

## FERVI SEMPRE PIÙ INTERNAZIONALE ACQUISITO IL 100% DI VOGEL GERMANY & CO KG



**Prosegue il percorso di espansione dell'azienda vignolese, ora controllante del produttore tedesco di strumenti di misura di alta qualità.**

Dai prodotti e macchinari tecnici altamente specializzati, per le esigenze dell'industria e dei professionisti più evoluti, agli articoli per utilizzatori amatoriali, hobbisti appassionati o esperti del fai da te: la filosofia di Fervi è avere un catalogo in grado di servire tutte le tipologie di clienti e rivenditori, che si tratti di un'utenza tecnica o di una piccola ferramenta. Il tutto sostenuto da una strategia di crescita sia organica, che porta a un continuo ampliamento dell'offerta con nuove referenze, sia per linee esterne, grazie all'acquisizione di realtà specializzate in prodotti che hanno il medesimo mercato di sbocco.

Un'ulteriore conferma è quella arrivata il 15 marzo 2018 con la comunicazione ufficiale della sottoscrizione del contratto per l'acquisto del 100% della società di diritto tedesco Vogel Germany GmbH & Co KG. Vogel, con sede a Kavelaer e fondata il 1° aprile 1949 è importante player nella produzione e commercializzazione di strumenti di misura con marchio tedesco e di alta qualità. Nell'esercizio 2018, Vogel

prevede ricavi netti di circa 4,4 milioni di Euro, un EBITDA di circa 0,5 milioni di Euro e un indebitamento finanziario netto di circa 0,9 milioni di Euro; la società prevede buone prospettive di crescita, anche grazie al supporto complessivo che Fervi potrà fornire tramite l'integrazione della stessa nella rete commerciale del Gruppo. "Siamo orgogliosi di aver completato questa importante acquisizione a pochi mesi dall'ingresso in Borsa" dichiara

**Roberto Tunioi, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Fervi.** "Vogel GmbH accelera il processo di ampliamento della gamma prodotti offerti e rafforza il posizionamento nello specifico mercato degli strumenti di misura di alta gamma e qualità. Vogel sarà la piattaforma commerciale per il Gruppo Fervi nel territorio tedesco e nel resto del mondo". Il Direttore Generale Guido Greco commenta: "Questa acquisizione



si inserisce nell'ambito della strategia di sviluppo per linee esterne illustrate e ci consente di proseguire nel processo di crescita e ampliamento della gamma prodotti di qualità europea".

### La crescita del GRUPPO FERVI

Tutto ciò si realizza attraverso un'attività di ricerca e selezione dei prodotti e dei relativi fornitori (sia europei sia del Far East), in modo da ampliare costantemente il catalogo. Un passo importante per il gruppo, che ha di recente comunicato che per l'esercizio 2018 i ricavi consolidati sono pari a circa 24,3 milioni di euro, rispetto ai 22,4 milioni di euro al 31 dicembre 2017 (segnando una crescita dell'8,3%), è stata la quotazione all'AIM, la Borsa Italiana delle piccole e medie imprese, a marzo dello scorso anno. "La quotazione ci è servita per fare raccolta in modo da poter effettuare acquisizioni importanti. La nostra crescita è sia organica sia per acquisizioni per aumentare le linee di prodotto, entrando nelle categorie in cui non siamo presenti o ampliando linee di prodotto che troviamo interessanti, come abbiamo fatto con Ri-Flex, azienda specializzata nella produzione made in Italy di dischi abrasivi lamellari flessibili che abbiamo acquisito", spiega Matteo Tunioi, direttore commerciale di Fervi, che ha sede a Vignola (Modena). "Questo scouting di imprese è continuativo, siamo sempre alla ricerca di relazioni con partner e con concorrenti per integrarci a monte e a valle". Servire il cliente a 360° Con 8 mila metri quadri di magazzini, 100 milioni di pezzi sul mercato, circa 7.000 referenze a catalogo, "Vogliamo servire il cliente a 360 gradi, dell'utenza più tecnica alla ferramenta di paese. Il Catalogo si struttura in modo da offrire per i vari articoli tre opzioni good, better and best sempre nell'ambito di attrezzature professionali", continua Tunioi. Per quanto riguarda la distribuzione i prodotti vengono immessi sul mercato grazie a una struttura commerciale interna in Italia e all'estero attraverso due export manager. I principali canali di vendita sono i rivenditori tradizionali (oltre 4.500 utensilerie e ferramenta specializzate), i grossisti, la grande distribuzione specializzata e poi i partner digitali (come Amazon, marketplace specializzati, rivenditori con proprio marketplace).

### L'internazionalizzazione

"L'Italia nel nostro settore è un mercato particolare: la distribuzione è molto ca-

pillare", osserva Tunioi. Ma l'azienda sta superando i confini nazionali con un importante progetto di internazionalizzazione: è stata acquisita una quota del distributore spagnolo del 40%. "All'export è dovuto il 15% (che si avvicina al 30% considerando la nuova acquisizione in Germania) del nostro business, compresa Ri-Flex, e al netto della Spagna cresciamo del 30% circa: i mercati più importanti sono quelli dell'Est Europa, partendo dalla Polonia, scendendo per i Balcani, compresa la Grecia, con una distribuzione che cambia in base al tipo di paese, attraverso i rivenditori in alcuni casi, in altri tramite distributori. Il piano è di arrivare a un peso dell'estero del 50%", racconta il direttore commerciale. La strategia di marketing di Fervi passa pure dalle promozioni messe a disposizione dei rivenditori, cui si affiancano espositori modulari e gazebo per i punti vendita (con anche il progetto Fervi arreda il tuo spazio per l'inserimento di corner dedicati), oltre a uno showroom virtuale che l'azienda sta lanciando sul suo sito. "In questo showroom abbiamo messo i prodotti a maggior rotazione, con la possibilità cliccando di visualizzarne tutte le caratteristiche tecniche: è uno strumento che il rivenditore potrà usare per ingaggiare i suoi clienti", sottolinea Tunioi.

### Le iniziative di comunicazione

Oltre a ciò, Fervi sta investendo in iniziative di comunicazione rivolte al consumatore finale. "Oggi l'80% della promozione è ancora rivolta ai rivenditori e il 20% agli utilizzatori, ma il piano è far crescere quest'ultima parte con l'obiettivo di portare gli utilizzatori ad andare nei punti



vendita per comprare i nostri prodotti", dice il direttore commerciale. Non per nulla l'anno scorso il gruppo ha lanciato una campagna di comunicazione stampa sulla Gazzetta dello Sport, e sono andati in onda degli spot su Sky e La7. Anche per il secondo semestre di quest'anno è previsto un piano di comunicazione ed è stata di recente presentata la nuova partnership con il team Aruba.it Racing - Ducati che dal 2019 userà i prodotti Fervi per la manutenzione delle moto durante le gare in programma sui circuiti di tutto il mondo. Un'altra sponsorizzazione è poi quella del Vanoli Basket. "Per il futuro l'obiettivo è continuare con la crescita costante che caratterizza l'azienda dal 2012, avere sempre più partner importanti ed essere un player di riferimento, reinvestendo tutto l'utile per crescere", conclude Tunioi.

### GRUPPO FERVI

IL GRUPPO FERVI (COMPOSTO DA FERVI E DALLE CONTROLLATE RI-FLEX ABRASIVES E VOGEL GERMANY) È ATTIVO NEL SETTORE DELLA FORNITURA DI ATTREZZATURE PROFESSIONALI PER L'OFFICINA MECCANICA, L'OFFICINA AUTO, LA FALEGNAMERIA, IL CANTIERE E DEI PRODOTTI INCLUSI NEL COSIDDETTO MERCATO "MRO" (MAINTENANCE, REPAIR AND OPERATIONS), OSSIA ATTREZZATURE AL SERVIZIO DEI PROFESSIONISTI DELLA MANUTENZIONE E DELLA RIPARAZIONE, COPRENDO ANCHE IL SEGMENTO DIY, VALE A DIRE IL MONDO DEL FAI DA TE RIVOLTO A HOBBISTI E IN GENERALE A PERSONE CHE USANO GLI UTENSILI FERVI A FINI NON PROFESSIONALI.

**Pad. 36  
corsia C 36**