

RASSEGNA STAMPA



Indice

Fervi Group, utile 2021 a € 3,18 mln (+39,2%) Investireoggi.it - 31/03/2022	3
Fervi - Ricavi record con crescita organica e acquisizione Rivit nel 2021 ilcittadinonline.it - 31/03/2022	4
L'e-commerce B2B Mister Worker™ entra nel portafoglio di GELLIFY e Azimut Libera Impresa italia-informa.com - 31/03/2022	6
L'eCommerce B2B Mister Worker entra nel portafoglio di GELLIFY e Azimut Libera Impresa youmark.it - 31/03/2022	7
Gellify e Azimut Libera Impresa Sgr investono nell'e-commerce B2b Mister Worker industriaitaliana.it - 31/03/2022	9
L'e-commerce B2B Mister Worker™ entra nel portafoglio di GELLIFY e Azimut Libera Impresa mediakey.tv - 31/03/2022	11
Anno da record per il Gruppo Fervi (38,1 mil di ricavi e 5,3 di Ebitda). Bene la new-entry Rivit lombardiapost.it - 30/03/2022	12
Anno da record per il Gruppo Fervi (38,1 mil di ricavi e 5,3 di Ebitda). Bene la new-entry Rivit emiliapost.it - 30/03/2022	13
Fervi, crescita record nel 2021: ricavi +45%, EBITDA +29% e dividendo a +35% italia-informa.com - 30/03/2022	14
Fervi S.p.A.: 30/03/2022 - Approvazione dei risultati 2021 del CdA moneycontroller.it - 30/03/2022	16
Blue Birri Attrezzi da taglio a batteria per uso professionale e per uso domestico Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 01/03/2022	22
Articoli da taglio La vendita assistita resta la prima opzione anche se Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 01/03/2022	27
Levigatrice da banco combinata nastro/disco con tavola di lavoro inclinabile Far da sé	29
Ing Marcello Petrucci nuovo direttore generale di Fervi Ferramenta & Casalinghi - 01/03/2022	30
PRESTIGIOSA CERTIFICAZIONE ESG A FERVI SPA Il Giornale dell'Aftermarket	31
Nuovi giraviti Torx C881 professionali ma anche per hobbisti Ferrutensil - 01/03/2022	32
Utensili: cresce la gamma Fervi Notiziario Motoristico - 01/03/2022	33
Utensili: cresce la gamma Fervi notiziariomotoristico.com - 01/03/2022	34



Fervi Group, utile 2021 a € 3,18 mln (+39,2%)

di

Financial Trend Analysis, pubblicato il **31 Marzo 2022** alle ore **15:13**

Il Consiglio di Amministrazione di **Fervi** riunitosi in data 30 marzo 2022 ha approvato il Progetto di Bilancio d'Esercizio ed il Bilancio consolidato del Gruppo chiusi al 31 dicembre 2021. Ecco in sintesi le indicazioni principali.

* Ricavi delle vendite consolidate in crescita nel 2021 pari ad Euro 38.018 migliaia, contro Euro 26.284 migliaia del precedente esercizio sociale (+44,6%). Si rileva che una parte della crescita deriva dalla neo acquisita Rivit Srl (5,8 milioni di Euro) e che la crescita organica del gruppo di attesta in un +22,4%.

* EBITDA Consolidato pari ad Euro 5.297 migliaia, contro Euro 4.095 migliaia del 2020 (+29,4%).

* Risultato netto consolidato pari ad Euro 3.180 migliaia, contro Euro 2.285 migliaia del 2020 (+39,2%).

* Posizione Finanziaria Netta consolidata (indebitamento netto) pari ad Euro -10.398 migliaia al 31 dicembre 2021, contro Euro 4.122 migliaia di Euro al 30 giugno 2021 e Euro 2.961 migliaia del 2020.

* Patrimonio netto consolidato pari ad Euro 25.976 migliaia al 31 dicembre 2021, contro Euro 23.249 migliaia del 2020.

* Proposto dividendo unitario pari a 0,35 Euro lordo per azione contro 0,26 del 2020.

Nel commentare l'andamento del Gruppo, **Roberto Tunioli**, Presidente ed Amministratore Delegato, ha dichiarato: "E' umanamente difficile commentare il miglior risultato di sempre del nostro gruppo mentre le persone muoiono sotto le bombe vicino a noi ed ai nostri clienti. Ci uniamo alla preghiera del Papa e per un attimo sospendiamo ogni giudizio economico che riprenderemo con vigore quando tornerà il sereno sociale".

Aggiunge l'Investor Relator, **Guido Greco**: "Non possiamo che essere soddisfatti dei risultati dell'anno appena trascorso caratterizzato da (i) una crescita organica che ha più che compensato il calo di volumi del 2020 dovuto alla pandemia, (ii) dall'acquisizione della Rivit che porta il Gruppo ad una massa critica di rilievo con un fatturato pro-forma di oltre 50 milioni e (iii) dal consolidamento dei processi e delle risorse chiave del Gruppo, il tutto tenendo sotto controllo i livelli marginalità messi a dura prova dai trend macroeconomici globali.

Tutto questo ci permette di premiare i nostri azionisti con un incremento rilevante del dividendo e guardare all'esercizio in corso con fiducia, nonostante la situazione di tensione geopolitica ed il Covid non ancora debellato."

(GD – www.ftaonline.com)



Fervi – Ricavi record con crescita organica e acquisizione Rivit nel 2021

Data: 31 marzo 2022 14:03

in:

Finanza e Mercati



Fervi ha chiuso il 2021 con ricavi in aumento per circa il 44,6% a 38 milioni, rispetto ai 26,3 milioni dell'esercizio precedente fortemente penalizzato dalla diffusione della pandemia e dal conseguente periodo di lockdown.

Si rileva che una parte della crescita deriva dal contributo della neo acquisita Rivit per 5,8 milioni, mentre la crescita organica del gruppo di attesta a +22,4% sul 2020 e +11,6% sul 2019 non influenzato dalla pandemia.

Questo risultato organico è dovuto ad un forte recupero del mercato Italiano ed Europeo iniziato nella seconda metà del 2020 e proseguito per quasi tutto il 2021, oltre all costante attività di product marketing e di spinta commerciale su cui il gruppo sta investendo.

L'Ebitda è aumentato del 29,4% a 5,3 milioni con una marginalità in calo al 13,9% (-160 punti base) a causa dell'incremento dei costi di trasporto solo in parte ribaltati attraverso l'aumento prezzi di vendita. A livello adjusted, esclusi i costi di M&A per 0,27 milioni, l'Ebitda margin si è attestato al 14,7% (-90 punti base).

L'Ebit è cresciuto del 30% a 3,9 milioni con un'incidenza sui ricavi al 10,1% (-110 punti base), dopo un aumento degli ammortamenti e accantonamenti del 27,6% a 1,4 milioni.

Gli oneri finanziari risultano in aumento rispetto allo scorso anno a causa degli interessi sui mutui ottenuti nel corso del 2020 ed inizio 2021 da primari istituti di credito e agli oneri della neo acquisita Rivit.

I proventi e oneri straordinari beneficiano, invece, della sopravvenienza attiva non tassata legata all'ottenimento del credito d'imposta per gli investimenti in attività di ricerca e sviluppo per gli anni 2016-2020 ottenuto da Riflex (per 0,36 milioni) e la sopravvenienza attiva legata alla maturazione della super Ace.

L'esercizio si è chiuso con un incremento dell'utile netto del 39,2% a 3,2 milioni, nonostante l'aumento del carico fiscale (24,2% nel 2021 rispetto a 22,7% nel 2020), che include anche nel 2021 il beneficio derivante dal Patent Box.

Dal lato patrimoniale, l'indebitamento finanziario netto si è attestato a 10,4 milioni da una posizione di cassa netta di 2,96 milioni al 31 dicembre 2020, dopo l'acquisizione di Rivit che ha generato un impegno pari a 16,5 milioni.

Il Consiglio di amministrazione ha proposto la distribuzione di un dividendo pari a 0,35 euro, in aumento rispetto agli 0,26 euro del 2020, che sarà messo in pagamento, qualora approvato dall'Assemblea, in data 11 maggio 2022 con data stacco cedola il 09 maggio 2022 e record date 10 maggio 2022.

Per quanto riguarda il conflitto tra Russia e Ucraina, Fervi ha sottolineato che il Gruppo ha un'esposizione limitata in termini di volume d'affari con le nazioni in questione – inferiore all' 1% – e che ad oggi l'esposizione finanziaria è pressochè nulla.

Stante la situazione attuale non si ritiene pertanto che tale conflitto possa avere un impatto diretto significativo sull'andamento aziendale del 2022. Resta ferma l'incertezza legata all'evoluzione del conflitto ed alle sue conseguenze dirette ed indirette in termini geopolitici e macroeconomici dei quali al momento non è possibile prevedere gli sviluppi.

CONTO ECONOMICO (€ 000)	2020	2021	Var. a/a
Ricavi	26.284	38.018	44,6%
Ebitda	4.095	5.297	29,4%
<i>Ebitda margin</i>	15,6%	13,9%	-1,6%
Ammortamenti e Acc.	(1.130)	(1.442)	27,6%
Ebit	2.965	3.855	30,0%
<i>Ebit margin</i>	11,3%	10,1%	-1,1%
Gestione finanziaria	(65)	(199)	206,2%
Proventi/oneri non ricorrenti	56	540	864,3%
Risultato ante imposte	2.956	4.196	41,9%
Imposte	(671)	(1.016)	51,4%
Tax rate	22,7%	24,2%	1,5%
Risultato netto totale	2.285	3.180	39,2%
<i>Net margin</i>	7,4%	8,4%	1,0%
STATO PATRIMONIALE (€ 000)	31.12.20	31.12.21	
Indebitamento finanziario netto	(2.961)	10.398	

Fonte: dati societari; elaborazione: Market Insight



L'e-commerce B2B Mister Worker™ entra nel portafoglio di GELLIFY e Azimut Libera Impresa

GELLIFY, piattaforma di innovazione B2B che seleziona, investe e fa crescere startup innovative ad alto contenuto tecnologico e le connette alle aziende tradizionali con l'obiettivo di innovare i loro processi, prodotti e modelli di business, annuncia l'ingresso di Mister Worker™ – marketplace globale per i professionisti della manutenzione con clienti in oltre 170 paesi nel mondo - insieme ad Azimut Libera Impresa SGR - mediante il fondo Azimut Digitech Fund, fondo alternativo di tipo chiuso che investe in startup software business-to-business (B2B).

Mister Worker™ è una storia di successo tutta italiana che ha conquistato una posizione di rilievo nel mercato digitale globale B2B con l'85% del proprio fatturato esportato all'estero, in particolare negli Stati Uniti, Regno Unito, Germania, nel Middle East e nell'area del Pacifico come Cambogia, Vietnam e Thailandia, dove risiede la filiale di Bangkok. Mister Worker™ è stata fondata nel 2012 da Gianluca Borsotti con un passato manageriale in Kraft, Disney e Vodafone e con la partecipazione di un pool di azionisti entrati nel 2017 guidati da AME Ventures di Michele Appendino. Mister Worker™ è il principale e-commerce B2B italiano con un'offerta di oltre 100.000 prodotti.

GELLIFY e Azimut si uniscono alla compagine societaria in cui sono presenti Fervi Spa e Ame Ventures. Alberto Daina, Managing Partner di Movent Capital Advisors, ha ricoperto il ruolo di Advisor dell'operazione a supporto di Mister Worker™. GELLIFY è stata assistita da GOP, sede di Bologna, con un team composto dal partner Federico Dettori e dal senior associate Rodrigo Boccioletti nell'ambito della practice area GOP4Venture.

“L'investimento realizzato sul marketplace internazionale di Mister Worker™ è stato avvalorato non solo dal fatto che si tratta di una società italiana inserita all'interno di un mercato ben definito e in rapida ascesa, ma anche dalle straordinarie competenze imprenditoriali del team, capace di innovare il settore in ambito digital. L'ingresso all'interno del nostro ecosistema è un importante passo per una crescita comune e per continuare il processo di innovazione già in atto nel comparto di riferimento” - dichiara Carlo Visani, Consumer Goods and Retail Industry Lead GELLIFY.

Gianluca Borsotti, CEO e Founder di Mister Worker™- “Siamo molto felici che GELLIFY e Azimut Libera Impresa abbiano creduto nel nostro progetto, che ha l'obiettivo di innovare e internazionalizzare il processo di acquisto di attrezzatura per l'MRO e diventare il player digitale di riferimento per le forniture industriali worldwide.”

Guido Bocchio, CFO ed Head of Venture Capital di Azimut Libera Impresa SGR - “Mister Worker, grazie ad un team preparato e di esperienza, ha dimostrato di saper coglier le opportunità offerte dal mercato, sviluppando una piattaforma prestazionale e instaurando ottime relazioni con clienti e fornitori. La società ha già sviluppato il proprio business all'estero e siamo fortemente convinti che il modello di business sia vincente e che Mister Worker realizzerà i propri piani di sviluppo.”



L'eCommerce B2B Mister Worker entra nel portafoglio di GELLIFY e Azimut Libera Impresa

Interactive

31 Marzo 2022



GELLIFY, piattaforma di innovazione B2B che seleziona, investe e fa crescere startup innovative ad alto contenuto tecnologico e le connette alle aziende tradizionali con l'obiettivo di innovare i loro processi, prodotti e modelli di business, **annuncia l'ingresso di Mister Worker** – marketplace globale per i professionisti della manutenzione con clienti in oltre 170 paesi nel mondo – **insieme ad Azimut Libera Impresa SGR** – mediante il fondo Azimut Digitech Fund, fondo alternativo di tipo chiuso che investe in startup software business-to-business (B2B).

Mister Worker è una storia di successo tutta italiana che ha conquistato una posizione di rilievo nel mercato digitale globale B2B con l'85% del proprio fatturato esportato all'estero, in particolare negli Stati Uniti, Regno Unito, Germania, nel Middle East e nell'area del Pacifico come Cambogia, Vietnam e Thailandia, dove risiede la filiale di Bangkok. **Mister Worker è stata fondata nel 2012 da Gianluca Borsotti** con un passato manageriale in Kraft, Disney e Vodafone e con la partecipazione di un pool di azionisti entrati nel 2017 guidati da AME Ventures di Michele Appendino. Mister Worker è il principale eCommerce B2B italiano con un'offerta di oltre 100.000 prodotti.



“L'investimento realizzato sul marketplace internazionale di Mister Worker è stato avvalorato non solo dal fatto che si tratta di una società italiana inserita all'interno di un mercato ben definito e in rapida ascesa, ma anche dalle straordinarie competenze imprenditoriali del team, capace di innovare il settore in ambito

digital. L'ingresso all'interno del nostro ecosistema è un importante passo per una crescita comune e per continuare il processo di innovazione già in atto nel comparto di riferimento”, dichiara nella nota **Carlo Visani**, Consumer Goods and Retail Industry Lead GELLIFY.

GELLIFY e Azimut si uniscono alla compagine societaria in cui sono presenti Fervi Spa e Ame Ventures. **Alberto Daina**, Managing Partner di Movent Capital Advisors, ha ricoperto il ruolo di Advisor dell'operazione a supporto di Mister Worker. GELLIFY è stata

assistita da GOP, sede di Bologna, con un team composto dal partner **Federico Dettori** e dal senior associate **Rodrigo Boccioletti** nell'ambito della practice area GOP4Venture.



Gellify e Azimut Libera Impresa Sgr investono nell'e-commerce B2b Mister Worker

- DIGITAL TRANSFORMATION & ICT

L'operazione è mirata all'espansione strategica e operativa del marketplace di attrezzi e utensili per professionisti

31 Marzo 2022



Carlo Visani, consumer goods and retail industry lead di Gellify

La piattaforma di innovazione B2b **Gellify**, insieme a insieme al fondo **Azimut Libera Impresa Sgr**, è entrata nel capitale di **Mister Worker**, un **e-commerce B2b** che opera a livello globale.

Mister Worker ha conquistato una posizione di rilievo nel mercato digitale globale B2b con l'85% del proprio fatturato esportato all'estero, in particolare negli Stati Uniti, Regno Unito, Germania, nel Middle East e nell'area del Pacifico come Cambogia, Vietnam e Thailandia, dove risiede la filiale di Bangkok.

Mister Worker è stata fondata nel 2012 da **Gianluca Borsotti** con un passato manageriale in Kraft, Disney e Vodafone e con la partecipazione di un pool di azionisti entrati nel 2017 guidati da Ame Ventures di Michele Appendino.

Gellify e Azimut si uniscono alla compagine societaria in cui sono presenti **Fervi e Ame Ventures**.

«L'investimento realizzato sul marketplace internazionale di Mister Worker è stato avvalorato non solo dal fatto che si tratta di una società italiana inserita all'interno di un

mercato ben definito e in rapida ascesa, ma anche dalle straordinarie competenze imprenditoriali del team, capace di innovare il settore in ambito digital», dichiara **Carlo Visani**, consumer goods and retail industry lead di Gellify. «L'ingresso all'interno del nostro ecosistema è un importante passo per una crescita comune e per continuare il processo di innovazione già in atto nel comparto di riferimento».

«Siamo molto felici che Gellify e Azimut Libera Impresa abbiano creduto nel nostro progetto, che ha l'obiettivo di innovare e internazionalizzare il processo di acquisto di attrezzatura per l'Mro e diventare il player digitale di riferimento per le forniture industriali worldwide», afferma **Gianluca Borsotti**, ceo e founder di Mister Worker.

«Mister Worker, grazie ad un team preparato e di esperienza, ha dimostrato di saper coglier le opportunità offerte dal mercato, sviluppando una piattaforma prestazionale e instaurando ottime relazioni con clienti e fornitori. La società ha già sviluppato il proprio business all'estero e siamo fortemente convinti che il modello di business sia vincente e che Mister Worker realizzerà i propri piani di sviluppo», dichiara **Guido Bocchio**, cfo ed head of venture capital di Azimut Libera Impresa Sgr.





L'e-commerce B2B Mister Worker™ entra nel portafoglio di GELLIFY e Azimut Libera Impresa



GELLIFY, piattaforma di innovazione B2B che seleziona, investe e fa crescere startup innovative ad alto contenuto tecnologico e le connette alle aziende tradizionali con l'obiettivo di innovare i loro processi, prodotti e modelli di business, annuncia l'ingresso di Mister Worker™ – marketplace globale per i professionisti della manutenzione con clienti in oltre 170 paesi nel mondo – insieme ad Azimut Libera Impresa SGR – mediante il fondo Azimut Digitech Fund, fondo alternativo di tipo chiuso che investe in startup software business-to-business (B2B).

Mister Worker™ è una storia di successo tutta italiana che ha conquistato una posizione di rilievo nel mercato digitale globale B2B con l'85% del proprio fatturato esportato all'estero, in particolare negli Stati Uniti, Regno Unito, Germania, nel Middle East e nell'area del Pacifico come Cambogia, Vietnam e Thailandia, dove risiede la filiale di Bangkok. Mister Worker™ è stata fondata nel 2012 da Gianluca Borsotti con un passato manageriale in Kraft, Disney e Vodafone e con la partecipazione di un pool di azionisti entrati nel 2017 guidati da AME Ventures di Michele Appendino. Mister Worker™ è il principale e-commerce B2B italiano con un'offerta di oltre 100.000 prodotti.

GELLIFY e Azimut si uniscono alla compagine societaria in cui sono presenti [Fervi Spa](#) e Ame Ventures. Alberto Daina, Managing Partner di Movent Capital Advisors, ha ricoperto il ruolo di Advisor dell'operazione a supporto di Mister Worker™. GELLIFY è stata assistita da GOP, sede di Bologna, con un team composto dal partner Federico Dettori e dal senior associate Rodrigo Boccioletti nell'ambito della practice area GOP4Venture.



ECONOMIA

Gruppo Fervi, nel '21 ricavi a 38,1 mln (+44,6%) e 5,3 mln di Ebitda (+29,4%). Bene la new-entry Rivit

Il raggruppamento modenese attivo nell'utensileria e nella componentistica per l'industria meccanica ha fatturato 10 mln in più del 2019, a fronte di un Ebitda cresciuto, in un anno, del 29,6%, ben oltre i livelli pre-pandemia. Sta pagando, quindi, l'acquisizione di Rivit, anche se per il 2022 preoccupano le conseguenze della crisi ucraina



Il raggruppamento modenese attivo nell'utensileria e nella componentistica per l'industria meccanica ha fatturato 10 mln in più del 2019, a fronte di un Ebitda cresciuto, in un anno, del 29,6%, ben oltre i livelli pre-pandemia. Sta pagando, quindi, l'acquisizione di Rivit, anche se per il 2022 preoccupano le conseguenze della crisi ucraina



emiliapost



Raccontiamo il futuro dell'Emilia



HOME CULT MONITOR ITALYPOST VENEZIEPOST LOMBARDIAPOST GUIDE ENOGASTRONOMICHE FESTIVAL SHOP

ATTUALITÀ POLITICA ECONOMIA FINANZA CULTURA ANALISI & COMMENTI I CHAMPION

Home > EmiliaPost > Gruppo Fervi, nel '21 ricavi a 38,1 mln (+44,6%) e 5,3 mln di Ebitda (+29,4%). Bene la new-entry Rivit

ECONOMIA

Gruppo Fervi, nel '21 ricavi a 38,1 mln (+44,6%) e 5,3 mln di Ebitda (+29,4%). Bene la new-entry Rivit

Il raggruppamento modenese attivo nell'utensileria e nella componentistica per l'industria meccanica ha fatturato 10 mln in più del 2019, a fronte di un Ebitda cresciuto, in un anno, del 29,6%, ben oltre i livelli pre-pandemia. Sta pagando, quindi, l'acquisizione di Rivit, anche se per il 2022 preoccupano le conseguenze della crisi ucraina



Lorenzo Pedrini

Mercoledì 30 Marzo 2022 18:51



Il raggruppamento modenese attivo nell'utensileria e nella componentistica per l'industria meccanica ha fatturato 10 mln in più del 2019, a fronte di un Ebitda cresciuto, in un anno, del 29,6%, ben oltre i livelli pre-pandemia. Sta pagando, quindi, l'acquisizione di Rivit, anche se per il 2022 preoccupano le conseguenze della crisi ucraina



Fervi, crescita record nel 2021: ricavi +45%, EBITDA +29% e dividendo a +35%



- di: Barbara Leone Ricavi consolidati netti pari a 38 milioni di euro nel 2021, con una crescita del 45% rispetto al 2020. E' questo lo straordinario risultato del Gruppo Fervi, attivo nel settore della fornitura di attrezzature professionali per l'officina meccanica, l'officina auto, la falegnameria, il cantiere e dei prodotti inclusi nel mercato cosiddetto "MRO" (Maintenance, Repair and Operations), e cioè quello riguardante la fornitura di attrezzature al servizio dei professionisti della manutenzione e riparazione. Il Consiglio d'Amministrazione Fervi, infatti, ha approvato il Progetto di Bilancio d'Esercizio ed il Bilancio consolidato del Gruppo chiusi al 31 dicembre 2021.

Nel dettaglio, i ricavi delle vendite consolidate sono pari a 38.018 euro, contro i 26.284 euro dell'anno prima (+44,6%). E' importante notare che parte della crescita deriva dalla neo acquisita Rivit Srl (5,8 milioni di euro), e che la crescita organica del Gruppo si attesta ad un +22,4% rispetto al 2020 e 11,6% sul 2019 non influenzato dalla pandemia. Il margine operativo lordo consolidato (EBITDA) è pari a 5.297 euro, contro i 4.095 euro del 2020 (+29,4%). Il risultato netto consolidato, invece, è di 3.180 euro contro i 2.285 euro del 2020 (+39,2%). Negativa la posizione finanziaria netta consolidata (indebitamento netto): -10.398 di euro al 31 dicembre 2021, contro i 4.122 di euro al 30 giugno 2021 e i 2.961 del 2020. Il patrimonio netto consolidato è pari a 25.976 di euro al 31 dicembre 2021, contro i 23.249 di euro del 2020. Infine, proposto dividendo unitario pari a 0,35 euro lordo per azione contro 0,26 del 2020.

"E' umanamente difficile commentare il miglior risultato di sempre del nostro Gruppo mentre le persone muoiono sotto le bombe vicino a noi ed ai nostri clienti - ha detto Roberto Tunioli, Presidente ed Amministratore Delegato del Gruppo -.Ci uniamo alla preghiera del Papa e per un attimo sospendiamo ogni giudizio economico che riprenderemo con vigore quando tornerà il sereno sociale". "Non possiamo che essere soddisfatti dei risultati dell'anno appena trascorso", ha aggiunto l'Investor Relator Guido Greco. Un anno "caratterizzato da una crescita organica che ha più che compensato il calo di volumi del 2020 dovuto alla pandemia, dall'acquisizione della Rivit che porta il

Gruppo ad una massa critica di rilievo con un fatturato pro-forma di oltre 50 milioni e dal consolidamento dei processi e delle risorse chiave del Gruppo. Il tutto tenendo sotto controllo i livelli marginalità messi a dura prova dai trend macroeconomici globali. Tutto questo - ha concluso Greco - ci permette di premiare i nostri azionisti con un incremento rilevante del dividendo e guardare all'esercizio in corso con fiducia, nonostante la situazione di tensione geopolitica ed il Covid non ancora debellato". Un risultato eccezionale, dunque, che premia la costante attività di product marketing e di spinta commerciale su cui il Gruppo sta investendo.





Fervi S.p.A.: 30/03/2022 - Approvazione dei risultati 2021 del CdA - MoneyController

[X]



Data: 30/03/2022

APPROVAZIONE DEL PROGETTO DI BILANCIO D'ESERCIZIO E DEL BILANCIO CONSOLIDATO PER L'ESERCIZIO CHIUSO AL 31

DICEMBRE 2021: RICAVI A 38,0 MILIONI (+45%) CON EBITDA DI 5,3 MILIONI (+29%) E DIVIDENDO A +35%

Dati di sintesi

Ricavi Netti consolidati

€38,0mil (+45%)

EBITDA

€5,3mil (+29%)

Risultato netto

€3,2mil (+39,2%)

PFN (indebitamento netto)

-€10,4 mil (+€4,1 mil al 30 giugno 21, +€3,0 mil al 31 dicembre 20)

Dividendo

+35%

Il Consiglio d'Amministrazione approva il progetto di Bilancio d'esercizio ed il Bilancio consolidato per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 in linea con i dati preconsuntivi forniti al mercato in data 27 gennaio 2022:

- Ricavi delle vendite consolidate in crescita nel 2021 pari ad Euro 38.018 migliaia, contro Euro 26.284 migliaia del precedente esercizio sociale (+44,6%). Si rileva che una parte della crescita deriva dalla neo acquisita Rivit Srl (5,8 milioni di Euro) e che la crescita organica del gruppo di atesta in un +22,4%.
- EBITDA Consolidato pari ad Euro 5.297 migliaia, contro Euro 4.095 migliaia del 2020

(+29,4%).

- Risultato netto consolidato pari ad Euro 3.180 migliaia, contro Euro 2.285 migliaia del 2020 (+39,2%).
- Posizione Finanziaria Netta consolidata (indebitamento netto) pari ad Euro -10.398 migliaia al 31 dicembre 2021, contro Euro 4.122 migliaia di Euro al 30 giugno 2021 e Euro 2.961 migliaia del 2020.
- Patrimonio netto consolidato pari ad Euro 25.976 migliaia al 31 dicembre 2021, contro Euro 23.249 migliaia del 2020.
- Proposto dividendo unitario pari a 0,35 Euro lordo per azione contro 0,26 del 2020.

Vignola (MO), 30 marzo 2022- Il Consiglio di Amministrazione di Fervi SpA riunitosi in data odierna ha approvato il Progetto di Bilancio d'Esercizio ed il Bilancio consolidato del Gruppo chiusi al 31 dicembre 2021.

Nel commentare l'andamento del Gruppo, Roberto Tunioli, Presidente ed Amministratore Delegato, ha dichiarato: "E' umanamente difficile commentare il miglior risultato di sempre del nostro gruppo mentre le persone muoiono sotto le bombe vicino a noi ed ai nostri clienti. Ci

uniamo alla preghiera del Papa e per un attimo sospendiamo ogni giudizio economico che riprenderemo con vigore quando tornerà il sereno sociale".

Aggiunge l'Investor Relator, Guido Greco: "Non possiamo che essere soddisfatti dei risultati dell'anno appena trascorso caratterizzato da (i) una crescita organica che ha più che compensato il calo di volumi del 2020 dovuto alla pandemia, (ii) dall'acquisizione della Rivit che porta il Gruppo ad una massa critica di rilievo con un fatturato pro-forma di oltre 50 milioni e (iii) dal consolidamento dei processi e delle risorse chiave del Gruppo, il tutto tenendo sotto controllo i livelli marginalità messi a dura prova dai trend macroeconomici globali. Tutto questo ci permette di premiare i nostri azionisti con un incremento rilevante del dividendo e guardare all'esercizio in corso con fiducia, nonostante la situazione di tensione geopolitica ed il Covid non ancora debellato."

Andamento della gestione

A più di due anni dall'inizio della pandemia da Covid-19, che ha portato ad una contrazione dell'attività economica a livello globale mai registrata prima, le prospettive economiche globali permangono caratterizzate da forte incertezza.

In un contesto macroeconomico globale che ha beneficiato, in particolare nella prima parte dell'anno, della rapida ripartenza economica post crisi pandemica, ma che nel contempo è investito dal progressivo accentuarsi di fenomeni inflattivi e limitazioni di capacità produttiva e della logistica, il Gruppo si è prontamente attivato per contrastare gli effetti degli aumenti

dell'energia, delle materie prime (in particolare acciaio e ferro) che ha portato ad una richiesta di aumento dei prezzi da parte dei nostri fornitori ed in particolare dei significativi incrementi dei noli nave dalla Cina che iniziato a dicembre 2020 è proseguito fino a prima dell'inizio dell'estate per poi attestarsi sui massimi livelli per i successivi mesi. In aggiunta, si sono

verificati notevoli e diffusi ritardi nelle consegne per via della maggiore domanda ricevuta (in particolare del mercato USA) rispetto alla capacità produttiva dei fornitori asiatici. Tale situazione, acuitasi nella prima metà dell'anno, è progressivamente migliorata nella seconda metà dell'anno senza tuttavia rientrare completamente sui livelli precedenti.

In tale contesto di incertezza, il Gruppo è riuscito a sopperire alle criticità di fornitura grazie alla disponibilità di prodotti di magazzino ed ai rapporti ultradecennali con i propri fornitori con cui è stato possibile iniziare una pianificazione di consegne con un orizzonte

temporale più lungo.

Sono state inoltre rivisti e comunicati ai clienti aumenti di listino dei prezzi di vendita necessari a salvaguardare la marginalità.

Inoltre l'evoluzione della situazione macroeconomica e di mercato viene tenuta settimanalmente sotto controllo per identificare la necessità di ulteriori correttivi, con particolare riferimento al costo dei noli internazionali.

Si segnala che in data 7 settembre 2021, la società Sviluppo Industriale Srl, controllata al 100% dalla capogruppo Fervi SpA, ha acquisito il 100% delle quote della società Rivit Srl ("Rivit") con sede a Ozzano dell'Emilia (BO); Sviluppo Industriale Srl è stata successivamente incorporata tramite fusione inversa in Rivit Srl ed a seguito di tale operazione Fervi detiene direttamente il 100% del capitale Rivit, specializzata nella fornitura di sistemi di fissaggio,

utensili e macchine per l'assemblaggio e ladeformazione della lamiera.

Rivit, fondata nel 1973, è strutturata in tre macro-divisioni: industria, edilizia e rivendita.

L'azienda si rivolge in particolare ai settori automotive, carrozzeria industriale, elettronica,

elettrodomestici, lattoneria, carpenteria e coperture metalliche.

Gli alti standard qualitativi e una gamma di prodotti completa fanno di Rivit una realtà benradicata sul mercato nazionale e internazionale. L'azienda è presente in più di 60 paesi nel mondo grazie a una rete di distributori locali.

Rivit opera all'estero anche attraverso due società controllate: Rivit Maroc e Rivit India e, tramite distributori, in oltre 60 paesi.

Il prezzo netto d'acquisto è stato determinato in 17,15 milioni di Euro riferito al 31 dicembre

2020 oltre ad un conguaglio di 0,5 milioni relativo al risultato dal 1° gennaio 2021 alla data di perfezionamento del trasferimento delle quote. La posizione finanziaria netta al 31 agosto 2021 è positiva (cassa) per 1,5 milioni di Euro.

L'operazione è stata finanziata in parte con la liquidità già disponibile (40%) e per il restante con l'intervento di Banca Intesa San Paolo.

L'operazione dà continuità al percorso di crescita della Società per linee esterne già intrapreso attraverso l'acquisizione del 40% di Sitges SL (Spagna) avvenuta a Giugno 2018 e del 100% di

Vogel-Germany nel marzo del 2019.

Dal punto di vista strategico, l'acquisizione consentirà di:

- i. sviluppare sinergie di canale, da un lato, e lo sfruttamento reciproco di nuovi canali dall'altro;
- ii. ampliare l'offerta del Gruppo con oltre 45.000 referenze di un marchio molto noto nel settore;

iii.

aggiungere ulteriori mercati di sbocco per l'offerta aggregata del Gruppo, sia nei paesi dove Rivit è presente con società controllate (Marocco e India), sia tramite i distributori attivi in 60 paesi, in larga parte complementari a quelli attuali del Gruppo, facendo sì che il fatturato complessivo estero si attesti intorno al 30% del totale.

Dal punto di vista dimensionale l'operazione permetterà di raggiungere un fatturato di Gruppo a regime di oltre 50 milioni di euro, accelerando notevolmente il piano di crescita

sia organico che per acquisizioni, nonostante gli effetti della pandemia a livello globale.

Si segnala inoltre che in data 21 settembre 2021 la capogruppo Fervi SpA ha acquisito il 5,4% delle quote della società Esales Srl ("Esales oMister Worker") con sede a Milano.

Esales, una PMI innovativa iscritta nell'apposita sezione del Registro Imprese, è un distributore digitale focalizzato sul B2B di attrezzatura professionale per il mercato MRO (Maintenance, Repair and Operations) che ha avviato la propria attività tramite il portale di proprietà Mister Worker (www.misterworker.com), il cui marchio è registrato ad oggi in oltre 40 paesi.

L'intervento si innesta nell'ambito di un aumento di capitale scindibile deliberato da Esales di massimo 3.000.000 di Euro. L'intervento finanziario di Fervi è stato pari a 0,5 milioni di Euro e è stato interamente finanziato con mezzi propri. Poiché è stato sottoscritto l'intero aumento di capitale da parte di altri investitori la percentuale di Fervi è scesa al 4,17%. Contestualmente è stato sottoscritto un contratto di distribuzione a fronte del quale Mister Worker sarà il distributore online dei prodotti del Gruppo Fervi con particolare focus sui mercati esteri. Il contratto prevede la vendita dei prodotti da parte di Fervi a Esales che a sua volta provvederà tramite il proprio portale alla vendita ed alla consegna al cliente.

Andamento economico

I ricavi netti del periodo risultano essere in aumento per circa il 44,6% rispetto a quelli dell'esercizio precedente fortemente penalizzato dalla diffusione della pandemia e dal conseguente periodo di lockdown. Si rileva che una parte della crescita deriva dalla neo acquisita Rivit Srl (5,8 milioni di Euro) e che la crescita organica del gruppo di attesta in un +22,4% sul 2020 e 11,6% sul 2019 non influenzato dalla pandemia.

Questo risultato organico è dovuto ad un forte recupero del mercato Italiano ed Europeo iniziato nella seconda metà del 2020 e proseguito per quasi tutto il 2021 ed alla costante attività di product marketing e di spinta commerciale su cui il gruppo sta investendo.

L'EBITDA e l'EBIT si incrementano rispettivamente 1,2 milioni di Euro e di 0,9 milioni di Euro pari a +29,4% e +30% rispetto a quelli del precedente periodo comparabile;

L'incidenza dell'EBITDA sul fatturato diminuisce dell'1,65%, mentre se consideriamo l'EBITDA ADJUSTED dei costi di M&A (273 mila Euro) l'incidenza sul fatturato diminuisce dello 0,9%, in particolare per l'incremento dei costi di trasporto che ha caratterizzato l'anno in corso, solo in parte ribaltati attraverso l'aumento prezzi di vendita.

Gli oneri finanziari risultano in aumento rispetto allo scorso anno a causa degli interessi sui mutui ottenuti nel corso del 2020 ed inizio 2021 da primari istituti di credito e agli oneri della neo acquisita Rivit Srl.

I proventi e oneri straordinari beneficiano in particolare della sopravvenienza attiva non tassata legata all'ottenimento del credito d'imposta per gli investimenti in attività di ricerca e sviluppo per gli anni 2016-2020 ottenuto da Riflex Srl (363 mila Euro) e la sopravvenienza attiva legata alla maturazione della super Ace, con conversione della deduzione in credito d'imposta ai sensi dell'art. 19, comma 3, del D.L. 73/2021 da parte di Sviluppo Industriale poi

fusa in Rivit Srl con data efficacia 31 dicembre 2021.

Il carico fiscale, in termini di percentuale di imposte rispetto all'EBT, risulta in aumento rispetto

al precedente anno (24,2% nel 2021 rispetto a 22,7% nel 2020), e include anche nel 2021 il beneficio derivante dal Patent Box a cui le società Fervi e Riflex hanno accesso a partire dal bilancio chiuso al 31 dicembre 2019. Si rileva inoltre l'abolizione dello scomputo del primo acconto nel calcolo dell'IRAP, attuato invece sia per Fervi che per

Riflex nel 2020.

Andamento patrimoniale e finanziario

Il Capitale impiegato, al netto di quello acquisito a seguito dell'integrazione di Rivit (13,3 milioni di Euro) si è incrementato per circa 2,7 milioni di Euro rispetto all'esercizio precedente.

Tale incremento è legato principalmente all'incremento del circolante netto (Magazzino e Crediti). Il Capitale impiegato acquisito è riferito principalmente, a immobilizzazioni per 9,9 milioni di Euro, di cui 6,1 milioni di Euro di avviamento, e da capitale circolante per 5,4 milioni di Euro e Fondi rischi ed oneri e per il personale per 2,1 milioni di Euro.

La posizione finanziaria netta al 31 dicembre 2021 è pari a -10,4 milioni di Euro (indebitamento finanziario netto) rispetto al dato fornito al 30 giugno 2021 pari +4,1 milioni di

Euro (cassa).

La variazione negativa della posizione finanziaria netta rispetto al 30 giugno 2021, pari a 14,5 milioni di Euro è dovuta principalmente all'acquisizione della controllata Rivit che ha generato un impegno pari a 16,5 milioni di Euro (di questi 6,9 milioni sono stati versati alla chiusura del contratto e 9,6 milioni di Euro sono riferiti al Vendor Loan dilazionato in 5 anni con scadenza settembre 2026). In tale contesto il Gruppo ha acquisito una posizione finanziaria netta (cassa) di circa 3,2 milioni.

Principali fatti avvenuti dopo la chiusura del periodo Non si rilevano eventi successivi degni di nota.

Con riferimento al conflitto in corso tra Russia e Ucraina si fa presente che il Gruppo ha un'esposizione limitata in termini di volume d'affari con le nazioni in questione -inferiore all'1% -e che alla data del presente documento l'esposizione finanziaria è pressochè nulla. Stante

la situazione attuale non si ritiene pertanto che tale conflitto possa avere un impatto diretto significativo sull'andamento aziendale del 2022. Resta ferma l'incertezza legata all'evoluzione del conflitto ed alle sue conseguenze dirette ed indirette in termini geopolitici e macroeconomici dei quali al momento non è possibile prevedere gli sviluppi.

Proposta di dividendo

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea degli Azionisti la distribuzione dell'utile d'esercizio di Fervi SpA pari a 1.979 mila Euro:

- quanto a Euro 2 a riserva legale, a raggiungimento del quinto del capitale sociale;
- quanto a dividendo Euro 0,35 per ciascuna delle azioni ordinarie in circolazione al momento della distribuzione;
- quanto al residuo alla riserva straordinaria.

Il dividendo, qualora approvato dall'Assemblea, sarà messo in pagamento per gli aventi diritto in data 11 maggio 2022 con data stacco cedola il 09 maggio 2022 e record date 10 maggio 2022.

Prevedibile evoluzione dell'attività per l'esercizio in corso

Come affermato dal Fondo Monetario Internazionale, "l'economia globale entra nel 2022 in una posizione più debole delle attese", rivedendo al ribasso le stime per il 2022 per le due maggiori economie mondiali, gli Stati Uniti e la Cina.

A pesare sull'economia mondiale sono la recrudescenza del Covid ma anche l'elevata inflazione.

Infatti ai preesistenti fattori di rischio al ribasso che caratterizzavano la congiuntura mondiale si è aggiunta la crisi geopolitica internazionale che ha innescato un'ulteriore accelerazione dei prezzi delle commodity energetiche e alimentari, giunti a livelli eccezionalmente elevati.

In Italia, la decelerazione della ripresa economica nel quarto trimestre del 2021 è stata seguita, a gennaio, dalla caduta della produzione industriale e da una flessione delle vendite al dettaglio. Le prospettive per l'economia italiana a inizio anno mostravano un quadro favorevole ma le forti tensioni geopolitiche hanno modificato sostanzialmente il quadro internazionale e la possibile evoluzione dell'economia italiana. La quantificazione puntuale degli effetti sulle prospettive economiche italiane della crisi geopolitica internazionale è estremamente difficile a causa dell'ampia incertezza riguardante gli esiti del conflitto, per cui necessiterà di ulteriori analisi e aggiornamenti.

Secondo l'ISTAT una prima valutazione degli effetti dello shock dei prezzi energetici, potrebbe portare ad una riduzione del Pil italiano di 0,7 punti percentuali rispetto a quello stimato in uno scenario base in cui le quotazioni dei beni energetici rimanessero sui livelli di inizio anno.

In tale contesto di incertezza, il Gruppo continua a sopperire alle criticità di fornitura grazie ad una accurata pianificazione e ai rapporti ultradecennali con i propri fornitori che permette di avere disponibilità di prodotti di magazzino per la vendita.

Sono state inoltre riviste ulteriormente e comunicati ai clienti aumenti di listino dei prezzi di vendita necessari a salvaguardare la marginalità.

Inoltre l'evoluzione della situazione macroeconomica e di mercato viene tenuta settimanalmente sotto controllo per identificare la necessità di ulteriori correttivi, con particolare riferimento al costo dei noli internazionali che comunque non sono variati dalla seconda metà del 2021.

Le tensioni socio-politiche che sono sfociate in data 24 febbraio 2022 in un conflitto tra Russia e Ucraina, le cui evoluzioni allo stato attuale non sono ancora prevedibili, hanno condotto i paesi occidentali a varare sanzioni economiche verso la Russia.

Il Gruppo non ha sedi nei paesi attualmente direttamente interessati dal conflitto, né questi rappresentano significativi mercati di sbocco o di fornitura per lo stesso.

Questo è un estratto del contenuto originale. Per continuare a leggere, accedi al documento originale.

LA SCHEDA

Blue Bird

Attrezzi da taglio a batteria per uso professionale e per uso domestico

Le due linee hanno in comune la qualità costruttiva e dei materiali, l'ergonomia e il livello di servizio assicurato dall'azienda. Differiscono per la potenza della batteria che nel professionale è dimensionata per supportare un utilizzo intensivo

Fabbrica motori dal 1978

Blue Bird
Industries

Blue Bird propone una gamma completa di attrezzi da taglio e da potatura con batteria integrata che rispondono egregiamente alle esigenze di ogni tipo di utilizzo, da quello domestico a quello prettamente professionale. A proposito dell'uso domestico, svariati articoli possono venire in aiuto dell'utilizzatore, modelli che si caratterizzano per una grande qualità costruttiva e dei materiali e che non sfuggirebbero nell'utilizzo più professionale. La differenza fra la linea domestica e quella professionale non sta nei materiali, nella qualità del taglio o nell'ergonomia, ma semplice-



mente nella potenza della batteria, che in ambito professionale è pensata per supportare un utilizzo intenso per l'intera giornata lavorativa, mentre nella linea domestica è misurata sui tempi di lavoro tipici dell'hobbista. Il modello base è la forbice da potatura PS 22-18, un attrezzo estremamente solido, ma allo stesso tempo leggero (soli 650 grammi inclusa la batteria), che grazie alla leggera batteria integrata da 4.2 V è perfetta per il giardino e per i piccoli lavori di potatura.

Il modello PS 22-23 TWIN offre una batteria di potenza doppia (8.4 V) rispetto al modello precedente, garantendo quindi una maggior durata e una maggiore coppia di taglio, che permette di affrontare lavori di potatura più pesanti. Il modello presenta inoltre delle funzionalità evolute, come il display che indica la carica della batteria, il numero di tagli effettuati e la diagnostica di base della macchina. È inoltre presente la possibilità di taglio progressivo e una sicurezza antitaglio sul grilletto. Il modello CS 22-04 è invece un pratico potatore a catena in grado di potare rami fino a 10 cm di diametro. Dotato di ottima ergonomia e di un perfetto bilanciamento, pesa solamente 1 kg inclusa la batteria e viene fornito già con 2 batterie da 12.6 V incluse nella confezione. La velocità della catena è regolabile e la pratica barra carving, unita al profilo affusolato della macchina, permette di inserirsi facilmente fra i rami delle piante. Inoltre, il motore brushless garantisce la massima efficienza nei consumi e un efficace freno catena elettromagnetico di sicurezza.

Per chi necessita tagliare rami a grandi altezze, è invece disponibile il modello PCS 22-06. Dotato delle stesse batterie 12.6 V del CS 22-04, questo potatore a palo permette di raggiungere senza sforzo anche i rami più alti, grazie alla pratica asta telescopica che si allunga fino a 240 cm.

Nella medesima serie 12.6 V è presente anche il pratico Sprayer SG 22-10, ideale per nebulizzare fertilizzanti o trattamenti per piante da balcone, oltre che per l'igiene delle superfici.



Per informazioni: Tel: 0445 314138 - Mail: info@bluebirdind.com

GUIDA PRODOTTO

Blue Bird Industries - Il potatore telescopico PCS 22-06 è ideale per chi necessita tagliare rami a grandi altezze. Dotato di 2 batterie 12.6 V - 2.5 Ah, questo potatore a paio permette di raggiungere senza sforzo anche i rami più alti, grazie alla pratica asta telescopica che si allunga fino a 240 cm. La barra da taglio è lunga 10 cm e di tipo carving, ideale per penetrare agevolmente fra i rami della pianta. Il peso molto limitato consente un'ottima agilità nell'utilizzo, anche con prolunga completamente estesa.



cavi elettrici, per le funi d'acciaio o per il taglio di materiali speciali, le forbici (da elettricista o per il Kevlar), il troncaremi ed ancora tanto altro". Descrive un approccio alla categoria volto a garantire la soluzione di un range ampio e completo di bisogni anche **Christian Chessa** Product Manager **Makita Italia**. "La nostra azienda si rivolge a tutti i settori professionali del taglio con una gamma ampia ed adeguata sia a filo che batteria (disponibili nei diversi amperaggi secondo le esigenze di lavorazione). Ci riteniamo specialisti in grado di dare risposte adeguate in ogni settore con una gamma in costante sviluppo. In questo ultimo periodo registriamo crescite importanti in particolare nel settore delle cesoie dove la gamma a batteria sta replicando il successo ormai consolidato da tempo delle macchine a filo". Essere specialisti di una categoria significa impegnarsi per soddisfare le esigenze della clientela, ma anche e soprattutto per garantire uno standard professionale in tutte le fasi della vendita, come tiene a sottolineare **Marco Guarino**, Ufficio Comunicazione & Marketing **Pellenc Italia**. "L'intera gamma di attrezzature a batteria è sviluppata

in base alle esigenze e richieste di una clientela professionale e specializzata; lo stesso livello di professionalità viene quindi richiesto anche per quanto riguarda il servizio post vendita. Pellenc Italia durante l'anno tiene direttamente una serie di corsi di formazione e aggiornamento, volti esclusivamente ai rivenditori autorizzati, in modo da offrire ai propri clienti sempre il massimo della professionalità e della rapidità di intervento".

"I prodotti da taglio Gardena" ricorda l'**Ufficio Marketing di Husqvarna Italia**, "coprono diversi settori di utilizzo, come il taglio dell'erba, delle siepi, di alberi, rami e arbusti, fiori e germogli, per legno giovane o resistente. Alcuni modelli offrono soluzioni intelligenti come il meccanismo a cricchetto e la funzione telescopica".

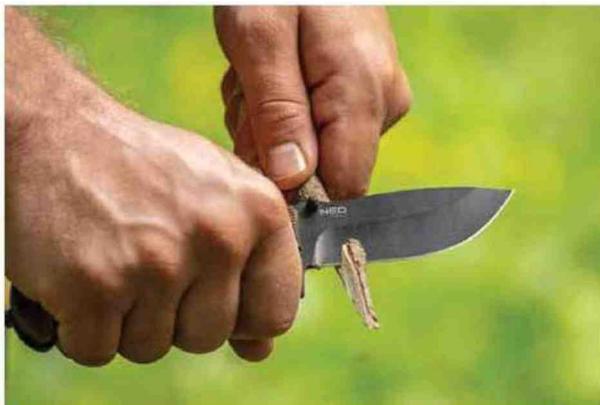
Le strategie distributive

Sono due gli elementi forse più rilevanti che emergono dalle dichiarazioni sulla strategia distributiva adottata che di seguito riportiamo: il riconoscimento dell'importanza del ruolo del canale tradizionale e la scelta di alcune aziende di lavorare con questo canale in un'ot-

tica di partnership in modo da rendere più efficaci la promozione e la comunicazione del brand e del prodotto. **Christian Chessa** Product Manager **Makita Italia** riferisce infatti che "i nostri prodotti sono veicolati in tutti i canali di vendita: dal tradizionale al grossista alla Gdo e chiaramente sul web attraverso siti di clienti rivenditori. Le tipologie di prodotto variano da quelle indirizzate ad un target semiprofessionale al professionista dei vari settori del mercato". Descrive una strategia più incentrata sulla continuità della relazione e sull'identificazione di un canale distributivo come partner elettivo **Ermanno Lucci** di **Fervi Group**. "La nostra azienda", afferma, "è presente nel canale dei rivenditori di ferramenta con tutto il catalogo che comprende ovviamente anche tutti gli articoli da taglio come cutter, sbavatori, seghetti, forbici, cesoie e tagliatubi. Strategicamente, ci rivolgiamo prevalentemente al canale della ferramenta tradizionale con la quale lavoriamo in ottica di partnership più che in quella di cliente/fornitore. Il canale Brico invece ci vede protagonisti prevalentemente per altre tipologie di prodotto sui quali non solo siamo

Knipex - Il taglieno universale Knipex CutIX® 90 10 165 è un cutter estremamente versatile e durevole. È dotato di un alloggiamento in magnesio resistente e di una nuova guida di stabilizzazione estensibile in modo variabile, che consente un utilizzo particolarmente versatile, un lavoro più rapido e un taglio più preciso. Questa consente un utilizzo particolarmente versatile e comodo della lama dal ridotto peso di 111 grammi e lunga 165 millimetri. Adatto a lame dalla forma standard da 18 mm di altezza.





Grupa Topex - Tra le molte novità presentate per gli strumenti da taglio, particolarmente interessante è il completamento della linea di coltelli che si arricchisce di molti prodotti dedicati alla vita all'aria aperta (Gamma Survival). Sono 15 nuovi prodotti che comprendono sia coltelli a serramanico che a blocco intero, sia mono funzioni che multi funzione. Tra questi il coltello serramanico 6 in 1 63-107.



riconosciuti, ma soprattutto ricercati per il rapporto qualità/prezzo dei nostri utensili". **Knipex**, chiarisce **Daniele Salsano** "distribuisce i propri prodotti in Italia attraverso l'ingrosso o i distributori nazionali, le rivendite specializzate nell'utenileria e ferramenta. La quasi totalità delle vendite dei nostri articoli è gestita dalla Ferramenta Tradizionale e solo in minima parte dal DIY che viene fornita tramite distributore".

La scelta di puntare su un target preciso di utilizzatori guida la strategia distributiva delle aziende come conferma anche **Marco Guarino** spiegando che **Pellenc Italia** "sviluppa la propria rete vendita attraverso i rivenditori autorizzati specializzati, senza essere presente nella GDO. Vista la tipologia di attrezzature, pensate e sviluppate avendo come target quello degli utilizzatori professionisti e semi-professionisti, è fondamentale la presenza di un rivenditore formato e in grado di offrire un servizio post vendita efficiente e puntuale". **Maurizio Verna** di **Grupatopex**

riferisce "che il 90% dei prodotti da taglio che distribuiamo viene veicolato al consumatore grazie alla collaborazione con i clienti del canale Tradizionale ed in particolare i grossisti nostri partner". Anche **Roberto Tribbia** di **Blue Bird Industries** ammette che "i nostri articoli da potatura sono veicolati soprattutto attraverso il nostro network di rivendi-



Ermanno Lucci, Marketing Director Fervi Group

tori tradizionali". Infine **Paolo Innecco** di **Beta Utensili** dopo aver dichiarato che "i canali principali sono quelli classici per Beta, ossia la Ferramenta e la Distribuzione Industriale" prosegue spiegando che, "grazie all'acquisizione di BM Group, il canale della Distribuzione di materiale elettrico sta diventando un ulteriore settore per i nostri articoli da taglio, soprattutto per le forbici da elettricista". Si pone in una posizione leggermente diversa Gardena perché, come si evince dalla risposta offerta dall'**Ufficio Marketing** di **Husqvarna Italia** "il canale tradizionale e la GD incidono in egual misura nella vendita di questa famiglia di prodotti".

Vendita assistita o a libero servizio?

Ciascuna di queste due filosofie di vendita presenta aspetti che possono andare incontro, magari in momenti diversi, ad esigenze specifiche del cliente. A fronte di una gamma così ampia e articolata, in molti casi essere accolti da un addetto che in modo proattivo ascolta le nostre esigenze e si mette a disposizione per consentirci di individuare l'attrezzo più adatto per noi è sicuramente vincente quando una delle priorità è il bisogno del confronto e della guida - anche solo a livello di conferma della scelta già effettuata autonomamente - di un interlocutore autorevole e com-

Makita - La cesoia DJS161ZJ è ideale per il taglio di metallo, metallo non ferroso, inossidabili, Inox, Alluminio, MDF, PVC, FRP e materiale plastico, gomma e vetri. Risulta quindi pratica in ogni condizione di utilizzo grazie alla sua speciale struttura interna, in grado di assicurare sempre elevate capacità di taglio ed una precisione sorprendente. Alimentata da batteria 18V, compatta e leggera permette di eseguire tagli precisi e perpendicolari con estrema maneggevolezza e cura. Derivata dalla controparte a filo, assicura un'elevata capacità di taglio fino a un massimo di 1.6 mm sull'acciaio e fino ad un massimo di 2.5 mm sull'alluminio. Grazie al LED, posizionato sulla parte laterale è possibile conoscere lo stato della batteria oppure se la macchina si trova sotto intenso sforzo (luce rossa fissa).



potente. La vendita a libero servizio può invece essere preferita quando il cliente ha già esattamente in mente l'articolo da acquistare, magari perché lo ha già utilizzato e deve semplicemente sostituirlo, e, non avendo particolare bisogno d'informarsi, privilegia altre opportunità, prima fra tutte quella della minimizzazione dei tempi d'acquisto. Pur essendo più onerosa in termini di organizzazione e di tempo del personale la vendita assistita per aziende e retailer è di solito l'opzione da preferire - e il mercato degli attrezzi da taglio non fa eccezione - perché è un'occasione unica per gettare le basi per una relazione continuativa che porti il cliente ad affidarsi all'insegna o al brand anche per altri acquisti. Anche se siamo ancora distanti dall'incidenza del mercato consumer, sempre di più anche l'e-commerce viene visto come un canale cui rivolgersi anche per l'acquisto di attrezzi da taglio. O, per essere più precisi, di alcuni attrezzi da taglio. Prova ne sia che ormai sono diversi i retailer del canale tradizionale che hanno affiancato vendita online e negozio fisico. "La Ferramenta tradizionale è sempre il canale ideale per distribuire una famiglia così ampia e dagli impieghi così differenziati" dichiara **Paolo Innecco**, Marketing Operations Director di **Beta Utensili** prima di riconoscere che "grazie alle

caratteristiche che ne permettono l'utilizzo in diversi campi di applicazione, le forbici 1128FXS stanno avendo un ottimo riscontro nell'e-commerce poiché negli ultimi anni molti dei nostri distributori hanno affiancato al negozio tradizionale anche una rivendita online". Considerando l'intera famiglia di articoli da taglio **Ermanno Lucci**, Marketing Director **Fervi Group** ritiene che non sia possibile "escludere nessuno dei modelli di vendita citati. Ad ogni modo mi preme sottolineare che l'e-commerce non ci compete direttamente, ma vi operiamo solo attraverso i rivenditori che scelgono di mettersi in pista online. Bisogna poi dire", prosegue Lucci, "che la scelta del canale di vendita dipende molto dal tipo di prodotto. Sicuramente quando parliamo di articoli da taglio più



Paolo Innecco, Marketing Operations Director di Beta Utensili

professionali, quali per esempio cesoia per lamiera o sbavatori per tubi, la vendita assistita la fa da padrone, mentre quando abbiamo a che fare con articoli di uso quotidiano quali cutter e forbici il canale online può essere tenuto in considerazione, anche se", tiene a ribadire per evitare fraintendimenti, "tale canale non è direttamente presidiato da Fervi. Detto questo, non le nascondo che anche i prodotti più semplici e di uso quotidiano si vendono molto bene nel canale tradizionale". Non esclude a priori nessuna di queste due filosofie di vendita **Maurizio Verna** Business Development Manager di **Grupatopex**. "La nostra esperienza" dichiara, "mi farebbe dire che la vendita assistita sia molto importante per questi prodotti ma penso che a breve l'online potrà crescere in linea con la crescita generale che sta registrando".

A fare la differenza è l'attrezzo coinvolto. L'Ufficio Marketing di **Husqvarna Italia** chiarisce che "per questa categoria la vendita a banco è predominante. I prodotti di dimensioni più piccole come le forbici da giardino si prestano bene anche alla vendita online, mentre gli utensili con caratteristiche particolari, come troncaremi, fissi e telescopici e tagliasiepi, hanno maggiori chance di vendita se supportati dalla consulenza di addetti vendita preparati, che sappiano mettere in risalto le peculiarità del prodotto e le differenze sostanziali con la concorrenza".

Proprio la natura del prodotto coinvolto porta **Roberto Tribbia**, Sales and marketing Department di **Blue Bird Industries** a non avere esitazioni nel puntare con decisione sulla vendita assistita. "Trattandosi non di semplici attrezzi manuali, ma di vere e proprie macchine con componenti meccaniche ed elettroniche, riteniamo che la vendita assistita sia la modalità migliore, in quanto consente di spiegare il prodotto, consigliare le migliori modalità d'uso e suggerire il modello più adatto alle esigenze del cliente all'interno della no-

Pellenc - La gamma di motoseghe professionali da potatura Pellenc Selion, fa dell'ergonomia e della precisione di taglio, due delle sue caratteristiche principali. Composta da una motosega ad impugnatura manuale (Selion M12), una tradizionale (Selion C21) e due motoseghe su asta (Selion T175/225 e 220/300), è alimentata dalle batterie multifunzione agli ioni di litio Pellenc in modo da lavorare nel totale rispetto di operatore e ambiente, in assenza di gas di scarico, consumo di carburante, con vibrazioni e pesi ridotti al minimo. Tutte le motoseghe Pellenc sono equipaggiabili con la nuova guida "precision" in grado di aumentare ulteriormente la pulizia del taglio, riducendo allo stesso tempo lo sforzo della macchina e ottimizzando di conseguenza l'autonomia della batteria.



stra gamma"; una visione pienamente condivisa da **Marco Guarino**, Ufficio Comunicazione & Marketing **Pellenc Italia** che ricorda che per la sua azienda "la figura del rivenditore specializzato come punto di riferimento per il cliente finale resta fondamentale".

Christian Chessa Product Manager ricorda che **Makita Italia** "da sempre ritiene la vendita a banco svolta dal rivenditore specializzato sul campo il canale preferenziale a cui rivolgere maggiormente le proprie attenzioni. I rivenditori sono coloro che si interfacciano direttamente in maniera preparata con l'utilizzatore professionale ed ascoltando le esigenze sono in grado di fornire il prodotto più idoneo per la specifica lavorazione richiesta; nella maggior parte dei casi abbinandolo all'accessorio adeguato e spesso evitando le dinamiche di prezzo che possono indurre un acquisto di prodotti non idonei". Pur confermando la preferenza per un modello di vendita assistita **Daniele Salsano** Sales e Marketing Manager di **Knipex** non si sottrae al confronto sul canale online.

"Knipex da sempre predilige la distribuzione dei propri prodotti attraverso la

vendita assistita, nella quale l'utente ha la possibilità di essere consigliato nella scelta dell'utensile che possa soddisfare meglio le sue necessità e per informarlo su l'unicità delle caratteristiche tecniche dei nostri utensili. Per questo motivo ci rivolgiamo principalmente alla Ferramenta Tradizionale". Salsano però riconosce che "continua ogni giorno la forte crescita della digitalizzazione globale e di conseguenza l'eCommerce è senza dubbio il protagonista principale per la vendita di prodotti e servizi. USA, Cina, Regno Unito, Germania, Francia sono sicuramente i paesi che si distinguono per l'alta percentuale di acquisti online rispetto agli store offline. Nonostante l'Italia prediliga ancora di gran lunga gli acquisti al negozio fisico, il nostro paese sta facendo registrare le più alte percentuali di crescita nella vendita digitale rispetto alle sopracitate nazioni già più mature. Knipex", prosegue Salsano, "da anni segue con attenzione lo sviluppo dell'eCommerce ed ha creato un Team dedicato per il supporto digitale verso tutti i Partner che desiderano sviluppare il proprio business attraverso web shop. Riteniamo che tutti i nostri utensili debbano essere in qualche

Maurizio Verna Business Development Manager di Grupatopex



modo proposti attraverso una vendita informata e sicuramente l'assistenza di personale dedicato all'interno di un negozio fisico può essere utile nella scelta di alcuni articoli da taglio come le pinze per elettronica (per le quali vantiamo una vasta gamma di referenze), per le cesoie di cavi elettrici (come quelle a cricchetto per cavi di grossi diametri) o funi d'acciaio, il nostro nuovo cutter Cutix (unico nel suo genere) ed ancora per la scelta del tronchese più idoneo all'impiego per cui si desidera effettuare l'acquisto (laterale, frontale o a doppia leva). Tuttavia, la vendita dei nostri utensili da taglio attraverso l'eCommerce può ugualmente soddisfare le esigenze di chi acquista il prodotto se nel web shop è presente tutto il materiale elettronico che mettiamo a disposizione: immagini di prodotto (anche durante le applicazioni di lavoro), le dettagliate descrizioni tecniche ed i video di presentazione (veloci ed efficaci)".



Articoli da taglio

La vendita assistita resta la prima opzione, anche se....

La possibilità di confrontarsi ed essere guidati o confermati nella scelta dell'attrezzo più adatto resta l'elemento che, dal punto di vista delle aziende, consente una maggiore comprensione delle proprietà e delle caratteristiche di ciascun attrezzo in modo da individuare quello più adatto all'uso che se ne intende fare. E questo anche se molti rivenditori hanno ormai affiancato al negozio anche un sito di vendita e-commerce

La categoria Attrezzi da taglio è forse una delle più ampie di questo mercato sia sotto il profilo della tipologia degli articoli che vanno a comporla sia dal punto di vista degli ambiti di applicazione. Questo pone alle aziende che la trattano una sfida, riuscire a dare una risposta tecnicamente valida al maggior numero di bisogni, e, contemporaneamente, un'opportunità, innovare la propria proposta in modo da appropinquare nuovi settori. "Negli ultimi anni", dichiara **Paolo Innecco**, Marketing Operations Director di **Beta Utensili**, "grazie alla cooperazione con BM Group, ci stiamo avvicinando maggiormente alle richieste specifiche degli operatori del settore elettrico, senza però tralasciare lo sviluppo di prodotti più trasversale e adatto a diversi settori". Riferisce di una precisa scelta di campo **Roberto Tribbia**, Sales and marketing Department di **Blue Bird Industries**. "La nostra gamma è composta esclusivamente da attrezzi a batteria e si rivolge sia all'utente domestico, sia all'utilizzatore professionale". **Fervi**, ricorda **Ermanno Lucci**, Marketing Director "è il riferimento per il settore MRO". E questo si-



INSTRUMENTI

GUIDA PRODOTTO

gnifica che "ha nel suo DNA un posizionamento generalista con un catalogo, appunto il nuovo Catalogo 44, che copre le esigenze che vanno dalle Macchine Utensili agli abrasivi, passando per l'utensileria manuale e gli strumenti di misura". L'approccio alla categoria dell'azienda, prosegue Lucci è "mettere sempre a catalogo famiglie di prodotto e non singoli prodotti per cercare di coprire le esigenze di maggior richiesta del nostro cliente che va dal professionista al bricoleur evoluto. Nel caso specifico possiamo vantare una famiglia di prodotti abbastanza ampia, non specialistica, ma che sicuramente può offrire il prodotto più adatto alle esigenze del cliente per l'applicazione più o meno specifica. Tutto ciò si traduce in oltre 50 articoli divisi per tipologia e applicazione di riferimento".

La scelta di **Grupatopex** è stata quella di non puntare su una specifica specializzazione. **Maurizio Verna** Business Development Manager spiega infatti: "la nostra gamma è ampia e spazia

Beta Utensili - Le forbici da elettricista 1128FXS sono dotate di impugnatura bimateriale e custodia agganciabile alla cintura. Inglobano 4 funzioni in un unico utensile universale: la gola trancia-cavo e la lama microdentata per una maggior presa consentono un taglio rapido e netto, per cavi fino a 50 mm²; il profilo a fresa garantisce la svasatura dei fori delle cassette di derivazione in maniera precisa e pulita; la sensibilità del perno anti-allentamento permette una spektatura precisa anche per i cavi più fini; la crimpatura per terminali a tubetto è sicura e resistente nel tempo.



sui diversi ambiti di applicazioni senza degli specialisti in un ambito specifico. Per questo riusciamo a soddisfare le principali richieste dei nostri clienti".

"La categoria degli articoli da taglio **Knipex** è molto vasta", assicura **Daniele Salsano** Sales e Marketing Manager, "e soddisfa le necessità dei professionisti più esigenti, specializzati nei diversi settori, in maniera quasi totale. Il settore edile: con le nostre popolari tenaglie

per cementista, i tagliabulloni, i piccoli "ma grandi" tronchese a doppia leva CoBolt, le cesoie per funi di acciaio ed ancora la nostra ampia gamma di tronchese laterali e frontali. Il settore elettrico ed elettronico: con le nostre cesoie per cavi, l'ampia gamma di tronchese per elettronica, le tronchese ed il seghetto con il manico isolato 1000V (bicomponente o nel doppio bagno di PVC) e le immancabili forbici da elettricista. Il settore idraulico, per il quale ogni anno Knipex allarga la gamma di cesoie per il taglio di tubi in plastica (flessibili, rigidi, multistrato e di grossi spessori) e per quelli di rame, ottone ed inox (vedi la nostra KNIPEX Tubix). Non manca l'attenzione per l'importantissimo settore dell'industria e dell'agricoltura, per i quali solo per fare qualche esempio, possiamo citare i nostri tronchese laterali e a doppia leva CoBolt, le cesoie per i

Fervi - Grazie alle loro caratteristiche tecniche i 4 sbavatori D420/S con robuste lame in HSS (High Speed Steel) garantiscono una pittura impeccabile, adattandosi a sbavature interne ed esterne su diversi materiali, duri e morbidi, con bordi dritti, curvi, regolari e irregolari. Pratici da usare, grazie all'impugnatura ergonomica e alla comoda clip che permette di tenerli sempre con sé, sono disponibili in una gamma di colori che ne facilita la scelta in base al tipo di lavorazione: viola per l'alluminio, rosso per l'ottone e la ghisa, blu per l'acciaio e giallo per la plastica.



Christian Chessa Product Manager Makita Italia

Levigatrice da banco combinata nastro/disco con tavola di lavoro inclinabile

Molto semplice da usare, utilizzabile con nastro in orizzontale o verticale, la levigatrice inclinabile da banco di FERVI propone finiture sempre perfette ed è pensata per hobbisti evoluti, anche se la sua robusta struttura in acciaio la rende idonea anche per le sollecitazioni professionali.

Da utilizzarsi esclusivamente per la lavorazione del legno e materiali plastici, ha una tavola di lavoro inclinabile in fusione di alluminio, con supporto fermapezzo, nastro e disco abrasivi. Il nastro abrasivo serve per levigare superfici estese o rimuovere bave di taglio di legno mediante abrasione. Il disco abrasivo trova invece un più utile impiego qualora debbano essere levigati spigoli e bordi (in testa), sia ad angolo retto sia con inclinazione fino a 45°. In dotazione una squadra per l'orientamento dei pezzi che permette all'utilizzatore di ottenere gli angoli desiderati; la tavola di lavoro può essere applicata sia per levigare col nastro sia col disco.

Il prezzo consigliato al pubblico

è di **euro 266,00.**

Fervi (www.fervi.com)





Ing. Marcello Petrucci nuovo direttore generale di Fervi



L'Ing. Marcello Petrucci (in foto) è il nuovo direttore generale di Fervi nominato dal CdA nel mese di febbraio.

Petrucci ha maturato un'esperienza internazionale in aziende quali Datalogic, Gewiss, Caprari, ricoprendo ruoli apicali sia in Italia sia all'estero. L'Ing. Petrucci è chiamato ad **espandere la presenza del Gruppo in Europa**, oltre che a offrire una **professionale mentorship** al forte team manageriale che ha portato ai brillanti risultati del gruppo fino a oggi.

È stata presentata inoltre la **nuova edizione del catalogo che celebra i quarantaquattro anni di attività dell'azienda**, incrementando le referenze e proponendo **aggiornamenti tecnici ed estetici** che ne migliorano la praticità e la fruibilità, ma soprattutto l'efficacia in fase di vendita grazie alle **sezioni tematiche**, alle **icone parlanti** e alla possibilità attraverso il **QR code** di approfondire le caratteristiche dei prodotti con supporti multimediali come **video e tutorial**.

Inoltre, in linea con l'impegno dell'azienda in ambito sostenibilità sottolineato anche dalla recente certificazione ESG, il catalogo è stato realizzato **in carta non trattata**, proveniente da foreste gestite responsabilmente (certificate PEFC), garantendo il risparmio di CO₂ e contribuendo alla salvaguardia del pianeta.

► www.fervi.com



ANTEPRIMA MERCATO

PRESTIGIOSA CERTIFICAZIONE ESG A FERVI SPA



Attenzione all'ambiente, ai lavoratori e alla governance hanno consentito a Fervi Spa di ottenere la prestigiosa Certificazione ESG, riservata alle aziende impegnate a incrementare un approccio sostenibile. La certificazione, rilasciata dall'ente accreditato Certification S.r.l., valuta la sostenibi-

lità aziendale. In questi anni, l'azienda ha messo a frutto un percorso orientato ad incrementare la qualità e la sostenibilità in tutti gli ambiti produttivi, puntando su: acqua pulita e servizi igienico-sanitari, lavoro dignitoso e crescita economica, imprese innovazione e infrastruttura, consumo e produzioni responsabili, e vita sulla terra. Grazie a raccolta differenziata, strumenti a basso consumo energetico e impianti fotovoltaici, ottimizzazione della logistica e riduzione dei consumi idrici, il

Gruppo Fervi aveva già ottenuto la certificazione ISO 14001 su tutto il sistema di gestione ambientale, e la ISO 9001 relativa al Sistema di Gestione della Qualità. In ambito sociale, con condizioni di lavoro eque e sicure (proteggere i dati del personale, favorire l'equità di genere e della rappresentazione delle quote rosa, valorizzare i propri talenti) e grazie al proprio impegno per garantire la sicurezza sul luogo di lavoro come previsto dal D. Lgs. 81/08, possiede la certificazione ISO 45001.



Nuovi giraviti Torx C881, professionali ma anche per hobbisti

Per esigenze professionali di officina e manutenzione, ma con un rapporto qualità/prezzo che li rende idonei anche per gli hobbisti e il fai da te più evoluto. Realizzati in cromo-vanadio, i giraviti C881- e C881/006 sono dotati di punta magnetica fosfata di colore nero, e impugnatura bicomponente che abbina l'elasticità della resina TPR alla resistenza al grasso tipica del polipropilene. Attraverso un foro sul manico, questi giraviti possono essere appesi in officina per tenerli sempre a portata di mano ma anche per rendere l'ambiente di lavoro più ordinato e professionale grazie all'elegante design bicolore in grigio e azzurro Fervi. Disponibili nelle misure da T7 a T40, completano la gamma dei giraviti Fervi (a taglio, a croce ph/pz e da elettricista) e sono acquistabili singolarmente, oppure nella versione C881/006 in kit che contiene le misure T10, T15, T20, T25, T27 e T30.

www.fervi.com



Utensili: cresce la gamma Fervi

Fervi presenta oggi i nuovi Giraviti Torx, progettati per soddisfare gli elevati standard di utilizzo di un ambiente professionale e per rispondere

alle varie esigenze del settore.

Realizzati in cromo-vanadio,



i giraviti C881- e C881/006 sono dotati di punta magnetica fosfata di colore nero che garantisce la massima precisione di utilizzo, grazie anche all'impugnatura bicomponente che abbina l'elasticità della resina TPR alla resistenza al grasso tipica del polipropilene, garantendo così un grip ottimale in ogni condizione d'uso.

Attraverso un pratico foro sul manico, questi giraviti possono essere comodamente appesi in officina per tenerli sempre a portata di mano, ma anche per rendere l'ambiente di lavoro più ordinato e professionale grazie all'elegante design bicolore in grigio e azzurro Fervi.

I Giraviti Torx C881-, disponibili nelle misure da T7 a T40, completano la gamma dei giraviti Fervi (a taglio, a croce ph/pz e da elettricista) e sono acquistabili singolarmente, oppure nella versione C881/006 in un pratico kit che contiene le misure T10, T15, T20, T25, T27 e T30.



● Fervi - www.fervi.com



Utensili: cresce la gamma Fervi



Con i nuovi Giraviti Torx, Fervi potenzia la gamma di utensili dedicata ai professionisti del settore.

Fervi

presenta oggi i nuovi
Giraviti Torx

, progettati per soddisfare gli elevati standard di utilizzo di un ambiente professionale e per rispondere alle varie esigenze del settore.

Realizzati in cromo-vanadio, i **giraviti C881- e C881/006** sono dotati di punta magnetica fosfata di colore nero che garantisce la massima precisione di utilizzo, grazie anche all'impugnatura bicomponente

che abbina l'elasticità della **resina TPR** alla resistenza al grasso tipica del polipropilene, garantendo così un grip ottimale in ogni condizione d'uso.

Attraverso un pratico foro sul manico, questi giraviti possono essere comodamente appesi in officina per tenerli sempre a portata di mano, ma anche per rendere l'ambiente di lavoro più ordinato e professionale grazie all'elegante **design bicolore in grigio e azzurro Fervi**.

I Giraviti Torx C881-, disponibili nelle **misure da T7 a T40**, completano la gamma dei giraviti Fervi (a taglio, a croce ph/pz e da elettricista) e sono acquistabili singolarmente, oppure nella versione C881/006 in un pratico kit che contiene le misure T10, T15, T20, T25, T27 e T30.

Fervi - www.fervi.com