



Oggi

Lunedì, 9 gennaio 2006 - Anno XV - N. 1787

[IFAS / Il gruppo ancora in crescita](#)

(Asa Press) - Milano - Oltre 55 mila vetture vendute, di cui circa 30 mila nuove, e un fatturato di circa 550 milioni di euro: il 2005 è stato un anno di grande crescita per Ifas Gruppo di Torino, il marchio commerciale della holding Comipac nata nel 2001, presieduta dall'imprenditore Nicola Loccisano (originario di Gioiosa Ionica e torinese d'adozione, e' protagonista nel settore della vendita di auto e servizi sin dagli anni '70 con un'officina Citroen e poi dall'inizio degli anni '80, mandatario Fiat Auto, con il Gruppo Progetto), che rappresenta uno dei poli dell'auto più importanti in Italia.

Nato per gestire in modo funzionale la complessa situazione del mercato italiano, Ifas Gruppo, che ha globalmente circa 700 dipendenti e un centro di stoccaggio delle macchine di 45 mila a Rivalta (Torino), si compone di numerose aziende rappresentanti i marchi automobilistici tra i più prestigiosi: Alfa Romeo, Daihatsu, Chevrolet, Chrysler, Jeep, Ferrari, Fiat, Ford, Honda, Hyundai, Lancia, Land Rover, Maserati, Mitsubishi, Opel, Saab, Jaguar e Dodge. Sono complessivamente 23 le aziende, di cui 18 controllate e 5 collegate (1 all'estero, in Ungheria), operanti sia nei settori della commercializzazione di autovetture nuove ed usate, dell'assistenza tecnica, meccanica e del noleggio, sia nei comparti finanziario ed assicurativo.

Comune a tutte le aziende è l'ampio margine di autonomia, tale da permettere l'ottimizzazione delle sinergie e delle risorse. Tra loro ci sono nomi storici a livello europeo come Authos e Gencar, esclusivisti Ford e Opel per Torino e provincia. "La presenza capillare in Piemonte, Liguria, Lombardia e Valle d'Aosta - precisa Loccisano - è un'altra delle caratteristiche proprie di Ifas Gruppo, con oltre 50 punti vendita, 20 centri assistenza e 150 officine autorizzate. Questa struttura, così fortemente radicata sul territorio, rappresenta una risposta strategica alla continua evoluzione del mercato automobilistico, dimostrandosi in tal modo la corretta interpretazione alle esigenze della clientela. L'azione del Gruppo va a toccare oltre il 50% dell'Italia settentrionale, colpendo un bacino di utenza di circa 15 milioni di abitanti". Lo scorso anno le visite nei concessionari sono state 600 mila ed i clienti circa 150 mila. Per guardare il futuro, l'obiettivo di Loccisano è di consolidare l'attuale posizione raggiunta, ma anche di focalizzare l'attenzione sull'acquisizione di nuovi mandati e di potenziare quelli già distribuiti, attraverso l'apertura di nuovi punti vendita in aree geografiche non coperte o attraverso l'acquisizione di strutture già operative. "Vogliamo migliorare la copertura territoriale per i marchi di più recente acquisizione - commenta Loccisano - potenziare il settore dell'usato, anche aumentando gli acquisti di flotte e buy back, avviare un brand specialistico identificativo dell'usato selezionato e potenziare il settore after sales e dell'assistenza, in particolare, dello sviluppo del renting. Guardiamo anche ad eventuali acquisizioni di società operanti in settori strategici legati alla distribuzione dell'auto. In tal senso è stato avviato da tempo un processo di razionalizzazione dell'organizzazione interna, mirato alla creazione di sinergie operative, al risparmio di costi e allo sviluppo ancora maggiore di competenze e risorse. Si è provveduto, pertanto, all'accorpamento e alla razionalizzazione di funzioni strategiche quali Comunicazione, Programmazione, Gestione e Controllo, Legale e Personale, Finanza, Sistemi e IT, riorganizzazione del personale, sviluppo di tecnologie informatiche, gestione comune degli acquisti e razionalizzazione delle locations".

(ore 9.30)