

RASSEGNA STAMPA



Indice

Officina compatta sempre a bordo.. e con 24% di sconto! Vita In Camper - 01/06/2026	4
ALBERTO CASATI VICEPRESIDENTE FERVI GROUP E BRAND AMBASSADOR MRO Tecnologie Meccaniche - Sistemi per Produrre - 01/06/2026	5
Da Fervi la WORKSTATION MOBILE pensata per le officine Il Giornale dell'Aftermarket - Moto - 01/06/2026	6
FERVI, ALBERTO CASATI E' IL NUOVO PRESIDENTE Fare - 01/06/2026	8
FERVI festeggia con Maria Rita Aureli la Stella al Merito del Lavoro per 37 anni di impegno condiviso Meccanica & Meccatronica - 01/06/2026	10
La modenese Fervi affronta la crisi «con disciplina». E punta su nuovi mercati per aggirare gli shock italypost.it - 03/06/2026	11
La modenese Fervi affronta la crisi «con disciplina». E punta su nuovi mercati per aggirare gli shock ItalyPost - 04/06/2026	14
Pragmatika e FERVI Group sperimentano l'influencer experience per raccontare l'industria a nuove community digitali mediakey.it - 09/06/2026	17
Pragmatika e FERVI Group sperimentano l'influencer experience per raccontare l'industria a nuove community digitali adcgroup.it - 09/06/2026	19
Pragmatika e FERVI Group sperimentano l'influencer experience per raccontare l'industria a nuove community digitali Politicamentecorretto.com - 09/06/2026	21
FERVI Group punta sui content creator per valorizzare competenze e know-how ilgiornaledelmeccanico.it - 09/06/2026	24
FERVI Group sceglie l'influencer experience per valorizzare il proprio know-how industriale iocarrozziere.it - 09/06/2026	27
Eventi FERVI Group e Pragmatika portano gli influencer in fabbrica per raccontare l'industria alle community digitali Daily Net - 10/06/2026	30
FERVI GROUP E PRAGMATIKA: INFLUENCER MARKETING PER L'INDUSTRIA iferr.com - 10/06/2026	32
Pragmatika e Fervi Group sperimentano l'influencer experience ferrutensil.com - 10/06/2026	35
Fervi Group e Pragmatika: influencer marketing per l'industria iferronline.com - 10/06/2026	37
Pragmatika e FERVI Group sperimentano l'influencer experience per raccontare l'industria a nuove community digitali ferramenta2000.net - 10/06/2026	39
FERVI presenta il nuovo Carrello porta utensili C088: un mix perfetto fra praticità ed eleganza confindustriaemilia.it - 23/06/2026	42

FERVI punta sulla mobilità operativa con un nuovo carrello modulare iocarrozziere.it - 24/06/2026	44
FERVI amplia la sua offerta con un nuovo carrello porta utensili ilgiornaledelmeccanico.it - 24/06/2026	46
Fervi: nuovo carrello porta utensili C088 scootermagazine.it - 25/06/2026	48
Creator, fabbriche e cultura tecnica: il nuovo racconto di Fervi Group Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 25/06/2026	49
FERVI amplia l' offerta con il Cavalletto Morsa Portatile iFerr magazine - 29/06/2026	51
Fervi e la Stella al Merito del Lavoro di Maria Rita Aureli Ferrutensil - 29/06/2026	52
Il nuovo cavalletto morsa Fervi, robusto e portatile Ferrutensil - 29/06/2026	53
Fervi, nuovo Carrello porta utensili C088 ferrutensil.com - 29/06/2026	54
FERVI presenta il nuovo Carrello porta utensili C088 ferramenta2000.net - 30/06/2026	55

> 1 giugno 2026 alle ore 0:00



Officina compatta sempre a bordo...
e con il 24% di sconto!

FERVI



Noi camperisti lo sappiamo bene: la libertà quando si viaggia in camper dipende anche dall'essere pronti in caso di guasti e merita la sicurezza di avere un kit professionale sempre a portata di mano. Casca a fagiolo la **nuova valigetta portautensili di Fervi** (Articolo 0164): un concentrato di funzionalità in tessuto ultra-resistente, pensato per chi non vuole sorprese durante i viaggi. **Grazie alla Promo del 24%, puoi portare a casa 59 utensili e accessori a soli 82 €.** Un risparmio intelligente per una serie di attrezzi indispensabili. Il cuore di questo kit è la valigetta in tessuto robusto, con doppia maniglia superiore e pratica tracolla regolabile. Leggera e compatta, si infila ovunque, e **contiene tutto l'occorrente per piccole e medie riparazioni:** giraviti, pinze, chiavi e martello. Ideale per un rubinetto che perde o un portellone bloccato. Viaggiare sereni significa essere autonomi. Con Fervi, la manutenzione diventa una semplice pausa tecnica. Non lasciare nulla al caso: porta con te l'officina da viaggio.





ALBERTO CASATI **VICEPRESIDENTE FERV** **GROUP E BRAND** **AMBASSADOR MRO**

Il Consiglio di Amministrazione di Fervi Group ha nominato Alberto Casati nuovo vicepresidente del Gruppo, affidandogli anche il ruolo strategico di Brand Ambassador per il settore MRO (Maintenance, Repair & Operations): un passaggio importante nel percorso di crescita e posizionamento del Gruppo per rafforzare la propria presenza in un comparto sempre più centrale per l'efficienza, la continuità operativa e la competitività delle imprese. Casati siede da oltre 2 anni nel CdA di Fervi Group in qualità di Consigliere indipendente e la sua nuova responsabilità nasce quindi da una conoscenza già consolidata della visione aziendale, delle dinamiche interne e delle potenzialità di sviluppo del Gruppo.

Lombardo, classe 1960, nel suo percorso professionale Alberto Casati ha ricoperto ruoli di primo piano in importanti realtà internazionali, con una lunga esperienza (di ben 36 anni) in Black&Decker e Stanley Black&Decker con incarichi manageriali crescenti, arrivando a ricoprire il ruolo di vicepresidente SEMEA (Southern Europe, Middle East & Africa). Un'esperienza che gli ha permesso di maturare una profonda conoscenza dei mercati B2B, delle reti distributive, delle strategie commerciali e dello sviluppo internazionale.



> 1 giugno 2026 alle ore 0:00



Da Fervi la **WORKSTATION MOBILE** pensata per le officine

Il nuovo Cavalletto Morsa Portatile è dedicato ai professionisti che necessitano di una postazione stabile, robusta e facilmente trasportabile. Dotato di elevata capacità di carico e di un potente sistema di serraggio, garantisce praticità e versatilità grazie agli accessori dedicati

a cura della Redazione

Nel mondo delle lavorazioni professionali, la necessità di disporre di strumenti pratici, resistenti e facilmente trasportabili è diventata sempre più centrale. Gli operatori hanno bisogno di soluzioni che sappiano coniugare robustezza strutturale, velocità operativa e massima versatilità. È proprio in questa direzione che si inserisce il nuovo Cavalletto Morsa Portatile di Fervi, una soluzione progettata per trasformare qualsiasi spazio operativo in una postazione di lavoro efficiente, stabile e immediatamente pronta all'uso.

Una workstation portatile progettata per il lavoro professionale

Con il nuovo articolo 1515, Fervi amplia ulteriormente la propria offerta dedicata al settore professionale introducendo una struttura polifunzionale capace di adattarsi a molteplici esigenze operative. Il Cavalletto Morsa Portatile nasce infatti per garantire mobilità e affidabilità sia in officina sia nei contesti più dinamici. L'elemento che colpisce immediatamente è la



Il telaio in acciaio del Cavalletto Morsa Portatile Fervi è stato progettato per sopportare utilizzi intensivi e condizioni operative impegnative grazie a una capacità di carico fino a 300 kg

10

> 1 giugno 2026 alle ore 0:00

attualità

solidità della struttura. Il telaio in acciaio ad alta resistenza è stato progettato per sopportare utilizzi intensivi e condizioni operative impegnative, offrendo una capacità di carico fino a 300 kg. Un dato che evidenzia chiaramente la vocazione professionale del prodotto e la sua capacità di sostenere lavorazioni gravose senza compromettere stabilità e sicurezza.

Serraggio potente e mani sempre libere

Uno degli aspetti più innovativi del nuovo cavalletto è il sistema di serraggio a pedale, studiato per migliorare l'ergonomia e aumentare l'efficienza operativa. Grazie a questo meccanismo, l'operatore può bloccare il materiale mantenendo entrambe le mani libere durante la lavorazione, ottenendo così maggiore precisione e rapidità nei movimenti. La forza di serraggio raggiunge i 1.000 kg, permettendo di bloccare in modo stabile e sicuro anche componenti particolarmente ingombranti o difficili da gestire.

Stabilità assoluta anche su superfici irregolari

Uno dei problemi più frequenti delle postazioni di lavoro riguarda la stabilità: Fervi ha affrontato questa esigenza progettando una base a treppiede capace di garantire un appoggio sicuro anche su superfici sconnesse o non perfettamente livellate. Questo dettaglio tecnico rappresenta uno dei principali punti di forza del cavalletto, perché consente di operare con maggiore sicurezza anche in ambienti complessi, riducendo vibrazioni e movimenti indesiderati durante il serraggio e la lavorazione dei materiali. La configurazione a treppiede migliora inoltre la distribuzione del peso, aumentando la sensazione di solidità generale e contribuendo a una migliore esperienza d'uso per l'operatore.

Massima praticità nel trasporto e nello stoccaggio

Oltre alla robustezza, Fervi ha dedicato grande attenzione anche alla praticità quotidiana. Nonostante una struttura particolarmente resistente, il Cavalletto Morsa Portatile mantiene un peso complessivo di circa 20 kg e può essere facilmente ripiegato su sé stesso quando non utilizzato.

Una caratteristica che si traduce in minore ingombro durante il trasporto e una gestione più semplice all'interno di furgoni, officine o magazzini. Le due ruote integrate consentono inoltre di spostare il cavalletto come un trolley, facilitando notevolmente gli spostamenti tra diverse aree operative senza richiedere sforzi eccessivi. Per i professionisti che operano frequentemente in mobilità, questa combinazione tra compattezza, resistenza e trasportabilità rappresenta un vantaggio concreto in termini di organizzazione e rapidità di intervento.

**Un sistema modulare grazie agli accessori dedicati**

A rendere ancora più interessante la proposta Fervi è la disponibilità di una gamma di accessori progettati per ampliare ulteriormente le possibilità di utilizzo del cavalletto.

Il Supporto Universale (art. 1515/SU) permette ad esempio di installare piccoli macchinari trasformando il cavalletto in un vero banco da lavoro multifunzione. Una soluzione ideale per chi necessita di una postazione operativa completa ma facilmente trasportabile.

Per le lavorazioni specifiche sono inoltre disponibili accessori dedicati come le Ganasce per Metallo (art. 1515/GM), progettate per garantire un bloccaggio stabile di componenti metallici. Questa modularità consente agli operatori di configurare il cavalletto in base alle proprie esigenze professionali, aumentando la versatilità dello strumento e ottimizzando le diverse fasi di lavorazione.

Una risposta concreta alle esigenze di lavoro

Il nuovo Cavalletto Morsa Portatile di Fervi si inserisce perfettamente in un mercato che richiede strumenti sempre più flessibili, mobili e multifunzionali. La possibilità di avere una workstation stabile, potente e facilmente trasportabile rappresenta oggi un valore fondamentale per numerose categorie professionali.

Con questo prodotto, Fervi conferma ancora una volta la propria attenzione verso le reali esigenze dei professionisti, sviluppando attrezzature capaci di migliorare concretamente produttività, sicurezza e comfort operativo.

FERVI, ALBERTO CASATI È IL NUOVO VICEPRESIDENTE

Nuova nomina in FERV Group, impresa modenese di macchine, utensili e attrezzature per il settore MRO e fai-da-te. Risale



Alberto Casati, vicepresidente di FERV Group

infatti allo scorso aprile la designazione di Alberto Casati a vicepresidente del gruppo da parte del consiglio di amministrazione, che gli ha affidato anche il ruolo strategico di brand ambassador per il settore MRO - Maintenance, Repair & Operations: si tratta di un passaggio importante nel percorso di crescita e posizionamento di FERV, per rafforzare la propria presenza in un comparto sempre più centrale per l'efficienza, la continuità operativa e la competitività delle imprese.

Casati siede da oltre due anni nel CdA di FERV Group in qualità di consigliere indipendente e la sua nuova responsabilità

nasce quindi da una conoscenza già consolidata della visione aziendale, delle dinamiche interne e delle potenzialità di sviluppo del Gruppo.

Lombardo, classe 1960, nel suo percorso professionale Alberto Casati ha ricoperto ruoli di primo piano in importanti realtà internazionali, con una lunga esperienza in Black&Decker e Stanley Black&Decker con incarichi manageriali crescenti, arrivando a ricoprire il ruolo di vicepresidente SEMEA - Southern Europe, Middle East & Africa. Un'esperienza che gli ha permesso di maturare una profonda conoscenza dei mercati B2B, delle reti distributive, delle strategie commerciali e dello sviluppo internazionale.

Con il nuovo incarico, Casati avrà il compito di contribuire al consolidamento dell'identità di FERV Group, rafforzandone la reputazione presso clienti, partner, stakeholder e operatori del settore MRO. Il suo ruolo di brand ambassador sarà orientato a rappresentare i valori del Gruppo: competenza, affidabilità, innovazione, vicinanza al cliente e capacità di interpretare l'evoluzione del mercato.

“La nomina di Alberto Casati rappresenta per FERV Group una scelta di grande valore strategico; la sua esperienza internazionale, la profonda conoscenza dei mercati professionali e la capacità di leggere le trasformazioni del settore saranno fondamentali per accompagnare il Gruppo in una nuova fase di sviluppo, rinforzando il nostro ruolo nel mondo MRO e una relazione sempre più qualificata con clienti e partner”, dichiara Roberto Tunio, presidente di FERV Group, punto di riferimento nello scenario europeo per la ricerca, progettazione, produzione e distribuzione di macchine utensili e utensileria conformi ai più alti requisiti di qualità e affidabilità.

“Il settore MRO sta entrando in una fase decisiva; non è più soltanto fornitura di prodotti e soluzioni, ma un ecosistema di competenze, servizio, innovazione e continuità operativa. Le imprese chiedono partner capaci di comprendere i processi, anticipare i bisogni e generare valore nel tempo. Il mio nuovo obiettivo, dopo 43 anni di lavoro con ruoli manageriali nel settore, sarà contribuire a rendere FERV Group un punto di riferimento autorevo-

PUBBLICAZIONE: Fare
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: 0.00
REACH: 0

AUTORE:
PAGINA: 32.33
SUPERFICE: 8.00 %

> 1 giugno 2026 alle ore 0:00

le per questo cambiamento, valorizzando la forza del brand, sia nel mondo delle imprese sia nel comparto del fai da te più esigente”, conclude il neovicepresidente di FERV1 Group, Alberto Casati.

fare 33

vita industriale



FERVI festeggia con Maria Rita Aureli la Stella al Merito del Lavoro per 37 anni di impegno condiviso

a cura di Caterina Fortuzzi



L'azienda di Vignola si congratula con la propria collaboratrice, nominata Maestra del Lavoro dopo una carriera esemplare.

Vignola, 5 maggio 2026 – FERVl celebra insieme a Maria Rita Aureli un traguardo di grande prestigio: dopo 42 anni di attività lavorativa, di cui 37 trascorsi all'interno dell'azienda di Vignola, Aureli ha ricevuto la Stella al Merito del Lavoro, una delle più significative onorificenze civili italiane dedicate al mondo del lavoro.

Istituito nel 1923, il riconoscimento viene conferito ogni anno dal Presidente della Repubblica ai lavoratori che si sono distinti per perizia, dedizione, laboriosità e buona condotta morale.

Per FERVl, la nomina di Maria Rita Aureli rappresenta motivo di orgoglio e un'occasione per rendere



omaggio a una storia professionale profondamente intrecciata con quella dell'azienda.

L'onorificenza arriva poco dopo il suo pensionamento e celebra un percorso umano e lavorativo vissuto con senso di appartenenza, continuità e responsabilità.

In FERVl, Maria Rita Aureli ha accompagnato la crescita dell'impresa da realtà familiare a gruppo internazionale, contribuendo con impegno quotidiano alla sua evoluzione.

"È stata un'esperienza unica – ha commentato Maria Rita Aureli – e ho sempre sentito FERVl come casa mia. Il rapporto con i colleghi è stato il cuore di tutto e porterò con me un grande senso di gratitudine. A chi resta auguro di amare e di trovare soddisfazione nel proprio lavoro, affrontando ogni giornata con serenità".

A Maria Rita Aureli, Maestra del Lavoro dal 1° maggio 2026, vanno il ringraziamento e le congratulazioni di FERVl per una carriera esemplare e per un riconoscimento che premia non solo il valore di una lavoratrice, ma anche il legame costruito negli anni con l'azienda e con le persone che ne fanno parte.



 italypost.it/news/la-champion-ai-raggi-x/6839/rossi-nts-acquisizioni-mirate-per-creare-un-gruppo-dellelettronica-di-potenza.html

Camilla Consonni

3 giugno 2026

La modenese Fervi affronta la crisi «con disciplina». E punta su nuovi mercati per aggirare gli shock

L'azienda degli utensili professionali di Vignola ha anche approfittato del rallentamento congiunturale degli ultimi anni per rivedere il perimetro dei prodotti, puntando su linee di business a maggiore marginalità



L'amministratore delegato di Fervi Guido Greco (Courtesy Fervi)

Fondata nel 1978 a Vignola (MO), Fervi è una di quelle aziende che sembravano nate per restare medio-piccole e che invece, a un certo punto, hanno deciso di fare il salto di categoria, senza cambiare Dna. Storicamente specializzata in utensili e attrezzature professionali per officine, industria e manutenzione, da "officina di casa" dell'artigiano emiliano è diventata una piattaforma industriale con 5 società e oltre 160 dipendenti. Nel tempo il perimetro si è allargato con acquisizioni mirate – dalla modenese Ri-Flex Abrasives alla tedesca Vogel Germany, fino alla bolognese Rivit – integrate per rafforzare gamma e presenza sui mercati chiave. Il salto, però, è arrivato quando il gruppo ha affiancato alla tradizione una governance più muscolare, tra M&A selettiva e quotazione in Borsa nel 2018. Oggi, dopo il delisting, Fervi è tornata privata, ma molto più globale.



I numeri raccontano di una crescita solida, che è riuscita a sostenere le difficoltà congiunturali degli ultimi anni. Il fatturato consolidato è passato dai 24,1 milioni del 2018 ai 54,1 milioni del 2024, con un Cagr del 14,4%, mentre l'Ebitda è salito da 4,5 milioni a 7,3 milioni, pur scendendo percentualmente dal 18,5% al 13,4% dei ricavi. L'Ebitda medio 2022-2024 si colloca attorno al 14%, con un rapporto Pfn/Ebitda medio pari a 0,81. L'utile netto è cresciuto da 1,8 a 2,7 milioni. L'anno migliore per l'azienda è stato il 2023: 56,4 milioni di ricavi, 8,2 milioni di Ebitda e 3,9 milioni di utile. Poi, la frenata.

Perché il contesto non è più quello dei cicli espansivi facili. L'industria europea rallenta, la domanda si assottiglia, Fervi soffre insieme all'intero comparto. E il 2025 non ha risparmiato nessuno. L'azienda di Vignola, però, ha scelto di sfruttare il momento di rallentamento per fare selezione. «Nel 2025 abbiamo rilevato una contrazione dei ricavi, da 54 a 49 milioni – spiega l'amministratore delegato Guido Greco –, ma il dato va letto insieme a una scelta precisa: abbiamo abbandonato linee di business marginali che creavano complessità gestionale e organizzativa».

Meno fatturato, quindi, ma più leggibilità del perimetro, più coerenza industriale e, sostiene l'ad, più margini. Per Greco non si tratta di tirare il freno d'emergenza, ma di preparare il terreno alla prossima crescita: «In un anno in cui il fatturato è calato di 5 milioni abbiamo comunque generato 5 milioni di cassa e manteniamo un patrimonio netto vicino ai 35 milioni. Il dato negativo è il calo delle vendite, ma si tratta di una frenata pilotata per ripartire su linee di prodotto più profittevoli».

Il baricentro della strategia guarda sempre più fuori dall'Italia. Oggi l'export sfiora il 30% del fatturato e l'obiettivo è alzare ulteriormente l'asticella, usando la geografia come assicurazione contro crisi differenziate: Europa meridionale come base, Nord Europa e Gran Bretagna come fronti di espansione, Turchia in accelerazione, Stati Uniti in crescita nonostante i dazi. Nel 2024, poi, l'azienda ha aggiunto un tassello decisivo con la filiale cinese: «Prima avevamo un time to market vicino ai 12 mesi nel Paese – racconta Greco – ma oggi si è ridotto grazie alla presenza in loco di nostro personale che segue scouting, test e verifiche pre-shipping». Meno distanza tra idea e scaffale, per un gruppo che vende oltre 22 mila articoli a 4.500 rivenditori italiani e più di 8 mila clienti in oltre sessanta Paesi.

Ma è nella gestione dell'oggi che emerge la torsione più netta. Con il conflitto tra Iran e Usa, i prezzi di materie prime come il rame sono saliti del 20-30% in pochi mesi, così come i noli marittimi, mentre l'incertezza normativa sull'iper-ammortamento ha frenato il mercato interno. Fervi risponde con un dogma semplice: «Il nostro mantra è il controllo della marginalità di primo livello e dei costi fissi – sintetizza l'amministratore delegato – insieme a un'attenzione massima al circolante per avere risorse quando si presentano opportunità o quando i concorrenti sono più in difficoltà».

La stessa idea di "qualità della crescita" sta dietro al delisting. In Borsa Fervi ha ottenuto ciò che le serviva – visibilità, reputazione, attrattività verso talenti – ma l'Egm non è mai



diventato il mercato liquido immaginato: «Abbiamo ritenuto opportuno uscire per avere più libertà operativa e non dover inseguire ogni tre mesi una crescita di fatturato oggi difficile da ipotizzare», spiega Greco.

Nel momento più difficile, il gruppo non ha smesso di investire, con diversi milioni allocati su nuove infrastrutture e nello showroom di Vignola, trasformato in un “teatro” dove raccontare le anime del gruppo – Fervi, Ri-Flex, Vogel Germany e Rivit – e spostare la discussione con i clienti dal prezzo al servizio. A fare da filo rosso c'è la digitalizzazione, gestita con la stessa prudenza selettiva del portafoglio prodotti: niente maxi-piattaforme, ma «cherry picking» di strumenti, anche di intelligenza artificiale, testati da un piccolo team interno e applicati a forecasting, controllo di gestione e ciclo di vita del prodotto.

Sul 2026 il lessico resta sempre quello della cautela: «Non vogliamo essere pessimisti, ma realisti», dice Greco. Il primo trimestre, nonostante le tensioni di febbraio e marzo, è in linea con l'anno precedente e la generazione di cassa prosegue, sostenuta da un piano triennale 2026-2028 che coinvolge tutte le funzioni aziendali. «Navighiamo a vista perché il contesto è incerto, ma sappiamo bene dove vogliamo andare», conclude l'ad. Anche sul dossier M&A: Fervi resta pronta a cogliere le opportunità, ma solo se coerenti con la disciplina che le ha permesso di trasformare una frenata ciclica in un esercizio di messa a punto.

Fondata nel 1978 a Vignola (MO), l'azienda ha trasformato la specializzazione in attrezzature professionali in una piattaforma industriale da 15 società e oltre 160 dipendenti grazie ad acquisizioni globali ma mirate. Dopo il picco tra 2022 e 2023, nel 2025 il gruppo ha affrontato il rallentamento industriale con ricavi in calo a 49 milioni, ma ora punta su marginalità, generazione di cassa e razionalizzazione del portafoglio prodotti per tornare a crescere. La strategia guarda in particolare all'export, con focus su Europa, Turchia, Cina e Usa.



> 4 giugno 2026 alle ore 0:00

LA CHAMPION AI RAGGI X

L'azienda degli utensili professionali di Vignola ha anche approfittato del rallentamento congiunturale degli ultimi anni per rivedere il perimetro dei prodotti, puntando su linee di business a maggiore marginalità

La modenese Fervi affronta la crisi «con disciplina». E punta su nuovi mercati per aggirare gli shock

di Camilla Consonni

Fondata nel 1978 a Vignola (MO), Fervi è una di quelle aziende che sembravano nate per restare medio-piccole e che invece, a un certo punto, hanno deciso di fare il salto di categoria, senza cambiare Dna. Storicamente specializzata in utensili e attrezzature professionali per officine, industria e manutenzione, da "officina di casa" dell'artigiano emiliano è diventata una piattaforma industriale con 5 società e oltre 160 dipendenti. Nel tempo il perimetro si è allargato con acquisizioni mirate - dalla modenese Ri-Flex Abrasives alla tedesca Vogel Germany, fino alla bolognese Rivit - integrate per rafforzare gamma e presenza sui mercati chiave. Il salto, però, è arrivato quando il gruppo ha affiancato alla tradizione una governance più muscolare, tra M&A selettiva e quotazione in Borsa nel 2018. Oggi, dopo il delisting, Fervi è tornata privata, ma molto più globale.

I numeri raccontano di una crescita solida, che è riuscita a sostenere le difficoltà congiunturali degli ultimi anni. Il fatturato consolidato è passato dai 24,1 milioni del 2018 ai 54,1 milioni del 2024, con un Cagr

del 14,4%, mentre l'Ebitda è salito da 4,5 milioni a 7,3 milioni, pur scendendo percentualmente dal 18,5% al 13,4% dei ricavi. L'Ebitda medio 2022-2024 si colloca attorno al 14%, con un rapporto Pfn/Ebitda medio pari a 0,81. L'utile netto è cresciuto da 1,8 a 2,7 milioni. L'anno migliore per l'azienda è stato il 2023: 56,4 milioni di ricavi, 8,2 milioni di Ebitda e 3,9 milioni di utile. Poi, la frenata.

Perché il contesto non è più quello dei cicli espansivi facili. L'industria europea rallenta, la domanda si assottiglia, Fervi soffre insieme all'intero comparto. E il 2025 non ha risparmiato nessuno. L'azienda di Vignola, però, ha scelto di sfruttare il momento di rallentamento per fare selezione. «Nel 2025 abbiamo rilevato una contrazione dei ricavi, da 54 a 49 milioni - spiega l'amministratore delegato Guido Greco -, ma il dato va letto insieme a una scelta precisa: abbiamo abbandonato linee di business marginali che creavano complessità gestionale e organizzativa».

Meno fatturato, quindi, ma più leggibilità del perimetro, più coerenza industriale e, sostiene l'ad, più margini. Per Greco non si tratta di tirare il

freno d'emergenza, ma di preparare il terreno alla prossima crescita: «In un anno in cui il fatturato è calato di 5 milioni abbiamo comunque generato 5 milioni di cassa e manteniamo un patrimonio netto vicino ai 35 milioni. Il dato negativo è il calo delle vendite, ma si tratta di una frenata pilotata per ripartire su linee di prodotto più profittevoli».

Il baricentro della strategia guarda sempre più fuori dall'Italia. Oggi l'export sfiora il 30% del fatturato e l'obiettivo è alzare ulteriormente l'asticella, usando la geografia come assicurazione contro crisi differenziate: Europa meridionale come base, Nord Europa e Gran Bretagna come fronti di espansione, Turchia in accelerazione, Stati Uniti in crescita nonostante i dazi. Nel 2024, poi, l'azienda ha aggiunto un tassello decisivo con la filiale cinese: «Prima avevamo un time to market vicino ai 12 mesi nel Paese - racconta Greco - ma oggi si è ridotto grazie alla presenza in loco di nostro personale che segue scouting, test e verifiche pre-shipping». Meno distanza tra idea e scaffale, per un gruppo che vende oltre 22 mila articoli a 4.500 rivenditori italiani e più di 8 mila



> 4 giugno 2026 alle ore 0:00

clienti in oltre sessanta Paesi.

Ma è nella gestione dell'oggi che emerge la torsione più netta. Con il conflitto tra Iran e Usa, i prezzi di materie prime come il rame sono saliti del 20-30% in pochi mesi, così come i noli marittimi, mentre l'incertezza normativa sull'iper-ammortamento ha frenato il mercato interno. Fervi risponde con un dogma semplice: «Il nostro mantra è il controllo della marginalità di primo livello e dei costi fissi – sintetizza l'amministratore delegato – insieme a un'attenzione massima al circolante per avere risorse quando si presentano opportunità o quando i concorrenti sono più in difficoltà».

La stessa idea di "qualità della crescita" sta dietro al delisting. In Borsa Fervi ha ottenuto ciò che le serviva – visibilità, reputazione, attrattività verso talenti – ma l'Egm non è mai diventato il mercato liquido immaginato: «Abbiamo ritenuto opportuno uscire per avere più libertà operativa e non dover inseguire ogni tre mesi una crescita di fatturato oggi difficile da ipotizzare», spiega Greco.

Nel momento più difficile, il gruppo non ha smesso di investire, con diversi milioni allocati su nuove infrastrutture e nello showroom di Vignola, trasformato in un "teatro" dove raccontare le anime del gruppo – Fervi, Ri-Flex, Vogel Germany e Rivit – e spostare la discussione con i clienti dal prezzo al servizio. A fare da filo rosso c'è la digitalizzazione, gestita con la stessa prudenza selettiva del portafoglio prodotti: niente maxi-piattaforme, ma «cherry picking» di strumenti, anche di intelligenza artificiale, testati da un piccolo team interno e applicati a forecasting, controllo di gestione e ciclo di vita del prodotto.

Sul 2026 il lessico resta sempre quello della cautela: «Non vogliamo essere pessimisti, ma realisti», dice Greco. Il primo trimestre, nonostante le tensioni di febbraio e marzo, è in linea con l'anno precedente e la generazione di cassa prosegue, sostenuta da un piano triennale 2026-2028 che coinvolge tutte le funzioni aziendali. «Navighiamo a vista perché il contesto è incerto, ma sappiamo bene dove vogliamo an-

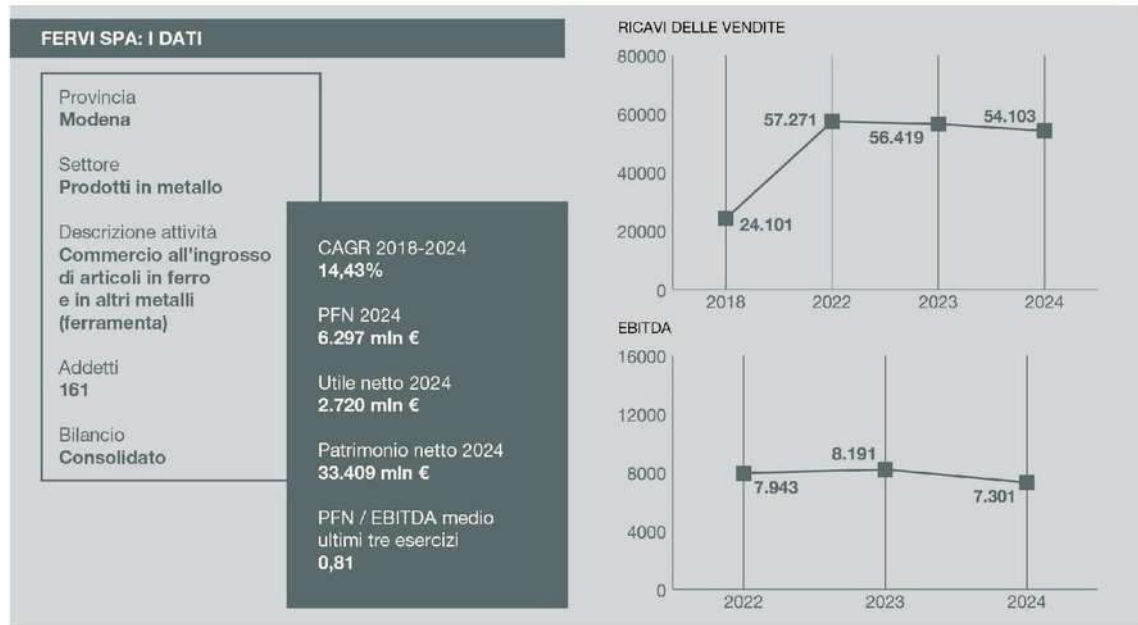
dare», conclude l'ad. Anche sul dossier M&A: Fervi resta pronta a cogliere le opportunità, ma solo se coerenti con la disciplina che le ha permesso di trasformare una frenata ciclica in un esercizio di messa a punto.

L'AZIENDA

Fondata nel 1978 a Vignola (MO), l'azienda ha trasformato la specializzazione in attrezzature professionali in una piattaforma industriale da 15 società e oltre 160 dipendenti grazie ad acquisizioni globali ma mirate. Dopo il picco tra 2022 e 2023, nel 2025 il gruppo ha affrontato il rallentamento industriale con ricavi in calo a 49 milioni, ma ora punta su marginalità, generazione di cassa e razionalizzazione del portafoglio prodotti per tornare a crescere. La strategia guarda in particolare all'export, con focus su Europa, Turchia, Cina e Usa.



> 4 giugno 2026 alle ore 0:00



— L'amministratore delegato di Fervi Guido Greco (Courtesy Fervi)



Pragmatika e FERVI Group sperimentano l'influencer experience per raccontare l'industria a nuove community digitali



Due intense giornate tra aziende del Gruppo, MRO Valley e Motor Valley, per trasformare una visita in fabbrica in una serie di contenuti autentici, verticali e ad alto valore narrativo.

Raccontare un gruppo industriale attraverso lo sguardo diretto di creator selezionati, capaci di parlare a community digitali verticali e qualificate, è questo l'obiettivo del primo Influencer Tour di FERVI Group, organizzato con il supporto strategico e operativo dell'agenzia bolognese Pragmatika, che ha curato la selezione dei profili, la gestione delle relazioni e il coordinamento editoriale dei contenuti social.

L'iniziativa nasce come nuovo strumento di supporto al marketing del Gruppo, con l'obiettivo di rendere più accessibile, concreto e coinvolgente il racconto di una realtà industriale articolata, attiva nel mondo dell'MRO – Maintenance, Repair and Operations – e punto di riferimento per professionisti, officine, aziende e operatori tecnici.

Non una semplice attività di influencer marketing, quindi, ma un'esperienza immersiva pensata per far entrare i creator nel cuore del Gruppo: nelle aziende, nei processi produttivi, negli showroom, nei luoghi dove competenze, innovazione e cultura tecnica diventano prodotti, soluzioni e servizi.

Il tour, infatti, si è sviluppato nell'arco di due giornate e ha coinvolto diverse realtà di FERVI Group, nelle province di Bologna e Modena: la prima tappa si è svolta in Rivit, dove gli influencer hanno potuto approfondire il mondo dei sistemi di fissaggio attraverso dimostrazioni pratiche e momenti di confronto con gli esperti aziendali. Il percorso è poi proseguito nello stabilimento produttivo di Riflex, per scoprire da vicino il processo di realizzazione dei dischi lamellari, fino ad arrivare nella sede di FERVI, dove i creator hanno visitato gli showroom dedicati a macchine utensili, attrezzature da officina e soluzioni professionali.



Accanto alla componente industriale e tecnica, il progetto ha integrato anche una dimensione esperienziale legata al territorio emiliano. I partecipanti sono stati accompagnati alla scoperta di alcuni luoghi simbolici della cultura produttiva e identitaria locale: dalla cena in un'antica acetaia, con un focus sulla tradizione modenese dell'aceto balsamico, alla visita al Museo Ferrari di Maranello, icona internazionale della Motor Valley.

La selezione degli influencer, curata da Pragmatika, è stata costruita non solo sulla base della visibilità dei profili, ma soprattutto considerando la qualità dei contenuti, la coerenza con i pubblici di riferimento e la capacità di raccontare in modo credibile il mondo tecnico, industriale e professionale.

“Abbiamo voluto creare un'esperienza che permettesse agli influencer di entrare davvero in contatto con il nostro mondo, andando oltre il prodotto e mostrando le persone, i processi e i valori che caratterizzano FERVI Group. In quest'ottica, il supporto di Pragmatika è stato fondamentale sia nella selezione di creator coerenti con il nostro posizionamento sia nella gestione operativa e relazionale dell'intero progetto”, commenta Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di FERVI Group.

“Per le aziende industriali, l'influencer marketing può diventare oggi uno strumento strategico per costruire relazioni autentiche con community verticali e altamente coinvolte -, aggiunge Rossella Lucangelo, CEO di Pragmatika -. Il valore di questi progetti non nasce dalla semplice pubblicazione di contenuti, ma dalla capacità di creare connessioni credibili tra brand e creator. L'esperienza diretta permette di trasformare la visita in racconto, il prodotto in competenza condivisa e la comunicazione aziendale in una narrazione più spontanea, appassionata e coerente con il posizionamento del Gruppo”.

Con questo progetto, FERVI Group e Pragmatika sperimentano un modello di comunicazione capace di unire marketing industriale, creator economy e valorizzazione del territorio, aprendo nuove possibilità per il racconto delle imprese manifatturiere italiane sui canali digitali.

Pragmatika e FERVI Group sperimentano l'influencer experience per raccontare l'industria a nuove community digitali

adcgroup.it/adv-express/news/industry/digital/pragmatika-e-fervi-group-sperimentano-l-influencer-experience-per-raccontare-l-industria-a-nuove-community-digitali.html

9 giugno 2026



Due giornate tra aziende del Gruppo, MRO Valley e Motor Valley, per trasformare una visita in fabbrica in una serie di contenuti autentici, verticali e ad alto valore narrativo.

Raccontare un gruppo industriale attraverso lo sguardo diretto di creator selezionati, capaci di parlare a community digitali verticali e qualificate, è questo l'obiettivo del primo **Influencer Tour di FERVI Group**, organizzato con il supporto strategico e operativo dell'agenzia bolognese **Pragmatika**, che ha curato la selezione dei profili, la gestione delle relazioni e il coordinamento editoriale dei contenuti social.

L'iniziativa nasce come nuovo strumento di supporto al marketing del Gruppo, con l'obiettivo di rendere più accessibile, concreto e coinvolgente il racconto di una realtà industriale articolata, attiva nel mondo dell'MRO – Maintenance, Repair and Operations – e punto di riferimento per professionisti, officine, aziende e operatori tecnici.

Non una semplice attività di influencer marketing, quindi, ma un'esperienza immersiva pensata per far entrare i creator nel cuore del Gruppo: nelle aziende, nei processi produttivi, negli showroom, nei luoghi dove competenze, innovazione e cultura tecnica diventano prodotti, soluzioni e servizi.

Il tour, infatti, si è sviluppato nell'arco di due giornate e ha coinvolto diverse realtà di FERVI Group, nelle province di Bologna e Modena: la prima tappa si è svolta in Rivit, dove gli influencer hanno potuto approfondire il



mondo dei sistemi di fissaggio attraverso dimostrazioni pratiche e momenti di confronto con gli esperti aziendali. Il percorso è poi proseguito nello stabilimento produttivo di Riflex, per scoprire da vicino il processo di realizzazione dei dischi lamellari, fino ad arrivare nella sede di FERVI, dove i creator hanno visitato gli showroom dedicati a macchine utensili, attrezzature da officina e soluzioni professionali.

Accanto alla componente industriale e tecnica, il progetto **ha integrato anche una dimensione esperienziale legata al territorio emiliano**. I partecipanti sono stati accompagnati alla scoperta di alcuni luoghi simbolici della cultura produttiva e identitaria locale: dalla cena in un'antica acetaia, con un focus sulla tradizione modenese dell'aceto balsamico, alla visita al Museo Ferrari di Maranello, icona internazionale della Motor Valley.

La selezione degli influencer, curata da Pragmatika, è stata costruita non solo sulla base della visibilità dei profili, ma soprattutto considerando **la qualità dei contenuti, la coerenza con i pubblici di riferimento e la capacità di raccontare in modo credibile il mondo tecnico, industriale e professionale**.

“Abbiamo voluto creare un'esperienza che permettesse agli influencer di entrare davvero in contatto con il nostro mondo, andando oltre il prodotto e mostrando le persone, i processi e i valori che caratterizzano FERVI Group. In quest'ottica, il supporto di Pragmatika è stato fondamentale sia nella selezione di creator coerenti con il nostro posizionamento sia nella gestione operativa e relazionale dell'intero progetto”, commenta **Ermanno Lucci**, Direttore Sales & Marketing di FERVI Group.

“Per le aziende industriali, **l'influencer marketing può diventare oggi uno strumento strategico per costruire relazioni autentiche con community verticali e altamente coinvolte**”, aggiunge **Rossella Lucangelo**, CEO di Pragmatika -. Il valore di questi progetti non nasce dalla semplice pubblicazione di contenuti, ma dalla capacità di creare connessioni credibili tra brand e creator. L'esperienza diretta permette di trasformare la visita in racconto, il prodotto in competenza condivisa e la comunicazione aziendale in una narrazione più spontanea, appassionata e coerente con il posizionamento del Gruppo”.

Con questo progetto, FERVI Group e Pragmatika sperimentano **un modello di comunicazione capace di unire marketing industriale, creator economy e valorizzazione del territorio**, aprendo nuove possibilità per il racconto delle imprese manifatturiere italiane sui canali digitali.

PUBBLICAZIONE: Politicamentecorretto.com

PAESE: ITA

TIPOLOGIA: Web

AVE: €31.55

REACH: 2315

CATEGORIA DEL SITO WEB: Law and Government/Law and Government

VISITE MENSILI: 70395.54

AUTORE:

URL: www.policamentecorretto.com



[> Versione Online](#)

> 9 giugno 2026 alle ore 10:20



Economia, impresa e lavoro

Pragmatika e FERVI Group sperimentano l'influencer experience per raccontare l'industria a nuove community digitali

Di giornale - Giugno 9, 2026 14 0



Pragmatika e FERVI Group sperimentano l'influencer experience per raccontare l'industria a nuove community digitali

Pragmatika e FERVI Group sperimentano l'influencer experience per raccontare l'industria a nuove community digitali

Due intense giornate tra aziende del Gruppo, MRO Valley e Motor Valley, per trasformare una visita in fabbrica in una serie di contenuti autentici, verticali e ad alto valore narrativo.

Bologna, 09 giugno 2026 – Raccontare un gruppo industriale attraverso lo sguardo diretto di creator selezionati, capaci di parlare a community digitali verticali e qualificate, è questo l'obiettivo del primo Influencer Tour di FERVI Group, organizzato con il supporto strategico e operativo dell'agenzia bolognese Pragmatika, che ha curato la selezione dei profili, la gestione delle relazioni e il coordinamento editoriale dei contenuti social.

L'iniziativa nasce come nuovo strumento di supporto al marketing del Gruppo, con l'obiettivo di rendere più accessibile, concreto e coinvolgente il racconto di una realtà industriale articolata, attiva nel mondo dell'MRO – Maintenance, Repair and Operations – e punto di riferimento per professionisti, officine, aziende e operatori tecnici.

Non una semplice attività di influencer marketing, quindi, ma un'esperienza immersiva pensata per far entrare i creator nel cuore del Gruppo: nelle aziende, nei processi produttivi, negli showroom, nei luoghi dove competenze, innovazione e cultura tecnica diventano prodotti, soluzioni e servizi.

Il tour, infatti, si è sviluppato nell'arco di due giornate e ha coinvolto diverse realtà di FERVI Group, nelle province di Bologna e Modena: la prima tappa si è svolta in Rivit, dove gli influencer hanno potuto approfondire il mondo dei sistemi di fissaggio attraverso dimostrazioni pratiche e momenti di confronto con gli esperti aziendali. Il percorso è poi proseguito nello stabilimento produttivo di Riflex, per scoprire da vicino il processo di realizzazione dei dischi lamellari, fino ad arrivare nella sede di FERVI, dove i creator hanno visitato gli showroom dedicati a macchine utensili, attrezzature da officina e soluzioni professionali.

Accanto alla componente industriale e tecnica, il progetto ha integrato anche una dimensione esperienziale legata al territorio emiliano. I partecipanti sono stati accompagnati alla scoperta di alcuni luoghi simbolici della cultura produttiva e identitaria locale: dalla cena in un'antica acetaia, con un focus sulla tradizione modenese dell'aceto balsamico, alla visita al Museo Ferrari di Maranello, icona internazionale della Motor Valley.

La selezione degli influencer, curata da Pragmatika, è stata costruita non solo sulla base della visibilità dei profili, ma soprattutto considerando la qualità dei contenuti, la coerenza con i pubblici di riferimento e la capacità di raccontare in modo credibile il mondo tecnico, industriale e professionale.



“Abbiamo voluto creare un'esperienza che permettesse agli influencer di entrare davvero in contatto con il nostro mondo, andando oltre il prodotto e mostrando le persone, i processi e i valori che caratterizzano FERVI Group. In quest'ottica, il supporto di Pragmatika è stato fondamentale sia nella selezione di creator coerenti con il nostro posizionamento sia nella gestione operativa e relazionale dell'intero progetto”, commenta Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di FERVI Group

“Per le aziende industriali, l'influencer marketing può diventare oggi uno strumento strategico per costruire relazioni autentiche con community verticali e altamente coinvolte -, aggiunge Rossella Lucangelo, CEO di Pragmatika Il valore di questi progetti non nasce dalla semplice pubblicazione di contenuti, ma dalla capacità di creare connessioni credibili tra brand e creator. L'esperienza diretta permette di trasformare la visita in racconto, il prodotto in competenza condivisa e la comunicazione aziendale in una narrazione più spontanea, appassionata e coerente con il posizionamento del Gruppo”.

Con questo progetto, FERVI Group e Pragmatika sperimentano un modello di comunicazione capace di unire marketing industriale, creator economy e valorizzazione del territorio, aprendo nuove possibilità per il racconto delle imprese manifatturiere italiane sui canali digitali.



> 9 giugno 2026 alle ore 15:47

FERVI Group punta sui content creator per valorizzare competenze e know-how





Raccontare il mondo manifatturiero con linguaggi capaci di raggiungere pubblici sempre più specializzati e digitali. È da questa esigenza che nasce il primo Influencer Tour promosso da FERVI Group e organizzato con il supporto strategico e operativo dell'agenzia bolognese Pragmatika, un progetto sviluppato per valorizzare il patrimonio industriale del Gruppo attraverso il contributo di creator selezionati e attivi in ambiti professionali e tecnici.

L'iniziativa rappresenta un'evoluzione delle tradizionali attività di marketing e punta a costruire una narrazione più autentica e immediata delle competenze, delle tecnologie e delle persone che operano all'interno delle aziende del Gruppo.

Due giorni nel cuore delle attività del Gruppo

Il programma si è articolato su due giornate durante le quali i partecipanti hanno avuto l'opportunità di visitare alcune delle principali realtà industriali che fanno parte dell'universo FERVI Group tra le province di Bologna e Modena.

Il percorso è iniziato presso Rivit, dove i creator hanno approfondito il settore dei sistemi di fissaggio attraverso dimostrazioni applicative e momenti di confronto con i professionisti dell'azienda. Successivamente il tour ha fatto tappa nello stabilimento di Riflex, consentendo ai partecipanti di osservare da vicino le diverse fasi produttive legate alla realizzazione dei dischi lamellari.

L'esperienza si è conclusa nella sede di FERVI, con la visita agli showroom dedicati alle macchine utensili, alle attrezzature per officina e alle soluzioni professionali rivolte agli operatori del settore.

L'obiettivo del progetto non era limitarsi alla presentazione di prodotti e processi produttivi, ma offrire una visione più completa dell'identità del Gruppo. Per questo motivo il tour ha previsto anche momenti dedicati alla scoperta del territorio emiliano, elemento strettamente legato alla cultura industriale locale.

I partecipanti hanno potuto conoscere alcune delle eccellenze che caratterizzano l'area, tra cui una storica acetaia modenese e il Museo Ferrari di Maranello, simbolo riconosciuto a livello internazionale della Motor Valley.

Creator scelti per competenza e autorevolezza

Uno degli aspetti distintivi dell'iniziativa è stato il processo di selezione dei creator coinvolti. La scelta non si è basata esclusivamente sui numeri o sulla portata delle rispettive community, ma soprattutto sulla capacità di produrre contenuti di qualità e di dialogare con pubblici interessati ai temi dell'industria, della manutenzione e delle attività professionali.

L'obiettivo era individuare figure in grado di interpretare e raccontare il mondo tecnico con credibilità, trasformando la visita in contenuti utili e rilevanti per le proprie audience.

Con questa iniziativa FERVI Group sperimenta nuove modalità di racconto aziendale, puntando su un contatto diretto tra il mondo della produzione e i canali digitali. Un progetto che conferma come anche il settore industriale stia evolvendo il proprio modo di comunicare, valorizzando esperienze sul campo e testimonianze autentiche per avvicinare il pubblico alla realtà delle imprese.



PUBBLICAZIONE: iocarrozziere.it

PAESE: ITA

TIPOLOGIA: Web

AVE: €0.27

REACH: 27

CATEGORIA DEL SITO WEB:

VISITE MENSILI: 845.16

AUTORE:

URL: www.iocarrozziere.it



[> Versione Online](#)

> 9 giugno 2026 alle ore 15:54

FERVI Group sceglie l'influencer experience per valorizzare il proprio know-how industriale





Raccontare il mondo manifatturiero con linguaggi capaci di raggiungere pubblici sempre più specializzati e digitali. È da questa esigenza che nasce il primo Influencer Tour promosso da FERVI Group e organizzato con il supporto strategico e operativo dell'agenzia bolognese Pragmatika, un progetto sviluppato per valorizzare il patrimonio industriale del Gruppo attraverso il contributo di creator selezionati e attivi in ambiti professionali e tecnici. L'iniziativa rappresenta un'evoluzione delle tradizionali attività di marketing e punta a costruire una narrazione più autentica e immediata delle competenze, delle tecnologie e delle persone che operano all'interno delle aziende del Gruppo.

Due giorni nel cuore delle attività del Gruppo Il programma si è articolato su due giornate durante le quali i partecipanti hanno avuto l'opportunità di visitare alcune delle principali realtà industriali che fanno parte dell'universo FERVI Group tra le province di Bologna e Modena.

Il percorso è iniziato presso Rivit, dove i creator hanno approfondito il settore dei sistemi di fissaggio attraverso dimostrazioni applicative e momenti di confronto con i professionisti dell'azienda. Successivamente il tour ha fatto tappa nello stabilimento di Riflex, consentendo ai partecipanti di osservare da vicino le diverse fasi produttive legate alla realizzazione dei dischi lamellari.

L'esperienza si è conclusa nella sede di FERVI, con la visita agli showroom dedicati alle macchine utensili, alle attrezzature per officina e alle soluzioni professionali rivolte agli operatori del settore.

L'obiettivo del progetto non era limitarsi alla presentazione di prodotti e processi produttivi, ma offrire una visione più completa dell'identità del Gruppo. Per questo motivo il tour ha previsto anche momenti dedicati alla scoperta del territorio emiliano, elemento strettamente legato alla cultura industriale locale.

I partecipanti hanno potuto conoscere alcune delle eccellenze che caratterizzano l'area, tra cui una storica acetaia modenese e il Museo Ferrari di Maranello, simbolo riconosciuto a livello internazionale della Motor Valley.

Creator scelti per competenza e autorevolezza Uno degli aspetti distintivi dell'iniziativa è stato il processo di selezione dei creator coinvolti. La scelta non si è basata esclusivamente sui numeri o sulla portata delle rispettive community, ma soprattutto sulla capacità di produrre contenuti di qualità e di dialogare con pubblici interessati ai temi dell'industria, della manutenzione e delle attività professionali.

L'obiettivo era individuare figure in grado di interpretare e raccontare il mondo tecnico con credibilità, trasformando la visita in contenuti utili e rilevanti per le proprie audience.

Con questa iniziativa FERVI Group sperimenta nuove modalità di racconto aziendale, puntando su un contatto diretto tra il mondo della produzione e i canali digitali. Un progetto che conferma come anche il settore industriale stia evolvendo il proprio modo di comunicare, valorizzando esperienze sul campo e testimonianze autentiche per avvicinare il pubblico alla realtà delle imprese.





> 10 giugno 2026 alle ore 0:00

Eventi FERVI Group e Pragmatika portano gli influencer in fabbrica per raccontare l'industria alle community digitali

L'agenzia ha curato selezione dei creator, relazioni e coordinamento editoriale di un progetto pensato per rendere più accessibile e coinvolgente il racconto del mondo MRO

Raccontare un gruppo industriale attraverso lo sguardo diretto di creator capaci di dialogare con community digitali verticali e qualificate. È l'obiettivo del primo Influencer Tour di FERVI Group, organizzato con il supporto strategico e operativo dell'agenzia bolognese Pragmatika. L'iniziativa nasce come nuovo strumento a supporto del marketing del Gruppo e punta a rendere più accessibile, concreto e coinvolgente il racconto di una realtà industriale attiva nel settore MRO, Maintenance, Repair and Operations, punto di riferimento per professionisti, officine, aziende e operatori tecnici.

OLTRE L'INFLUENCER MARKETING

Il progetto supera i confini della tradizionale attività di influencer marketing e si configura come un'esperienza immersiva costruita per permettere ai creator di entrare nel cuore del Gruppo. L'obiettivo è mostrare non solo prodotti e soluzioni, ma anche persone, processi, competenze e cultura tecnica. Un approccio

che trasforma la visita aziendale in un'occasione di conoscenza diretta e produzione di contenuti autentici, verticali e ad alto valore narrativo. Il tour si è sviluppato nell'arco di due giornate e ha coinvolto diverse realtà di FERVI Group nelle province di Bologna e Modena. La prima tappa si è svolta in Rivit, dove gli influencer hanno approfondito il mondo dei sistemi di fissaggio attraverso dimostrazioni pratiche e momenti di confronto con gli esperti aziendali. Il percorso è poi proseguito nello stabilimento produttivo di tiRiflex, dove i partecipanti hanno scoperto da vicino il processo di realizzazione dei dischi lamellari. L'esperienza si è conclusa nella sede di FERVI, con la visita agli showrooms dedicati a macchine utensili, attrezzature da officina e soluzioni professionali. Accanto alla dimensione tecnica e industriale, il progetto ha valorizzato anche il legame con il territorio emiliano. I creator hanno visitato alcuni luoghi simbolo della cultura produttiva locale, rafforzando il collegamento tra identità industriale e patrimonio territoriale. Tra

i momenti più significativi figurano la cena in un'antica acetaia, accompagnata da un approfondimento sulla tradizione modenese dell'aceto balsamico, e la visita al Museo Ferrari di Maranello, una delle icone più riconoscibili della Motor Valley. Un percorso che ha contribuito ad ampliare la narrazione del Gruppo, inserendola in un contesto culturale e produttivo fortemente identitario. La selezione degli influencer, curata da Pragmatika, è stata costruita non sulla sola visibilità dei profili, ma soprattutto sulla qualità dei contenuti, sulla coerenza con i pubblici di riferimento e sulla capacità di raccontare in modo credibile il mondo tecnico, industriale e professionale.

VALORIZZARE IL TERRITORIO EMILIANO

"Abbiamo voluto creare un'esperienza che permettesse agli influencer di entrare davvero in contatto con il nostro mondo, andando oltre il prodotto e mostrando le persone, i processi e i valori che caratterizzano FERVI Group. In quest'ottica, il supporto di Pragmatika è fondamentale sia

> 10 giugno 2026 alle ore 0:00

nella selezione di creator coerenti con il nostro posizionamento sia nella gestione operativa e relazionale dell'intero progetto", commenta Ermanno Lucci, direttore sales & marketing di FERVI Group. Per Rossella Lucangelo, CEO di Pragmatika, l'influencer marketing rappresenta oggi una leva strategica anche per le aziende industriali: "Per le aziende industriali, l'influencer marketing può diventare uno strumento strategico per costruire relazioni autentiche

con community verticali e altamente coinvolte. Il valore di questi progetti non nasce dalla semplice pubblicazione di contenuti, ma dalla capacità di creare connessioni credibili tra brand e creator. L'esperienza diretta permette di trasformare la visita in racconto, il prodotto in competenza condivisa e la comunicazione aziendale in una narrazione più spontanea, appassionata e coerente con il posizionamento del Grup-

po". Con questa iniziativa, FERVI Group e Pragmatika sperimentano un modello di comunicazione che unisce marketing industriale, creator economy e valorizzazione del territorio, aprendo nuove opportunità per il racconto delle imprese manifatturiere italiane sui canali digitali.



UN MOMENTO DEL PRIMO INFLUENCER TOUR DI FERVI GROUP E PRAGMATIKA



FERVI GROUP E PRAGMATIKA: INFLUENCER MARKETING PER L'INDUSTRIA

iferr.com/fervi-group-e-pragmatika-influencer-marketing-per-lindustria

Paola Rotondo

June 10, 2026



Due giorni tra aziende, MRO Valley e Motor Valley per trasformare la visita in fabbrica in contenuti autentici e coinvolgenti dedicati al mondo tecnico e professionale.

L'influencer marketing entra nel settore industriale. [FERVI Group](#), realtà di riferimento nel mercato MRO (Maintenance, Repair and Operations), ha lanciato il suo **primo Influencer Tour in collaborazione con Pragmatika**, agenzia bolognese specializzata in comunicazione e marketing digitale.

L'iniziativa nasce con l'obiettivo di sperimentare **nuove modalità di comunicazione per il settore manifatturiero**, coinvolgendo creator selezionati capaci di dialogare con community verticali e altamente qualificate. Un progetto che punta a rendere più accessibile e coinvolgente il racconto dell'industria attraverso contenuti autentici, esperienziali e ad alto valore narrativo.

Influencer marketing e industria: un nuovo approccio alla comunicazione B2B

L'Influencer Tour non è stato concepito come una tradizionale attività di influencer marketing, ma come un'esperienza immersiva che ha permesso ai creator di entrare nel cuore delle aziende del Gruppo, osservando da vicino processi produttivi, competenze tecniche e innovazione industriale. **Per due giornate, gli influencer hanno visitato**



alcune delle principali realtà di FERRI Group nelle province di Bologna e Modena, vivendo un percorso pensato per trasformare la visita aziendale in una narrazione spontanea e credibile destinata ai canali social.

Le tappe del tour tra Rivit, Riflex e FERRI

Il programma ha preso il via presso Rivit, dove i partecipanti hanno approfondito il mondo dei sistemi di fissaggio attraverso dimostrazioni pratiche e incontri con gli specialisti aziendali. Successivamente il gruppo ha visitato lo **stabilimento produttivo di Riflex**, entrando nel vivo del processo di realizzazione dei dischi lamellari e osservando le diverse fasi produttive. L'esperienza si è conclusa nella sede di FERRI, con una **visita agli showroom dedicati alle macchine utensili, alle attrezzature da officina e alle soluzioni professionali** rivolte ad aziende, artigiani e operatori del settore.

Tra MRO Valley e Motor Valley: l'esperienza del territorio emiliano

Accanto agli aspetti industriali, il progetto ha valorizzato anche il **territorio emiliano**, elemento distintivo dell'identità del Gruppo. I creator hanno partecipato a una cena in un'antica acetaia modenese per conoscere la tradizione dell'aceto balsamico e hanno visitato il Museo Ferrari di Maranello, uno dei simboli internazionali della Motor Valley, contribuendo così a raccontare il legame tra industria, cultura produttiva e territorio.

La selezione dei creator curata da Pragmatika

La scelta degli influencer è stata affidata a Pragmatika, che ha curato la selezione dei profili, la gestione delle relazioni e il coordinamento editoriale dei contenuti social. I creator coinvolti sono stati individuati non soltanto in base alla visibilità delle proprie community, ma soprattutto per la qualità dei contenuti, la coerenza con il target professionale e la capacità di raccontare in modo credibile il mondo tecnico e industriale.

"Abbiamo voluto creare un'esperienza che permettesse agli influencer di entrare davvero in contatto con il nostro mondo, andando oltre il prodotto e mostrando le persone, i processi e i valori che caratterizzano FERRI Group. In quest'ottica, il supporto di Pragmatika è stato fondamentale sia nella selezione di creator coerenti con il nostro posizionamento sia nella gestione operativa e relazionale dell'intero progetto", ha dichiarato **Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di FERRI Group**.

"Per le aziende industriali, l'influencer marketing può diventare oggi uno strumento strategico per costruire relazioni autentiche con community verticali e altamente coinvolte. Il valore di questi progetti nasce dalla capacità di creare connessioni credibili tra brand e creator, trasformando l'esperienza diretta in contenuti spontanei, competenti e coerenti con il posizionamento aziendale", ha aggiunto **Rossella Lucangelo, CEO di Pragmatika**.

PUBBLICAZIONE: iferr.com

PAESE: ITA

TIPOLOGIA: Web

AVE: 0.00

REACH: 3.85

CATEGORIA DEL SITO WEB:

VISITE MENSILI:

AUTORE:

URL:



[> Versione Online](#)

> 10 giugno 2026 alle ore 0:00

Un modello innovativo per il marketing industriale

Con questa iniziativa, FERVI Group e Pragmatika sperimentano un nuovo modello di comunicazione che integra marketing industriale, creator economy e valorizzazione del territorio. Un progetto che apre nuove prospettive per le imprese manifatturiere italiane, dimostrando come anche i settori più tecnici possano dialogare efficacemente con le nuove community digitali attraverso linguaggi autentici, esperienze dirette e contenuti di qualità.



Pragmatika e Fervi Group sperimentano l'influencer experience



Raccontare un gruppo industriale attraverso lo sguardo diretto di creator selezionati, capaci di parlare a community digitali verticali e qualificate, è questo l'obiettivo del primo Influencer Tour di Fervi Group, organizzato con il supporto strategico e operativo dell'agenzia bolognese Pragmatika, che ha curato la selezione dei profili, la gestione delle relazioni e il coordinamento editoriale dei contenuti social.

L'iniziativa nasce come nuovo strumento di supporto al marketing del Gruppo, con l'obiettivo di rendere più accessibile, concreto e coinvolgente il racconto di una realtà industriale articolata, attiva nel mondo dell'MRO – Maintenance, Repair and Operations – e punto di riferimento per professionisti, officine, aziende e operatori tecnici.

Non una semplice attività di influencer marketing, quindi, ma un'esperienza immersiva pensata per far entrare i creator nel cuore del Gruppo: nelle aziende, nei processi produttivi, negli showroom, nei luoghi dove competenze, innovazione e cultura tecnica diventano prodotti, soluzioni e servizi.

Il tour, infatti, si è sviluppato nell'arco di due giornate e ha coinvolto diverse realtà di Fervi Group, nelle province di Bologna e Modena: la prima tappa si è svolta in Rivit, dove gli influencer hanno potuto approfondire il mondo dei sistemi di fissaggio attraverso dimostrazioni pratiche e momenti di confronto con gli esperti aziendali. Il percorso è poi proseguito nello stabilimento produttivo di Riflex, per scoprire da vicino il processo di realizzazione dei dischi lamellari, fino ad arrivare nella sede di Fervi, dove i creator hanno visitato gli showroom dedicati a macchine utensili, attrezzature da officina e soluzioni professionali.

Accanto alla componente industriale e tecnica, il progetto ha integrato anche una dimensione esperienziale legata al territorio emiliano. I partecipanti sono stati accompagnati alla scoperta di alcuni luoghi simbolici della cultura produttiva e identitaria locale: dalla cena in un'antica acetaia, con



un focus sulla tradizione modenese dell'aceto balsamico, alla visita al Museo Ferrari di Maranello , icona internazionale della Motor Valley.

La selezione degli influencer, curata da Pragmatika, è stata costruita non solo sulla base della visibilità dei profili, ma soprattutto considerando la qualità dei contenuti, la coerenza con i pubblici di riferimento e la capacità di raccontare in modo credibile il mondo tecnico, industriale e professionale.

“Abbiamo voluto creare un'esperienza che permettesse agli influencer di entrare davvero in contatto con il nostro mondo, andando oltre il prodotto e mostrando le persone, i processi e i valori che caratterizzano Fervi Group. In quest'ottica, il supporto di Pragmatika è stato fondamentale sia nella selezione di creator coerenti con il nostro posizionamento sia nella gestione operativa e relazionale dell'intero progetto”, commenta Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di Fervi Group

“Per le aziende industriali, l'influencer marketing può diventare oggi uno strumento strategico per costruire relazioni autentiche con community verticali e altamente coinvolte -, aggiunge Rossella Lucangelo, CEO di Pragmatika Il valore di questi progetti non nasce dalla semplice pubblicazione di contenuti, ma dalla capacità di creare connessioni credibili tra brand e creator. L'esperienza diretta permette di trasformare la visita in racconto, il prodotto in competenza condivisa e la comunicazione aziendale in una narrazione più spontanea, appassionata e coerente con il posizionamento del Gruppo”.

Con questo progetto, Fervi Group e Pragmatika sperimentano un modello di comunicazione capace di unire marketing industriale, creator economy e valorizzazione del territorio, aprendo nuove possibilità per il racconto delle imprese manifatturiere italiane sui canali digitali.



Fervi Group e Pragmatika: influencer marketing per l'industria



10/06/2026 Fervi Group e Pragmatika: influencer marketing per l'industria

Due giorni tra aziende, MRO Valley e Motor Valley per trasformare la visita in fabbrica in contenuti autentici e coinvolgenti dedicati al mondo tecnico e professionale.

L'influencer marketing entra nel settore industriale. FERVİ Group, realtà di riferimento nel mercato MRO (Maintenance, Repair and Operations), ha lanciato il suo primo Influencer Tour in collaborazione con Pragmatika, agenzia bolognese specializzata in comunicazione e marketing digitale.

L'iniziativa nasce con l'obiettivo di sperimentare nuove modalità di comunicazione per il settore manifatturiero, coinvolgendo creator selezionati capaci di dialogare con community verticali e altamente qualificate. Un progetto che punta a rendere più accessibile e coinvolgente il racconto dell'industria attraverso contenuti autentici, esperienziali e ad alto valore narrativo.

L'Influencer Tour non è stato concepito come una tradizionale attività di influencer marketing, ma come un'esperienza immersiva che ha permesso ai creator di entrare nel cuore delle aziende del Gruppo, osservando da vicino processi produttivi, competenze tecniche e innovazione industriale. Per due giornate, gli influencer hanno visitato alcune delle principali realtà di FERVİ Group nelle province di Bologna e Modena, vivendo un percorso pensato per trasformare la visita aziendale in una narrazione spontanea e credibile destinata ai canali social.

Il programma ha preso il via presso Rivit, dove i partecipanti hanno approfondito il mondo dei sistemi di fissaggio attraverso dimostrazioni pratiche e incontri con gli specialisti aziendali. Successivamente il gruppo ha visitato lo stabilimento produttivo di Riflex, entrando nel vivo del processo di realizzazione dei dischi lamellari e osservando le diverse fasi produttive. L'esperienza si è conclusa nella sede di FERVİ, con una visita agli showroom dedicati alle macchine utensili, alle attrezzature da officina e alle soluzioni professionali rivolte ad aziende, artigiani e operatori del settore.



Accanto agli aspetti industriali, il progetto ha valorizzato anche il territorio emiliano, elemento distintivo dell'identità del Gruppo. I creator hanno partecipato a una cena in un'antica acetaia modenese per conoscere la tradizione dell'aceto balsamico e hanno visitato il Museo Ferrari di Maranello, uno dei simboli internazionali della Motor Valley, contribuendo così a raccontare il legame tra industria, cultura produttiva e territorio.

La scelta degli influencer è stata affidata a Pragmatika, che ha curato la selezione dei profili, la gestione delle relazioni e il coordinamento editoriale dei contenuti social. I creator coinvolti sono stati individuati non soltanto in base alla visibilità delle proprie community, ma soprattutto per la qualità dei contenuti, la coerenza con il target professionale e la capacità di raccontare in modo credibile il mondo tecnico e industriale.

“Abbiamo voluto creare un'esperienza che permettesse agli influencer di entrare davvero in contatto con il nostro mondo, andando oltre il prodotto e mostrando le persone, i processi e i valori che caratterizzano FERVI Group. In quest'ottica, il supporto di Pragmatika è stato fondamentale sia nella selezione di creator coerenti con il nostro posizionamento sia nella gestione operativa e relazionale dell'intero progetto”, ha dichiarato Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di FERVI Group.

“Per le aziende industriali, l'influencer marketing può diventare oggi uno strumento strategico per costruire relazioni autentiche con community verticali e altamente coinvolte. Il valore di questi progetti nasce dalla capacità di creare connessioni credibili tra brand e creator, trasformando l'esperienza diretta in contenuti spontanei, competenti e coerenti con il posizionamento aziendale”, ha aggiunto Rossella Lucangelo, CEO di Pragmatika.

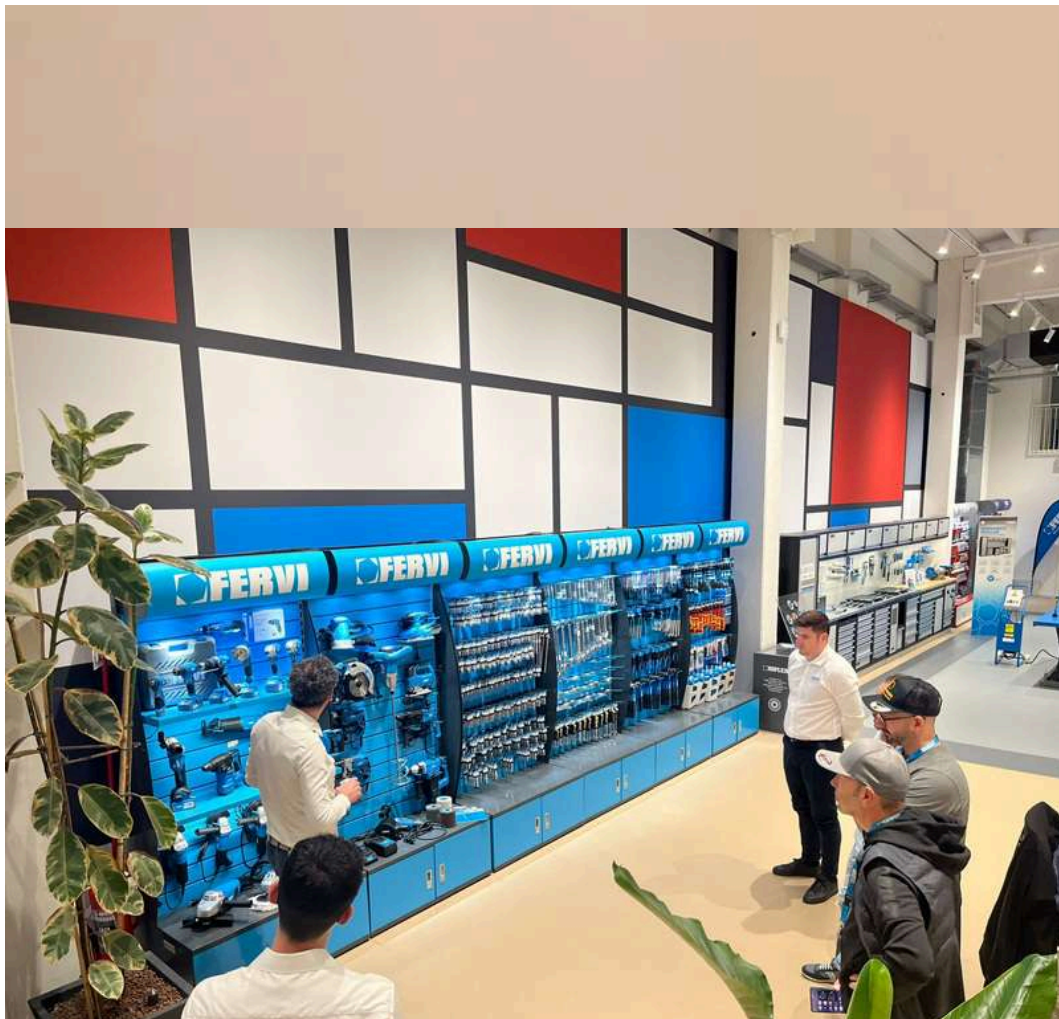
Con questa iniziativa, FERVI Group e Pragmatika sperimentano un nuovo modello di comunicazione che integra marketing industriale, creator economy e valorizzazione del territorio. Un progetto che apre nuove prospettive per le imprese manifatturiere italiane, dimostrando come anche i settori più tecnici possano dialogare efficacemente con le nuove community digitali attraverso linguaggi autentici, esperienze dirette e contenuti di qualità.



Pragmatika e FERVI Group sperimentano l'influencer experience per raccontare l'industria a nuove community digitali

 ferramenta2000.net/6415_pragmatika-e-fervi-group-sperimentano-influencer-experience-per-raccontare-lindustria-a-nuove-commu





10/06/2026

Due intense giornate tra aziende del Gruppo, MRO Valley e Motor Valley, per trasformare una visita in fabbrica in una serie di contenuti autentici, verticali e ad alto valore narrativo.

Raccontare un gruppo industriale attraverso lo sguardo diretto di creator selezionati, capaci di parlare a community digitali verticali e qualificate, è questo l'obiettivo del primo Influencer Tour di FERVI Group, organizzato con il supporto strategico e operativo dell'agenzia bolognese Pragmatika, che ha curato la selezione dei profili, la gestione delle relazioni e il coordinamento editoriale dei contenuti social.

L'iniziativa nasce come nuovo strumento di supporto al marketing del Gruppo, con l'obiettivo di rendere più accessibile, concreto e coinvolgente il racconto di una realtà industriale articolata, attiva nel mondo dell'MRO – Maintenance, Repair and Operations – e punto di riferimento per professionisti, officine, aziende e operatori tecnici.

3/5



Non una semplice attività di influencer marketing, quindi, ma un'esperienza immersiva pensata per far entrare i creator nel cuore del Gruppo: nelle aziende, nei processi produttivi, negli showroom, nei luoghi dove competenze, innovazione e cultura tecnica diventano prodotti, soluzioni e servizi.

Il tour, infatti, si è sviluppato nell'arco di due giornate e ha coinvolto diverse realtà di FERVI Group, nelle province di Bologna e Modena: la prima tappa si è svolta in Rivit, dove gli influencer hanno potuto approfondire il mondo dei sistemi di fissaggio attraverso dimostrazioni pratiche e momenti di confronto con gli esperti aziendali. Il percorso è poi proseguito nello stabilimento produttivo di Riflex, per scoprire da vicino il processo di realizzazione dei dischi lamellari, fino ad arrivare nella sede di FERVI, dove i creator hanno visitato gli showroom dedicati a macchine utensili, attrezzature da officina e soluzioni professionali.

Accanto alla componente industriale e tecnica, il progetto ha integrato anche una dimensione esperienziale legata al territorio emiliano. I partecipanti sono stati accompagnati alla scoperta di alcuni luoghi simbolici della cultura produttiva e identitaria locale: dalla cena in un'antica acetaia, con un focus sulla tradizione modenese dell'aceto balsamico, alla visita al Museo Ferrari di Maranello, icona internazionale della Motor Valley.

La selezione degli influencer, curata da Pragmatika, è stata costruita non solo sulla base della visibilità dei profili, ma soprattutto considerando la qualità dei contenuti, la coerenza con i pubblici di riferimento e la capacità di raccontare in modo credibile il mondo tecnico, industriale e professionale.

“Abbiamo voluto creare un'esperienza che permettesse agli influencer di entrare davvero in contatto con il nostro mondo, andando oltre il prodotto e mostrando le persone, i processi e i valori che caratterizzano FERVI Group. In quest'ottica, il supporto di Pragmatika è stato fondamentale sia nella selezione di creator coerenti con il nostro posizionamento sia nella gestione operativa e relazionale dell'intero progetto”, commenta Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di FERVI Group.

“Per le aziende industriali, l'influencer marketing può diventare oggi uno strumento strategico per costruire relazioni autentiche con community verticali e altamente coinvolte -, aggiunge Rossella Lucangelo, CEO di Pragmatika -. Il valore di questi progetti non nasce dalla semplice pubblicazione di contenuti, ma dalla capacità di creare connessioni credibili tra brand e creator. L'esperienza diretta permette di trasformare la visita in racconto, il prodotto in competenza condivisa e la comunicazione aziendale in una narrazione più spontanea, appassionata e coerente con il posizionamento del Gruppo”.

Con questo progetto, FERVI Group e Pragmatika sperimentano un modello di comunicazione capace di unire marketing industriale, creator economy e valorizzazione del territorio, aprendo nuove possibilità per il racconto delle imprese manifatturiere italiane sui canali digitali.



FERVI presenta il nuovo Carrello porta utensili C088: un mix perfetto fra praticità ed eleganza



Separabile in tre pezzi, il nuovo carrello comprende un modulo con cassetta porta utensili, un doppio cassetto e un cassetto basculante, realizzati in materiali robusti e con un design elegante che valorizza il brand FERVİ. Fervi amplia la propria proposta dedicata alla manutenzione in mobilità con il nuovo Carrello porta utensili C088, una soluzione progettata per garantire praticità, versatilità e resistenza in ogni contesto professionale.



Pensato per accompagnare il lavoro quotidiano di tecnici e professionisti del settore MRO (Maintenance, Repair and Operations), il nuovo carrello si distingue per una struttura modulare, completamente separabile in tre elementi indipendenti: una cassetta porta utensili superiore, un modulo centrale con doppio cassetto e un pratico vano inferiore con cassetto basculante. Una configurazione studiata per offrire massima libertà di utilizzo e trasporto, grazie anche alle due ruote e al manico estensibile che consentono di muovere il carrello come un trolley, adattandosi facilmente alle diverse esigenze operative.

Il Carrello C088 rappresenta un importante upgrade anche dal punto di vista estetico e strutturale rispetto al modello precedente dell'azienda. Il nuovo design, più moderno ed ergonomico, è supportato da una struttura ancora più robusta grazie all'introduzione di pareti e cerniere interamente in metallo, una scelta che garantisce maggiore solidità, affidabilità e durata nel tempo. Con un ingombro molto compatto (ideale per il trasporto) misura 72 cm in altezza, 52 di larghezza e 32 cm di profondità. Nella sua configurazione completa pesa a vuoto 16 kg e può trasportare in sicurezza e comodità fino a 40 kg di attrezzatura. Particolare attenzione è stata poi dedicata anche alla presentazione del prodotto, caratterizzato da un look elegante total black e da un imballaggio personalizzato che valorizza ulteriormente l'identità del marchio.



FERVI punta sulla mobilità operativa con un nuovo carrello modulare

icarrozziere.it/news/item/20739-fervi-punta-sulla-mobilita-operativa-con-un-nuovo-carrello-modulare

Redazione

June 24, 2026

Nel settore della manutenzione e delle attività tecniche, poter contare su strumenti facilmente trasportabili e ben organizzati rappresenta un fattore determinante per migliorare efficienza e produttività. In quest'ottica, [FERVI](#) ha ampliato la propria gamma dedicata ai professionisti introducendo una nuova soluzione progettata per agevolare il trasporto e la gestione degli utensili durante gli interventi operativi.

Struttura modulare per una maggiore flessibilità

Uno degli elementi distintivi del nuovo prodotto è l'architettura modulare, sviluppata per adattarsi a differenti modalità di utilizzo. Il sistema è infatti composto da tre sezioni indipendenti che possono essere utilizzate insieme oppure separatamente, consentendo agli operatori di scegliere la configurazione più adatta alle specifiche esigenze di lavoro.

La presenza di comparti dedicati agli utensili e agli accessori permette inoltre di mantenere ordine e rapidità di accesso all'attrezzatura, un aspetto particolarmente apprezzato nelle attività di manutenzione svolte in ambienti diversi e spesso lontani dalla postazione abituale.

Facilità di trasporto e utilizzo quotidiano

Grande attenzione è stata riservata anche alla mobilità. Grazie alle ruote integrate e alla maniglia telescopica, la movimentazione dell'attrezzatura risulta semplice e immediata, riducendo gli sforzi durante gli spostamenti tra un intervento e l'altro.

Le dimensioni compatte favoriscono inoltre il trasporto all'interno di veicoli commerciali e officine mobili, rendendo la soluzione particolarmente indicata per i professionisti che operano frequentemente presso clienti o cantieri.

Oltre alla praticità, il nuovo carrello è stato sviluppato con l'obiettivo di garantire una maggiore resistenza nel tempo. La scelta di componenti strutturali in metallo contribuisce ad aumentare la solidità complessiva del prodotto e a migliorarne l'affidabilità anche in condizioni di utilizzo intensive.

L'evoluzione rispetto alle precedenti generazioni si riflette anche nell'ergonomia e nella qualità costruttiva, aspetti che rispondono alle richieste di professionisti sempre più orientati verso soluzioni durevoli e performanti.



Design curato e identità distintiva

Accanto alle caratteristiche tecniche, FERVI ha lavorato anche sull'aspetto estetico del prodotto. Le linee moderne e la finitura total black conferiscono un'immagine professionale e contemporanea. in linea con il posizionamento del marchio.



2/2



FERVI amplia la sua offerta con un nuovo carrello porta utensili



Nel settore della manutenzione e delle attività tecniche, poter contare su strumenti facilmente trasportabili e ben organizzati rappresenta un fattore determinante per migliorare efficienza e produttività. In quest'ottica, FERV I ha ampliato la propria gamma dedicata ai professionisti introducendo una nuova soluzione progettata per agevolare il trasporto e la gestione degli utensili durante gli interventi operativi.

Struttura modulare per una maggiore flessibilità



Uno degli elementi distintivi del nuovo prodotto è l'architettura modulare, sviluppata per adattarsi a differenti modalità di utilizzo. Il sistema è infatti composto da tre sezioni indipendenti che possono essere utilizzate insieme oppure separatamente, consentendo agli operatori di scegliere la configurazione più adatta alle specifiche esigenze di lavoro.

La presenza di comparti dedicati agli utensili e agli accessori permette inoltre di mantenere ordine e rapidità di accesso all'attrezzatura, un aspetto particolarmente apprezzato nelle attività di manutenzione svolte in ambienti diversi e spesso lontani dalla postazione abituale.

Facilità di trasporto e utilizzo quotidiano

Grande attenzione è stata riservata anche alla mobilità. Grazie alle ruote integrate e alla maniglia telescopica, la movimentazione dell'attrezzatura risulta semplice e immediata, riducendo gli sforzi durante gli spostamenti tra un intervento e l'altro.

Le dimensioni compatte favoriscono inoltre il trasporto all'interno di veicoli commerciali e officine mobili, rendendo la soluzione particolarmente indicata per i professionisti che operano frequentemente presso clienti o cantieri.

Oltre alla praticità, il nuovo carrello è stato sviluppato con l'obiettivo di garantire una maggiore resistenza nel tempo. La scelta di componenti strutturali in metallo contribuisce ad aumentare la solidità complessiva del prodotto e a migliorarne l'affidabilità anche in condizioni di utilizzo intensive.

L'evoluzione rispetto alle precedenti generazioni si riflette anche nell'ergonomia e nella qualità costruttiva, aspetti che rispondono alle richieste di professionisti sempre più orientati verso soluzioni durevoli e performanti.

Design curato e identità distintiva

Accanto alle caratteristiche tecniche, FERVI ha lavorato anche sull'aspetto estetico del prodotto. Le linee moderne e la finitura total black conferiscono un'immagine professionale e contemporanea, in linea con il posizionamento del marchio.

Anche la presentazione è stata oggetto di particolare attenzione, con un packaging studiato per valorizzare il prodotto e rafforzare la riconoscibilità del brand sul mercato.



Fervi: nuovo carrello porta utensili C088



Praticità, robustezza ed eleganza per le officine

nuovo Carrello porta utensili C088 , una soluzione progettata per garantire praticità, versatilità e resistenza in ogni contesto professionale. Realizzato in materiali robusti con un design elegante che valorizza il brand Fervi e pensato per accompagnare il lavoro quotidiano di tecnici e professionisti del settore MRO (Maintenance, Repair and Operations), il nuovo carrello si distingue per una struttura modulare, completamente separabile in tre elementi indipendenti: una cassetta porta utensili superiore, un modulo centrale con doppio cassetto e un pratico vano inferiore con cassetto basculante. Una configurazione studiata per offrire massima libertà di utilizzo e trasporto, grazie anche alle due ruote e al manico estensibile che consentono di muovere il carrello come un trolley , adattandosi facilmente alle diverse esigenze operative.

Il Carrello C088 rappresenta un importante upgrade anche dal punto di vista estetico e strutturale rispetto al modello precedente dell'azienda . Il nuovo design, più moderno ed ergonomico, è supportato da una struttura ancora più robusta grazie all'introduzione di pareti e cerniere interamente in metallo, una scelta che garantisce maggiore solidità, affidabilità e durata nel tempo. Con un ingombro molto compatto (ideale per il trasporto) misura 72 cm in altezza, 52 di larghezza e 32 cm di profondità. Nella sua configurazione completa pesa a vuoto 16 kg e può trasportare in sicurezza e comodità fino a 40 kg di attrezzatura. Particolare attenzione è stata poi dedicata anche alla presentazione del prodotto, caratterizzato da un look elegante total black e da un imballaggio personalizzato che valorizza ulteriormente l'identità del marchio.

Info www.fervi.com



> 25 giugno 2026 alle ore 17:05

FERRAMENTA

I PROTAGONISTI

Creator, fabbriche e cultura tecnica: il nuovo racconto di Fervi Group

Con il supporto di Pragmatika, il gruppo sperimenta un nuovo modello di storytelling industriale che affida il racconto di persone, processi, tecnologie e cultura tecnica aziendale a creator specializzati in grado di dialogare con community digitali verticali e qualificate, sempre più rilevanti anche nei processi di informazione e formazione del pubblico professionale



Non una tradizionale attività di influencer marketing, ma un'esperienza immersiva pensata per far conoscere da vicino persone, processi e competenze che caratterizzano le aziende del gruppo, generando contenuti destinati a community professionali altamente profilate. È con questo obiettivo che Fervi Group ha organizzato il suo primo Influencer Tour, realizzato con il supporto strategico e operativo dell'agenzia

bolognese Pragmatika che ha curato la selezione dei profili, la gestione delle relazioni e il coordinamento editoriale dei contenuti social. L'iniziativa nasce come nuovo strumento a supporto delle attività di marketing e comunicazione del Gruppo, con l'intento di rendere più accessibile, concreto e coinvolgente il racconto di una realtà industriale attiva nel mondo dell'MRO (Maintenance, Repair and Operations). Il progetto è stato concepito come un percorso di scoperta dall'interno delle aziende del Gruppo, permettendo ai creator coinvolti di entrare in contatto diretto con stabilimenti produttivi, showroom, tecnologie e competenze specialistiche. Il tour si è sviluppato nell'arco di due giornate e ha coinvolto diverse realtà del Gruppo nelle province di Bologna e Modena. La prima tappa si è svolta presso Rivit, dove gli influencer hanno approfondito il mondo dei sistemi di fissaggio attraverso dimostrazioni pratiche e momenti di confronto con gli specialisti aziendali. Il percorso è poi proseguito nello stabilimento produttivo di Riflex, per osservare da vicino il processo di realizzazione dei dischi lamellari, fino ad arrivare nella sede di Fervi, dove i partecipanti hanno visitato gli showroom dedicati a macchine utensili, attrezzature da officina e soluzioni professionali.

"Abbiamo voluto creare un'esperienza che permettesse agli influencer di entrare davvero in contatto con il nostro mondo,

andando oltre il prodotto e mostrando le persone, i processi e i valori che caratterizzano Fervi Group. In quest'ottica, il supporto di Pragmatika è stato fondamentale sia nella selezione di creator coerenti con il nostro posizionamento sia nella gestione operativa e relazionale dell'intero progetto", commenta Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di Fervi Group. Accanto alla componente industriale e tecnica, il progetto ha integrato anche una dimensione esperienziale legata al territorio emiliano. I partecipanti hanno infatti avuto l'opportunità di scoprire alcuni luoghi simbolo della cultura produttiva locale, dalla visita a un'antica acetaia con approfondimento sulla tradizione dell'aceto balsamico modenese fino al Museo Ferrari di Maranello, uno dei principali simboli della Motor Valley.

La selezione dei creator, curata da Pragmatika, ha privilegiato non tanto la dimensione delle audience quanto la qualità dei contenuti, l'affinità con i pubblici di riferimento e la capacità di raccontare con credibilità il mondo tecnico e industriale. "Per le aziende industriali, l'influencer marketing può



PUBBLICAZIONE: Ferramenta 2000 Hardware Magazine
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €3614.00
REACH: 8356

AUTORE: N.D.
PAGINA: 42,43
SUPERFICE: 139.00 %



> 25 giugno 2026 alle ore 17:05



diventare oggi uno strumento strategico per costruire relazioni autentiche con community verticali e altamente coinvolte", sottolinea Rossella Lucangelo, Ceo di Pragmatika. "Il valore di questi progetti non nasce dalla semplice pubblicazione di contenuti, ma dalla capacità di creare connessioni credibili

tra brand e creator. L'esperienza diretta permette di trasformare la visita in racconto, il prodotto in competenza condivisa e la comunicazione aziendale in una narrazione più spontanea, appassionata e coerente con il posizionamento del Gruppo".

> 29 giugno 2026 alle ore 5:57

Fervi amplia l'offerta con il Cavalletto Morsa Portatile

L'ultima novità marchiata Fervi è una soluzione pensata per garantire praticità, stabilità e flessibilità operativa in officina, in cantiere e negli interventi all'aperto.

Realizzato con telaio in acciaio ad alta resistenza, il

Cavalletto Morsa Portatile **supporta carichi fino a 300 kg e assicura una forza di serraggio fino a 1.000 kg grazie al pratico sistema a pedale**, che consente di operare mantenendo le mani libere. La base a treppiede garantisce

stabilità anche su superfici irregolari, mentre la struttura richiudibile e le ruote integrate ne facilitano trasporto e stoccaggio. A completarne la versatilità contribuisce una **gamma di accessori dedicati**, tra cui supporti per piccoli macchinari e ganasce specifiche per metallo e legno.

Il nuovo modello, il cui peso complessivo è di 20 Kg, è disponibile presso la rete distributiva Fervi.





> 29 giugno 2026 alle ore 7:05

Fervi e la Stella al Merito del Lavoro di Maria Rita Aureli

Fervi celebra insieme a Maria Rita Aureli un traguardo di grande prestigio: dopo 42 anni di attività lavorativa, di cui 37 trascorsi all'interno dell'azienda di Vignola, Aureli ha ricevuto la Stella al Merito del Lavoro, una delle più significative onorificenze civili italiane dedicate al mondo del lavoro. Istituito nel 1923, il riconoscimento viene conferito ogni anno dal Presidente della Repubblica ai lavoratori che si sono distinti per perizia, dedizione, laboriosità e buona condotta morale. Per Fervi, la nomina di Maria Rita Aureli rappresenta motivo di orgoglio e un'occasione per rendere omaggio a una storia professionale profondamente intrecciata con quella dell'azienda. L'onorificenza arriva poco dopo il suo pensionamento e celebra un percorso umano e lavorativo vissuto con senso di appartenenza, continuità e responsabilità. In Fervi, Maria Rita Aureli ha accompagnato la crescita dell'impresa da realtà familiare a gruppo internazionale, contribuendo con impegno quotidiano alla sua evoluzione. www.fervi.com





> 29 giugno 2026 alle ore 7:05

Il nuovo cavalletto morsa Fervi, robusto e portatile

Fervi amplia la propria offerta professionale con il nuovo Cavalletto Morsa Portatile (art. 1515), una soluzione progettata per garantire praticità, robustezza e massima versatilità in officina e in cantiere. Realizzato con telaio in acciaio ad alta resistenza da 20 kg, supporta fino a 300 kg e assicura una forza di serraggio fino a 1.000 kg grazie al pratico sistema a pedale che consente di lavorare a mani libere. La base a treppiede offre stabilità anche su superfici irregolari, mentre la struttura pieghevole con ruote integrate permette di trasportarlo facilmente come un trolley. A completare le funzionalità di questa work station mobile, una gamma di accessori dedicati: il supporto universale per piccoli macchinari (art. 1515/SU), le ganasce per metallo (art. 1515/GM) e le ganasce per legno (art. 1515/GL), per adattarsi a ogni contesto ed esigenza operativa. www.fervi.com





Fervi, nuovo Carrello porta utensili C088



Fervi amplia la propria proposta dedicata alla manutenzione in mobilità con il nuovo Carrello porta utensili C088 , una soluzione progettata per garantire praticità, versatilità e resistenza in ogni contesto professionale.

Pensato per accompagnare il lavoro quotidiano di tecnici e professionisti del settore MRO (Maintenance, Repair and Operations), il nuovo carrello si distingue per una struttura modulare, completamente separabile in tre elementi indipendenti: una cassetta porta utensili superiore, un modulo centrale con doppio cassetto e un pratico vano inferiore con cassetto basculante . Una configurazione studiata per offrire massima libertà di utilizzo e trasporto, grazie anche alle due ruote e al manico estensibile che consentono di muovere il carrello come un trolley, adattandosi facilmente alle diverse esigenze operative.

Il Carrello C088 rappresenta un importante upgrade anche dal punto di vista estetico e strutturale rispetto al modello precedente dell'azienda. Il nuovo design, più moderno ed ergonomico , è supportato da una struttura ancora più robusta grazie all'introduzione di pareti e cerniere interamente in metallo, una scelta che garantisce maggiore solidità, affidabilità e durata nel tempo. Con un ingombro molto compatto (ideale per il trasporto) misura 72 cm in altezza, 52 di larghezza e 32 cm di profondità.

Nella sua configurazione completa pesa a vuoto 16 kg e può trasportare in sicurezza e comodità fino a 40 kg di attrezzatura . Particolare attenzione è stata poi dedicata anche alla presentazione del prodotto, caratterizzato da un look elegante total black e da un imballaggio personalizzato che valorizza ulteriormente l'identità del marchio.



FERVI presenta il nuovo Carrello porta utensili C088

Separabile in tre pezzi, il nuovo carrello comprende un modulo con cassetta porta utensili, un doppio cassetto e un cassetto basculante, realizzati in materiali robusti e con un design elegante che valorizza il brand FERVI. FERVI amplia la propria proposta dedicata alla manutenzione in mobilità con il nuovo Carrello porta utensili C088, una soluzione progettata per garantire praticità, versatilità e resistenza in ogni contesto professionale.

Pensato per accompagnare il lavoro quotidiano di tecnici e professionisti del settore MRO (Maintenance, Repair and Operations), il nuovo carrello si distingue per una struttura modulare, completamente separabile in tre elementi indipendenti: una cassetta porta utensili superiore, un modulo centrale con doppio cassetto e un pratico vano inferiore con cassetto basculante. Una configurazione studiata per offrire massima libertà di utilizzo e trasporto, grazie anche alle due ruote e al manico estensibile che consentono di muovere il carrello come un trolley, adattandosi facilmente alle diverse esigenze operative.

Il Carrello C088 rappresenta un importante upgrade anche dal punto di vista estetico e strutturale rispetto al modello precedente dell'azienda. Il nuovo design, più moderno ed ergonomico, è supportato da una struttura ancora più robusta grazie all'introduzione di pareti e cerniere interamente in metallo, una scelta che garantisce maggiore solidità, affidabilità e durata nel tempo. Con un ingombro molto compatto (ideale per il trasporto) misura 72 cm in altezza, 52 di larghezza e 32 cm di profondità. Nella sua configurazione completa pesa a vuoto 16 kg e può trasportare in sicurezza e comodità fino a 40 kg di attrezzatura. Particolare attenzione è stata poi dedicata anche alla presentazione del prodotto, caratterizzato da un look elegante total black e da un imballaggio personalizzato che valorizza ulteriormente l'identità del marchio.

