

Ecco il nuovo rappresentante dei truck dealer in Federauto. Idee, obiettivi, strategie. E una concessionaria che è un modello

di Giuseppe Guzzardi
foto Lapresse
per gentile concessione
Mecar S.p.A.

Eccoci a Salerno per incontrare il volto nuovo dei truck dealer in Federauto. Compito difficile, quasi ingrato, visto che succede a un drago come Massimo Tentori, che per molti anni ha, negli angusti limiti associativi imposti da Federauto, rappresentato il pensiero dei concessionari dei veicoli industriali. Vogliamo subito dire che, forti della nostra modesta esperienza, ci sentiamo di affermare che i 'nostri' dealer, quelli dei camion, sono molto più preparati dei colleghi delle auto, escludendo ovviamente gli AD dei grandi Gruppi plurimarca, sempre più forti e determinati. I dealer di V.I. sono 'già' imprenditori di grandi vedute, di visione e di strategia. E Ferrajoli? e anche lui è espressione di quella élite di uomini di affari che credono ancora nel truck business? Chiediamoglielo, cominciando, giusto per capire proprio dai truck.

Si considera un esperto del prodotto che vende?

"Assolutamente no, non mi considero un tecnico... In realtà, la mia è una estrazione, una formazione del tutto finanziaria. Mi aiuta il bagaglio di famiglia, delle due generazioni che mi hanno preceduto. Per il ruolo in

Federauto sono stato scelto per portare un po' di aria fresca."

Salerno è lontana dalle logiche efficientiste del nord Italia, le logiche sembrano differenti.

"Non generalizziamo, è sempre questione di persone, non di coordinate geografiche. Concettualmente mi sento vicino ai grandi dealer 'storici', che mi hanno riconosciuto il coraggio che ho messo nel riposizionare la mia azienda."

Ecco, parliamo della sua azienda. Cosa ha rivoluzionato?

"Questa era un'azienda con ottimi numeri e report virtuosi, con pochissima propensione al rischio. Un'azienda solida, con un modello caratterizzato da volumi bassi e redditività alta, poca propensione alla crescita sul territorio e disinteresse verso il service. Il focus aziendale era il pesante, lo Stralis. Punto."

Questa è una zona molto storicizzata dal vostro marchio.

"Sì, un vero punto di riferimento. D'altra parte, lo eravamo anche prima di entrare nel business delle concessionarie, nel settore agricolo, cosa che ci ha consentito di maturare e radicare un indice di fidelizzazione molto alto."

Qual è l'anima del cambiamento?

"La consapevolezza che un certo modello di business aveva fatto il suo tempo. Era il momento di cambiare. Ho riposizionato l'azienda, dando valore al service e ai ricambi anche cambiando le persone chiave. Ho portato elementi di rottura nonostante in molti mi dicesero che certe logiche non funzionavano. Sono andato dritto per la mia strada, ho avuto ragione e il processo che ho imposto nel 2009 è ancora valido e, mi sembra di poter dire, vincente."

2009, anno di inizio. Altre pietre miliari?

"Nel 2012 abbiamo lanciato una strategia di crescita territoriale, espandendoci verso sud-est: Avellino, Potenza, Melfi. Quest'ultimo è una zona chiave grazie alla presenza del polo automotive di FCA, e c'è chiaramente un corridoio ad alto traffico tra Melfi e il porto di Salerno, asse logistico che noi valorizzeremo già da ottobre con una nostra piattaforma logistica distante cinque chilometri dal porto."

Che tipo di hub sarà?

"Una truck station, una one stop shop completa di servizi e assistenza e un focus molto forte sugli autisti. Per dare il massimo sto visitando i principali hub europei, da Düsseldorf a Valencia. Replicheremo tra pochi mesi, entro il 2016, a Lamezia Terme, una joint venture con l'officina partner. Credo che per il momento possa bastare. Tenga presente che la maggiore

presenza su Salerno muoverà anche il mix, in favore dei mezzi più piccoli, da distribuzione e da corriere."

Sicuro? Non ci sono altri progetti?

"No comment."

Qual è la caratteristica distintiva di Mecar?

"Si comprende già dal nostro slogan: Corporate Transport Solutions. Non vendiamo camion, vendiamo soluzioni di trasporto in relazione alla mission del cliente. Banalizzando, potremmo dire che vendiamo chilometri, il truck è solo un asset, che ha ragion d'essere se inserito in una logica complessa, ed è la parte più povera della catena del valore. Ho ribaltato la logica del dealer: il mio lavoro inizia dove prima finiva, cioè a camion venduto. Per ottimizzare questi servizi abbiamo creato delle tecnologie di bordo e dei software proprietari, a disposizione dei nostri clienti, che si integrano con quelli Iveco. Lavoriamo sull'analisi predittiva, ad esempio per il riallocaimento dei magazzini ricambi in relazione alle esigenze stagionali, dei volumi, del territorio."

Può dirci qualcosa sulla rete?

"Un forte potenziale inespresso. In molte zone il servizio è deteriorato da una gestione non ottimale. Grazie al nostro modello di business siamo in grado di rivitalizzare queste unità, trasformandole in unità redditizie. Ci siamo rivolti anche al Politecnico di Milano per realizzare il

UNA VISION MATURATA ANCHE A WALL STREET

Gianandrea Ferrajoli è presidente e CEO di Mecar S.p.A. Subentrando a Massimo Tentori, è anche il coordinatore in Federauto della sezione veicoli industriali, e rappresentante dei dealer Iveco (Gacie) presso il CECRA. La sua esperienza professionale prima della concessionaria si concentra nel finance, in particolare dal 2005 al 2009. Il primo biennio lo spende da analista presso la sede di New York di Sogén, poi si trasferisce a Londra sempre per Société Générale per operare in ambito hedge funds e private equity per conto di investitori anglosassoni interessati al settore produttivo italiano. Nel 2009 l'attrazione dell'azienda di famiglia diventa irresistibile, fino ad assorbirlo del tutto. La ristrutturazione operativa, che ha portato Mecar a una maggiore visibilità e a una più



redditizia presenza in nuovi mercati, porta la sua firma. Dal 2015 partecipa all'Owner & President Management Program di Harvard Business School.

modello vincente, e attualmente, ed è un processo che dura circa sei mesi, ne stiamo ottimizzando otto. Alla fine, tutta la nostra rete sarà interconnessa."

Prematuro parlare di noleggio?

"No, ci siamo già, con una nostra società che si chiama Moving Fast."

Federauto. Quanto contano i truck dealer?

"Abbiamo perso per strada il 40 per cento dei colleghi, e il nostro business è sempre più ad altissima specializzazione. Quelli rimasti sono forti e strutturati, in grado di servire una clientela molto esigente, flotte comprese, in un mercato in forte evoluzione. Quindi un business molto diverso da quello delle auto, e non possiamo non tenerne conto. Questo vuol dire che la nostra presenza in Federauto è da riscrivere, cominciando dalla necessità di essere più rappresentativi in termini di marchi presenti."

Iniziative concrete?

"Incentivare la capacità di leggere e

interpretare i bilanci e i flussi dei dati, anche utilizzando specialisti. Lavorare con il Governo per sdoganare il nostro settore, che è l'anima e lo specchio del Pil. Spingere per lo svecchiamento del parco obsoleto, con più di dieci anni di vita. Valorizzare il ruolo del dealer nella catena automotive. Creare valore per il territorio, supportando le aziende a 360 gradi. Suggestire modelli e spingere il rinnovamento, creare discontinuità."



Protagonisti

L'uomo nuovo è a Salerno