

Inovação, sustentabilidade, crescimento e pessoas: O marketing virtuoso da Fedrigoni descrito no novo livro do guru Philip Kotler “Essentials of Modern Marketing - Italy Edition”

A atração de novos talentos, o avanço em novos processos e inovações de produtos com a substituição progressiva do plástico por papel, também tendo por base materiais recicláveis selecionados, a digitalização das relações e da comunicação com os clientes, as aquisições direcionadas e o compromisso com as questões ESG transformaram o Grupo rapidamente: apesar da pandemia, a empresa líder em papéis especiais e materiais autoadesivos reforçou a sua posição de liderança global.

Milão, 23 de novembro de 2021 - Atrair e reter novos talentos, o avanço para a inovação, a digitalização de alguns aspetos das relações com clientes e da comunicação interna e externa, o plano de aquisições e o compromisso de sustentabilidade, que também envolve os funcionários através da plataforma de colaboração social *Workplace*, com um canal dedicado de “Progress Makers”, onde as pessoas podem acompanhar as metas alcançadas e partilhar as boas práticas implementadas nos diversos países. Estes são ingredientes fundamentais que têm permitido à Fedrigoni - o grupo líder na produção e venda de papéis de especialidade para embalagens, publicação e grafismos e materiais autoadesivos, com 4000 pessoas no mundo, 30,000 clientes e um balanço de 1,3 mil milhões de euros - a transformação rápida dos últimos 3 anos, reforçando o seu posicionamento global.

Seis aquisições sustentaram esta rápida expansão, o que tornou necessário criar uma imagem global unificada, apesar da identidade histórica forte da empresa, no mercado desde 1888: o uso da marca Fedrigoni foi alargado à maioria das empresas no Grupo através de uma campanha de *rebranding* apoiada pela agência de design Pentagram, de Londres. A mudança para um modelo de interação mais dinâmico e inovador com o mercado e os funcionários, sem abandonar a dimensão física da relação, que é essencial num negócio como o da Fedrigoni, tem permitido a melhoria da proximidade com os clientes e do sentimento de pertença dos colaboradores.

O “Caso Fedrigoni” foi apresentado na sexta-feira, 26 de novembro, no evento “Educating the new generations to create a virtuous future through marketing” [Educar as novas gerações para criar um futuro virtuoso através do marketing] organizado por Kotler Impact, Weevo e H-Farm. De facto, nesta ocasião o guru de marketing Philip Kotler apresentará o livro “**Essentials of Modern Marketing - Italy Edition**” [Fundamentos do Marketing Moderno - Edição Itália], no qual, entre as 30 melhores práticas de marketing virtuoso - incluindo Larmborghini, Bauli, Danone e Clementoni - ilustra a experiência da Fedrigoni, capaz de dominar a mudança ditada por um mercado em alta evolução e pela Covid-19 através da aceleração dos processos de crescimento e inovação.

“Um dos fatores distintivos que caracterizaram a nossa ação - refere **Marco Nespolo**, CEO do Grupo Fedrigoni - está ligado à relação criada ao longo dos anos com os clientes diretos (gráficas, *converters*, fabricantes de embalagens) e com as marcas e os designers. Esta relação tem permitido à Fedrigoni tornar-se um parceiro estratégico que apoia produtores de vinho, cosmética, moda, publicações, mobiliário e muito mais a transformarem as suas ideais e os seus produtos em criações completas, incluindo a embalagem e a comunicação, em conjunto com gráficas e designers. Não é por acaso que a nossa promessa é elevar a criatividade.”

Outra decisão de sucesso do Grupo - tomada em 1990 e acelerada ao longo dos últimos três anos - foi a de diferenciar o negócio através do desenvolvimento, em conjunto com a liderança no setor do papel, particularmente para embalagens de luxo, de uma posição global que tem vindo lentamente a tornar-se mais dominante no mundo dos rótulos e materiais autoadesivos de primeira qualidade, graças ao plano de aquisições que colocou a Fedrigoni na terceira posição do mercado de autoadesivos em 2020.

Finalmente, o investimento na sua própria rede de distribuição ao longo dos últimos 30 anos permitiu à empresa garantir aos seus clientes a mesma excelência e qualidade à escala mundial, mesmo nos períodos em que a pandemia tornou a comunicação e o trânsito de mercadorias desafiantes.

Transformação digital – Nos últimos 18 meses, a Fedrigoni lançou cinco novos *websites* e um Portal de Clientes, para tornar a interação com clientes mais fácil e imediata, e está em fase de finalização uma

FEDRIGONI
Group

Sede legale
Via Enrico Fermi 13/f
37135 Verona (VR), Italy
T +39 045 8087888
F +39 045 8009015

Sede operativa
Piazzale Lodi 3
20137 Milano, Italy
T +39 02 467101

fedrigoni.com



plataforma digital para eventos. Por outro lado, a empresa antecipa a renovação do *website* Fabriano Boutique, a plataforma de comércio eletrônico B2C do Grupo. “Também temos estado atentos à relação entre a comunicação digital interna e o envolvimento efetivo dos funcionários - continua Nespolo - através do lançamento de plataformas inovadoras, como o *Workplace* e o *Workday*. Hoje, mais de 90% daqueles que trabalham em escritórios e 20% dos colegas das fábricas estão ligados a estas aplicações da empresa e pretendemos aumentar a sua adoção. É vital assegurar a ligação entre trabalhadores de culturas diferentes, tanto em termos geográficos como empresariais, e a integração dos sistemas de TI num Grupo em forte expansão”.

Com o objetivo de construir uma identidade comum e fortalecer a cultura empresarial, a Fedrigoni desenvolveu várias iniciativas de RH utilizando ferramentas digitais: foram introduzidos os Comportamentos Fedrigoni, um conjunto de comportamentos que norteiam as interações diárias. Foi implementado um processo de gestão de desempenho inovador para promover o diálogo constante entre as chefias e os seus colaboradores, baseado na valorização do potencial de cada pessoa. Estas iniciativas têm sido promovidas através do *Workplace*, pedindo às pessoas para participarem com a criação de vídeos que levem os conceitos-chave para o dia-a-dia. Foram também implementadas iniciativas de aprendizagem por via electrónica; por exemplo, o programa “Customer Academy” para o desenvolvimento de competências-chave, como as competências digitais ou a centralidade no cliente, transversalmente a todas as funções da empresa.

Sustentabilidade - Outra área importante de compromisso para a Fedrigoni é a sustentabilidade. Em 2020, o Grupo já tinha feito avanços no seu trajeto de melhoria contínua, purificando e devolvendo ao meio ambiente após o processo de produção 90% da água utilizada, mas também alcançando 50% de fornecedores qualificados de acordo com os parâmetros de natureza ambiental, social e de governança (ESG). O Grupo delineou o seu novo Roteiro ESG no Relatório de Sustentabilidade 2020, onde se compromete a reduzir as emissões de CO₂ em 30% até 2030, eliminar o envio de resíduos para aterros, aumentar para 90% os fornecedores certificados de acordo com os padrões de sustentabilidade e duplicar o volume de produtos com características ESG avançadas, reduzir as lesões no trabalho em 67%, aumentar do número de mulheres em posições de chefia em 50% e criar um ambiente inclusivo onde haja equidade e diversidade. Estes compromissos estão no centro das políticas de crescimento da organização.

As questões ESG são prioritárias para a Fedrigoni, tanto que são geridas em conjunto com as questões estratégicas da empresa diretamente pela equipa executiva. Existem muitos desafios no ecossistema onde a Fedrigoni opera, pelo que o Grupo quer ter um papel significativo ao lado de clientes, marcas e designers: a empresa está a trabalhar para oferecer soluções alternativas ao plástico de excelente desempenho e simultaneamente sustentáveis, enquanto no mundo dos autoadesivos, onde o plástico não pode ser eliminado, trabalha na pesquisa de matérias-primas cada vez mais recicláveis, na produção de soluções circulares (os resíduos de papel, sem tinta e ao quilómetro zero, são imediatamente reintroduzidos na cadeia de produção; outros resíduos, como as lamas do depurador biológico, são transferidos para empresas que produzem tijolos ou húmus) e na oferta aos clientes de serviços de eliminação de resíduos.

Fedrigoni

Desde 1888, a Fedrigoni tem representado a excelência no fabrico de papéis especiais. É um dos principais líderes europeus na produção e venda de diferentes tipos de papel de alto valor acrescido para embalagens e aplicações gráficas, produtos *premium* e outros materiais autoadesivos. Com cerca de 4000 funcionários em Itália e no estrangeiro e 25 000 produtos, o Grupo Fedrigoni vende e distribui em mais de 130 países e ocupa a terceira posição a nível mundial no setor dos materiais autoadesivos, também graças a aquisições recentes. A unidade de negócio de Papéis inclui o Grupo Cordenons e a histórica marca Fabriano, e a unidade de negócio de Autoadesivos/Rótulos inclui as marcas Arconvert, Manter, Ritrama (desde fevereiro de 2020), IP Venus (desde dezembro de 2020), Acucote e Rimark (desde junho de 2021). O distribuidor americano GPA também faz parte do Grupo. Para mais informações: www.fedrigoni.com

Para mais informações de media: Stefania Vicentini, +39 335 5613180, sv@dicomunicazione.it

FEDRIGONI
Group

Sede legale
Via Enrico Fermi 13/f
37135 Verona (VR), Italy
T +39 045 8087888
F +39 045 8009015

Sede operativa
Piazzale Lodi 3
20137 Milano, Italy
T +39 02 467101

fedrigoni.com

