

Di Tanno (Intergea Gruppo): "C'è ancora vita nell'auto: idee chiare e coraggio pagano sempre"

Un anno dopo il nostro incontro alla Convention Intergea, esattamente il 13 ottobre 2019, abbiamo deciso di intervistare Alberto Di Tanno, Presidente e anima di Intergea Gruppo, per vedere se le cose dette allora, le tante cose, fossero effettivamente "in bolla". Il nuovo incontro è avvenuto nel giardino di un grande albergo torinese, in un soleggiato pomeriggio autunnale abitato dalla palpabile paura del ritorno nell'incubo pandemia.

Allora, Presidente: cosa è successo in Intergea in questi 12 mesi?

"È passato un anno, ma sembra un secolo. Il lungo isolamento per il Covid-19 ci ha spinto ad una rincorsa tecnologica, all'uso massivo del web, scoprendone potenzialità ma anche limiti. Per fare un po' di racconto di quanto è successo, comincerei con la nascita di Overdrive - società tra Intergea, la famiglia Mocarelli e Gianluca Italia, che la dirige oltre ad esserne azionista - Dealer sulla piazza milanese con i marchi Volvo, Psa, Honda e Mazda. Poi, a novembre, come risultato del grande lavoro di Marco Pesce, la nascita di Holding Intergea Nord Est, che mette insieme le energie di Intergea Gruppo, della famiglia Strabello, di Oikos Holding (famiglia Antonio Ferrari), e lo sviluppo di Autoteam9 a Verona, con tutti i marchi del Gruppo Fca e con l'acquisizione della concessionaria Garonzi: al timone Vito Mandina, emanazione diretta di Intergea, insomma un gruppo che complessivamente vale oltre 250 milioni di fatturato".

Fermiamoci qui, perché a questo punto entra in campo il Covid-19, con il lungo lockdown: come avete reagito?

"Personalmente ho sempre avuto una convinzione: nei momenti di difficoltà quello che conta è l'esempio che dai. Noi abbiamo voluto dimostrare che teniamo molto alla nostra squadra, e che i loro problemi sono i nostri problemi, varando un impegnativo piano di sostegno (parliamo di diverse centinaia di persone) con un prestito a tasso zero per importo fino a 10.000 euro, restituibili in 10 anni a partire dal 2021. Un impegno tangibile, credo unico nel no-

stro settore e non solo, che ha dato sicuramente coraggio alla nostra squadra, aiutando le persone a superare le contingenze derivanti dal fermo delle attività".

Coraggioso e ottimista...

"Lo sono sempre stato e i fatti mi danno ragione, se si pensa che, mentre parliamo (12 ottobre - ndr), il Gruppo Intergea pareggia gli ordini 2019. Ordini, sia chiaro, perché le fatturazioni scontano il ritardo dovuto alla mancanza di prodotto derivante dagli stop industriali. Mi sembra un risultato, sorprendente se volete, che la dice lunga sul fatto che da questa difficile situazione si esce, e anche bene".



Alberto Di Tanno,
Presidente
Intergea Gruppo

Riprendiamo il racconto: nel periodo maggio-luglio segue una serie impressionante di investimenti e di accordi, a conferma del giudizio positivo sul settore di una persona che, vale la pena ricordarlo, qualche tempo fa sembrava volesse disimpegnarsi personalmente dall'auto.

"Rispondo chiarendo subito un punto: io sono un imprenditore e mio dovere è sviluppare il Gruppo che rappresento in direzione di aree profittevoli. Oggi l'auto offre spazi che sembrava non ci fossero più, in un contesto di relazione con i mandanti sicuramente migliorato. Non vedo perché noi che nell'auto ci siamo sviluppati sempre, e credo anche bene, non dovremmo fare la nostra parte anche oggi. Quanto alle operazioni, sono due acquisizioni e una partnership: la nascita, a Firenze, di Car Village, operazione totalmente sotto il controllo Intergea, diretta da Alberto Catania, che aspira a diventare Gruppo di riferimento per Fca nel capoluogo toscano. L'azienda è operativa dal 1° primo di ottobre 2020; l'acquisizione di Autoarona: qui nasce una nuova holding, Intergea Premium, focalizzata sul segmento Premium, con una composizione societaria di Intergea, Massimo Gargano (già Ad di Toyota Motor Italia - ndr) che la dirigerà e Vittorio Massone (ex partner di Bain & Company - ndr); infine una classica iniziativa di partecipazione e partnership con Queen Car e con Fabrizio Mussino, che entra a far parte della famiglia Intergea, concessionaria

ria SsangYong, Mitsubishi e Mahindra per Torino città, Carmagnola e Pianezza: in queste due ultime sedi a breve diverrà anche concessionaria Fca. L'azienda verrà co-diretta da Mario Verra (ex Ad di SsangYong Italia - ndr)".

Se abbiamo capito bene, Intergea Premium sarà una nuova holding del gruppo. Ma era veramente necessaria?

"Assolutamente necessaria. Con i nostri soci, che del mercato Premium hanno competenza, condividiamo la convinzione che questo mercato - che come sappiamo ha connotati di clientela completamente distinti - necessita di un gruppo di guida competente, ispirato e totalmente focalizzato".

Tanti nuovi nomi, alcuni grandi manager: sono quelli che hanno scelto di essere leader con voi della loro vita professionale, quelli che cercavate di ingaggiare?

"Sono persone che hanno ricoperto cariche di responsabilità nelle aziende, quasi sempre automobilistiche, da cui provengono, sono motivati e sono soprattutto capaci di guidare gli altri. Il resto si vedrà".

Perché vi scelgono?

"Semplicemente perché contano i fatti, più che le affermazioni di principio. Chi in questi anni ha collaborato con Intergea in posizioni di responsabilità ha potuto toccare con mano quanto venga rispettata l'autonomia decisionale dei singoli manager e quanto valga fare risultato. Per queste ragioni la nostra federazione diventa attrattiva, e di questi tempi enormemente attrattiva. Ma vorrei anche riparametrare questa cosa della campagna acquisti dei 'fenomeni'. Posso dire che, specie dopo l'esperienza del lockdown, abbiamo complessivamente la fortuna di potere pensare a una squadra interna che è cresciuta molto sul piano qualitativo e non ci faremo scrupolo di 'comprometterla e tentarla' con impegni di maggiore responsabilità".

Perché questo cambiamento di rotta, prima solo partnership e oggi acquisizioni?

"Sono due cose complementari. Il mondo

segue a pagina 14

COVID-19 & LOCKDOWN

"Nei momenti difficili conta l'esempio che si dà. Nell'isolamento abbiamo capito la forza e i limiti del digitale: la relazione fisica resta centrale"

INVESTIMENTI & ACQUISIZIONI

"Sono un imprenditore, ho il dovere di sviluppare il Gruppo verso aree profittevoli. E oggi il settore offre spazi che sembrava non ci fossero più"

BARTOLOMEO - Segue da pagina 10

Sarete sul mercato dal 1° gennaio 2021. Con quali prodotti? E cosa arriverà a medio-lungo termine?

“Partiamo con due modelli. Un B-Suv full electric, i cui primi esemplari stiamo già mostrando ai Concessionari, che avrà un ottimo posizionamento di prezzo. Il nostro obiettivo è dare posizionamento nel segmento più basso ma tutti gli optional del segmento più alto, per far sì che sia assolutamente dirimpante al momento del lancio sul mercato. A fine novembre, poi, arriveranno i primi esemplari della HS Phev, ibrida plug-in lanciata a livello europeo a fine settembre. Quindi il 2021: nel 2° trimestre arriverà un C-Suv full electric, nell’ultima parte dell’anno seguiranno una C-Station Wagon full electric e la versione benzina del B-Suv. Quindi 5 modelli entro fine 2021, con un ulteriore arricchimento

della gamma nel 2022 e nel 2023. Aggiungeremo, a conferma di quanto crediamo nel nostro prodotto, che la garanzia sarà di 7 anni. Sui servizi finanziari stiamo lavorando, dovrebbero essere ultimati a novembre, così da partire con tutti i prodotti finanziari e assicurativi per offrire opportunità a Dealer e clienti”.

Quali sono gli obiettivi di mercato?

“MG ha l’intelligenza di capire che parte da zero e soprattutto che lavoriamo su una nicchia di mercato in cui ci sono clienti particolari, che vanno individuati, coccolati, gestiti e ai quali va spiegato molto bene il prodotto. Sarà necessariamente un lavoro concentrato molto più sulla qualità che sulla quantità. Ma certo vogliamo crescere in un segmento che cresce. Per quantificare, parliamo di una quota di mercato all’1/1,5% nel corso dei prossimi 2-3 anni – sperando naturalmente che non sia il

mercato attuale... I volumi per il 2021 li stiamo valutando, vorremmo arrivare a circa 2.000 vetture nei primi 12 mesi, per poi crescere di anno in anno”.

Il trend positivo dell’elettrico è determinato più dall’aumento della consapevolezza nel consumatore o più dagli incentivi all’acquisto?

“L’esperienza europea ci insegna che in tutti i mercati in cui il green ha forte impatto c’è stata una fortissima presenza del Governo. Guardiamo all’Olanda, che conosco per esperienza diretta: detassazione e incentivi hanno permesso all’elettrico di diffondersi e di entrare nella cultura del Paese. La programmazione serve e dev’essere a medio-lungo termine: l’elettrico comporta un surplus di investimento sul prodotto, parliamo di 4-5mila euro: difficilmente il cliente vorrà affrontarlo, senza un sostegno all’acquisto”.

DI TANNO - Segue da pagina 13

è cambiato, la tecnologia ci supporta. La gestione di una concessionaria si basa sui numeri, sulla quota di mercato relativa e sulla ricerca continua di persone di valore. Specialmente nelle grandi città questi sono gli elementi chiave. In provincia è importante una guida locale, una famiglia che rappresenti il territorio. Ecco perché le due strategie possono convivere”.

Veniamo alla “navigazione” verso il 2023: 1 miliardo di ricavi con Ebitda 15%, come procede?

“La pandemia e il lockdown li sta sentendo tutto il mercato, noi inclusi. Ma posso dire con serenità che le acquisizioni e il nuovo business ci tengono ampiamente in rotta”.

In questo quadro nessuna nuova sul fronte finanziario?

“Credo che si determineranno interessanti opportunità di consolidamento dell’azionariato anche aprendo le porte a investitori istituzionali”.

Nel vostro magazine aziendale “NOI” abbiamo contato 48 marchi e 24 aziende: è soddisfatto delle sinergie tra le aziende?

“Mai soddisfatti. C’è un grande spazio di crescita, anche se nei servizi lo stiamo facendo giorno dopo giorno. Del resto siamo fortissimi con Cer & Crf nei ricambi, siamo high performer con Nobis nelle assicurazioni, quindi qualcosa di rilevante lo siamo... Ma la sinergia che io incoraggio di più è quella del trasferimento, sempre volontario, mai coercitivo, di esperienze tra le aziende del gruppo. Come dice un vecchio aneddoto che mi raccontava un ami-

co, se io ho una mela e tu hai una mela, e ce le scambiamo, alla fine abbiamo una mela ciascuno, ma se io ho un’idea e tu hai un’idea, alla fine entrambi abbiamo due idee”.

Ha accennato a Nobis....

“So che non si deve fare, ma mi dico bravo, in questo caso. Parliamo di un monte ricavi che si avvia a superare i 300 milioni costruito da zero, in pochi anni. Di questi giorni, tra l’altro, è la partnership con Arval nella proposta Noleggio Protetto”.

Ci spieghi cosa vuol dire.

“Esattamente quello che vuol dire credito protetto. Ci sono innumerevoli ragioni, di questi tempi, per avere paura nel contrarre un impegno di qualche anno per l’auto. Con Noleggio Protetto sei garantito per il periodo residuo di noleggio qualora subentrino fattori straordinari come perdita del lavoro, malattia, gli eventi infausti. Un bel passo avanti anche in ottica di servizi”.

Con Arval una collaborazione di ferro?

“Sicuro, dopo la positiva esperienza con l’Arval Store di Torino ci accingiamo ad aprirne altri due: a Milano, su iniziativa di Gianluca Italia, e a Firenze. Manteniamo anche l’esclusiva nazionale di progetto”.

Un anno fa, sulla questione del rapporto con i Mandanti fu tranchant: meno multi-marchismo e più focalizzazione nei programmi comuni. Conferma l’approccio?

“Certamente, la nostra federazione è tale perché si dedica al particolare in modo ossessivo, senza far prevalere logiche ed economie di scala. Parliamoci chiaro, questi anni, molti anni, di esperienza mi consentono di affermare che con i mandanti ci

sono tre cose su cui non vale la pena di discutere, ma bisogna fare. Quali sono? La soddisfazione del cliente, che è anche un interesse essenziale del Dealer: una cosa che non leggi nei bilanci, il cosiddetto asset intangibile, ma che ti assicura la sopravvivenza. La market share relativa sia verso i competitor sia nel confronto intra-brand. La struttura patrimoniale e finanziaria dell’azienda. Su queste tre cose non si discute, si agisce per essere coerenti con le aspettative che si devono condividere”.

Nella sua risposta ha anticipato la domanda sulla relazione con gli altri Dealer: nulla da aggiungere?

“Rispetto massimo per i colleghi, aperti a collaborazioni anche impegnative a condizione che ciascuno risponda per la propria parte agli impegni presi”.

Se guarda oltre la siepe, cosa vede?

“Le dò due numeri e un commento. I numeri: è vero che in Italia produciamo solo l’1,8% delle auto mondiali, ma produciamo anche il 6,3 % di pezzi da assemblare. Siamo un grande Paese industriale con un grande mercato auto. Il commento: il digitale è uno strumento essenziale e dobbiamo imparare a gestirlo, ma è solo un complemento dell’offerta di auto e servizi che non potrà mai fare a meno della relazione fisica”.

Infine: è vero che per stare in Intergea bisogna tifare Juventus?

“Balle. Io sono juventino e me ne vanto, ma sono circondato da interisti e milanisti. Di più, anche se è un argomento non bello in questo momento, un mio socio e amico storico, Lello Esposito, è tifoso del Napoli nonché anti-juventino...”.