiliano Campanella  
Reggio Emilia

**S**ono passati solo cinque anni, ma di "acqua sotto i ponti" ne è passata da quel 2015 che vedeva Paolo Ghinolfi avviare un player nel Noleggio a Lungo Termine completamente nuovo. SIFA (Società Italiana Flotte Aziendali) nasceva su basi decisamente solide, con l'ingresso di BPER Banca - che oggi è azionista unico - nella compagine societaria. Ma con ambizioni, prospettive e approccio al mercato decisamente distintivi.

Ghinolfi, intrepido manager con un'esperienza maturata nel settore e riconosciute doti di leadership, costituì una squadra ai tempi snella, "smart" come si direbbe oggi. Al suo fianco, dal 2017 c'è Sa-

bino Fort, che con il ruolo di Direttore Commerciale, ha accompagnato la crescita di SIFA sia in termini di quote di mercato, in aumento anno dopo anno, sia in termini di organizzazione, assegnando alla Direzione Sales struttura e capillarità sul territorio.

**Un bilancio di questi anni alla guida del team Sales in SIFA: come sta evolvendo l'azienda e quali i risultati professionali raggiunti?**

Nel 2017 SIFA gestiva una flotta di 4mila veicoli con un fatturato di circa 30 milioni di euro; quest'anno chiuderemo con 35mila unità di flotta gestita, naturalmente confidando che vengano superate le note problematiche di approvvigionamento. In termini di fatturato, raggiungeremo quest'anno i 250 milioni, un traguardo di grande

soddisfazione. Un quarto di miliardo, in un mercato che era già molto competitivo (per non dire saturo) quando nasceva SIFA, è un risultato che ci rende orgogliosi. Altro numero di assoluto riguardo è il portafoglio clienti, che oggi conta quasi 10mila aziende.

**In termini di organizzazione?**

Oggi SIFA è una realtà da più di 150 professionisti non contando i collaboratori esterni. Nel 2017 il team vendite era composto da 10 persone, oggi siamo più di 70 e copriamo tutti i mercati con un approccio omnichannel. Presidiamo il large corporate e le piccole e medie imprese, abbiamo una divisione dedicata alla Pubblica Amministrazione e un'altra dedicata al canale indiretto e ai privati, con prodotti sviluppati ad hoc. Abbiamo fatto passi da gigante anche nel mercato dei veicoli commerciali, segmento presidiato con figure specializzate. Quest'anno è nata la Business Unit Truck&Go, che ha come mission il presidio del mercato entro e oltre i 60 quintali.

**Sin dall'inizio SIFA ha inteso proporsi con un'offerta peculiare: qual è stata l'evoluzione in termini di prodotto?**

Abbiamo continuato ad ampliare la nostra offerta - oltre al "tra-

dizionale" servizio del Noleggio a Lungo Termine - con tutta una serie di nuovi servizi come il rineggio dell'usato, che in questo periodo di carenza di prodotto nuovo sta registrando risultati eccezionali, il noleggio a medio termine, per rispondere alle esigenze di chi utilizza il mezzo per una durata inferiore ai 12 mesi, il company car sharing per la gestione delle auto di servizio ed altri ancora. Negli ultimi tre anni abbiamo fortemente investito sulla transizione elettrica, con un approccio dedicato ad aziende che vogliono valutare il passaggio all'elettrico e sono sensibili alle norme ESG, stringendo accordi anche con primari operatori che realizzano infrastrutture elettriche (wall box e colonnine) per aiutarci nell'attività di consulenza ed elettrificazione delle flotte dei clienti. SIFA è ormai stabilmente nella top ten degli operatori del settore e continua a crescere in maniera importante.

**Sul piano personale quali competenze ritiene di aver acquisito in questi anni?**

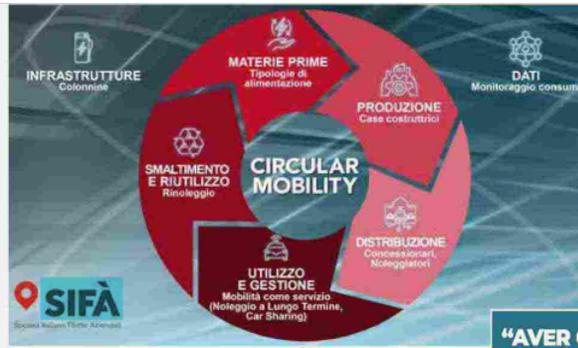
SIFA dà la possibilità a ciascuno componente della squadra di essere un fattore determinante per il cambiamento. Non è un'azienda "burocratica", in cui ogni figura ha un ruolo rigido e non può uscire dai suoi confini. In SIFA si ha un approccio olistico, in cui ciascuno

## BIO

### Sabino Fort

Sabino Fort nasce a Milano nel 1970. Consegue la laurea in Economia e, dopo le prime esperienze professionali nella consulenza nel mondo automotive, entra subito nel settore del Noleggio a Lungo Termine. Dopo un'esperienza all'interno del mondo bancario e poi in quello alberghiero, nel 2017 entra in SIFA con il ruolo di Direttore Commerciale al fianco di Paolo Ghinolfi, fondatore e Amministratore delegato. Manager che affronta sfide e difficoltà sempre con il sorriso sulle labbra, è papà di Jacopo e Niccolò, 13 e 8 anni; nel tempo libero ama i viaggi e la lettura e ascolta musica.





Amministratore Delegato e fondatore di SIFA nel 2015, **Paolo Ghinolfi** ha creato l'azienda partendo da zero. Oggi SIFA è proiettata a raggiungere dimensioni importanti.



**"AVER COSTITUITO UNA BUSINESS UNIT DEDICATA AI VEICOLI COMMERCIALI CONSENTE DI DISPORRE DI DATI, DAI QUALI SI EVINCE CHE ALCUNI SETTORI SONO IN FORTE CRESCITA, NON SOLO LA GDO".**

può andare oltre e dare un contributo anche in altri ambiti. Viene apprezzato e premiato chi ha un approccio imprenditoriale. Uno spirito che permea ogni ambito, che del resto proviene dal nostro AD, che ha creato l'azienda partendo da zero. Siamo proiettati a raggiungere dimensioni importanti ma ciò che tuttora conta è il saper fare e questo ci permette di avere un approccio peculiare al mercato. Siamo flessibili, rapidi, responsabili di ogni attività. Personalmente porto dentro di me quest'approccio, fa parte del mio bagaglio di esperienza aver appreso un modo di fare azienda a 360 gradi.

quest'anno, si valuta e si decide di creare una divisione commerciale dedicata con persone specializzate che si occupano esclusivamente di quel mercato. In SIFA ci informiamo e ci formiamo in tempo reale, assumendo decisioni strategiche, che vengono modificate "live". Si tratta di una specializzazione unica sul mercato, che ci consente di essere sempre altamente professionali: le aziende si aspettano flessibilità e competenze trasversali, anche su temi quali sostenibilità e ESG, che esigono un approccio specializzato.

**Quali sono gli obiettivi che si pone per il 2022 e a medio termine?**

Il focus di SIFA nel breve e medio termine è gestire questo periodo di transizione economica ed energetica nel modo più efficiente possibile. L'automotive e il noleggio a lungo termine sono mercati completamente cambiati rispetto agli anni passati. L'immatricolato in calo è conseguenza di quanto stiamo vivendo a livello internazionale, di una serie di fenomeni che impattano sul mercato. In questo contesto i clienti sono preoccupati, a volte impreparati ad affrontare l'incertezza. La mission di SIFA è da sempre essere vicina ai propri clienti, un impegno se possibile ancora più forte nel contesto attuale, supportandoli nel gestire il

cambiamento nel modo più indolore possibile.

**Qual è l'impatto che ha avuto la conferma che entro il 2035 ci saranno in Europa solo veicoli non termici?**

Si tratta di un cambio culturale epocale e la spinta è importante ma nessuno è realmente pronto: i costruttori modificano continuamente contistiche e listini, impattando sui costi di gestione della flotta; i clienti non sanno che prodotto scegliere ed i loro orientamenti cambiano frequentemente; il nostro Governo vara iniziative di sostegno economico che non vanno nelle direzioni auspiccate dagli esperti del mercato. In tutto questo caos, la nostra mission è fare da consulenti ai nostri clienti per interpretare strategicamente i segnali del cambiamento: quando ordinare e quale tipo di prodotto in base alle esigenze del cliente ed alle reali disponibilità. Veicoli elettrici? Oggi i clienti conoscono ancora poco le caratteristiche ed i reali costi del prodotto elettrico. Per tale ragione, constatiamo più una sana curiosità che una reale domanda, se non per usi specifici (es. car sharing). SIFA, a causa della situazione di shortage che viviamo da mesi, ha iniziato ad acquistare migliaia di veicoli (tra i quali anche elettrici e plug-in), per metterli a disposizione dei propri clienti. Molti sono veicoli ancora in ordine per i quali riusciamo comunque a garantire ai nostri clienti tempi di consegna inferiori rispetto a quelli standard. Quindi occorre pianificare oggi gli acquisti dei mezzi, consapevoli del tempo che deve trascorrere perché i veicoli arrivino e veicolando le richieste più urgenti dei clienti su veicoli usati in noleggio. Viviamo un momento rivoluzionario, può rappresentare un'opportunità ma è da gestire con grande attenzione.

**Qual è l'evoluzione registrata dal segmento dei veicoli commerciali e com'è destinata a cambiare a breve e medio termine?**

Il trend continuerà a essere positivo, anche se si scontra con il problema della mancanza di prodotto. Un veicolo commerciale oggi potrebbe impiegare un anno per arrivare ma le esigenze di chi lo ordina sono spesso immediate. In questi casi, il rineggio dell'usato è la soluzione migliore da proporre. Aver costituito una Business Unit dedicata ai veicoli commerciali consente di disporre di competenze e dati, dai quali si evince che alcuni settori merceologici sono in forte crescita: non solo la GDO che con le consegne dell'ultimo miglio ha incrementato a doppia cifra da anni, ma anche tutto il settore del food (con allestimenti frigo) il facility management, la security, le officine mobili, il farmaceutico, il settore delle pulizie e della sanificazione, l'edilizia e infrastrutture.

**Sono mercati in crescita che richiedono esperienza: qual è l'approccio di SIFA?**

Quello del veicolo professionale è un mercato selettivo in quanto sono indispensabili competenze specifiche. Da sempre SIFA ha investito molto nel settore dei veicoli commerciali, arrivando a gestire una quota di quasi il 40 per cento di LCV sul totale del proprio parco circolante, rispetto al 20 per cento medio degli altri operatori di mercato. La divisione Truck&Go ottimizzerà ulteriormente la nostra presenza nei mercati tradizionali entrando nel contempo in segmenti nuovi come la logistica pesante e la movimentazione merci intermodale, con investimenti ed acquisti di prodotto ad hoc. In queste aree siamo oggi protagonisti con figure dedicate, che stanno stringendo accordi con i principali costruttori e network di riparazione.

**Tracciamo un'analisi dell'offensiva Sales: quali sono le aree (territoriali e professionali) in cui SIFA ha ottenuto il miglior risultato e quali quelle da rafforzare?**

Abbiamo un'ottima copertura commerciale grazie al personale

presente in 17 presidi commerciali su tutto il territorio nazionale. La presenza al Sud (Matera, Catania, Napoli, Crotone, Bari) è un nostro fiore all'occhiello; andremo a rafforzare il presidio su Roma e continueremo a investire nel Nord e nelle aree caratterizzate da un tessuto imprenditoriale più forte. In termini di canali, investiremo sulla Pubblica Amministrazione: abbiamo già figure dedicate, avendo iniziato a metà 2020 il progetto di una nuova divisione, ma la squadra è destinata ad aumentare.

**Sulla base della sua esperienza qual è il trend che registra il noleggio come alternativa all'acquisto e quale sarà nel breve e medio termine?**

Oltre alle aziende che hanno già ampiamente adottato il noleggio a lungo termine, i privati si rivolgeranno sempre di più a soluzioni di mobilità che includono il noleggio, e sempre meno all'acquisto. SIFA mette a disposizione del privato prodotti specifici e un servizio di Telesales dedicato, con un'analisi automatizzata del credito, per veicolare le pratiche di fido. E' un segmento di mercato che crescerà molto e siamo chiamati a fare le giuste valutazioni per supportare questa tipologia di clienti in ogni fase.

**Sulla base dell'esperienza finora maturata, quali sono le caratteristiche che distinguono SIFA dai competitor?**

SIFA è sinonimo di capacità di fare. L'assenza di burocrazia, la vicinanza e la capacità di ascolto sono le caratteristiche che ci consentono di "parlare la stessa lingua" del cliente. Il nostro AD ci dice sempre che non basta ascoltare ma occorre anche sentire e capire. Ebbene in SIFA siamo bravi a farlo e a trovare soluzioni grazie a una struttura agile e veloce. È questo l'approccio che ci ha consentito, in pochi anni, di raggiungere numeri e risultati considerevoli.

