

Alberto Di Tanno (Gruppo Intergea): “Innovazione nella tradizione e talenti: il nostro modello vincente”

Torino, Museo Nazionale dell'Automobile, 13 ottobre: oltre 400 persone in sala per la Convention del Gruppo Intergea, tra i leader della distribuzione auto in Italia. Sul palco, con il presidente Alberto Di Tanno, si sono avvicendati gli altri soci e consiglieri, Carlo Calvi, Catello Esposito e Luca Di Tanno. Ognuno di loro si è confrontato con gli obiettivi e la visione di mercato annunciati nel 2013, portando all'attenzione i risultati raggiunti e le nuove, future sfide – con, all'orizzonte del 2023, 1 miliardo di ricavi controllati con Ebitda 15%.

Abbiamo approfondito il discorso con Alberto Di Tanno, in una conversazione libera e veloce, come piace a lui.

Presidente, partiamo dal modello Intergea.

“Molte cose sono cambiate in questi dieci anni, che in qualche modo definiscono la storia di Intergea. Siamo partiti nel momento di maggiore crisi, un momento drammatico se pensiamo che abbiamo perso circa il 50% degli operatori, intesi come partite Iva dei Dealer, e ci siamo proposti, oltre che nello sviluppo delle attività dirette, come piattaforma dotata del know-how necessario e in grado di supportare i partner con la finanza per ristrutturare e far ripartire le aziende medio-piccole interessate a un confronto e disponibili a una nostra partecipazione azionaria al loro business. In questo senso, possiamo dire di aver tenuto e sviluppato la nostra missione con successo, portando il Gruppo, con le 24 partecipate (di cui 7 recentemente acquisite), a essere una delle grandi organizzazioni performanti nella distribuzione auto”.

Un aggettivo per definire il modello?

“Detto che prende indicazione dall'esperienza positiva con le organizzazioni integralmente di nostra proprietà, potremmo definirlo ‘federale’: grande libertà di iniziativa e decisionalità alle singole situazioni, ma ferreo e maniacale controllo dei risultati. Perché siamo sempre stati maledettamente convinti che i centri di potere fin a sé stessi non creino valore. Oggi il mercato richiede un ulteriore passo avanti, non più soltanto la capacità di raccogliere e risolvere i problemi. Dobbiamo progettare una nuova distribuzione, in un contesto di tecnologie e di player che cambia velocemente, importando fin dove è possibile innovazione anche da settori diversi. Per questo la nostra proposta si rivolge ai talenti, ad aziende guidate da leader forti e motivati, spesso manager e non proprietari, che vogliono tentare con noi la ‘scalata alla montagna’, condividendone i risultati economici con partecipazioni societarie importanti”.

Vi proponete quindi una nuova stagione di crescita significativa.

“Sì. E stiamo già intraprendendo questa strada con determinazione. Se, come si dice, il buongiorno si vede dal mattino, siamo convinti che molti uomini che vogliono essere leader della propria vita professionale ci ascolteranno con attenzione. Del resto, il nostro piano di sviluppo è estremamente concreto, fondato su servizi che il Gruppo ha già consolidato, come la finanza, le assicurazioni con Nobis, la nostra compagnia ormai tra le top 15 del settore ramo Cvt, per la precisione all'11° posto - ancora su Nobis: dal 2012 il patrimonio si è ulteriormente rafforzato, abbiamo decuplicato la raccolta premi raggiungendo i 250 milioni, siamo entrati a pieno titolo anche nel mondo Vita, con l'acquisizione di Apulia Previdenza. Aggiungerei inoltre, come importante leva, l'eccellente servizio ricambi con CER & CRF, attività in cui operiamo in società con gli amici di Spazio, e con grande soddisfazione: il Gruppo è diventato in questi anni 1° in assoluto in Italia per volumi di ricambi originali e reddito. E ciò anche rivolgendosi al perimetro Aftermarket indipendente”.

Un'innovazione tradizionale...

“Esatto: cercare nuove alleanze e nuove partecipazioni, evolvere con i tempi senza snaturare il concetto, da me coniato, di ‘innovazione nella tradizione’. E visto che i numeri mi piacciono, eccone alcuni. L'aumento della redditività ‘post partnership’ con il Gruppo Intergea, misurata con il R.A.I.: mediamente, dopo il primo anno, incremento dello 0,9%; dopo 2 anni, 1,3%; dopo 3 anni, 1,8%. Il contributo medio al R.A.I. totale della componente Ricambi e



Alberto Di Tanno,
Presidente e Ceo
di Intergea

“L'obiettivo è la Borsa, con un passaggio intermedio nel 2023: un miliardo di fatturato controllato. Il futuro dei Dealer? Forse il ruolo multi-Brand va ripensato...”

Servizi nel Gruppo Intergea: 33% nel 2016, 39% nel 2017, 425 nel 2018”.

La conosciamo come uomo dalla visione molto ‘pancia, testa, cuore’: si sbottoni un po’ di più...

“Guardando al futuro, eccoci al tema della Convention e del progetto guida per il prossimo decennio: ‘Change for the dream’. Il sogno è essere quotati in Borsa. Per realizzarlo, è necessario saper cambiare. È un obiettivo che vede uno step intermedio nel 2023, quando si prevede di arrivare al miliardo di euro di fatturato controllato. Obiettivi e sogni ambiziosi ma anche raggiungibili, per un Gruppo che ha saputo confrontarsi con un mercato allora difficile trovando nuove soluzioni e idee, grazie a un team di elevato livello. E sono le persone, manager e leader su cui puntiamo per mantenere anche le promesse future, il nostro sogno. Leader capaci di mettersi in gioco, con esperienze di vita di successo e che non vogliono accontentarsi, trovano in Intergea il giusto partner finanziario dotato di know-how e della capacità di valorizzare i talenti e condividerne i risultati. Perché le persone sono alla base di ogni storia di successo”.

Carlo Calvi, suo manager, amico e socio, nel declinare il profilo dell'uomo Intergea lo ha definito “capace, costante, curioso”.

“È questo il nostro uomo: che sia un collaboratore o un partner, è così che noi lo pensiamo”.

Una pillola, dedicata ai suoi colleghi Dealer: che cosa succederà nel settore?

“Non mi voglio ripetere con i discorsi sul cambiamento in atto, già in tanti ne parlano. Del resto, noi siamo gente che sta bene nei tempi difficili perché, lo abbiamo dimostrato, nelle difficoltà sappiamo tirare fuori il meglio di noi stessi... Però una riflessione la sto facendo, anche se forse è prematuro parlarne; ma è comunque un pensiero che mi assilla, e che in questi giorni - con la promessa fusione tra Fca e Psa, Gruppi che sono entrambi nostri partner importanti, direi strategici - si è fatto ancora più presente. Anche per i Dealer è arrivato il momento di concentrarsi su poche collaborazioni fondamentali dando il meglio di sé, esattamente come lo si pretende dal mandante. Per essere più chiaro: a mio parere, è inutile fare collezione di mandati se poi non si ha un progetto strategico per la crescita degli stessi nell'ambito della collaborazione tra Dealer e Casa auto, in quanto tutte le Case hanno identità, dignità e necessità proprie e se la collaborazione è troppo piccola mancano risorse e idee per svilupparla. Insomma, se devo dirlo, in un'epoca di concentrazioni estreme mi sembra che il ruolo multi-Brand vada ridiscusso. Ma poi questo è solo un tarlo che ho; non è ancora, e forse non lo sarà mai, una teoria organizzativa...”.