

# **RASSEGNA STAMPA**



# Indice

FERVI GROUP One-Stop-Shop alla Eisenwarenmesse I quattro marchi del gruppo FERVI si presentano compatti sul mercato internazionale sfruttando la prestigiosa fiera di Colonia leader del comparto utensileria ferramenta2000.net - 26/09/2022	4
Fervi Group alla Eisenwarenmesse di Colonia confindustriaemilia.it/home - 26/09/2022	5
FERVI GROUP One-Stop-Shop alla Eisenwarenmesse ilgiornaledelmeccanico.it - 26/09/2022	7
FERVI GROUP debutta alla Eisenwarenmesse iocarrozziere.it - 26/09/2022	9
Il Fervi Group da oggi a Colonia per essere protagonista internazionale Gazzetta Di Modena - 25/09/2022	11
FERVI GROUP ONE-STOP-SHOP ALLA EISENWARENMESSE iferr.com - 23/09/2022	13
Fervi Group One-Stop-Shop alla Eisenwarenmesse iferronline.com - 23/09/2022	14
FERVI GROUP One-Stop-Shop alla Eisenwarenmesse Politicallycorretto.com - 23/09/2022	15
ASPIRATORI E IDROPULITRICI UN 2022 DI LUCI E OMBRE Ferrutensil - 01/09/2022	17
FERVI Ferrutensil - 01/09/2022	19
Vogel Germany sbarca in Italia con Fervi Group Ferrutensil - 01/09/2022	20
Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC Orizzonte di visibilità le Olimpiadi Invernali del 2026 Per il prossimo triennio il marchio FERVI sarà abbinato alla squadra veneta già 16 volte Campione d'Italia sul ghiaccio dei palazzetti invernali, ferramenta2000.net - 14/09/2022	21
SPONSORSHIP TouchPoint Today - 14/09/2022	22
Fervi: rinnovata la sponsorship con Hockey Cortina-SGC ilgiornaledellaftermarket.it - 13/09/2022	23
Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC iocarrozziere.it - 13/09/2022	25
Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC ilgiornaledelmeccanico.it - 13/09/2022	27
Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC iferronline.com - 13/09/2022	29
Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC Orizzonte di visibilità le Olimpiadi Invernali del 2026 socialmediamanager.it - 13/09/2022	30

Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC guardando alle Olimpiadi Invernali del 2026 adcgroup.it - 13/09/2022	31
Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC Orizzonte di visibilità le Olimpiadi Invernali del 2026 mediakey.tv - 13/09/2022	32
Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina confindustriaemilia.it/home - 13/09/2022	34
ABC SMART QUALITÀ PROFESSIONALE IN OFFICINA E A CASA Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 01/09/2022	35
GT Line svela alcune delle novità che porterà a Colonia Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 01/09/2022	36
Genghini Ferramenta Utensileria Storicità e capacità innovativa Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 01/09/2022	37
IL MERCATO PREMIA LA FASCIA DI PRODOTTO PREMIUM Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 01/09/2022	40
Nuove gruette idrauliche pieghevoli Costruire Stampi - 01/09/2022	42
FERVI Ferramenta & Casalinghi - 01/09/2022	43
S i AMPLIA L OFFERTA DI PRODOTTI Newsmec - 01/09/2022	44
GENGHINI FERRAMENTA UTENSILERIA Storicità e capacità innovativa ferramenta2000.net - 09/09/2022	46
VOGEL Germany sbanca in Italia con FERVI Group Il Giornale del Meccanico - 01/09/2022	48
La crescita continua Parts - Distribuzione Aftermarket - 01/09/2022	49
Fervi, crescita a doppia cifra dei ricavi semestrali repubblica.it - 29/09/2022	52
Gruppo Fervi, ricavi in aumento del 73% ilrestodelcarlino.it - 30/09/2022	53
Gruppo Fervi, ricavi in aumento del 73% Il Resto Del Carlino - 30/09/2022	54
Gruppo Fervi, ricavi in aumento del 73% Il Resto Del Carlino Bologna - Bologna - 30/09/2022	56



## Articoli Fervi Group One-Stop-Shop Alla Eisenwarenmesse, Dalle Aziende



Debutto internazionale per FERVI GROUP che sceglie l'Eisenwarenmesse di Colonia per proporsi al mercato dell'MRO in maniera compatta con un portfolio prodotti di oltre 60.000 referenze.

Nello stand allestito nella prestigiosa fiera di Colonia il gruppo di Vignola porta la storia, la competenza, le relazioni e, soprattutto, i prodotti dei marchi leader sul mercato di appartenenza FERVI, RIVIT, VOGEL, RIFLEX e SITGES questa volta uniti sotto il nome di FERVI GROUP, solido punto di riferimento per diversi segmenti di mercato: dall'utensileria meccanica ai sistemi di fissaggio, passando per abrasivi e sistemi di misura e precisione.

Come elemento di novità e di attrazione FERVI GROUP ha però scelto di puntare sulla tecnologia e l'emozione utilizzando **totem olografici** per mostrare i prodotti di punta per ciascun marchio.

*“L'obiettivo è quello di raccogliere nuovi contatti commerciali a livello internazionale – ha spiegato **Ermanno Lucci**, direttore Marketing di FERVI GROUP -, sfruttando l'effetto traino che Vogel Germany può svolgere sul mercato tedesco e dunque giocando praticamente in casa a Colonia. Con uno stand emozionale e supertecnologico intendiamo rinforzare il concetto di gruppo fortemente orientato all'innovazione, e proporci come One-Stop-Shop per tutto il nostro mercato di riferimento”.*

C'è grande attesa per l'appuntamento tedesco dedicato a ferramenta e utensileria che dopo uno stop di 4 anni, torna dal 25 al 28 settembre 2022 a Colonia, richiamando circa 1400 espositori provenienti da 50 Paesi per presentare nuovi prodotti e trend.

Il posizionamento geografico nel cuore dell'Europa è funzionale a richiamare un pubblico internazionale interessato a conoscere le novità di mercato ma soprattutto per riflettere su tematiche di grande attualità come la riduzione dei consumi energetici, l'utilizzo di materiali naturali e riciclati per rendere il settore più green, il miglioramento delle caratteristiche ergonomiche dei prodotti, una maggiore flessibilità degli strumenti per agevolare le operazioni di trasporto e stoccaggio e l'utilizzo di strumenti digitali come app e database.

FERVI GROUP intende svolgere un ruolo da protagonista del settore, fornendo aiuto e supporto agli operatori professionali attraverso un'offerta completa e trasversale di utensili e macchine perché – come riportato sulle grafiche dello stand - *“We keep the world working”*



## Fervi Group alla Eisenwarenmesse di Colonia



26/09/2022

Debutto internazionale per **Fervi Group** che sceglie l'Eisenwarenmesse di Colonia per proporsi al mercato dell'MRO in maniera compatta con un portfolio prodotti di oltre 60.000 referenze.

Nello stand allestito nella prestigiosa fiera di Colonia il gruppo di Vignola porta la storia, la competenza, le relazioni e, soprattutto, i prodotti dei marchi leader sul mercato di appartenenza FERVI, RIVIT, VOGEL, RIFLEX e SITGES questa volta uniti sotto il nome di Fervi Group, solido punto di riferimento per diversi segmenti di mercato: dall'utensileria meccanica ai sistemi di fissaggio, passando per abrasivi e sistemi di misura e precisione.

Come elemento di novità e di attrazione **Fervi Group** ha però scelto di puntare sulla tecnologia e l'emozione utilizzando totem olografici per mostrare i prodotti di punta per ciascun marchio.

"L'obiettivo è quello di raccogliere nuovi contatti commerciali a livello internazionale – ha spiegato Ermanno Lucci, direttore Marketing di Fervi Group-, sfruttando l'effetto traino che Vogel Germany può svolgere sul mercato tedesco e dunque giocando praticamente in casa a Colonia. Con uno stand emozionale e supertecnologico intendiamo rinforzare il concetto di gruppo fortemente orientato all'innovazione, e proporci come One-Stop-Shop per tutto il nostro mercato di riferimento".

C'è grande attesa per l'appuntamento tedesco dedicato a ferramenta e utensileria che dopo uno stop di 4 anni, torna dal 25 al 28 settembre 2022 a Colonia, richiamando circa 1400 espositori provenienti da 50 Paesi per presentare nuovi prodotti e trend.

Il posizionamento geografico nel cuore dell'Europa è funzionale a richiamare un pubblico internazionale interessato a conoscere le novità di mercato ma soprattutto per riflettere su tematiche di grande attualità come la riduzione dei consumi energetici, l'utilizzo di materiali naturali e riciclati per rendere il settore più green, il miglioramento delle caratteristiche ergonomiche dei prodotti, una maggiore flessibilità degli strumenti per agevolare le operazioni di trasporto e stoccaggio e l'utilizzo di strumenti digitali come

app e database.



# FERVI GROUP One-Stop-Shop alla Eisenwarenmesse

## FERVI GROUP

Machinery and Tools for MRO



26 Settembre 2022

I quattro marchi del gruppo FERVI sfruttano la prestigiosa fiera di Colonia presentandosi coesi per uno degli eventi principi del reparto utensileria.

### FERVI GROUP

Machinery and Tools for MRO



***A single address,  
personalized solutions.***

FERVI GROUP sceglie l'Eisenwarenmesse di Colonia per il suo debutto internazionale e proporsi al mercato dell'MRO in maniera compatta con un portfolio prodotti di oltre 60.000 referenze. Nello stand allestito nella prestigiosa fiera di Colonia il gruppo di Vignola porta la storia, la competenza, le relazioni e, soprattutto, i prodotti dei suoi marchi sul mercato FERVI, RIVIT, VOGEL, RIFLEX e SITGES questa volta uniti sotto il nome di FERVI GROUP, solido punto di riferimento per diversi segmenti di mercato: dall'utensileria meccanica ai sistemi di fissaggio, passando per abrasivi e sistemi di misura e precisione.

Come elemento di novità e di attrazione FERVI GROUP ha però scelto di puntare sulla tecnologia

e l'emozione utilizzando **totem olografici** per mostrare i prodotti di punta per ciascun marchio.

“L'obiettivo è quello di raccogliere nuovi contatti commerciali a livello internazionale – ha spiegato Ermanno Lucci, direttore Marketing di FERVI GROUP -, sfruttando l'effetto traino che Vogel Germany può svolgere sul mercato tedesco e dunque giocando praticamente in casa a Colonia. Con uno stand emozionale e supertecnologico intendiamo rinforzare il concetto di gruppo fortemente orientato all'innovazione, e

proporci come One-Stop-Shop per tutto il nostro mercato di riferimento”.

C'è grande attesa per l'appuntamento tedesco dedicato a ferramenta e utensileria che dopo uno stop di 4 anni, torna dal 25 al 28 settembre 2022 a Colonia, richiamando circa 1400 espositori provenienti da 50 Paesi per presentare nuovi prodotti e trend.



Il posizionamento geografico nel cuore dell'Europa è funzionale a richiamare un pubblico internazionale interessato a conoscere le novità di mercato ma soprattutto per riflettere su tematiche di grande attualità come la riduzione dei consumi energetici, l'utilizzo di materiali naturali e riciclati per rendere il settore più green, il miglioramento delle caratteristiche ergonomiche dei prodotti, una maggiore flessibilità degli strumenti per agevolare le operazioni di trasporto e stoccaggio e l'utilizzo di strumenti digitali come app e database.

FERVI GROUP intende svolgere un ruolo da protagonista del settore, fornendo aiuto e supporto agli operatori professionali attraverso un'offerta completa e trasversale di utensili e macchine perché – come riportato sulle grafiche dello stand – “We keep the world working”.





## FERVI GROUP debutta alla Eisenwarenmesse



26 Settembre 2022

Tempo di lettura: 1 minuto



Eingang Süd

FERVI GROUP che sceglie l'Eisenwarenmesse di Colonia per il suo debutto internazionale. La kermesse tedesca rappresenta un'occasione perfetta per proporsi al mercato dell'MRO in maniera compatta con un portfolio prodotti di oltre 60.000 referenze.

# FERVI GROUP

Machinery and Tools for MRO



Nello stand allestito nella prestigiosa fiera di Colonia il gruppo di Vignola porta la storia, la competenza, le relazioni e, soprattutto, i prodotti brandizzati con i marchi del Gruppo: FERVI, RIVIT, VOGEL, RIFLEX e SITGES, questa volta uniti sotto il nome di FERVI GROUP, solido punto di riferimento per diversi segmenti di mercato. Dall'utensileria meccanica ai sistemi di fissaggio, passando per abrasivi e sistemi di misura e precisione;

come elemento di novità e di attrazione FERVI GROUP ha però scelto di puntare sulla tecnologia e l'emozione utilizzando **totem olografici** per mostrare i prodotti di punta per ciascun marchio.

*"L'obiettivo è quello di raccogliere nuovi contatti commerciali a livello internazionale – ha spiegato **Ermanno Lucci**, direttore Marketing di FERVI GROUP -, sfruttando l'effetto traino che Vogel Germany può svolgere sul mercato tedesco e dunque giocando praticamente in casa a Colonia. Con uno stand emozionale e supertecnologico intendiamo rinforzare il concetto di gruppo fortemente orientato all'innovazione, e proporci come One-Stop-Shop per tutto il nostro mercato di riferimento".*

Grande attesa per l'appuntamento tedesco dedicato a ferramenta e utensileria che dopo uno stop di 4 anni, torna dal 25 al 28 settembre 2022 a Colonia, richiamando circa 1400 espositori provenienti da 50 Paesi per presentare nuovi prodotti e trend.

Il posizionamento geografico nel cuore dell'Europa è funzionale a richiamare un pubblico internazionale interessato a conoscere le novità di mercato ma soprattutto per riflettere su tematiche di grande attualità come la riduzione dei consumi energetici, l'utilizzo di materiali naturali e riciclati per rendere il settore più green, il miglioramento delle caratteristiche ergonomiche dei prodotti, una maggiore flessibilità degli strumenti per agevolare le operazioni di trasporto e stoccaggio e l'utilizzo di strumenti digitali come app e database.

FERVI GROUP intende svolgere un ruolo da protagonista del settore, fornendo aiuto e supporto agli operatori professionali attraverso un'offerta completa e trasversale di utensili e macchine perché – come riportato sulle grafiche dello stand – *"We keep the world working"*.



# Il Fervi Group da oggi a Colonia per essere protagonista internazionale

**Vignola** Lucci: «Siamo un gruppo fortemente orientato all'innovazione»

**Vignola** Debutto internazionale per Fervi Group che sceglie l'Eisenwarenmesse di Colonia per proporsi al mercato dell'Mro (Manutenzione, Riparazione e Operazioni) in maniera compatta con un portfolio prodotti di oltre 60.000 referenze.

Nello stand allestito nella prestigiosa fiera di Colonia il gruppo di Vignola porta la storia, la competenza, le relazioni e, soprattutto, i prodotti dei marchi leader sul mercato di appartenenza Fervi, Rivit, Vogel, Riflex e Sitges questa volta uniti sotto il nome di Fervi

Group, solido punto di riferimento per diversi segmenti di mercato: dall'utensileria meccanica ai sistemi di fissaggio, passando per abrasivi e sistemi di misura e precisione.

Come elemento di novità e di attrazione Fervi Group ha però scelto di puntare sulla tecnologia e l'emozione utilizzando totem olografici per mostrare i prodotti di punta per ciascun marchio.

«L'obiettivo è quello di raccogliere nuovi contatti commerciali a livello internazionale - ha spiegato Ermanno Lucci, direttore Marketing di Fer-

vi Group -, sfruttando l'effetto traino che Vogel Germany può svolgere sul mercato tedesco e dunque giocando praticamente in casa a Colonia. Con uno stand emozionale e supertecnologico intendiamo rinforzare il concetto di gruppo fortemente orientato all'innovazione, e proporci co-

me One-Stop-Shop per il nostro mercato di riferimento».

C'è grande attesa per l'appuntamento tedesco dedicato a ferramenta e utensileria che dopo uno stop di 4 anni, torna da oggi a mercoledì a Colonia, richiamando circa 1400

espositori provenienti da 50 Paesi per presentare nuovi prodotti e trend.

Il posizionamento geografico nel cuore dell'Europa è funzionale a richiamare un pubblico internazionale interessato a conoscere le novità di mer-

cato ma soprattutto per riflettere su tematiche di grande attualità come la riduzione dei consumi energetici, l'utilizzo di materiali naturali e riciclati per rendere il settore più green.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un particolare del logo del Fervi Group



► 25 settembre 2022



**Dove**

L'ingresso  
della Fiera  
di Colonia:  
da oggi  
tra  
i protagonisti  
ci sarà  
compatto  
il Fervi  
Group



# FERVI GROUP ONE-STOP-SHOP ALLA EISENWARENMESSE

23settembre2022

Al prestigioso appuntamento internazionale dedicato a ferramenta e utensileria i **quattro marchi** del gruppo Fervi si presentano in maniera compatta con un **portfolio prodotti di oltre 60.000 referenze**.

Nello stand di Colonia i prodotti dei marchi **Fervi, Rivit, Vogel, Riflex e Sitges** saranno uniti sotto il nome di **Fervi Group**, solido punto di riferimento per diversi segmenti di mercato: dall'utensileria meccanica ai sistemi di fissaggio, passando per abrasivi e sistemi di misura e precisione. L'elemento di novità e di grande attrazione ad Eisenwarenmesse è rappresentato dai **totem olografici**, che mostreranno agli ospiti i prodotti di punta per ciascun marchio.

*"L'obiettivo è quello di raccogliere nuovi contatti commerciali a livello internazionale – ha spiegato **Ermanno Lucci**, direttore Marketing di Fervi Group -, sfruttando l'effetto traino che Vogel Germany può svolgere sul mercato tedesco e dunque giocando praticamente in casa a Colonia. Con uno stand emozionale e supertecnologico intendiamo rinforzare il concetto di gruppo fortemente orientato all'innovazione, e proporci come One-Stop-Shop per tutto il nostro mercato di riferimento".*

A Colonia Fervi Group intende svolgere un ruolo da protagonista del settore, fornendo **aiuto e supporto agli operatori professionali** attraverso un'offerta completa e trasversale di utensili e macchine perché, come sarà riportato sulle grafiche dello stand, *"We keep the world working"*.



# IFERR Online - News - Fervi Group One-Stop-Shop alla Eisenwarenmesse

## FERVI GROUP

Machinery and Tools for MRO



### News

23/09/2022 Fervi Group One-Stop-Shop alla Eisenwarenmesse

Al prestigioso appuntamento internazionale dedicato a ferramenta e utensileria **i quattro marchi** del gruppo Fervi si presentano in maniera compatta con un **portfolio prodotti di oltre 60.000 referenze**.

Nello stand di Colonia i prodotti dei marchi **Fervi, Rivit, Vogel, Riflex e Sitges** saranno uniti sotto il nome di **Fervi Group**, solido punto di riferimento per diversi segmenti di mercato: dall'utensileria meccanica ai sistemi di fissaggio, passando per abrasivi e sistemi di misura e precisione. L'elemento di novità e di grande attrazione ad Eisenwarenmesse è rappresentato dai **totem olografici**, che mostreranno agli ospiti i prodotti di punta per ciascun marchio.

*"L'obiettivo è quello di raccogliere nuovi contatti commerciali a livello internazionale – ha spiegato Ermanno Lucci, direttore Marketing di Fervi Group -, sfruttando l'effetto traino che Vogel Germany può svolgere sul mercato tedesco e dunque giocando praticamente in casa a Colonia. Con uno stand emozionale e supertecnologico intendiamo rinforzare il concetto di gruppo fortemente orientato all'innovazione, e proporci come One-Stop-Shop per tutto il nostro mercato di riferimento".*

A Colonia Fervi Group intende svolgere un ruolo da protagonista del settore, fornendo **aiuto e supporto agli operatori professionali** attraverso un'offerta completa e trasversale di utensili e macchine perché, come sarà riportato sulle grafiche dello stand, **"We keep the world working"**.

23/09/2022 Superbonus, prove video e fotografiche per i cantieri

Una delle ultime novità in fatto di **Superbonus** è la richiesta ai clienti di **documentazioni "aggiuntive" con video o foto certificate** a testimonianza dei lavori eseguiti da parte di banche, società del settore ed altri intermediari per **evitare di imbattersi in truffe o frodi**.

La prova video è attiva dal **16 settembre** sulla piattaforma **Deloitte**, advisor di alcuni tra i più importanti istituti di credito. In particolare, si parla di "video-asseverazione" ed è richiesta per la **documentazione del 30% dei lavori**, necessaria entro il 30



# FERVI GROUP One-Stop-Shop alla Eisenwarenmesse

Homesocietà



Eingang Süd  
società

## FERVI GROUP One-Stop-Shop alla Eisenwarenmesse

Advertisement

*I quattro marchi del gruppo FERVI si presentano compatti sul mercato internazionale sfruttando la prestigiosa fiera di Colonia leader del comparto utensileria*

Vignola (MO), 23 settembre 2022 – Debutto internazionale per FERVI GROUP che sceglie l'Eisenwarenmesse di Colonia per proporsi al mercato dell'MRO in maniera compatta con un portfolio prodotti di oltre 60.000 referenze.

Nello stand allestito nella prestigiosa fiera di Colonia il gruppo di Vignola porta la storia, la competenza, le relazioni e, soprattutto, i prodotti dei marchi leader sul mercato di appartenenza FERVI, RIVIT, VOGEL, RIFLEX e SITGES questa volta uniti sotto il nome di FERVI GROUP, solido punto di riferimento per diversi segmenti di mercato: dall'utensileria meccanica ai sistemi di fissaggio, passando per abrasivi e sistemi di

misura e precisione.

Come elemento di novità e di attrazione FERVI GROUP ha però scelto di puntare sulla tecnologia e l'emozione utilizzando **totem olografici** per mostrare i prodotti di punta per ciascun marchio.

*“L’obiettivo è quello di raccogliere nuovi contatti commerciali a livello internazionale – ha spiegato **Ermanno Lucci**, direttore Marketing di FERVI GROUP –, sfruttando l’effetto traino che Vogel Germany può svolgere sul mercato tedesco e dunque giocando praticamente in casa a Colonia. Con uno stand emozionale e supertecnologico intendiamo rinforzare il concetto di gruppo fortemente orientato all’innovazione, e proporci come One-Stop-Shop per tutto il nostro mercato di riferimento”.*

C'è grande attesa per l'appuntamento tedesco dedicato a ferramenta e utensileria che dopo uno stop di 4 anni, torna dal 25 al 28 settembre 2022 a Colonia, richiamando circa 1400 espositori provenienti da 50 Paesi per presentare nuovi prodotti e trend.

Il posizionamento geografico nel cuore dell'Europa è funzionale a richiamare un pubblico internazionale interessato a conoscere le novità di mercato ma soprattutto per riflettere su tematiche di grande attualità come la riduzione dei consumi energetici, l'utilizzo di materiali naturali e riciclati per rendere il settore più green, il miglioramento delle caratteristiche ergonomiche dei prodotti, una maggiore flessibilità degli strumenti per agevolare le operazioni di trasporto e stoccaggio e l'utilizzo di strumenti digitali come app e database.

FERVI GROUP intende svolgere un ruolo da protagonista del settore, fornendo aiuto e supporto agli operatori professionali attraverso un'offerta completa e trasversale di utensili e macchine perché – come riportato sulle grafiche dello stand – *“We keep the world working”*.

**FERVI GROUP.** *Il Gruppo è composto da Fervi e dalle sue controllate Rivit S.r.l., Ri-flex Abrasives S.r.l., Vogel Germany GmbH & CO KG e Sitges SL. Il Gruppo è attivo nel settore della fornitura di attrezzature professionali principalmente per l'officina meccanica, l'officina auto, la falegnameria, il cantiere, l'industria e dei prodotti inclusi nel mercato cosiddetto «MRO» (Maintenance, Repair and Operations), ossia fornitura di attrezzature al servizio dei professionisti della manutenzione e riparazione. L'operatività del Gruppo copre poi anche il segmento di mercato “Do it yourself”, o DIY, vale a dire il mercato dei prodotti per il fai-da-te in ambito casalingo e di bricolage, rivolto a hobbisti e in generale soggetti che utilizzano gli utensili Fervi a fini non professionali.*

Advertisement



DOSSIER ASPIRATORI E IDROPULITRICI

## ASPIRATORI E IDROPULITRICI, UN 2022 DI LUCI E OMBRE

Complice un contesto geopolitico complesso, il trend di mercato di aspiratori e idropulitrici risulta discordante. Ma vediamo più nel dettaglio il punto di vista di 6 affermati brand del comparto riguardo andamento del settore, innovazioni tecnologiche, supporto al rivenditore, post vendita e novità.

**SARA CAVALLINI**  
sara.cavallini@epesrl.it

**U**n primo semestre 2022 discordante per le aziende del settore aspiratori e idropulitrici che operano nel canale ferramenta-utensileria, tra chi evidenzia un trend positivo e chi mitiga l'entusiasmo segnalando un inizio positivo seguito da una contrazione, tra chi afferma che l'anno è iniziato con il freno tirato, a dispetto delle premesse, e chi sottolinea che dopo un inizio a rallentatore sono emerse positive indicazioni di recupero. Insomma, un pot-pourri di esperienze, in cui la si-



FERRUTENSIL 54

## DOSSIER ASPIRATORI E IDROPULTRICI

tuazione geopolitica attuale, con gli aumenti delle materie prime e i conseguenti rincari dei prezzi, ha fatto la sua parte. È quello che emerge dai contributi di 6 affermati brand del comparto, che hanno condiviso il loro punto di vista su alcuni aspetti - settore, innovazione, supporto al rivenditore, post vendita, novità, criticità - rispondendo alle seguenti domande:

• **Qual è stato il trend di mercato del I semestre 2022 per il settore e quali le prospettive per l'anno in corso?**

• **Quali sono le innovazioni tecnologiche più significative e quali le caratteristiche più ricercate in ferramenta-utensileria?**

• **In che modo supportate il rivenditore del canale ferramenta-utensileria nel rapporto con il suo cliente (formazione, consulenza, didattica, esposizione...)?**

• **Quanto è importante il post vendita (assistenza e riparazione) e come supportate clienti finali e rivenditori in questo senso?**

• **Quali sono le novità della vostra azienda in termini di prodotti o iniziative di marketing?**

• **Ci sono tensioni sui prezzi e sulle disponibilità di prodotto legate alle criticità geopolitiche (costi materie prime/energia/import)?**

In base alle risposte fornite, risulta interessante l'affermazione di Giuseppe Chiusolo, responsabile vendite Italia, edilizia, utensileria, agricoltura, ferramenta, Nilfisk, a proposito della crescita legata al mondo b2b, a fronte della contrazione dei consumi dei privati: "Se però da un lato stiamo riscontrando una contrazione dei consumi dei privati, dall'altro è evidente che la nostra crescita è legata al mondo dell'impresa e dell'artigiano. In particolare, è la rivendita specializzata, che si rivolge a una utenza b2b, che la fa da padrone".

*Riguardo le tensioni, sfido chiunque a dire che non ci siano. Questo però non deve essere preso come pretesto per approfittarsene, ma per far capire ai clienti e ai clienti dei nostri clienti che la situazione è difficile, quindi dobbiamo pensare come una filiera compatta e unita...*

Dal punto di vista del post vendita, l'importanza è riconosciuta in modo unanime e il servizio è garantito da centri assistenza e rivenditori specializzati. Tra questi, Luca Pedrotti, sales & marketing director Ghibli & Wirbel, sostiene che: "Organizziamo corsi di formazione commerciale e supportiamo il post-vendita con un reparto service strutturato che offre corsi tecnici e di manutenzione, cercando di rendere sempre più autonomo il rivenditore anche attraverso l'uso delle nuove tecnologie".

In merito alle innovazioni tecnologiche legate alle caratteristiche più ricercate possiamo identificarne una in particolare, ovvero la funzione di pulizia automatica del filtro, che viene menzionata in combinazione al vantaggio di poter lavorare senza interruzioni dalla maggior parte degli intervistati. Un altro aspetto, che è stato messo in luce da Francesco Pollastri, Italy sales manager Cleaning Division Anovi Reverberi Spa, è la facilità e comfort nell'utilizzo, caratteristica che trova la sua espressione nel controllo a distanza delle performance del prodotto: "Sul fronte delle innovazioni, abbiamo deciso di migliorare l'esperienza cleaning rendendola più pratica e confortevole attraverso l'implementazione del controllo a distanza delle performance dell'idropulitrice, direttamente dalla pistola. Questa innovazione tecnologica si declina in 3 diverse sfumature sul prodotto 2022". Rimanendo sempre in quest'ambito, Dante Rossetti, responsabile marketing gruppo

Comet, ci offre una visione più generale: "Per il mercato delle idropultrici, così come per il settore aspirazione, si prediligono soprattutto prodotti semi-professionali e per uso intensivo. In quest'ottica, per la stagione 2023, abbiamo lanciato la nuova gamma LVR5, una linea nata per il canale trade di ferramenta e utensileria". Approfondendo la questione delle tensioni sui prezzi e sulle disponibilità di prodotto, notiamo come le aziende siano state proattive nel cercare di impattare al minimo su rivenditori e clienti. A questo proposito Michele Ferrazzo, responsabile commerciale Starmix, distribuito in Italia da Reit Spa, rimarca che "Siamo stati costretti a rivedere il posizionamento prezzo dei prodotti Starmix, tuttavia grazie ad alcuni miglioramenti interni, in primis dal punto di vista della logistica, abbiamo cercato di ridurre l'impatto sui rivenditori". Infine, una riflessione degna di nota è quella su cui Ermanno Lucci, direttore marketing Fervi, mette l'accento: "Riguardo le tensioni, sfido chiunque a dire che non ci siano. Questo però non deve essere preso come pretesto per approfittarsene, ma per far capire ai clienti e ai clienti dei nostri clienti che la situazione è difficile, quindi dobbiamo pensare come una filiera compatta e unita e non come singole schegge impazzite". Una visione che ci auguriamo non rimanga isolata, ma che possa spronare il comparto verso una maggiore coesione in un periodo complesso come quello che stiamo vivendo negli ultimi anni. ■

**FERVI**

*Ermanno Lucci, direttore marketing.*  
[www.fervi.com](http://www.fervi.com)



L'anno 2022 è cominciato in maniera diversa rispetto alla chiusura del 2021, diciamo un po' con il freno tirato, nonostante le premesse facessero pensare ad altro. Le prospettive al momento non sono ottime e anche il "balletto" relativo ai rinnovi dei bonus non aiuta certo il nostro settore. Nonostante ciò, Fervi è sicuramente un attore importante e questo lo vediamo dal nostro **andamento nel primo semestre, che anche grazie alla gamma di aspirapolveri e aspiraliquidi non ha disatteso le premesse**. Riguardo le tensioni, sfido chiunque a dire che non ci siano. Questo però non deve essere preso come pretesto per approfittarsene, ma per far capire ai clienti e ai clienti dei nostri clienti che **la situazione è difficile, quindi dobbiamo pensare come una filiera compatta e unita** e non come singole schegge impazzite. In questo modo potremmo fare squadra con l'obiettivo di mantenere l'attenzione sul business. Paradossalmente, in questo momento, **la caratteristica più ricercata è la disponibilità del prodotto**. Grazie agli investimenti fatti, Fervi mantiene sempre molto alto il livello di servizio al cliente permettendogli di soddisfare in ogni momento i desideri dei loro clienti. Una delle caratteristiche di Fervi è proprio mettere a disposizione le competenze dell'assistenza e del product management al fine di supportare il cliente nella scelta. Questo si esplicita oltre che nella formazione e nella didattica, in un contatto immediato e diretto quando c'è da trovare una soluzione. **Il post-vendita nel 2022 non è importante, è fondamentale**. Assistiamo i nostri clienti, sempre attraverso i nostri rivenditori, supportandoli sia nelle riparazioni on site sia in quelle online, ovvero attraverso il contatto diretto per capire se è possibile rimettere in funzione il prodotto senza eventuale intervento fisico. Questo è un elemento dal quale non possiamo prescindere e cerchiamo quotidianamente di migliorarlo affinché il cliente possa fidarsi ad occhi chiusi di Fervi. A inizio anno abbiamo lanciato il **nuovo catalogo 44 con circa 200 nuovi prodotti**, ovviamente accompagnando sempre il lancio con la corretta attività di promozione. Nel 2022 abbiamo puntato anche a una nuova modalità di visual che ci vedrà protagonisti nella seconda parte dell'anno con l'obiettivo di far diventare i nostri clienti sempre più azzurri.



## Vogel Germany sbarca in Italia con Fervi Group

Al ricco catalogo Fervi si aggiungono da oggi gli strumenti di precisione e di misura di Vogel Germany, azienda acquisita da Fervi Group nel 2019. Calibri di precisione, micrometri e sofisticati strumenti di misura, con oltre 4.500 referenze il catalogo Vogel Germany verrà affidato alla rete commerciale di Fervi. I prodotti dell'azienda tedesca saranno gestiti direttamente in Fervi con una sola procedura di vendita, consolidando in questo modo la relazione con i rivenditori, ma con la possibilità di fornire anche un supporto di competenza nei confronti dell'utente. Si tratta, in molti casi, di strumentazione più o meno complessa che richiede infatti competenze specifiche in fase di vendita ed è per questo che l'approccio al mercato è stato programmato puntando su specializzazione e consulenza al cliente. La valorizzazione del catalogo Vogel e la distribuzione dei prodotti viene portata avanti anche attraverso la Selection 2022, il giornalino promozionale che ha l'obiettivo di presentare e far provare la qualità dei prodotti Vogel. [www.fervi.com](http://www.fervi.com)





## **Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC Orizzonte di visibilità le Olimpiadi Invernali del 2026 Per il prossimo triennio il marchio FERVI sarà abbinato alla squadra veneta già 16 volte Campione d'Italia sul ghiaccio dei palazzetti invernali,**

Cookie Policy. La prosecuzione nella navigazione comporta l'accettazione dei cookie. Continua la collaborazione tra FERVI e l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina. L'azienda emiliana che produce utensili e attrezzature da officina per il settore MRO e per il fai-da-te ha rinnovato per i prossimi tre anni la sponsorship con una delle squadre più promettenti e vincenti in Italia, supportando gli atleti e il team nel campionato internazionale Alps Hockey League partito il 10 settembre 2022.

Una sponsorizzazione che nasce nel 2019 e che coinvolge a tutto tondo il mondo della squadra ampezzana. In particolare, il marchio FERVI sarà esposto non solo sulle divise degli atleti e sul sito Internet della società ma sarà anche protagonista di uno spot trasmesso sul tabellone dello storico Stadio Olimpico del Ghiaccio e di un'affissione lungo la circonvallazione di Cortina d'Ampezzo: un mix di strumenti per ricordare la collaborazione con il marchio FERVI anche lontano dalle partite.

Il rinnovo della sponsorship va inquadrato nell'ottica ormai consolidata di FERVI di supportare diverse realtà sportive con le quali condivide valori come il senso di appartenenza a un team, il rispetto per l'avversario, la lealtà e la competizione di alto livello. In particolare, FERVI supporterà la squadra di hockey della città che ospiterà l'edizione XXV dei Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026, una vetrina importante a livello internazionale.

"FERVI è passione per le sfide e di conseguenza anche per lo sport. Ci fa molto piacere continuare il percorso intrapreso qualche anno fa insieme a una delle squadre di hockey su ghiaccio che ha vinto maggiormente nel nostro Paese. Apparentemente potrebbe sembrare un mondo lontano dal nostro ma, in realtà, l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina condivide con noi valori importanti come lo spirito di squadra e il desiderio di fare sempre meglio. Inoltre, essere presenti in una delle città che saranno protagoniste delle prossime Olimpiadi invernali, è un prestigio e una conferma dell'eccellenza dei nostri prodotti e del nostro brand", ha commentato Roberto Tunioli, AD & President di FERVI.





*Continua la collaborazione tra FERVI e l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina. L'azienda emiliana che produce utensili e attrezzature da officina per il settore MRO e per il fai-da-te ha rinnovato per i prossimi tre anni la sponsorship con la squadra, supportando gli atleti e il team nel campionato internazionale Alps Hockey League partito il 10 settembre 2022.*



## Fervi: rinnovata la sponsorship con Hockey Cortina-SGC

13 Settembre 2022

Tempo di lettura: 1 minuto



Prosegue la collaborazione tra FERVI e l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina. L'azienda emiliana che produce utensili e attrezzature da officina per il settore MRO e per il fai-da-te ha rinnovato per i prossimi tre anni la sponsorship con una delle squadre più promettenti e vincenti in Italia, supportando gli atleti e il team nel campionato internazionale Alps Hockey League partito il 10 settembre 2022.

Una sponsorizzazione che nasce nel 2019 e che coinvolge a tutto tondo il mondo della squadra ampezzana. In particolare, il marchio FERVI sarà esposto non solo sulle divise degli atleti e sul sito Internet della società ma sarà anche protagonista di uno spot trasmesso sul tabellone dello storico Stadio Olimpico del Ghiaccio e di un'affissione lungo la circonvallazione di Cortina d'Ampezzo: un mix di strumenti per ricordare la collaborazione con il marchio FERVI anche lontano dalle partite.

Il rinnovo della sponsorship va inquadrato nell'ottica ormai consolidata di FERVI di supportare diverse realtà sportive con le quali condivide valori come il senso di appartenenza a un team, il rispetto per l'avversario, la lealtà e la competizione di alto livello. In particolare, FERVI supporterà la squadra di hockey della città che ospiterà l'edizione XXV dei Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026, una vetrina importante a livello internazionale.

*“FERVI è passione per le sfide e di conseguenza anche per lo sport. Ci fa molto piacere continuare il percorso intrapreso qualche anno fa insieme a una delle squadre di hockey su ghiaccio che ha vinto maggiormente nel nostro Paese. Apparentemente potrebbe sembrare un mondo lontano dal nostro ma, in realtà, l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina con noi valori importanti come lo spirito di squadra e il desiderio di fare sempre meglio. Inoltre, essere presenti in una delle città che saranno protagoniste delle prossime Olimpiadi invernali, è un prestigio e una conferma dell'eccellenza dei nostri prodotti e del nostro brand”,* ha commentato **Roberto Tunioli**,

AD & President di FERVI.





## Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC

13 Settembre 2022

Tempo di lettura: 1 minuto



Continua la collaborazione tra FERVI e l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina. L'azienda emiliana che produce utensili e attrezzature da officina per il settore MRO e per il fai-da-te ha rinnovato per i prossimi tre anni la sponsorship con una delle squadre più promettenti e vincenti in Italia, supportando gli atleti e il team nel campionato internazionale Alps Hockey League partito il 10 settembre 2022.

Una sponsorizzazione che nasce nel 2019 e che coinvolge a tutto tondo il mondo della squadra ampezzana. In particolare, il marchio FERVI sarà esposto non solo sulle divise degli atleti e sul sito Internet della società ma sarà anche protagonista di uno spot trasmesso sul tabellone dello storico Stadio Olimpico del Ghiaccio e di un'affissione lungo la circonvallazione di Cortina d'Ampezzo: un mix di strumenti per ricordare la collaborazione con il marchio FERVI anche lontano dalle partite.

Il rinnovo della sponsorship va inquadrato nell'ottica ormai consolidata di FERVI di supportare diverse realtà sportive con le quali condivide valori come il senso di appartenenza a un team, il rispetto per l'avversario, la lealtà e la competizione di alto livello. In particolare, FERVI supporterà la squadra di hockey della città che ospiterà l'edizione XXV dei Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026, una vetrina importante a livello internazionale.

*“FERVI è passione per le sfide e di conseguenza anche per lo sport. Ci fa molto piacere continuare il percorso intrapreso qualche anno fa insieme a una delle squadre di hockey su ghiaccio che ha vinto maggiormente nel nostro Paese. Apparentemente potrebbe sembrare un mondo lontano dal nostro ma, in realtà, l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina condivide con noi valori importanti come lo spirito di squadra e il desiderio di fare sempre meglio. Inoltre, essere presenti in una delle città che saranno protagoniste delle prossime Olimpiadi invernali, è un prestigio e una conferma dell'eccellenza dei nostri prodotti e del nostro brand”,* ha commentato **Roberto Tunioli**,

AD & President di FERVI.



## Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC

13 Settembre 2022

Tempo di lettura: 1 minuto



Continua la collaborazione tra FERVI e l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina. L'azienda emiliana che produce utensili e attrezzature da officina per il settore MRO e per il fai-da-te ha rinnovato per i prossimi tre anni la sponsorship con una delle squadre più promettenti e vincenti in Italia, supportando gli atleti e il team nel campionato internazionale Alps Hockey League partito il 10 settembre 2022.

Una sponsorizzazione che nasce nel 2019 e che coinvolge a tutto tondo il mondo della squadra ampezzana. In particolare, il marchio FERVI sarà esposto non solo sulle divise degli atleti e sul sito Internet della società ma sarà anche protagonista di uno spot trasmesso sul tabellone dello storico Stadio Olimpico del Ghiaccio e di un'affissione lungo la circonvallazione di Cortina d'Ampezzo: un mix di strumenti per ricordare la collaborazione con il marchio FERVI anche lontano dalle partite.

Il rinnovo della sponsorship va inquadrato nell'ottica ormai consolidata di FERVI di supportare diverse realtà sportive con le quali condivide valori come il senso di appartenenza a un team, il rispetto per l'avversario, la lealtà e la competizione di alto livello. In particolare, FERVI supporterà la squadra di hockey della città che ospiterà l'edizione XXV dei Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026, una vetrina importante a livello internazionale.

*“FERVI è passione per le sfide e di conseguenza anche per lo sport. Ci fa molto piacere continuare il percorso intrapreso qualche anno fa insieme a una delle squadre di hockey su ghiaccio che ha vinto maggiormente nel nostro Paese. Apparentemente potrebbe sembrare un mondo lontano dal nostro ma, in realtà, l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina condivide con noi valori importanti come lo spirito di squadra e il desiderio di fare sempre meglio. Inoltre, essere presenti in una delle città che saranno protagoniste delle prossime Olimpiadi invernali, è un prestigio e una conferma dell'eccellenza dei nostri prodotti e del nostro brand”,* ha commentato **Roberto Tunioli**,

AD & President di FERVI.



## IFERR Online - News - Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC



### News

13/09/2022 Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC

Per il prossimo triennio l'azienda emiliana che produce utensili e attrezzature da officina per il settore MRO e per il fai-da-te sarà lo sponsor di **Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina**, una delle squadre di hockey più promettenti e vincenti in Italia con ben 16 titoli conquistati. **Fervi** supporterà gli atleti e il team Hockey Cortina nel campionato internazionale Alps Hockey League, iniziato il 10 settembre 2022. Una **collaborazione dentro e fuori dal campo da gioco**: Il marchio Fervi sarà infatti esposto non solo sulle divise degli atleti e sul sito Internet della società veneta, ma sarà anche protagonista di uno spot trasmesso sul tabellone dello storico Stadio Olimpico del Ghiaccio e di un'affissione lungo la circonvallazione di Cortina d'Ampezzo. Inoltre, Fervi supporterà la squadra di hockey della città che ospiterà l'edizione XXV dei Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026.

*“Fervi è passione per le sfide e di conseguenza anche per lo sport. Ci fa molto piacere continuare il percorso intrapreso qualche anno fa insieme a una delle squadre di hockey su ghiaccio che ha vinto maggiormente nel nostro Paese. Apparentemente potrebbe sembrare un mondo lontano dal nostro ma, in realtà, l’Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina divide con noi valori importanti come lo spirito di squadra e il desiderio di fare sempre meglio. Inoltre, essere presenti in una delle città che saranno protagoniste delle prossime Olimpiadi invernali, è un prestigio e una conferma dell’eccellenza dei nostri prodotti e del nostro brand”,* ha commentato **Roberto Tunioli**, AD & President di Fervi

13/09/2022 Caro prezzi e energia, Anima Confindustria: «Meccanica italiana in sofferenza»

La situazione attuale è diventata ormai insostenibile e la Federazione chiede **interventi strutturali a sostegno delle imprese**, che possano contenere i costi in bolletta delle materie prime. In caso contrario, molte aziende rischiano il **fermo della produzione** o, addirittura, la **chiusura**.

Il **rincaro dei prezzi dei materiali e della componente energetica** sta affliggendo gravemente anche la **meccanica italiana** rappresentata da **Anima Confindustria**, una



## Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC Orizzonte di visibilità le Olimpiadi Invernali del 2026



Per il prossimo triennio l'azienda emiliana che produce utensili e attrezzature da officina per il settore MRO e per il fai-da-te sarà lo sponsor di **Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina**, una delle squadre di hockey più promettenti e vincenti in Italia con ben 16 titoli conquistati. **Fervi** supporterà gli atleti e il team Hockey Cortina nel campionato internazionale Alps Hockey League, iniziato il 10 settembre 2022. Una **collaborazione dentro e fuori dal campo da gioco**: Il marchio Fervi sarà infatti esposto non solo sulle divise degli atleti e sul sito Internet della società veneta, ma sarà anche protagonista di uno spot trasmesso sul tabellone dello storico Stadio Olimpico del Ghiaccio e di un'affissione lungo la circonvallazione di Cortina d'Ampezzo. Inoltre, Fervi supporterà la squadra di hockey della città che ospiterà l'edizione XXV dei Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026.

*"Fervi è passione per le sfide e di conseguenza anche per lo sport. Ci fa molto piacere continuare il percorso intrapreso qualche anno fa insieme a una delle squadre di hockey su ghiaccio che ha vinto maggiormente nel nostro Paese. Apparentemente potrebbe sembrare un mondo lontano dal nostro ma, in realtà, l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina condivide con noi valori importanti come lo spirito di squadra e il desiderio di fare sempre meglio. Inoltre, essere presenti in una delle città che saranno protagoniste delle prossime Olimpiadi invernali, è un prestigio e una conferma dell'eccellenza dei nostri prodotti e del nostro brand",* ha commentato **Roberto Tunio**, AD & President di Fervi



## Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC guardando alle Olimpiadi Invernali del 2026

Per il prossimo triennio il marchio dell'azienda emiliana sarà abbinato alla squadra veneta già 16 volte Campione d'Italia sul ghiaccio dei palazzetti invernali, preparandosi a Milano-Cortina 2026. Continua la collaborazione tra FERVI e l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina. L'azienda emiliana che produce utensili e attrezzature da officina per il settore MRO e per il fai-da-te ha rinnovato per i prossimi tre anni la sponsorship con una delle squadre più promettenti e vincenti in Italia, supportando gli atleti e il team nel campionato internazionale Alps Hockey League partito il 10 settembre 2022.

Una sponsorizzazione che nasce nel 2019 e che coinvolge a tutto tondo il mondo della squadra ampezzana. In particolare, il marchio FERVI sarà esposto non solo sulle divise degli atleti e sul sito Internet della società ma sarà anche protagonista di uno spot trasmesso sul tabellone dello storico Stadio Olimpico del Ghiaccio e di un'affissione lungo la circonvallazione di Cortina d'Ampezzo : un mix di strumenti per ricordare la collaborazione con il marchio FERVI anche lontano dalle partite.

Il rinnovo della sponsorship va inquadrato nell'ottica ormai consolidata di FERVI di supportare diverse realtà sportive con le quali condivide valori come il senso di appartenenza a un team, il rispetto per l'avversario, la lealtà e la competizione di alto livello. In particolare, FERVI supporterà la squadra di hockey della città che ospiterà l'edizione XXV dei Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026, una vetrina importante a livello internazionale.

“FERVI è passione per le sfide e di conseguenza anche per lo sport. Ci fa molto piacere continuare il percorso intrapreso qualche anno fa insieme a una delle squadre di hockey su ghiaccio che ha vinto maggiormente nel nostro Paese. Apparentemente potrebbe sembrare un mondo lontano dal nostro ma, in realtà, l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina condivide con noi valori importanti come lo spirito di squadra e il desiderio di fare sempre meglio. Inoltre, essere presenti in una delle città che saranno protagoniste delle prossime Olimpiadi invernali, è un prestigio e una conferma dell'eccellenza dei nostri prodotti e del nostro brand”, ha commentato Roberto Tunioli, AD & President di FERVI.



## Leggi news

1. mediakey.tv
2. News
3. Leggi news
  - Newsletter
  - Archivio News

Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina-SGC Orizzonte di visibilità le Olimpiadi Invernali del 2026



Continua la collaborazione tra FERVI e l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina. L'azienda emiliana che produce utensili e attrezzature da officina per il settore MRO e per il fai-da-te ha rinnovato per i prossimi tre anni la sponsorship con una delle squadre più promettenti e vincenti in Italia, supportando gli atleti e il team nel campionato internazionale Alps Hockey League partito il 10 settembre 2022. Una sponsorizzazione che nasce nel 2019 e che coinvolge a tutto tondo il mondo della squadra ampezzana. In particolare, il marchio FERVI sarà esposto non solo sulle divise degli atleti e sul sito Internet della società ma sarà anche protagonista di uno spot trasmesso sul tabellone dello storico Stadio Olimpico del Ghiaccio e di un'affissione lungo la circonvallazione di Cortina d'Ampezzo: un mix di strumenti per ricordare la collaborazione con il marchio FERVI anche lontano dalle partite.

Il rinnovo della sponsorship va inquadrato nell'ottica ormai consolidata di FERVI di supportare diverse realtà sportive con le quali condivide valori come il senso di appartenenza a un team, il rispetto per l'avversario, la lealtà e la competizione di alto livello. In particolare, FERVI supporterà la squadra di hockey della città che ospiterà l'edizione XXV dei Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026, una vetrina importante a livello internazionale.

*"FERVI è passione per le sfide e di conseguenza anche per lo sport. Ci fa molto piacere continuare il percorso intrapreso qualche anno fa insieme a una delle squadre di hockey su ghiaccio che ha vinto maggiormente nel nostro Paese. Apparentemente potrebbe sembrare un mondo lontano dal nostro ma, in realtà, l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina condivide con noi valori importanti come lo spirito di squadra e il*



*desiderio di fare sempre meglio. Inoltre, essere presenti in una delle città che saranno protagoniste delle prossime Olimpiadi invernali, è un prestigio e una conferma dell'eccellenza dei nostri prodotti e del nostro brand", ha commentato Roberto Tunioli, AD & President di FERVI.*



## Fervi rinnova la sponsorship con Hockey Cortina



13/09/2022

Continua la collaborazione tra **FERVI** e l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina. L'azienda emiliana che produce utensili e attrezzature da officina per il settore MRO e per il fai-da-te ha rinnovato per i prossimi tre anni la sponsorship con una delle squadre più promettenti e vincenti in Italia, supportando gli atleti e il team nel campionato internazionale Alps Hockey League partito il 10 settembre 2022.

Una sponsorizzazione che nasce nel 2019 e che coinvolge a tutto tondo il mondo della squadra ampezzana. In particolare, il marchio **FERVI** sarà esposto non solo sulle divise degli atleti e sul sito Internet della società ma sarà anche protagonista di uno spot trasmesso sul tabellone dello storico Stadio Olimpico del Ghiaccio e di un'affissione lungo la circonvallazione di Cortina d'Ampezzo: un mix di strumenti per ricordare la collaborazione con il marchio **FERVI** anche lontano dalle partite.

Il rinnovo della sponsorship va inquadrato nell'ottica ormai consolidata di **FERVI** di supportare diverse realtà sportive con le quali condivide valori come il senso di appartenenza a un team, il rispetto per l'avversario, la lealtà e la competizione di alto livello. In particolare, **FERVI** supporterà la squadra di hockey della città che ospiterà l'edizione XXV dei Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026, una vetrina importante a livello internazionale.

“**FERVI** è passione per le sfide e di conseguenza anche per lo sport. Ci fa molto piacere continuare il percorso intrapreso qualche anno fa insieme a una delle squadre di hockey su ghiaccio che ha vinto maggiormente nel nostro Paese. Apparentemente potrebbe sembrare un mondo lontano dal nostro ma, in realtà, l'Hockey Cortina – Sportivi Ghiaccio Cortina condivide con noi valori importanti come lo spirito di squadra e il desiderio di fare sempre meglio. Inoltre, essere presenti in una delle città che saranno protagoniste delle prossime Olimpiadi invernali, è un prestigio e una conferma dell'eccellenza dei nostri prodotti e del nostro brand”, ha commentato **Roberto Tunioli**, AD & President di **FERVI**.

Euronews

## DOSSIER cassette e carrelli portautensili

**Grupa Topex** - La gamma proposta dall'azienda con tre brand principali Neo, Graphite, Topex copre tutte le fasce di prodotto (premium, medio, entry level). Nella foto un prodotto a marchio Graphite.



**Maurizio Verna** di **Grupa Topex** è che "per il bricoleur il prezzo ha ancora una certa influenza nella scelta del prodotto e noi cerchiamo di offrire una buona scelta con prodotti economici, semplici, ma funzionali. Per quanto riguarda l'online", prosegue Verna, "molti nostri clienti sono presenti e ne sfruttano le potenzialità". Bricoleur e professionista appaiono sempre più allineati sul fronte dei requisiti che guidano la scelta. **Samuele Varotto** di **Mistral Tools** rileva che "le richieste del Fai da Te ricalcano e doppiano quelle dei professionisti". Anche se constatata, "purtroppo il prezzo resta ancora il parametro fondamentale che connota i due settori".

**Enzo Orso Campione** ricorda che **Stahlwille Utensili** veicola sul mercato un "prodotto che solitamente non è



Maurizio Verna Business Development Manager di Grupa Topex

rivolto al "fai da te" o all'hobbista. Tuttavia, proprio attraverso le vendite online dei nostri partner, in costante incremento, riusciamo a soddisfare una discreta numerica di clientela privata". Orso Campione ha così avuto modo di accertare che i privati "sono utilizzatori attenti alla scelta dei prodotti che usano (sono spesso professionisti, attivi o meno, che ci conoscono grazie ad esperienze lavorative) consapevoli di acquistare utensili estremamente performanti e fatti per durare, non spendono in prodotto: investono. Consapevolmente".

**Fervi**, rivendica **Ermanno Lucci**, "è riconosciuta nel target bricoleur e faidata come prodotto premium. Questo è un po' il nostro fiore all'occhiello e sicuramente i requisiti maggiormente apprezzati sono l'ampia gamma di prodotti a catalogo (puoi fare tutto con Fervi) e l'interessante rapporto qualità/prezzo fortemente sbilanciato verso la qualità". Venendo alla domanda sulla propensione ad utilizzare il canale online Lucci rileva che "la pandemia ha sicuramente accelerato il canale online nel periodo 2020 e 2021, fenomeno che oggi pare rallentare in modo deciso in quanto il bricoleur è una persona molto "manuale" che valuta la qualità dei prodotti "toccando con mano". Questo approccio ci agevola anche perché, strategicamente, curiamo con attenzio-

ne questa possibilità attraverso il nostro canale di vendita".

**GT Line** "fornisce al mercato una proposta tecnica professionale", chiarisce **Simone Guglielmini**. La logica conseguenza è che "al momento questo canale di vendita e questo specifico target di clienti rappresentano solo una potenziale opportunità". Molto più concrete le opportunità offerte dall'online che per Guglielmini "è ormai di fatto un canale di vendita, da gestire con le politiche specifiche che il digitale richiede".

### L'approccio al prodotto cassetta e carrello portautensili del professionista

Quando le abbiamo sollecitate a un'analisi dell'approccio alla categoria da parte di questo target, abbiamo introdotto anche il tema della riconoscibilità della Marca e di quanto essa influisca sulla decisione d'acquisto.

**Enzo Orso Campione** di **Stahlwille Utensili** constata che "chi arriva alla Qualità "Made in Stahlwille", difficilmente tornerà indietro: il professionista comprende perfettamente il proprio investimento in prodotti che gli consentono la massima efficienza ed efficacia lavorativa. Eventuali differenze di prezzo, oggi estremamente contenute, sono ampiamente compensate dalle caratteristiche di qualità superiore". Tre i criteri che più di altri condizionano le scelte di questo target secondo **Ermanno Lucci** di **Fervi Group**. "Un professionista è guidato molto dalla sua expertise, dalle prove sul campo e dal brand. In particolare, per questo utilizzatore giocano un ruolo fondamentale la sicurezza di effettuare un lavoro nel modo in cui è abituato a farlo e la certezza di ottenere il risultato. Per questo", conclude Lucci, "bisogna incentivarli alla prova e permettere loro di testare e utilizzare i prodotti prima di mettersi al lavoro". La riconoscibilità della marca, dichiara **Maurizio Verna** di **Grupa Topex**, "ha un suo peso ancora prima nella scelta



## DOSSIER cassette e carrelli portautensili

### Così interpretiamo l'innovazione

L'innovazione è per noi un elemento importante e imprescindibile che in 10 anni ci ha portato quasi a triplicare il numero di referenze a portfolio, lavorando molto sia sull'ampliamento di gamma che sull'aggiornamento delle feature di prodotto. Del resto, il nostro slogan "Se sai cosa ti serve, ce lo abbiamo. Se non sai cosa ti serve... parliamone" esplicita proprio il concetto di innovazione continua, orientato alla soddisfazione delle esigenze dei nostri clienti.

**Ermanno Lucci, Direttore Marketing Fervi Group**

Per noi è importante migliorare la gamma con nuove soluzioni che portino dei vantaggi all'utilizzatore ed in questo senso non è la ricerca del miglior prezzo in assoluto il nostro obiettivo. Piuttosto, un cerchiamo di offrire buon prodotto ad un prezzo giusto soprattutto se ci rivolgiamo ad un target di utilizzatore esigente.

**Maurizio Verna Business Development Manager di Grupa Topex**

GT Line è una azienda Premium Price, che cerca costantemente di creare valore al mercato per tutti gli stakeholder

attraverso un'ampia gamma di soluzioni porta utensili, con un forte focus sulla qualità del prodotto, facendo del servizio un fattore differenziante. L'innovazione di prodotto è pertanto fondamentale, ricercata sia nei materiali da utilizzare che nei processi da utilizzare.

**Simone Guglielmini, Sales Manager Italia di GT Line**

Stahlwille è sinonimo di innovazione da 160 anni. Siamo leader riconosciuti nella dinamometria; a differenza di tutti i concorrenti, produciamo chiavi che non utilizzano la molla la quale, nel tempo, è fisiologica perdita elasticità; con il programma DAPTIQ sviluppiamo la dinamometria stessa connettendola ai sistemi industriali.

Altri esempi di costante innovazione sono le nostre più semplici chiavi ad occhio che hanno un profilo specifico che lavora anche su dadi danneggiati oppure il Quick Release per il collegamento dei componenti, in grado di garantire all'utilizzatore di potersi creare il proprio utensile "su misura".

**Enzo Orso Campione, General Manager di Stahlwille Utensili**

del nostro intermediario piuttosto che dell'utilizzatore. Noi cerchiamo comunque di offrire una gamma dedicata di prodotti con alte prestazioni per soddisfare anche le esigenze del professio-

nista con un prezzo giusto". Il maggior rilievo attribuito alla marca è spiegabile con il fatto che, sottolinea **Simone Guglielmini di GT Line**, "i professionisti lo diventano dopo anni di esperienza.

Pertanto, la notorietà della marca dettata dalla costante presenza dei nostri prodotti nei punti vendita è senza dubbio un elemento grande importanza. La durata dei nostri prodotti nel tempo, la disponibilità dei pezzi di ricambio sono fattori che incidono positivamente sulla loro affidabilità e, quindi, sulla loro prestazione".

*Stahlwille - Il carrello portautensili TTS 93 è emblematico della qualità "Made in Stahlwille": resistenza, funzionalità, sicurezza, ergonomia, mobilità.*



### La rilevanza della Gds e della ferramenta

Trattandosi di aziende che, come abbiamo visto nelle risposte fin qui fornite, si posizionano nella fascia medio alta del mercato, non stupisce che per i protagonisti di questo dossier il canale di riferimento o comunque quello considerato prioritario è quello della Ferramenta specializzata.

"La nostra offerta" ricorda **Ermanno Lucci, Direttore Marketing Fervi Group**, "nasce prevalentemente per il canale tradizionale e l'assortimento in ambito cassette, vaigette e carrelli è stato pensato per soddisfare il bisogno del cliente più esigente che arriva in ferramenta. La GDS è altrettanto importante ma, al momento, tratta prodotti per lo più strategici su cui Fervi è riconosciuta



## LA PAROLA AI RIVENDITORI

# Genghini Ferramenta Utensileria

## Storicità e capacità innovativa

Da quando venne aperta nel 1967, questa attività ha continuato a innovare il proprio modello di business. Per gli attuali titolari, Stefania e Stefano Genghini, la nuova frontiera è quella dell'e-commerce come canale per espandere ulteriormente il proprio ambito di attività



Dopo oltre mezzo secolo di attività è la volta di guardare al futuro per acquisire nuovi spazi di mercato, magari anche all'estero grazie all'e-commerce. La **Genghini Ferramenta Utensileria Srl**, ubicata a Morciano di Romagna (RN), non intende fermarsi e amplia i propri orizzonti. Nata nella provincia riminese ed affermata nel territorio grazie alla professionalità del proprio staff, si sviluppa rapidamente anche a livello nazionale con la realizzazione di un portale in cui offre alla clientela una vasta ed estesa gamma di referenze, caratteristica peculiare della rivendita "fisica". Ma ecco dalle parole dei due titolari, i fratelli **Stefania e Stefano Genghini**, come è nata e si è sviluppata nel corso degli anni questa attività.

### In che anno avete aperto? Ci racconta la sua storia?

La Ferramenta Genghini nasce nel 1967 come rivendita di vernici e ferramenta. La capacità imprenditoriale del fondatore Sergio, sostenuto dalla moglie Giancarla, ha fatto sì che diventasse una realtà stimata del territorio.

### Nel corso degli anni come si è trasformato l'assortimento degli articoli trattati?

Nel 1998 ci siamo trasferiti in un nuovo contesto di 3.500 mq articolato su 3 livelli, con un piano dedicato al privato, un magazzino dedicato alle piccole e grandi imprese e un'esposizione permanente di stufe a legna e a pellet. Con l'ingresso

in azienda dei figli Stefano e Stefania e l'inserimento di 4 rappresentanti, che sviluppano il mercato industriale nella zona Romagna-Marche, la ferramenta ha ampliato la gamma articoli fino ad arrivare a gestire 70.000 referenze per soddisfare le esigenze del consumatore, andando a specializzare nella vendita di utensili, elettrotensili e macchinari industriali. Bisogna però tener presente che nel nostro punto vendita si rivolgono sia i privati che devono fare manutenzione ordinaria ai propri immobili, ma anche l'artigiano che cerca il giusto prodotto ed è qui che si affida completamente a noi per identificarlo.

### Quali sono stati e chi sono i principali fornitori?

I nostri fornitori sono molteplici, per poter soddisfare esigenze della variegata clientela, tra i quali possiamo citare Beta, Makita, Festool, Diadora, Base, U-Power, Fini, Farni,



Ferramenta

## LA PAROLA AI RIVENDITORI



Dormer, Faraone, Fervi, Ineco, Lavor, Norton, WD-40, Saf-fro, Edilkamin, Stanley e infine Bosch con la quale abbiamo una partnership per il settore elettrodomestici, garantendo ai nostri clienti ulteriori vantaggi come l'estensione della garanzia a tre anni e anteprime delle promozioni per i professionisti.

**In che modo e da parte di chi è avvenuto il sostegno alle vendite dei vari articoli nel tempo?**

Il fatto di poter contare su brand specializzati nel settore ha

permesso di poter formare i collaboratori interni in modo professionale garantendo al consumatore finale l'assistenza in fase di acquisto; spesso il cliente ha bisogno di essere indirizzato e consigliato e questo è sicuramente un nostro punto di forza. La molteplicità di prodotti ci permette di poter accontentare il cliente in base alle proprie esigenze e al proprio budget con prodotti di alta qualità pur rimanendo competitivi. Un ruolo fondamentale è ricoperto dai commessi/magazzinieri che raccolgono richieste dei clienti e ci indirizzano nella creazione di nuovi reparti per poter stare al passo coi tempi.

**Chi è il vostro cliente tipo e come si è trasformato nel tempo?**

Come già detto la ferramenta nasce come piccola realtà atta a soddisfare il privato, ad oggi però possiamo dire, che oltre



a questo, siamo diventati un punto di riferimento per piccole e grandi aziende della zona romagnola marchigiana. Tutto ciò grazie alla buona gestione del magazzino e della logistica. Per le consegne infatti ci avvaliamo di quattro camion di proprietà, garantendole in 24/48 ore. Da un paio d'anni abbiamo anche attivato una piattaforma e-commerce ([www.shopferramenta.com](http://www.shopferramenta.com)) in continua evoluzione che ci sta dando buone soddisfazioni. D'altro canto l'acquisto on-line sta diventando una nuova realtà che garantisce ulteriori fette di mercato.

**A prescindere dal ritorno di immagine, qual è l'attività in cui vi siete sentiti maggiormente coinvolti e che ha dato particolare risalto?**

Nel 2017 la nostra azienda ha raggiunto un traguardo importante: 50 anni di attività. Per festeggiare abbiamo organizzato una giornata con stand espositivi e personale qualificato dei nostri brand più importanti.

Esperienza talmente ben riuscita che è già stata riproposta due volte con il nostro partner storico Bosch. Sicuramente la parte organizzativa è stata la più difficile, ma avere la struttura con moltissimi clienti che osservano e chiedono informazioni prima dell'acquisto, ci ha confermato che bisogna investire sulla professionalità e la competenza, e per questo possiamo



contare sui nostri dipendenti che consideriamo parte della famiglia.

**Quali sono a vostro parere le iniziative che possono coinvolgere un cliente all'acquisto di un prodotto?**

Proporre in modo continuativo novità, fare offerte ad hoc, inviare newsletter e fare campagne promozionali sono sicuramente ottimi mezzi di comunicazione che coinvolgono i clienti. Ma bisogna anche seguire la stagionalità dei prodotti e arrivare preparati con offerte mirate. Non escludiamo di riproporre in futuro altri open-day aperti alla nostra clientela che sono un'ottima vetrina ma anche una buona possibilità di fare affari in quanto supportate da offerte shock valide per brevi periodi.

**Cos'altro vi sentite di aggiungere per il futuro della vostra attività?**

La nostra mission per il futuro è quella di consolidare e potenziare l'e-commerce allargando la vendita anche verso l'estero, essendo uno strumento in continua evoluzione e sempre più utilizzato. Riteniamo comunque che la nostra azienda si debba espandere sul territorio inserendo nuovi agenti per ampliare la nostra clientela professionale, consapevoli di avere tutte le carte in regola per riuscirci.



**GENGHINI FERRAMENTA UTENSILERIA SRL**

**UBICAZIONE E STORIA.** Ubicata alle porte di Morciano di Romagna (RN) è stata fondata da Sergio Genghini e dalla moglie Giancarla nel 1967. Nel corso degli anni l'attività si espande e viene tramandata ai due figli. Nel 1998 viene aperta la nuova sede diventando pun-

to di riferimento del territorio.

**DIMENSIONI E CARATTERISTICHE.** Il negozio è ampio 3.500 metri quadri e si sviluppa su tre livelli. Specializzata in utensili, elettro utensili e macchinari con vendita al dettaglio di vernici, accessori hobbistica, giardinaggio, stufe e non ultimo la specializzazione nella duplicazione di chiavi e radiocomandi. Lo

staff è composto da una ventina di addetti.

**GENGHINI FERRAMENTA UTENSILERIA SRL**

Via DON DOMENICO MASI, 10/12  
47833 MORCIANO DI ROMAGNA RN  
Tel. 0541988369

[WWW.SHOPFERRAMENTA.COM](http://WWW.SHOPFERRAMENTA.COM)  
[GENGHINI@GENGHINI.COM](mailto:GENGHINI@GENGHINI.COM)

Ferramenta

**DOSSIER** cassette e carrelli portautensili

# IL MERCATO PREMIA LA FASCIA DI PRODOTTO PREMIUM

La qualità del prodotto e la reputazione del marchio sono i due fattori di successo nei confronti dei player della distribuzione e anche degli utilizzatori finali. Senza contare che puntare su un prodotto alto di gamma è, ancora una volta, l'unica strategia percorribile da chi vuole sottrarsi alle dinamiche competitive incentrate sul prezzo che caratterizzano la fascia medio bassa del mercato



Per il comparto delle cassette e dei carrelli portautensili i primi sei mesi dell'anno sono stati abbastanza impegnativi e caratterizzati da un andamento tutt'altro che lineare che in gran parte è dovuto al complicato contesto internazionale. A preoccupare le aziende del settore sono le prospettive da qui a fine anno. "Per quanto riguarda il nostro semestre, essendo quotati, è tutto alla luce del sole: abbiamo chiuso bene, con una risposta che definirei "importante" da parte dei clienti, soprattutto considerando la vasta famiglia del Gruppo" dichiara **Ermanno Lucci**, Direttore

Marketing **Fervi Group**. "Il mercato sta subendo delle contrazioni escludendo ciò che è impattato dal Bonus 110% che sembra avere una coda più lunga" osserva Lucci prima di spiegare che ad avvantaggiare la sua azienda è "un portfolio di prodotti molto ampio che ci permette di lavorare in maniera costante dedicandoci in modo diverso a prodotti specifici per settori diversi, riducendo in questo modo l'impatto negativo del mercato". Offre una doppia lettura dei risultati ottenuti **Maurizio Verna** Business Development Manager di **Grupa Topex**. "In generale il primo

semestre risulta essere in contrazione rispetto al pari periodo del 2021, ma appare in crescita rispetto al 2019, ultimo anno "normale" prima della pandemia". Nonostante il bilancio dei primi sei mesi sia stato positivo per la sua azienda, **Simone Guglielmini**, Sales Manager Italia di **GT Line** riconosce che "sarebbe potuto essere ancora migliore se la catena di fornitura non fosse stata colpita da tutti gli eventi che conosciamo. La domanda segue l'economia che per fortuna è ancora in fase di rimbalzo del post-Covid. Non ho notato significative variazioni di crescita



BRANDIT

## DOSSIER cassette e carrelli portautensili



**GT Line** - Design completamente rinnovato per le nuove valigie della gamma Revolver. Le due versioni con e senza ruote, sono ora realizzate in Polipropilene stampato ad iniezione, materiale che garantisce un'ottima resistenza alle sostanze corrosive, agli urti e alle alte e basse temperature.

per settore". Appare di diverso avviso **Samuele Varotto**, Titolare di **Mistral Tools**. Dopo aver riferito che "per ora siamo in linea con l'anno scorso", non nasconde la sua preoccupazione per i mesi a venire. "L'unica certezza che abbiamo è lo scenario recessivo/depres-

sivo che ci aspetta nei prossimi mesi" e osserva che "il privato soffre moltissimo, ma il mercato è sostenuto dalla forte domanda del settore professionale". Il primo semestre 2022 di **Stahlwille Utensili** è trascorso a due velocità afferma il suo General Manager **Enzo**



*Ermanno Lucci, Direttore Marketing di Forvi Group*

**Orso Campione**. "Dopo un primo trimestre positivo, nonostante le difficoltà di reperibilità delle materie prime e un generale incremento dei costi, il secondo ha esasperato le criticità precedenti ed aggiunto i timori relativi alla congiuntura internazionale, con conseguente rallentamento generale". Orso Campione rileva che "tutto il nostro mercato in assoluto sta vivendo questa situazione e, sebbene si possano raccogliere pareri discordanti in merito" e a sostegno della sua affermazione spiega: "posso constatare come clienti storicamente periodici (commesse tecniche e settore aerospaziale, ad esempio) stiano essi stessi attendendo approvazioni di voci di spesa importanti per procedere agli ordini. Il nostro prodotto, molto tecnico e non hobbistico, vive una domanda calante principalmente nella rivendita despecializzata".

### Le caratteristiche da soddisfare per conquistare l'utilizzatore privato

Prendendo spunto da alcuni riferimenti fin qui raccolti, abbiamo deciso di provare a sondare i nostri interlocutori sullo differenze che più caratterizzano le due macro famiglie di utilizzatori: il bricoleur e il professionista. Due gli aspetti indagati: i requisiti che il prodotto deve soddisfare e la propensione all'acquisto online. Il primo target ad essere preso in considerazione è quello del privato. Il punto di vista di



**Fervi** - La ricca gamma di arredi modulari FERVI risponde a tutte le esigenze, dal fai-da-te ai box di scuderia.



## Nuove gruette idrauliche pieghevoli



Si chiamano 0021/1 e 0021/2 e sono le nuove gruette idrauliche pieghevoli realizzate da **Fervi**. Indicate per sollevare e spostare carichi su superfici piane e levigate, questi prodotti sono progettati sia per un utilizzo in ambiente interno che esterno.

Con il telaio portante e il braccio mobile costruiti in acciaio, la struttura delle gruette è solida e robusta. Questo assicura una portata massima di 1.000 kg per 0021/1 mentre per 0021/2 la portata massima può raggiungere le 2 tonnellate. Grazie alla loro estensibilità e al sistema di discesa, 0021/1 ha uno sbraccio che va da 800 a 1.090 mm e un'altezza di sollevamento tra 0 e 2.080 mm, mentre 0021/2 è caratterizzata da un range tra 750 e 1.280 mm per quanto riguarda il movimento del braccio e da un'altezza di sollevamento che varia da 0 a 2.450 mm.

Le gruette targate Fervi sono pratiche da usare: dopo aver assicurato il carico da muovere attaccandolo al gancio, dotato di apposito dispositivo di chiusura di sicurezza, le gruette possono essere azionate manualmente grazie ad una leva laterale che mette in azione il sistema di pompaggio. Le gruette sono inoltre facilmente spostabili a seconda delle esigenze dell'operatore grazie alle due ruote pivotanti dotate di freno e realizzate in fusione di ghisa, per una totale sicurezza di movimento.

Infine, 0021/1 e 0021/2 possono essere comodamente piegate e ritirate in piccoli magazzini o spazi ristretti grazie alle gambe pieghevoli che ne assicurano la compattezza e il minimo ingombro.

**FERVI**[www.fervi.com](http://www.fervi.com)

PI063 è il Kit Porta Inserti Multiuso adatto a riparazioni di precisione, anche per piccoli dispositivi elettronici. Pratico da usare grazie all'astuccio formato smart da portare sempre con sé, il kit comprende 62 inserti con diverse tipologie di punte e un manico magnetizzato con tappo girevole per una massima precisione di esecuzione in ogni occasione. L'elegante scatola magnetica con chiusura click-clack invece, consente di non smarrire gli inserti e di tenerli sempre in ordine e pronti all'uso.





## SI AMPLIA L'OFFERTA DI PRODOTTI

**I** Gli strumenti di misura di Vogel Germany, azienda tedesca del Gruppo Fervi, sono adesso disponibili in Italia attraverso la rete commerciale del gruppo. Calibri di precisione, micrometri e sofisticati strumenti di misura marchiati Vogel Germany entrano quindi nell'offerta che Fervi veicola sul mercato attraverso la sua rete di distribuzione e vendita.

Il catalogo Vogel Germany, con oltre 4.500 referenze, verrà dunque affidato alla rete commerciale di Fervi. I prodotti dell'azienda tedesca saranno gestiti direttamente in Fervi con una sola procedura di vendita, consolidando in questo modo la relazione con i rivenditori, ma con la possibilità di fornire anche un supporto di competenza nei confronti dell'utente. Si tratta, in molti casi, di strumentazione più o meno complessa che richiede infatti competenze specifiche in fase di vendita ed è per questo che l'approccio al mercato è stato programmato puntando su specializzazione e consulenza al cliente.

La valorizzazione del catalogo VOGEL e la distribuzione dei prodotti vengono dunque portati avanti, sia con la presentazione del catalogo sia attraverso la Selection 2022, il giornalino promozionale che ha l'obiettivo di presentare e far provare la qualità dei prodotti Vogel.

L'altro elemento di valorizzazione importante e imprescindibile è il riferimento commerciale per il Rivenditore che rimane sempre il medesimo. Un unico punto di riferimento dunque per Fervi e per Vogel Germany.

"Questo tipo di approccio ci consente di consolidare la relazione con

il cliente attraverso la rete di vendita valorizzando le nuove referenze a catalogo. In questo modo contribuiamo in modo efficace a posizionarci sempre più come un punto di riferimento nel settore con un obiettivo: diventare sempre più un One Stop Shop!", ha commentato Ermano Lucci, direttore marketing Fervi Group. ✓



► 1 settembre 2022





## Articoli Genghini Ferramenta Utensileria, La Parola Al Rivenditore



Dopo oltre mezzo secolo di attività è la volta di guardare al futuro per acquisire nuovi spazi di mercato, magari anche all'estero grazie all'e-commerce. La **Genghini Ferramenta Utensileria Srl**, ubicata a Morciano di Romagna (RN), non intende fermarsi e amplia i propri orizzonti. Nata nella provincia riminese ed affermatasi nel territorio grazie alla professionalità del proprio staff, si sviluppa rapidamente anche a livello nazionale con la realizzazione di un portale in cui offre alla clientela una vasta ed estesa gamma di referenze, caratteristica peculiare della rivendita "fisica". Ma ecco dalle parole dei due titolari, i fratelli **Stefania** e **Stefano Genghini**, come è nata e si è sviluppata nel corso degli anni questa attività.

### **Domanda. In che anno avete aperto? Ci racconta la sua storia?**

Risposta. La Ferramenta Genghini nasce nel 1967 come rivendita di vernici e ferramenta. La capacità imprenditoriale del fondatore Sergio, sostenuto dalla moglie Giancarla, ha fatto sì che diventasse una realtà stimata del territorio.

### **Nel corso degli anni come si è trasformato l'assortimento degli articoli trattati?**

Nel 1998 ci siamo trasferiti in un nuovo contesto di 3.500 mq articolato su 3 livelli, con un piano dedicato al privato, un magazzino dedicato alle piccole e grandi imprese e un'esposizione permanente di stufe a legna e a pellet. Con l'ingresso in azienda dei figli Stefano e Stefania e l'inserimento di 4 rappresentanti, che sviluppano il mercato industriale nella zona Romagna-Marche, la ferramenta ha ampliato la gamma articoli fino ad arrivare a gestire 70.000 referenze per soddisfare le esigenze del consumatore, andandosi a specializzare nella vendita di utensili, elettro utensili e macchinari industriali. Bisogna però tener presente che nel nostro punto vendita si rivolgono sia i privati che devono fare manutenzione ordinaria ai propri immobili, ma anche l'artigiano che cerca il giusto prodotto ed è qui che si affida completamente a noi per identificarlo.

### **Quali sono stati e chi sono i principali fornitori?**

I nostri fornitori sono molteplici, per poter soddisfare esigenze della variegata clientela, tra i quali possiamo citare Beta, Makita, Festool, Diadora, Base, U-Power, Fini, Fami, Dormer, Faraone, Fervi, Ineco, Lavor, Norton, WD-40, Saf-fro, Edilkamin, Stanley e infine Bosch con la quale abbiamo una partnership per il settore elettro utensili, garantendo ai nostri clienti ulteriori vantaggi come l'estensione della garanzia a tre anni e anteprime delle promozioni per i professionisti.

### **In che modo e da parte di chi è avvenuto il sostegno alle vendite dei vari articoli nel tempo?**

Il fatto di poter contare su brand specializzati nel settore ha permesso di poter formare i

collaboratori interni in modo professionale garantendo al consumatore finale l'assistenza in fase di acquisto; spesso il cliente ha bisogno di essere indirizzato e consigliato e questo è sicuramente un nostro punto di forza. La molteplicità di prodotti ci permette di poter accontentare il cliente in base alle proprie esigenze e al proprio budget con prodotti di alta qualità pur rimanendo competitivi. Un ruolo fondamentale è ricoperto dai commessi/magazzinieri che raccolgono richieste dei clienti e ci indirizzano nella creazione di nuovi reparti per poter stare al passo coi tempi.

#### **Chi è il vostro cliente tipo e come si è trasformato nel tempo?**

Come già detto la ferramenta nasce come piccola realtà atta a soddisfare il privato, ad oggi però possiamo dire, che oltre a questo, siamo diventati un punto di riferimento per piccole e grandi aziende della zona romagnola marchigiana. Tutto ciò grazie alla buona gestione del magazzino e della logistica. Per le consegne infatti ci avvaliamo di quattro camion di proprietà, garantendole in 24/48 ore. Da un paio d'anni abbiamo anche attivato una piattaforma e-commerce ([www.shopferramenta.com](http://www.shopferramenta.com)) in continua evoluzione che ci sta dando buone soddisfazioni. D'altro canto l'acquisto on-line sta diventando una nuova realtà che garantisce ulteriori fette di mercato.

#### **A prescindere dal ritorno di immagine, qual è l'attività in cui vi siete sentiti maggiormente coinvolti e che ha dato particolare risalto?**

Nel 2017 la nostra azienda ha raggiunto un traguardo importante: 50 anni di attività. Per festeggiare abbiamo organizzato una giornata con stand espositivi e personale qualificato dei nostri brand più importanti. Esperienza talmente ben riuscita che è già stata riproposta due volte con il nostro partner storico Bosch. Sicuramente la parte organizzativa è stata la più difficile, ma avere la struttura con moltissimi clienti che osservano e chiedono informazioni prima dell'acquisto, ci ha confermato che bisogna investire sulla professionalità e la competenza, e per questo possiamo contare sui nostri dipendenti che consideriamo parte della famiglia.



## VOGEL Germany sbarca in Italia con FERVI Group

Gli strumenti di misura di VOGEL Germany, azienda tedesca del Gruppo FERVI, sono ora disponibili in Italia attraverso la rete commerciale del Gruppo. Calibri di precisione, micrometri e sofisticati strumenti di misura marchiati Vogel Germany entrano quindi nell'offerta che FERVI veicola sul mercato attraverso la sua rete di distribuzione e vendita.

Il catalogo VOGEL Germany, con oltre 4.500 referenze, verrà affidato alla rete commerciale di FERVI per proporre questi prodotti ai clienti. I prodotti dell'azienda tede-

sca saranno gestiti direttamente in FERVI con una sola procedura di vendita, consolidando in questo modo la relazione con i rivenditori, ma con la possibilità di fornire anche un supporto di competenza nei confronti dell'utente.

Si tratta, in molti casi, di strumentazione più o meno complessa che richiede infatti competenze specifiche in fase di vendita ed è per questo che l'approccio al mercato è stato programmato puntando su specializzazione e consulenza al cliente.

La valorizzazione del catalogo VOGEL e la distribuzione dei prodotti viene dunque portata avanti, sia con la presentazione del catalogo, che attraverso la Selection 2022, il giornalino promozionale che ha l'obiettivo di presentare e far provare la qualità dei prodotti Vogel.

L'altro elemento di valorizzazione importante e imprescindibile è il riferimento commerciale per il Rivenditore che rimane sempre il medesimo. Un unico punto di riferimento per FERVI e per VOGEL Germany.







Autocom ha riunito i suoi ricambisti a Favignana per illustrare nuovi progetti e nuove opportunità di crescita. E da qualche mese il distributore siciliano è "sbarcato" anche in Calabria

di Maria Ranieri  
e Andrea Martinello

**S**elvaggia e con un mare da sogno: è stata l'isola siciliana di Favignana ad ospitare quest'anno la convention di Autocom, atteso appuntamento estivo - tenutosi a metà luglio - a cui hanno partecipato oltre 300 persone e al quale hanno contribuito anche le aziende Dayco, Facet, Four Seasons, Frap, Japansparts, Marelli, Metelli e Sidat. L'organizzazione dell'evento in una piccola isola, con tutte le complicazioni logistiche che questo comporta, è stata per il distributore siciliano una vera "sfida" - vinta - , così come una sfida continua sono stati gli ultimi anni di investimenti, potenziamento logistico, allargamento della gamma di prodotti e servizi, oltre a tutti

In apertura: Manlio La Rosa e Saverio Giglio, alla guida di Autocom

gli sforzi per gestire al meglio la pandemia e la spinta inflazionistica dell'ultimo periodo. Molte conferme, ma anche tante new entry tra i clienti ricambisti presenti all'evento grazie anche all'accresciuta presenza di Autocom in Sicilia orientale. Allo "zoccolo duro" dei clienti storici si sono dunque aggiunte negli ultimi anni molte nuove realtà, accelerando la crescita dell'azienda guidata da Manlio La Rosa e Saverio Giglio. I risultati si vedono anche a livello di fatturato, in crescita a doppia cifra. Novità importante è anche lo "sbarco" di Autocom al di là dello stretto. Da



Il fatturato 2021 di Autocom si è chiuso è quasi 24 milioni di euro, con una crescita significativa rispetto ad un 2020 chiuso a 16,8 milioni

tre mesi a questa parte l'azienda ha iniziato infatti a distribuire anche in Calabria e i primi numeri sono incoraggianti.

#### Nuovi clienti, fatturato in aumento

Il fatturato 2021 si è chiuso a quasi 24 milioni, con una crescita significativa rispetto ad un 2020 chiuso a 16,8 milioni. A trainare la crescita è stata soprattutto l'apertura del deposito di Catania gestito da Daniele La Rosa, operativo da maggio 2021, ma anche il consolidamento di tutto ciò che è stato messo in piedi negli ultimi anni, in particolare nel periodo post pandemia. "Il deposito di Carini ha mantenuto i suoi livelli e anzi è leggermente incre-

mentato - spiega Saverio Giglio - La sede di Palermo è stata riorganizzata e anche qui siamo in crescita, mentre Catania continua a crescere mese dopo mese". Oggi Autocom dispone del magazzino di 1.800 m<sup>2</sup> di Palermo, dove sono ospitati gli uffici amministrativi, e del magazzino centrale di Carini (4.000 m<sup>2</sup> per 12 metri d'altezza su 3 livelli), avviato a inizio 2019 e diventato un importante hub logistico per tutta la Sicilia. Il più recente magazzino di Catania, di 1.500 m<sup>2</sup>, ha consentito di spostare il baricentro della distribuzione verso la Sicilia orientale e di fare da base di appoggio per l'espansione in Calabria.

"La Calabria è servita da Catania, e questo

ha certamente spinto la crescita della nostra nuova filiale - spiega Manlio La Rosa - Abbiamo iniziato a distribuire in Calabria da pochi mesi e i primi numeri sono comunque incoraggianti. La criticità maggiore, quest'anno, è stata l'incremento dei costi di trasporto, che sono lievitati. La Sicilia e la Calabria sono da sempre territori difficili per i trasporti".

#### Prospettive di crescita

Anche per il 2022 sono previsti numeri in crescita a livello di fatturato e di volume di affari. L'organico di Autocom conta attualmente 32 persone e 6 agenti esterni: un bilanciamento ottimale, in rapporto al fattu-



rato, che dà all'azienda ulteriori possibilità di investire e crescere valutando anche l'introduzione di nuove gamme di prodotti. Prosegue inoltre con slancio il progetto officine Checkstar, per il quale Autocom è il referente di Marelli in gran parte dell'isola

che coinvolgerà quanti più ricambisti vorranno aderire e tutte le loro officine che si vorranno appoggiare. È stato già individuato il locale di 800 m<sup>2</sup> in cui verranno allestite un'officina test, una sala formazione e uno showroom attrezzatura. È stata inoltre in-

pacchetto completo al cliente, dall'abbigliamento al corso di formazione, per diventare un riferimento a 360 gradi in tutto il nostro territorio - spiegano Alessio La Rosa e Marcello Alongi - Negli ultimi anni, grazie al service, abbiamo fatto numeri importanti, che hanno trascinato le vendite di ricambi, e per questo abbiamo deciso di fare un ulteriore passo in avanti puntando su attrezzature e formazione". Autocom offrirà in esclusiva per la Sicilia la gamma completa di attrezzature Fervi, che a sua volta scommette su Autocom come "trampolino" per espandersi in Sicilia. "Ora avremo una struttura ad hoc per svolgere corsi di formazione in presenza grazie anche agli ampi spazi che consentono il distanziamento, con tanto di esercitazioni pratiche grazie all'officina test e alla presenza di tutte le attrezzature. Daremo supporto alla

A trainare la crescita di Autocom l'apertura del deposito di Catania, operativo da maggio 2021, ma anche il consolidamento di tutto ciò che è stato messo in piedi negli ultimi anni

tranne la zona del catanese. "Il progetto Marelli cresce di anno in anno sia nel numero di officine affiliate, attualmente 57, che di ricambisti satelliti - spiega Roberto Scalavino, Responsabile del progetto - Conseguentemente anche il fatturato sviluppato con l'azienda è in crescita".

#### Un nuovo progetto

A settembre, in parallelo alle attività con Marelli, parte un nuovo progetto incentrato su attrezzature, formazione e supporto tecnico



serita una nuova figura tecnica, l'ingegnere Piero Meccia, che fornirà un supporto tecnico continuativo e in presenza e coordinerà il call center tecnico. "L'intenzione è di offrire un

stessa Marelli, ma saremo a disposizione anche di tutti gli altri ricambisti e delle loro officine. Stiamo strutturando un importante catalogo di corsi, ci rivolgiamo anche a tutte le officine che non fanno parte del network Marelli e vogliamo fare anche specifici corsi per i ricambisti che spaziano dall'ambito gestionale-amministrativo all'organizzazione del magazzino. La nostra sala sarà anche messa a disposizione dei singoli ricambisti per svolgere riunioni, meeting e attività formative. Il tutto sarà coordinato dalla nuova figura che abbiamo inserito, che fornirà il supporto tecnico necessario". ■



## Fervi, crescita a doppia cifra dei ricavi semestrali



(Teleborsa) - Fervi chiude il primo semestre dell'anno con ricavi netti in aumento per circa il 73,6% rispetto a quelli dell'esercizio precedente. Si rileva che l'incremento deriva principalmente dalla neo acquisita Rivit (13 milioni di Euro) che al 30 giugno 2021 non faceva parte del Gruppo.

L' EBITDA e l' EBIT si incrementano rispettivamente di 2 milioni di Euro e di 1,1 milioni di Euro pari a +77% e +51% rispetto a quelli del precedente periodo comparabile; l'incidenza dell'EBITDA sul fatturato aumenta dello 0,3% sostanzialmente in linea con il precedente semestre grazie all'attenzione del Gruppo alla marginalità.

Il Risultato Netto consolidato è pari a Euro 2.346 migliaia contro Euro 1.663 migliaia del primo semestre 2021.

La Posizione Finanziaria Netta consolidata negativa (indebitamento) pari Euro 10.401 migliaia al 30 giugno 2022, contro indebitamento netto Euro 10.398 migliaia al 31 dicembre 2021.



## Gruppo Fervi, ricavi in aumento del 73%

Il presidente e ad Roberto Tunioi: "L'integrazione con Rivit sta mostrando i frutti della nostra strategia" Roberto Tunioi, presidente del CdA

Il Consiglio di amministrazione del Gruppo Fervi ha approvato la relazione finanziaria semestrale consolidata: i ricavi ammontano a 29 milioni e 323mila euro, in crescita rispetto allo stesso periodo del 2021 (quando si parlava di 16 milioni e 896mila euro). Nel commentare l'andamento del Gruppo attivo nel settore della fornitura di attrezzature professionali principalmente per l'officina meccanica, l'officina auto, la falegnameria, il cantiere e dei prodotti per manutenzione e riparazione, il presidente e ad Roberto Tunioi dichiara: "L'integrazione con Rivit sta mostrando i frutti della strategia del Gruppo. La velocità e l'efficacia dell'integrazione sono il risultato di un gruppo manageriale altamente qualificato".

In un contesto di incertezza per l'economia globale, il Gruppo Fervi fa sapere di essersi attivato per contrastare gli effetti degli aumenti dell'energia e delle materie prime, cui sono conseguiti necessari aumenti di listino dei prezzi di vendita, già comunicati ai clienti e indispensabili per salvaguardare la marginalità. La situazione macroeconomica, comunque, è monitorata dalla Direzione e dal Comitato di Sorveglianza recentemente costituito allo scopo.

I ricavi netti del periodo risultano essere in aumento per circa il 73,6% rispetto a quelli dell'esercizio precedente: un incremento dovuto principalmente dalla neoacquisita Rivit Srl (13 milioni di euro), che a fine giugno 2021 non faceva parte del Gruppo. Gli oneri finanziari risultano in aumento a seguito del consolidamento della stessa neo acquisita.



# Gruppo Fervi, ricavi in aumento del 73%

Il presidente e ad Roberto Tunioli: «L'integrazione con Rivit sta mostrando i frutti della nostra strategia»

**Il Consiglio** di amministrazione del Gruppo Fervi ha approvato la relazione finanziaria semestrale consolidata: i ricavi ammontano a 29 milioni e 323mila euro, in crescita rispetto allo stesso periodo del 2021 (quando si parlava di 16 milioni e 896mila euro). Nel commentare l'andamento del Gruppo attivo nel settore della fornitura di attrezzature professionali principalmente per l'officina meccanica, l'officina auto, la falegnameria, il cantiere e dei prodotti per manutenzione e riparazione, il presidente e ad Roberto Tunioli dichiara: «L'integrazione con Rivit sta mostrando i frutti della strategia del Gruppo. La velocità e l'efficacia dell'integrazione sono il risultato di un gruppo manageriale altamente qualificato».

**In un contesto** di incertezza per l'economia globale, il Gruppo Fervi fa sapere di essersi attivato per contrastare gli effetti degli aumenti dell'energia e delle materie prime, cui sono conseguiti necessari aumenti di listino dei prezzi di vendita, già comunicati ai clienti e indispensabili per salvaguardare la margi-

nalità. La situazione macroeconomica, comunque, è monitorata dalla Direzione e dal Comitato di Sorveglianza recentemente costituito allo scopo.

**I ricavi netti** del periodo risultano essere in aumento per circa il 73,6% rispetto a quelli dell'esercizio precedente: un incremento dovuto principalmente dalla neoacquisita Rivit Srl (13 milioni di euro), che a fine giugno 2021 non faceva parte

del Gruppo. Gli oneri finanziari risultano in aumento a seguito del consolidamento della stessa neo acquisita.

**Per quanto** riguarda l'andamento patrimoniale e finanziario, il capitale impiegato si è incrementato per circa 1,6 milioni; aumento legato principalmente all'incremento del circolante

netto (Magazzino e Crediti). L'Ebitda consolidato è pari a 4,7 milioni (+76,5% sul 2021), mentre l'utile netto vola al +41%.

La posizione finanziaria netta è rimasta sostanzialmente invariata. Nel corso del primo semestre dell'anno sono stati peraltro ottenuti ulteriori finanziamenti da primari istituti di credito per due milioni di euro totali. In questo contesto di incertezza economica, annuncia ancora Fervi, il Gruppo sopperisce alle criticità di fornitura grazie a pianificazione e rapporti ultradecennali con i propri fornitori.

**Nonostante** il Gruppo non abbia sedi nei Paesi attualmente interessati dal conflitto, né questi rappresentino significativi mercati di sbocco o di fornitura, le tensioni sono tenute sotto osservazione per valutare eventuali ripercussioni anche su altri mercati o riflessi sui cambi, prezzi delle materie prime e delle utilities. Seppur nel contesto di incertezza, il Gruppo, promette, proseguirà la propria strategia di crescita focalizzata, tra l'altro, all'espansione dell'offerta di prodotti a catalogo e di supporto ai clienti.



► 30 settembre 2022



Roberto Tunio, presidente del CdA



## Gruppo Fervi, ricavi in aumento del 73%

Il presidente e ad Roberto Tunioli: «L'integrazione con Rivit sta mostrando i frutti della nostra strategia»

**Il Consiglio** di amministrazione del Gruppo Fervi ha approvato la relazione finanziaria semestrale consolidata: i ricavi ammontano a 29 milioni e 323mila euro, in crescita rispetto allo stesso periodo del 2021 (quando si parlava di 16 milioni e 896mila euro). Nel commentare l'andamento del Gruppo attivo nel settore della fornitura di attrezzature professionali principalmente per l'officina meccanica, l'officina auto, la falegnameria, il cantiere e dei prodotti per manutenzione e riparazione, il presidente e ad Roberto Tunioli dichiara: «L'integrazione con Rivit sta mostrando i frutti della strategia del Gruppo. La velocità e l'efficacia dell'integrazione sono il risultato di un gruppo manageriale altamente qualificato».

**In un contesto** di incertezza per l'economia globale, il Gruppo Fervi fa sapere di essersi attivato per contrastare gli effetti degli aumenti dell'energia e delle materie prime, cui sono conseguiti necessari aumenti di listino dei prezzi di vendita, già comunicati ai clienti e indispensabili per salvaguardare la margi-

nalità. La situazione macroeconomica, comunque, è monitorata dalla Direzione e dal Comitato di Sorveglianza recentemente costituito allo scopo.

**I ricavi netti** del periodo risultano essere in aumento per circa il 73,6% rispetto a quelli dell'esercizio precedente: un incremento dovuto principalmente dalla neoacquisita Rivit Srl (13 milioni di euro), che a fine giugno 2021 non faceva parte

del Gruppo. Gli oneri finanziari risultano in aumento a seguito del consolidamento della stessa neo acquisita.

**Per quanto** riguarda l'andamento patrimoniale e finanziario, il capitale impiegato si è incrementato per circa 1,6 milioni; aumento legato principalmente all'incremento del circolante

netto (Magazzino e Crediti). L'Ebitda consolidato è pari a 4,7 milioni (+76,5% sul 2021), mentre l'utile netto vola al +41%.

La posizione finanziaria netta è rimasta sostanzialmente invariata. Nel corso del primo semestre dell'anno sono stati peraltro ottenuti ulteriori finanziamenti da primari istituti di credito per due milioni di euro totali. In questo contesto di incertezza economica, annuncia ancora Fervi, il Gruppo sopperisce alle criticità di fornitura grazie a pianificazione e rapporti ultradecennali con i propri fornitori.

**Nonostante** il Gruppo non abbia sedi nei Paesi attualmente interessati dal conflitto, né questi rappresentino significativi mercati di sbocco o di fornitura, le tensioni sono tenute sotto osservazione per valutare eventuali ripercussioni anche su altri mercati o riflessi sui cambi, prezzi delle materie prime e delle utilities. Seppur nel contesto di incertezza, il Gruppo, promette, proseguirà la propria strategia di crescita focalizzata, tra l'altro, all'espansione dell'offerta di prodotti a catalogo e di supporto ai clienti.





Roberto Tunio, presidente del CdA