

• 18/05/2020

COVID-19 LA FASE II DELLE AZIENDE DELLE FERRAMENTA LA PAROLA A FERVI

INTERVISTA A ROBERTO TUNIOLI, PRESIDENTE FERVI



Roberto Tunio, Presidente FERVI

Come si è organizzata l'azienda per gestire dell'emergenza Covid-19?

Quando ancora c'era molta confusione sia in Italia che all'estero avevo previsto che con poche settimane di differenza e con qualche sensibilità differente tutti i Governi si sarebbero orientati ad emanare disposizioni simili volte a limitare fortemente il contagio. Come ho scritto anche nella lettera che dal 13 marzo campeggia sulla home page del nostro sito, avere reazioni non simultanee e non omogenee fa parte della natura umana. Noi di Fervi siamo solo un piccolo spicchio della Comunità Mondiale, circa 600 persone fra collaboratori italiani spagnoli e tedeschi e le loro famiglie e quindi quello che possiamo fare è seguire le indicazioni dei rispettivi Governi e seguire il motto degli scout: Estote Parati, ovvero, siate sempre pronti. Saranno i comportamenti Sono convinto che insieme alla tenacia e l'impegno sono stati e saranno i nostri comportamenti a consentirci di vincere questa emergenza sanitaria. Per questo fin da subito ho deciso che, indipendentemente dalle proprie opinioni o dai propri interessi personali, avremmo dovuto seguire con alto senso di responsabilità ciò che ci veniva indicato dal nostro Governo. I provvedimenti che abbiamo adottato in Fervi sono espressione di questo approccio. Ancora prima che fosse richiesto abbiamo immediatamente costituito un Comitato di Crisi formato da me e due Dirigenti con l'obiettivo di predisporre piani ed attività in armonia con le disposizioni che il Governo ed i Ministeri emanavano. Abbiamo quindi definito un codice di comportamento e dotato tutti i dipendenti degli strumenti di protezione individuale. Ove possibile, abbiamo attivato lo smart working e l'utilizzo delle ferie pregresse per favorire le turnazioni conseguenti al rallentamento degli affari. Parallelamente a questo, abbiamo mantenuto contatti settimanali in video call con i nostri colleghi in Spagna ed in Germania al fine di comparare esperienze e comportamenti. Infine, molti degli appuntamenti esteri già fissati sono stati tramutati in video call, con buon successo in termini di ordini ricevuti e di empatia rinforzata.

Nel periodo di lockdown abbiamo comunicato ogni sera per con tutti i dipendenti offrendo spunti di riflessioni ed aggiornamenti. Abbiamo anche mantenuto operative sia l'assistenza telefonica sia l'assistenza commerciale ricevendo un numero di richieste, dall'Italia e dal resto di Europa, superiore a quelle di un classico mese di agosto.

Con quali attività di marketing e comunicazione avete alimentato la relazione con i clienti?

Oltre a quelle che ho già indicato, nella fase II stiamo contattando tutti i clienti e gli agenti con telefonate, email e video call, sfruttando tutte le opportunità comunicative.

Abbiamo lanciato una campagna pubblicitaria su LinkedIn e Facebook per favorire gli acquisti on line e incentivato le consegne dirette (drop shipping) ai clienti dei nostri rivenditori (gli utilizzatori finali) addossandoci temporaneamente i costi e riducendo il porto franco del 50%, a 300 Euro. Contemporaneamente abbiamo incentivato l'attività sui social con la presentazione di molti video e stories al fine di vivacizzare la nostra presenza. Abbiamo lanciato 12 nuovi prodotti molto utili al tipo di clientela che si rivolge al nostro canale e abbiamo sottoscritto un accordo fornitura quinquennale per la distribuzione a marchio Fervi per una nuova linea di detergenza per l'igienizzazione dei locali aziendali lanciando lo slogan: *Riparti in sicurezza: Proteggi-ti igienizza-ti distanzia-ti.*

Quali sono le criticità con cui si sta confrontando o che prevede di incontrare?

Non so se posso risultare incosciente o sempliciotto, ma sono molto fiducioso nella voglia di ripartenza. Prima non davamo al lavoro la dignità che si meritava: erano solo parole della Costituzione o del politically correct. Ora abbiamo capito che il lavoro è molto per l'umanità: sostentamento in primis, ma anche vita sociale, disciplina individuale, equilibrio nella gestione della giornata e tanto altro per ognuno di noi.

Pertanto, se l'infezione continuerà a diminuire e rimarrà alta l'attenzione per evitare una ripresa del contagio, sono molto fiducioso che già da settembre si potranno vedere segnali concreti di ritorno alla normalità. I primi giorni di maggio vanno nella direzione giusta.

Quali sono le sue previsioni da qui a fine anno? Ritiene possibile recuperare il fatturato perso?

Siamo una società quotata per cui non ci è permesso fare delle stime. Detto questo, le previsioni fatte da autorevoli società di consulenza e bancarie che vedono una riduzione nell'ordine del 20% delle attività nel nostro settore ci vedono concordi.

