



NOTIZIE MARKET INSIGHT



FERVI (AIM) – IMPEGNATA AD ACCELERARE LA CRESCITA PER LINEE ESTERNE

“Il semestre si è chiuso con un risultato in crescita vicino all'8% rispetto al pari periodo di confronto, con oltre 2,4 milioni di pezzi venduti. La crescita sui mercati esteri è stata pari al 33%, con il fatturato semestrale fuori dai confini che ha superato i 2 milioni.”

Esordisce così Guido Greco, Direttore Generale e Investor Relator di Fervi, attiva nella fornitura di attrezzature professionali per l'officina meccanica auto e la falegnameria, commentando i dati dei primi sei mesi del 2018. Greco spiega che tali risultati sono stati favoriti dalla “continua attività di product marketing volta alla costante crescita dell'offerta di prodotto (grazie anche alle oltre 1.000 referenze lanciate a marzo con il nuovo Catalogo Fervi 2018, che ora include circa 7.000 referenze) ed alla rilevante spinta commerciale”. Risultati sostanzialmente in linea con le previsioni, ma ora l'attenzione del gruppo è rivolta al secondo semestre del 2018, che Greco intravede “molto positivo in modo da poter conseguire pienamente gli obiettivi di inizio anno”. Per il prosieguo dell'anno in corso Guido Greco segnala che “Il trend di crescita del primo semestre è stato confermato nell'andamento del III trimestre del 2018 in termini di fatturato”. E non solo. Il Direttore Generale è ottimista anche per la chiusura del 2018 e per gli anni a venire, sottolineando che “ci aspettiamo che i benefici derivanti dalla quotazione insieme ai risultati attesi dalla campagna di comunicazione lanciata a settembre 2018 producano i relativi risultati a regime a partire dall'esercizio 2019”. Quest'ultima, infatti, è stata la prima campagna comunicativa del gruppo, e punta a una presenza costante sui media nazionali (quali TV, Radio, Stampa) nei mesi di settembre e ottobre, in aggiunta ad una significativa attività digital. Va ricordato che il valore nominale della campagna è pari a circa 800mila euro ma grazie alla formula dello scambio merci, l'impatto economico finanziario è stato di circa 200mila euro. E in aggiunta, dalla partecipazione alla BiMU (Biennale Macchine Utensili) di Milano, fiera di riferimento del settore delle macchine utensili di medie e grandi dimensioni, sono attese numerose opportunità di sviluppo del business. Guardando oltre la chiusura del 2018, lo scenario positivo del business è evidenziato anche dalla ricerca del Nomad, che ha confermato il trend di crescita a livello mondiale ed italiano del mercato della MRO (Maintenance, Repair and Operations), mercato di riferimento del gruppo, oltre che del settore del “Do It Yourself” a cui Fervi ha sempre puntato in maniera rilevante, rivolgendosi nello specifico agli hobbisti particolarmente evoluti ed esigenti. “In questo scenario ci aspettiamo di consolidare i risultati di crescita che hanno portato il gruppo ad un fatturato consolidato di oltre 24 milioni (forecast 2018), partendo dagli 11 milioni del 2011, quando la Fervi venne rilevata dalla nuova proprietà”, aggiunge Greco. Le attese positive riguardano anche il mercato estero. “Lo scorso marzo il gruppo ha partecipato alla Eisenwarenmesse di Colonia, evento che ha confermato l'apprezzamento del marchio al di là dei confini nazionali”, ha ricordato il manager. In questa direzione Fervi sta investendo importanti risorse per la crescita ed il posizionamento del prodotto all'estero e “in tale ambito si è unito di recente al gruppo un nuovo export manager che affiancherà il Direttore Commerciale nello sviluppo dei mercati esteri”. Inoltre, l'ingresso in Borsa, conclude Guido Greco “ci ha permesso di reperire oltre 7 milioni di euro di risorse finanziarie, che verranno impiegate per consolidare la crescita organica ed accelerare la crescita per linee esterne.” A quest'ultimo proposito, Greco ricorda che “a luglio 2018 è stata definita l'entrata nel capitale (con il 40%) del nostro storico distributore spagnolo Sitges Maquinas Y Accesorios, con opzione di acquisto del residuo 60% entro il 2026”. Un'operazione che scaturisce dall'attenzione del gruppo verso il mercato spagnolo, “che rappresenta un target importante sia per potenzialità che per similitudine con la struttura distributiva italiana, in considerazione anche dei primi dati del 2018 che fanno attendere un fatturato locale quasi raddoppiato”.

(MARKET INSIGHT) 10-10-2018 09:29